

A mídia vigiada pelo público: estudo de caso sobre a Caneta Desmanipuladora e suas estratégias de comunicação, sob o enfoque de Gatewatching e da hipótese de Percepção de Mídia Hostil.

Esp. Pedro Augusto de Sousa Nascimento¹

Dr. Robson Dias²

Resumo: a correção que a Caneta Desmanipuladora se propõe a fazer é muito mais que uma curadoria de notícias, por vezes direcionando a angulação da notícia a um viés que convenha às crenças dos comentaristas. Muitas das correções, comentários e intervenções sobre a neutralidade jornalística visam a submissão do noticiário a um crivo específico de público. Nesse contexto, a hipótese de Percepção de Mídia Hostil (GOMES, 2016) nos ajuda a interpretar a Caneta Desmanipuladora em suas ações, que ora parecem atender a uma demanda informacional de interesse público, ora de interesse de dado público. Outra noção importante neste contexto é a de Gatewatching (BRUNS, 2011), expansão do conceito de Gatekeeper, na qual o público influencia o processo de produção da notícia por meio de comunidades de comentadores em curadoria de notícias. Trata-se de um estudo de caso com amostra de 22 postagens da fanpage Caneta Desmanipuladora, no Facebook, no período de 15 de julho de 2019 a 05 de março de 2020, com abordagem qualitativa, instrumentalizada pela análise de conteúdo (DUARTE, BARROS, 2005). Analisamos as postagens da Caneta Desmanipuladora e suas interações, críticas e estratégias de vigilância à mídia (Gatewatching) (1) e possíveis intervenções de crítica tendenciosas, na tentativa de verter o noticiário às crenças de dado público (hipótese Percepção de Mídia Hostil) (2). Os resultados mostram que a crise de mediação e a quebra de hierarquias no processo clássico de produção da notícia gera muitas possibilidades de interação dos públicos. Mais que opinar, o público produz e distribui conteúdo, resvalando em práticas de vigilância, controle social, ativismo online, cultura colaborativa, midiaticização e crítica à imprensa em um novo contexto de possibilidades entre audiências e jornalismo. Os resultados organizados em 10 categorias de análise mostram que a Caneta Desmanipuladora não produz notícias em primeira mão, mas por meio de curadoria de notícias questiona, avalia e desacredita notícias, abrindo discussões sobre noticiário na web, conforme a dinâmica do Gatewatching (BRUNS, 2011). O trabalho identifica 5 estratégias de interação da Caneta Desmanipuladora como comunidade de comentaristas online independentes (BRUNS, 2011). Há também ocorrências relevantes, classificadas em hipótese de Percepção de Mídia Hostil (GOMES, 2016).

Palavras-chave: Jornalismo, Caneta Desmanipuladora, Percepção de Mídia Hostil, Gatewatching

¹ Jornalista, Designer, especialista em Políticas Públicas.

² Relações Públicas, Jornalista, especialista, mestre e doutor em Comunicação. Professor e pesquisador no PPGCOM/UCB

Introdução

Este trabalho se insere no contexto da crise da mediação dos meios de comunicação de massa e das possibilidades de interação do público a partir do advento do ambiente da internet e das tecnologias de informação e comunicação disponíveis na rede (OLIVEIRA, 2014, 2015). Nesse contexto as funções de mediação e de representação social do jornalismo “tem seu protagonismo questionado ante a outras formas de representação que circulam na esfera pública, produzidas por diferentes agentes, o que estabelece uma intensa disputa de sentidos” (OLIVEIRA, 2015, p. 1). Esse contexto gera gradual desconfiança de públicos e é o motivo desta pesquisa, a partir de aspectos conhecidos no processo de produção e de seleção das notícias (gatekeeping), com sua ampliação ao que Bruns (2011) chamou de comunidades de comentadores e curadoria de notícias em gatewatching, além da hipótese de percepção de mídia hostil (GOMES, 2016). O Jornalismo passa por mudanças estruturais (ADGHIRNI, PEREIRA, 2011), incluindo seu modelo de negócio e autoridade para validação da verdade jornalística. A Caneta Desmanipuladora surge nesse contexto e faz uso das plataformas de redes sociais para tecer críticas em forma de “canetadas” em capturas de telas (prints) de manchetes de notícias. Os comentaristas criticam angulações do noticiário de grandes veículos, incluindo critérios de objetividade (isenção, impessoalidade, imparcialidade), dentre outros aspectos. No entanto, as sequências de posts e a própria influência de seus seguidores cria uma tensão que coloca em dúvida esse objetivo inicial, e até mesmo o nome do perfil e o serviço ao qual se presta. Distorções são perceptíveis no fluxo de postagens e de comentários no noticiário.

Ao oscilar críticas válidas e opiniões tendenciosas, a Caneta Desmanipuladora ganhou destaque no ambiente da internet e gerou, inclusive, diversos estudos científicos.

Problema, contexto e sujeitos da pesquisa: a correção que a Caneta Desmanipuladora se propõe a fazer é muito mais que uma crítica de mídia jornalística, por vezes direcionando a angulação da notícia a um viés ideológico. Muitas das correções, comentários e intervenções sobre a neutralidade jornalística visam a submissão do noticiário a um crivo específico de público. Nesse contexto, a hipótese de Percepção de Mídia Hostil nos ajuda a interpretar a Caneta Desmanipuladora em suas ações, que ora parece atender a uma demanda informacional de interesse público, ora de interesse de dado público. Outra noção importante neste contexto é a de Gatewatching, na qual o público vigia a mídia, a partir de

curadoria de conteúdo e também de comunidades de comentadores (BRUNS, 2011). O trabalho se insere diante dessa tensão ao analisar o perfil dessa comunidade de comentadores que trabalha com curadoria de notícias em vigilância ao noticiário: a Caneta Desmanipuladora.

Diante do exposto, temos como pergunta de pesquisa (questão principal): como se caracteriza curadoria de notícias da Caneta Desmanipuladora em vigilância e correção ao noticiário, segundo as noções de Gatewatching e hipótese de Percepção de Mídia Hostil?

Isso traz como perfil que a nossa pesquisa é exploratória e adota a estratégia de estudo de caso, ou seja, ela explora um objeto pouco discutido pela ciência e tenta se aprofundar nesse fenômeno levantando o máximo possível de dados, construindo conhecimento e sistematizando aspectos que caracterizem esse fenômeno em torno do jornalismo.

O objetivo geral é analisar as postagens da Caneta Desmanipuladora e caracterizar suas interações, críticas e estratégias em “curadoria de notícias” como “comunidade de comentaristas” que vigiam o jornalismo. Os objetivos específicos são: descrever as estratégias da “comunidade de comentaristas” em sua “curadoria de notícias”, segundo Gatewatching (BRUNS, 2011) (1). E para isso faremos análise de conteúdo (DUARTE, BARROS, 2005) de 22 postagens da Caneta Desmanipuladora por meio de fichas de análise, em apêndices. E investigar se existe ajuste de notícias com base em um dado sistema de crenças e de referências de um dado público, segundo a hipótese de Percepção de Mídia Hostil (GOMES, 2016), também por meio das fichas de análise, em apêndices. A amostra foi extraída da fanpage da Caneta Desmanipuladora, no período de 15 de julho de 2019 a 05 de março de 2020, tendo como critério postagens que estivessem fora do contexto da pandemia da covid-19. Fizemos observações das postagens e observamos que esse período de março de 2020 até a presente data teve significativa queda do fluxo de postagens, além de certa recorrência de temas ligados apenas à pandemia. Na tentativa de buscar um período histórico menos monopolizado por uma dada pauta no noticiário, como a pandemia, buscamos posts do ano anterior até o mês de início da pandemia.

Como justificativa: a pesquisa possui relevância científica, pois a tensão que envolve a crítica de fanpages na internet, hoje em dia, oscila sobre um perfil crítico de suposta

neutralidade ou mesmo um perfil crítico abertamente tendencioso. Essas questões são importantes para o Jornalismo, pois cada vez mais o público adquire meios de interferir, pautar e influenciar os noticiários e até a atividade profissional de jornalista - crise de mediação (OLIVEIRA, 2014, 2015). A Caneta Desmanipuladora já foi objeto de pesquisa científica em diversas ocasiões, listadas nos quadros de revisão bibliográfica: 3, 4 e 5 . A hipótese de percepção de mídia hostil é um conceito novo, no Brasil, além de, na língua portuguesa, tendo já certa tradição em língua inglesa, conforme quadros 1 e 2. Identificamos 3 dissertações sobre a Caneta Desmanipuladora: Pereira (2018) fez uma pesquisa de mestrado no Centro de Educação Letras e Saúde, no Programa de Pós-Graduação em Sociedade, Cultura e Fronteiras. Valle (2019) e Amaral (2019) produziram conhecimento sobre a Caneta Desmanipuladora na área de Comunicação. Há diversos artigos também sobre o tema, incluídos na revisão.

O trabalho está dividido da seguinte forma: esta introdução com a proposta do trabalho; capítulo sobre contexto histórico do jornalismo e do ambiente digital, além de referencial teórico com as noções de Gatewatching, hipótese Percepção de Mídia Hostil e trabalhos que tiveram como objeto de estudo a Caneta Desmanipuladora; capítulo com a pesquisa empírica, contexto, coleta, análise e discussão; considerações finais; referências; apêndices com as 22 fichas de análise de conteúdo (DUARTE, BARROS, 2005), da qual emergiram as categorias de análise; anexos com as capturas de tela da fanpage Caneta Desmanipuladora. O estudo de caso tem como objetivos (YIN, 2001, p.34-35): Explicar os vínculos causais em intervenções da vida real que são complexas demais para as estratégias experimentais ou aquelas utilizadas em levantamentos (1); Descrever uma intervenção e o contexto da vida real em que ocorreu (2); Ilustrar determinados tópicos dentro de uma avaliação, às vezes de modo descritivo ou mesmo de uma perspectiva jornalística (3); Explorar situações nas quais a intervenção que está sendo avaliada não apresenta um conjunto simples e claro de resultados (4). Ressaltando que o estudo de caso não é uma técnica em si, mas uma estratégia³. Ele não é um instrumento em si, mas um meio de se

³³ Wimmer (1996, p. 161) classifica esse método da seguinte forma: 1. Particularismo: o estudo se concentra em uma situação, acontecimento, programa ou fenômeno particular, proporcionando assim uma excelente via de análise prática de problemas da vida real; 2. Descrição: o resultado final consiste na descrição detalhada de um assunto submetido a indagação; 3. Explicação: o estudo de caso ajuda a compreender aquilo que se submete à análise, formando parte de seus objetivos a obtenção de novas interpretações e perspectivas, assim como o descobrimento de novos significados e visões antes despercebidas; 4. Indução: a maioria dos estudos

produzir conhecimento nas ciências sociais. Não busca a generalização de seus resultados, mas, sim, a compreensão e interpretação mais profunda dos fatos e fenômenos específicos. O aspecto diferenciador do estudo de caso “reside em sua capacidade de lidar com uma ampla variedade de evidências - documentos, artefatos, entrevistas e observações” (YIN, 2001, p.27). Os resultados obtidos não podem ser generalizados, até porque é um caso, tão somente⁴. Mas, esse caso ajuda a criar proposições teóricas e produção de conhecimento em torno do objeto de estudo (YIN, 2001).

Mudanças estruturais no Jornalismo

No jornalismo, o momento social e as condições técnicas que deram forma à imprensa como a conhecemos seguiram um longo caminho e só podem ser de fato delimitados na Europa do séc. XV. Já o jornal, visto como fonte regular de informação, surgiu somente no final do século XVII, na Europa e EUA.

Barsoti (2014) explica que até a virada do século XIX as empresas jornalísticas ainda não estavam orientadas para o lucro e eram deficitárias. Os jornais da época tinham perfil opinativo, muito calcados na crítica política. O aumento da urbanização e crescente alfabetização da classe média, além da oficialização da liberdade de imprensa nos EUA e Inglaterra (1791 e 1830, respectivamente) abriram espaço para que os jornais adquirissem um perfil mais empresarial, o que implicaria em tornarem-se lucrativos.

Com a mudança para um cenário mais profissional, o próprio perfil do jornalismo converge gradualmente para a objetividade, separando fatos de opiniões. A busca pela imparcialidade tinha o propósito de abarcar mais leitores e atrair anunciantes, seguindo a lógica de mercado que estava sendo criada. Essa fórmula perdurou e gerou modificações estruturais nas empresas jornalísticas, foram criados departamentos exclusivamente voltados para estratégias de mercado, passando até mesmo por mudanças do formato de diagramação, onde manchetes curtas e chamativas nas capas de jornais estimulavam a compra para o leitor ter acesso ao aprofundamento das notícias (BARSOTTI, 2014).

de caso utiliza o raciocínio indutivo segundo o qual os princípios e generalizações emergem da análise dos dados particulares. Em muitas ocasiões, mais que verificar hipóteses formuladas, o estudo de caso pretende descobrir novas relações entre elementos.

⁴⁴ Yin (2001, p.61) apresenta quatro tipos básicos de estudo de caso: 1. Projetos de caso único holístico – unidade única de análise e único caso; 2. Projetos de caso único incorporado – unidades múltiplas de análise e único caso; 3. Projetos de casos múltiplos holísticos – unidade única de análise e múltiplos casos; 4. Projetos de casos múltiplos incorporados – unidades múltiplas de análise e múltiplos casos.

O séc. XX enfim consolida a imagem do jornalismo de tal forma que o profissional das redações é retratado na ficção como uma figura representativa na sociedade, ainda que nem sempre no sentido positivo. Ora era visto como representante da ética na sociedade, aquele capaz de esclarecer os fatos da vida para os leitores, desbravar a verdade e revelar os maus feitos, ora ultrapassava os limites da ambição em busca do furo jornalístico.

Herói e bandido estiveram presentes em diferentes filmes e períodos. O vilão é representado pelo profissional que não mede esforços para conseguir seus objetivos e dar um “furo” de reportagem. Sem caráter e trafegando pelos submundos do crime, ele não hesita em colocar sua carreira na frente de tudo e todos. O herói identifica-se com os valores do mundo público e defende a verdade, a democracia, o bem comum. Nesse sentido pode-se dizer que o jornalista surge como o herói urbano do século XX (TRAVANCAS, 2001, p. 2)

A imprensa chegou a ser alçada ao posto de quarto poder, e talvez tenha tido em 1973 um dos momentos de maior representatividade: a renúncia do presidente dos Estados Unidos, Richard Nixon quando os jornalistas do Washington Post, Berenstein e Woodward, revelaram o escândalo Watergate (BARBEIRO, 2014).

O período entre o final do séc. XX e início do séc. XXI, porém, altera a dinâmica evolutiva e traz uma fase de mudanças sociais e econômicas anormais, impulsionadas significativamente pelo boom da tecnologia. Em 1966 o químico norte americano Gordon Earle Moore publicou na Electronics Magazine um artigo que acabou sendo conhecido como a Lei de Moore, onde constatou que a cada 18 meses a capacidade de processamento dos computadores aumentava 100%, cálculo que se manteve uma referência até pouco tempo. (CRUZ, 2015)

Esse ritmo parece diminuir somente agora. William Holt, vice-presidente executivo da INTEL, empresa multinacional de tecnologia, afirmou em 2016 que irá migrar seus investimentos no desempenho de máquinas para a eficiência energética. A declaração foi dada no Solid State Circuits Conference, em San Francisco, na Califórnia. ([Canaltech](#)). Essa pode ser uma boa notícia para algumas áreas do conhecimento e profissões que ainda tentam se adequar às últimas décadas de transformações sociais e econômicas impulsionadas pela tecnologia, incluindo aí o jornalismo.

Em termos comunicacionais, as mudanças trazidas pela informação imediata e gratuita na internet seguem desafiadoras, sobretudo quando a internet emerge do restrito universo acadêmico e passa a popularizar-se em meados dos anos 1990. Desde então as

empresas de comunicação foram obrigadas a atualizarem seus planos de negócio e se reinventarem, não só para sobreviver, como também para se reerguer.

No Brasil a chegada da internet se deu em 1994, onde a lentidão das conexões discadas pagas traziam uma revolução diante do acesso imediato aos grandes veículos de comunicação mundiais. Gradualmente o que era livre precisou ser regulado diante da migração de consumo de informação para o virtual. Barreiras de mercado precisaram ser levantadas com a cobrança de pagamento para acesso irrestrito às informações de muitos dos grandes portais de notícias. “Surgiram os assinantes digitais, as degustações, os paywalls. E tudo o que estava ali, na nossa mão, gradativamente se tornou mais difícil de acessar” (VIEIRA, 2018, p. 1).

Esse controle de acesso via cobrança com intuito de reinventar os planos de negócio das empresas de comunicação fez com que usuários acostumados por anos a ter informação livre migrassem para as redes sociais, o que gerou um novo problema: nesses ambientes “apropriaram-se” do papel de disseminadoras de informação, sem contudo seguirem os critérios de criação da boa notícia. Os veículos se dividiram entre a estratégia de “caça-clicks”, mas ainda com critérios de qualidade de informação, ou nem isso.

Nas redações mais sérias, jornalistas passaram a trabalhar com o analytics aberto o tempo todo. Nas nem tão sérias, passou a pipocar um tipo de conteúdo feito para ganhar cliques sem necessariamente se importar com os fatos. Detalhe: nesse último caso, o acesso permaneceu livre, sem os muros que separavam as pessoas dos veículos de maior credibilidade. (VIEIRA, 2018, p. 1)

Vieira (2018, p. 1) acredita que o maior problema não se trata da qualidade de informação, ela ainda existe, mas da sua distribuição. Para ele há uma enorme parcela da população mundial que não assiste mais aos telejornais, não assinam TVs a cabo, muito menos jornais ou revistas, ou áreas para assinantes em portais. Essas pessoas, no entanto, “consomem toneladas de informação todos os dias” (VIEIRA, 2018, p. 1). Podemos pressupor que essa imensidão de informação é produzida pelo próprio público, quer seja de maneira “orgânica” (VIEIRA, 2018, p. 1) ou respaldada sob a tutela de fontes mais ou menos credíveis.

Arce e Salgado (2016), em revisão de estudos dos autores Meyer (2007), Deuze (2008) e Zelizer (2009), sugerem que o jornalismo passa por uma crise que pode ser dividida

em três aspectos principais: 1. Enquanto modelo de negócios, uma vez que o número de produtores de informação aumentou. É perceptível a insuficiência do modelo que sustentou o jornalismo no século XX, onde os anunciantes faziam a ponte com os consumidores de notícias. 2. O jornalismo enquanto instituição busca sustentar um discurso deontológico calcado na imparcialidade que, segundo os autores, não condiz com o mundo real das redações, sobretudo quando a produção de notícia se ampliou para além do ambiente profissional. 3. A identidade do jornalista, que antes era tido como o porta-voz que detinha a credibilidade dos fatos hoje precisa se reposicionar diante da informação multifacetada do ambiente virtual.

Do Gatekeeping ao Gatewatching

As mudanças estruturais pelas quais passam o jornalismo (ADGHIRNI, PEREIRA, 2011) também incorrem na mudança do seu modelo de negócio (AQUINO BITTENCOURT, 2018). Como fator adicional à crise, o jornalismo ainda passa a enfrentar o desafio de competir com a difusão horizontal das informações na web, fenômeno que irá gerar mudanças irreversíveis na forma de fazer e de entender o que é informação (MAURÍCIO, 2018A, 2018B). É enorme a quantidade de conteúdo produzido por sites amadores, blogs, além de trechos de notícias descontextualizadas que são replicadas e reinterpretadas nas redes sociais de cidadãos comuns, cujo compartilhamento muitas vezes seguem critérios puramente de conveniência pessoal.

Nesta enxurrada de informações que trafegam pela web, qual papel será reservado ao jornalista? Os meios de comunicação de massa não mais detêm o monopólio da produção da informação. Os jornalistas passaram a dividir o saber de produção discursiva da notícia com seu público (BARSOTTI, 2014, p. 2).

O que se observa é que o mérito da difusão ilimitada de informação na internet traz o ônus da perda de controle quanto a critérios éticos e técnicos na produção do conteúdo. Nesse contexto, Barsotti (2014, p. 2) cita autores que se dividem entre a preponderância ou não do jornalista no intenso fluxo de informação e desinformação virtual. Pierre Levy (2010), por exemplo, questiona se o jornalista clássico seria necessário para as pessoas que trocam

mensagens entre si, participam de debates de fóruns especializados e tem a possibilidade de desenvolver critérios pessoais para filtrar as informações.

Serra (2003), por sua vez, argumenta que a facilidade de interação do usuário em tempo real com outros milhares de indivíduos gerou um mar de conteúdo que se confunde entre o que é crível ou não. Para o autor, esse cenário enfatiza o papel do jornalista como mediador. Já Jim Hall (2001), também citado por Barsotti (2014), entende que o papel do jornalista de fato estaria em risco a partir do momento que as audiências passam a agir como fontes primárias de informação. Ele pondera, contudo, que o jornalista ainda teria um papel de “cartógrafo, traçando mapas de navegação para seu público”, o que, para o autor, valida a importância desse profissional ao cancelar as informações para a audiência (BARSOTTI, 2014, p.10).

Arce e Salgado (2016), em revisão de estudos dos autores Meyer (2007), Deuze (2008) e Zelizer (2009), sugerem que o jornalismo passa por uma crise que pode ser dividida em três aspectos principais: 1. Enquanto modelo de negócios, uma vez que o número de produtores de informação aumentou. É perceptível a insuficiência do modelo que sustentou o jornalismo no século XX, onde os anunciantes faziam a ponte com os consumidores de notícias. 2. O jornalismo enquanto instituição busca sustentar um discurso deontológico calcado na imparcialidade que, segundo os autores, não condiz com o mundo real das redações, sobretudo quando a produção de notícia se ampliou para além do ambiente profissional. 3. A identidade do jornalista, que antes era tido como o porta-voz que detinha a credibilidade dos fatos hoje precisa se reposicionar diante da informação multifacetada do ambiente virtual.

Vieira (2018, p. 1) fala sobre a chegada ao Brasil da internet em 1994, onde a lentidão das conexões discadas pagas traziam uma revolução diante do acesso imediato aos grandes veículos de comunicação mundiais. O que era livre precisou ser regulado diante da migração de consumo de informação para o virtual. Barreiras de mercado precisaram ser levantadas com a cobrança de pagamento para acesso irrestrito às informações de muitos dos grandes portais de notícias. “Surgiram os assinantes digitais, as degustações, os paywalls. E tudo o que estava ali, na nossa mão, gradativamente se tornou mais difícil de acessar”.

Ao analisar a interferência midiática no jornalismo, a autora concorda que há “transformações em curso no ecossistema jornalístico” (AMARAL, 2018, p. 66). Segundo a

pesquisadora, “novas possibilidades para o jornalismo exigem novas formas de organização, com ferramentas, técnicas e premissas” (AMARAL, 2018, p. 66) sequer imaginadas no começo dos anos 2000 e que começam a ser estudadas. Prado e Anjos (2016) são citados pela autora e destacam o modelo do crowdsourcing, uma mistura das expressões outsourcing (terceirização) e wisdom of crowd (sabedoria da multidão), dentro dos estudos das informações convergentes.

Quando aplicado ao Jornalismo, pelas características de participação e engajamento, podemos creditar ao crowdsourcing uma modalidade do jornalismo participativo ou colaborativo na rede, implementado ou viabilizado

novas práticas jornalísticas conforme sejam as arquiteturas de participação ligadas aos processos de apuração. Briggs (2007, p.49) afirma que o termo é reconhecido por muitos como: (...) sinônimo de investigação ou reportagem “compartilhada”, “colaborativa”, “distribuída” ou em “código aberto”. (PRADO; ANJOS, 2016, p 146).

Os autores explicam que por vezes a participação de amadores (não profissionais) nas experiências de crowdsourcing pode gerar uma diminuição de qualidade das práticas jornalísticas. Um exemplo de crowdsourcing mal sucedido se deu com a iniciativa do grupo Estadão que convidou os leitores a um projeto colaborativo no qual o público deveria enviar imagens de casas noturnas que considerassem perigosas. A ideia se deu durante a repercussão do incêndio da boate Kiss na cidade de Santa Maria (RS), ocorrido em janeiro de 2013. “Que saber notório os frequentadores de casas noturnas dispõem para averiguar se essas casas são inseguras ou não?”. A iniciativa foi alvo de críticas do público leitor na área de comentários, surtindo efeito inverso de repúdio (PRADO; ANJOS, 2016, p 150).

O pesquisador australiano Axel Bruns (2011) vê esse novo paradigma como a realimentação em tempo real entre o gatekeeping e o gatewatching. Em linhas gerais, o termo gatekeeping refere-se ao profissional que em uma perspectiva mais analógica era o responsável pela triagem da notícia segundo critérios editoriais dos veículos de notícia. Em contraposição, gatewatching é um termo criado em 2005 pelo autor “para descrever um novo modelo de seleção noticiosa, onde o receptor tem papel fundamental na escolha e construção das notícias por meio da atividade de curadoria e avaliação das informações fornecidas” (BRUNS, 2011, p. 1).

O autor explica que gatekeeping surgiu diante da necessidade prática da mídia de massa. Jornais, rádios e TVs precisam compactar a narrativa dos fatos dentro das limitações de tempo e espaço inerentes às respectivas plataformas.

A escassez de canais não apenas justifica as práticas de gatekeeping em si, mas exige também um escrutínio especial destas práticas: o poder e a influência dos editores sobre a pauta das notícias são inversamente proporcionais ao número de canais noticiosos disponíveis (BRUNS, 2011, p. 121)

Os critérios de notícias podem se resumir em três etapas: entrada, produção e resposta, que são a pré-seleção de notícias com chances de aprovação (BRUNS, 2011). “Ao jornalista (primeiro o repórter, depois o editor) cabe a tarefa de filtrar quais eventos passarão ou não pelos sucessivos portões (gates) até chegarem ao público” (AMARAL, 2018, p. 67). Na etapa de resposta, uma pequena mostra do feedback da audiência repercute no jornal do dia seguinte ou na transmissão no ar. Percebe-se que no modelo pré-redes virtuais o ciclo da informação tinha o espaço do emissor claramente dominante e não considerava a relevância da resposta.

As reações das audiências das notícias são subentendidos e presumidos pelos jornalistas e editores que acreditam ter uma noção intuitiva do que querem seus leitores, ouvintes e telespectadores, porém raramente procurados ativamente ou testados pela indústria jornalística, além dos gestos meramente simbólicos (pesquisas dos leitores, afirmações do tipo vox-pop) ou pesquisas mercadológicas comerciais. (BRUNS, 2011, p. 121)

Há uma severa crítica de Bruns (2011) ao modelo do jornalismo público:

De fato, mesmo as tentativas de fazer jornalismo “público” ou “civil”, tão popular nas décadas de 1980 e 1990, quase não mudam a situação: aqui, as organizações noticiosas podem seguir iniciativas que visam “o desenvolvimento de uma maneira de permitir que aqueles que compõem aquele mercado finalmente vejam como se faz a linguiça - como fazemos o nosso trabalho e o que influencia as nossas decisões”, como descreveram Kovach & Rosenstiel (2001, p. 192), porém isto não altera de maneira significativa as relações de poder entre os jornalistas, na sua capacidade de produtores das notícias, e as audiências na sua capacidade de consumidores das notícias (ou de fato, um simples “mercado”): notadamente, as escolhas de gatekeeping continuam sendo “o nosso trabalho” e “as nossas decisões”, mesmo nesta descrição, e as audiências

recebem apenas uma olhada um pouco mais detalhada sobre a maneira em que estes processos ocorrem. Este jornalismo “público” não chega a ser uma conversa com o público, mas apenas um exercício de mostrar-e-contar para o público: em último lugar, uma tentativa algo condescendente de mostrar ao público como funciona o jornalismo. (BRUNS, 2011, p. 122)

Bruns (2011) é categórico em suas críticas ao jornalismo público e enfatiza:

Fundamentalmente, este jornalismo “público” não muda em nada as práticas jornalísticas principais, como nota Gans (2003, p. 98- 9): “é improvável que vá além das margens ideológicas do jornalismo convencional. Em contraste, vejo o jornalismo participativo como mais orientado para os cidadãos, adotando uma visão política, e se for necessário, adversária da relação cidadão-governo.” De fato, na maioria dos casos este verdadeiro jornalismo participativo (ao invés de meramente “público”) chegou, durante a última década e mais frequentemente, não de dentro da indústria jornalística convencional, mas de fora dela. Esta mudança foi fomentada por dois aspectos que se combinaram para substituir as práticas de gatekeeping por aquelas de gatwatching: a multiplicação contínua dos canais disponíveis para a publicação e divulgação das notícias, especialmente desde o surgimento do World Wide Web como uma mídia popular, e o desenvolvimento dos modelos colaborativos para a participação dos usuários e para a criação de conteúdo, que atualmente são frequentemente resumidos sob o rótulo de “Web 2.0”. (BRUNS, 2011, p. 122)

No novo ambiente interacional da internet, a audiência adquire uma relevância a ser considerada pelos portais de notícia online, sem com isso desconsiderar que a importância dos profissionais das empresas de mídia. A rede de comunicação na internet não existe, portanto, com soberania ou autonomia de uma das partes.

Nas mídias online, pode-se interpretar a audiência detendo um papel semelhante ao do gatekeeper em sua definição clássica, apresentada por David White, em 1950, uma vez que o público escolhe e publica informações em plataformas interativas. Assim, é razoável conceber o papel do público nos ambientes em rede como um terceiro canal do processo de gatekeeping, ao lado das fontes e da mídia de massa (SHOEMAKER; VOS, 2009 apud FOTIOS, 2016, p. 2).

Cabe aqui o alerta que Bruns (2011, p. 125) faz quanto a não confundir esse processo com o chamado “jornalismo cidadão”, jargão que o autor considera inapropriado à medida que confere um ar “jornalismo industrial tradicional” (BRUNS, 2011, p. 125) a este produto, ao passo que pode ser identificado como um termo restritivo, ou seja, sugerir que o

jornalismo tradicional seja menos cidadão. Essa antiga dicotomia estaria sendo agora “substituída por tentativas mais produtivas de explorar os pontos de conexão e cooperação entre os jornalistas ‘profissionais’ e ‘cidadãos’” (BRUNS, 2011, p. 125).

FOTIOS (2016) reforça a transformação gerada no ciberespaço, onde consumidores de informação passam a ser “prodsumidores”, em expressão cunhada por Ramonet (2012), ou “produsage”, como diria Bruns (2008, p. 124), combinando a função de produção e consumo. O autor explica que esse fenômeno é mais facilmente percebido nas redes sociais Facebook e Twitter, “onde o comportamento do público dita a cadência das publicações a partir de observações do que outros usuários publicam, comentam ou curtem” (FOTIOS, 2016, p. 2). O jornalista imerso no ambiente virtual inevitavelmente é impactado em seu fazer por essa produção advinda da audiência.

O poder de redes sociais como Facebook e Twitter parece ser confirmada também por Bruns (2011), quando argumenta que essas plataformas aceleram ainda mais a velocidade com que as notícias são compartilhadas, comentadas e por vezes desacreditadas. Esse frenesi dificulta a reivindicação de propriedade de uma matéria ou o controle de uma agenda noticiosa pelas empresas de comunicação tradicionais.

A hipótese da Percepção de Mídia Hostil

Em 1983, o sociólogo W. Phillips Davison aborda os dois elementos fundamentais que relacionam a noção de que a mídia é tendenciosa: a distorção adversária e a previsão de efeitos intensos sobre terceiros, abordagem que o pesquisador intitulou de hipótese da Percepção da Mídia Hostil (PMH) (Hostile Media Perception - HMP) (GOMES, 2016). A partir de então, outros estudos foram desenvolvidos para investigar o fenômeno da desconfiança da audiência segundo a qual os veículos de imprensa privilegiam um ou outro grupo de interesse.

Tsfati e Cohen (2012) estudaram percepções e efeitos da mídia, incluindo o efeito da terceira pessoa, a confiança na mídia e percepções da mídia hostil. Suas pesquisas reforçam a tese de que, mesmo as pessoas sendo expostas a informações do mundo pela mídia noticiosa, as atitudes em relação à própria mídia também são desenvolvidas no decorrer do consumo de notícias. As opiniões sobre a mídia podem ser generalizadas ou direcionadas para a forma como tópicos específicos são cobertos pelos veículos.

A importância das atitudes em relação à mídia se dá porque afeta uma série de comportamentos sociais e políticos. Tsfatí e Cohen (2012) comentam uma descrença progressiva do público norte americano em relação à imprensa na ordem de 14,6% em 1973 para 41% em 2006 identificados em dados General Social Survey.

Alguns colocam a culpa pelo declínio da confiança do público nos políticos, que cada vez mais criticam a mídia (Domke, Watts, Shah e Fan, 1999). Outros argumentaram que a desconfiança do público é o produto da crescente cobertura da mídia pela mídia que resulta em maior consciência do público para erros e escândalos jornalísticos (Watts, Domke, Shah, & Fan, 1999). De acordo com outras explicações (Cappella & Jamieson, 1997), as pessoas são cínicas quanto à mídia porque a própria mídia é cínica. Em linha com essa explicação, o “enquadramento estratégico” dos jornalistas na política leva ao cinismo político que, por sua vez, retroalimenta os jornalistas (ver também D'Angelo & Lombard, 2008) (TSFATI; COHEN, 2012, p. 3).

Os autores citam outras pesquisas como a de Sundar (1998), que identifica a confiança do público na mídia com base na características do texto, como citar a fonte no título da história, assim como Newhagen e Nass (1989), em período anterior ao *boom* da internet, que identificam mudanças da confiança do público baseada na hipótese da percepção de credibilidade de quem dá as notícias. Curioso que, a despeito da perda de confiança que a imprensa tem sofrido na era digital, Tsfatí e Cohen citam a pesquisa de Kiousis (2001), ainda nos primórdios da internet, onde parecia haver uma crença maior nas notícias ali inseridas.

Características do meio, como a capacidade da televisão de fornecer som e imagens como evidência de apoio às afirmações das notícias, e a possibilidade de usar hiperlinks para fontes externas nas notícias online, explicaram por que as notícias da televisão eram percebidas como mais confiáveis em comparação com o jornalismo impresso na década de 1960, e as notícias online eram percebidas como mais confiáveis do que as notícias da televisão no início do século XXI (TSFATI, COHEN, 2012, p. 4).

Já o segundo tipo de resposta não estaria relacionado ao texto, mas ao perfil do público. Não é clara a relação entre os responsáveis pela mídia e o público que suspeita da sua credibilidade, mas Tsfatí e Cohen (2012), com base em Jones (2004), identificam que os conservadores desconfiam mais da mídia de notícias e os liberais são mais confiantes, ao passo que os extremistas são mais desconfiados que os moderados. Referindo-se às pesquisas de Gunther (2008). Gunther e Lasorsa (1986) acrescentam que o envolvimento também reduziu a confiança na cobertura jornalística.

Por exemplo, palestinos e israelenses são mais propensos a desconfiar da cobertura do Oriente Médio do que cidadãos americanos que não tiveram laços diretos ou experiência no Oriente Médio. Essas descobertas indicam que grande parte da confiança ou desconfiança das pessoas na mídia é explicada por seus próprios preconceitos (GUNTHER, 1992 apud TSFATI; COHEN, 2012, p. 4).

Ainda como desenvolvimento do estudo de Tsfati e Cohen (2012, p. 4) os indivíduos podem consumir notícias que não confiam “porque ajudam a manter contato com outras pessoas, porque são interessantes ou porque são divertidas”. Como os níveis de confiança na mídia são baixos, “é óbvio que algumas pessoas assistirão as notícias em que dizem não confiar enquanto tentam filtrar informações que consideram tendenciosas ou não confiáveis” (TASFATI, COHEN, 2012, p. 4).

Não há respostas claras sobre o quão é benéfico ou não a desconfiança dos indivíduos não causa apatia política. Ainda assim, públicos desconfiados não tem o hábito de discutir política e quando o fazem, ocorre com indivíduos ideologicamente afins (EVELAND; SHAH, 2003). Os autores acreditam que a confiança do público na mídia noticiosa tem raízes tanto no texto jornalístico quanto nas características e preconceitos do indivíduo.

Como resultado do esforço de parecer consistente e evitar a dissonância, “as percepções das pessoas sobre outras pessoas e grupos sociais que elas favorecem tendem a ser favoravelmente tendenciosas” (HASTORF, CANTRIL, 1954 apud TSFATI, COHEN, 2012, p.5). Os autores citam Vallone et al. (1985) que, em um teste realizado em Stanford, exibiram trechos de notícias sobre o massacre de Sabra e Shatila, no Líbano, para três perfis de estudantes: pró-árabes, pró-Israel e neutros.

Como se esperava, em geral cada grupo viu a cobertura como menos simpática ao seu lado, mais simpática ao lado oposto e hostil ao seu ponto de vista. Perloff (1989) não só confirmou o experimento como mostrou que “cada grupo de partidários também acreditava que audiências neutras seriam persuadidas por essa cobertura hostil a apoiar a posição oposta” (TSFATI, COHEN, 2012, p.5), suspeita que se mostrou infundada em um segundo experimento. Esse padrão de descobertas, repetido muitas vezes, foi apelidado de fenômeno da mídia hostil (hostile media phenomenon - HMP), sugerindo uma percepção geral sobre a mídia jornalística como sendo hostil às próprias posições e filiações sociais.

Gomes (2016) lembra que a sensação de desconfiança em relação à mídia é um fenômeno que ocorre até mesmo nos países onde se supõe que os meios de comunicação têm a democracia como norte. “Boa parte das pessoas acha que os jornais e os seus conteúdos têm, sim, inclinações. Inclinações políticas, ideológicas, religiosas” (GOMES, 2016, p. 8). Em verdade, inclinação, explica o autor, seria ainda um termo neutro, uma vez que se refere a preferência no âmbito dos valores. A sensação dos indivíduos seria mesmo de distorção dos fatos, no sentido de abordagens tendenciosas da mídia. Tal percepção não é de agora, sendo que há na literatura internacional inúmeros estudos sobre a percepção ou convicção de “media bias”, ou “viés midiático”.

Tsfati e Cohen (2012) citam pesquisas mais recentes que esclareceram vários aspectos do HMP. Gunther e Schmitt (2004) demonstraram que essa hostilidade pode não ocorrer quando se trata de mensagens que não são da mídia, como quando a fonte é um ensaio de um aluno, por exemplo. Em um experimento conduzido por Gunther e Liebhart (2006) houve variação da fonte da mensagem (notícia vs. ensaio do aluno) quanto o alcance da mensagem (será ou não publicada), e confirmou-se que “tanto a identidade da fonte quanto o público esperado contribuem de forma independente para a percepção da hostilidade do texto” (TSFATI, COHEN, 2012, p. 6).

A hipótese da percepção de mídia hostil ainda levanta outro aspecto curioso. Até mesmo quando a mídia se coloca claramente favorável ao partidário, a desconfiança não se anula, podendo ser vista como menos positiva ou menos favorável à sua posição em relação aos oponentes. Gunther & Chia (2001) atribuem o nome de HMP relativo a esse fenômeno. “O preconceito não desaparece completamente, mas apenas se torna relativo” (TSFATI, COHEN, 2012, p. 6).

Os autores, Tsfati e Cohen (2012), explicam que dentro dos estudos de HMP que, embora o envolvimento esteja relacionado à atitude extrema, não há necessariamente uma correlação. Há uma série de razões pelas quais alguém pode estar envolvido com um tema. Pode ocorrer por relevância pessoal em suas vidas, ou relevância devido aos resultados, como o aumento de mensalidades que está em vias de ocorrer em uma universidade.

Um terceiro tipo de envolvimento tem relação com valores, como seria o caso de uma pessoa que se mantém opositora ao aborto por estar alinhada a uma crença religiosa. Um último tipo de envolvimento seria o do ego, como o caso de alguém que se identifica

fortemente a um grupo - “filiação partidária, nacionalidade, grupo étnico” (GOMES, 2016, p.8) a tal ponto que o autoconceito seria comprometido com a mudança de atitude.

Nesse aspecto Gomes (2016) aborda que a biografia sobre o assunto nos EUA fala sobre o “mito da mídia liberal”, no qual republicanos e conservadores costumam desconfiar mais da impressão, que teria inclinações democratas e liberais (LEE, 2005). Já no Brasil havia uma crença de certa forma “pacificada” de que a grande mídia era de direita e, portanto, adversária dos posicionamentos progressistas de esquerda. Após as eleições de 2014, essa percepção se tornou mais nebulosa.

Foi notável como grupos muito diferentes entre si, como conservadores religiosos, ultradireitistas e a esquerda tradicional, alternavam-se na enunciação de que os grandes jornais brasileiros assumiram uma posição acintosamente favorável aos seus adversários (GOMES, 2016, p. 9).

Outro fator que é considerado no HMP é o grau de influência e poder que as pessoas atribuem à mídia e a seu conteúdo

A percepção de que a mídia é hostil torna-se crucial, especialmente se alguém acredita que a mídia é poderosa. Os indivíduos podem pensar que, se a mídia tiver pouca influência sobre o que os outros pensam, pode ser desagradável que eles discordem, mas se eles são poderosos agentes de influência sobre os outros, então suas mensagens de oposição representam um problema social mais sério (TSFATI, COHEN, 2012, p. 4).

Davison (1983) identificou que os indivíduos atribuem maior poder à mídia sobre os outros do que sobre si mesmas, uma espécie de preconceito original conhecido como hipótese Percepção de Terceira Pessoa (Third-Person Perception - TPP), sugerido por W. Phillips Davidson no artigo “The Third Person Effect in Communication” (1983). Esta descoberta foi replicada em inúmeros estudos de diversas áreas (comunicação em saúde, mediação parental de conteúdo televisivo violento, até reação do público ao pânico da mídia.

Muitos estudiosos acreditam que o TPP seria uma motivação para ver a si mesmo positivamente (GUNTHER, PERLOFF, & TSFATI, 2008; TAL - OR & TSFATI, 2007). Essa percepção se dá porque o TPP parece desaparecer ou mesmo se reverter quando se analisa o efeito positivo da mídia. Tsfati e Cohen dão o exemplo das campanhas da mídia que procuram influenciar a abstenção de consumo alcoólico antes de dirigir. Nesse caso, os

indivíduos tendem a acreditar que são “pelo menos tão influenciados quanto os outros, se não mais” (TSFATI, COHEN, 2012, p. 10).

Tsfati e Cohen (2012) acreditam que de fato há uma correlação entre confiança, hostilidade e influência, ainda que um tanto irracionais e pelo menos parcialmente defensivas pelo ego. As pessoas consideram o que sabem sobre o mundo quando avaliam a mídia e seu impacto, e aquelas mais preocupadas com determinado tópico tendem a ser mais defensivas quanto a cobertura da mídia sobre aquele tópico, em geral a interpretando como hostil e influente, aumentando a desconfiança na mídia. Além disso, como já visto, esse grupo de indivíduos percebem que a mídia noticiosa exerce influência negativa sobre os outros, ou seja, há uma periculosidade a ser combatida.

Outra análise dos autores é que a confiança na mídia, as percepções da mídia hostil e as percepções do impacto da mídia têm consequências no mundo real quando relacionadas à confiança democrática mais geral.

A confiança na mídia estava relacionada à confiança na democracia (Tsfati & Cohen, 2005a); as percepções hostis da mídia estavam relacionadas à alienação de minorias (Tsfati, 2007); e a percepção da influência da mídia estava relacionada às intenções de usar a força para frustrar as decisões democráticas (Tsfati & Cohen, 2005a). Um crescente corpo de literatura em pesquisa de comunicação está preocupado com a possibilidade de que a cobertura noticiosa sensacionalista, estratégica e cínica da vida política (que se tornou cada vez mais comercial, personalizada e negativa) esteja criando maior cinismo e apatia entre os eleitores (Cappella & Jamieson, 1997; Norris, 2001), expresso em níveis decrescentes de participação política (Ansolabehere & Iyengar, 1997) (TSFATI, COHEN, 2012, p. 13).

Os estudos levam a crer também, ainda segundo os autores, que os efeitos acima mencionados não requerem exposição frequente às notícias, e estariam em verdade mais relacionados aos conhecimentos ou crenças sobre os textos e instituições de mídia.

Para efeito de conhecer o território científico desse conceito, fizemos uma revisão bibliográfica. É importante mostrar que a hipótese da Percepção de Mídia Hostil é um conceito ainda pouco desenvolvido em estudos de Comunicação no Brasil e também em língua portuguesa. Isso ajuda a dimensionar um pouco da dificuldade da pesquisa em levantar alguns dados. Também o tanto que a ciência brasileira utiliza - ou não - o conceito em pesquisas. Ressaltamos, que o problema e objetivos deste trabalho trabalham as noções de Gatewatching e hipótese da Percepção de Mídia Hostil de modo central, na análise. Desta forma, entendemos como necessário esse breve panorama do conhecimento criado sobre

hipótese de Percepção de Mídia Hostil. Para tanto, a revisão bibliográfica a seguir serve para que o leitor tenha dimensão de como e quais as pesquisas já se utilizaram desse conceito. Isso também ajuda o leitor a perceber em que cenário do conhecimento se insere o presente trabalho.

É importante frisar que a hipótese Percepção de Mídia Hostil é um conceito tido como hipótese e não como uma teoria. O efeito disso está no nível autoridade e de evidência do conceito para análises. O mesmo fenômeno acontece com Agenda Setting, Agendamento, ora entendida como hipótese, ora como teoria.

Utilizamos como critério para identificação das ocorrências em inglês para a palavra-chave Hostile Media Perception (HMP) as buscas no Directory of Open Access Journals (DOAJ), que lista artigos indexados de diversas línguas nessa base aberta, uma das maiores em congregar periódicos científicos. Foram identificados 21 resultados, em 04/10/2020, sendo que apenas os listados abaixo se aproximam da proposta deste trabalho.

Quadro 1 - Revisão Bibliográfica DOAJ

Revisão Bibliográfica DOAJ com palavra-chave Hostile Media Perception (HMP)		
Autor	Ano	Título
VALLONE, R., ROSS, L. e LEPPER, M	1985	The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre
GINER-SOROLLA, R e CHAIKEN, S	1994	The Causes of Hostile Media Judgments
WEI, R.; CHIA, S; LO, V	2011	Third-person Effect and Hostile Media Perception Influences on Voter Attitudes toward Polls in the 2008 U.S. Presidential Election
TSFATI, Y. e COHEN, J	2013	The Third - Person Effect, Trust in Media, and Hostile Media Perceptions
CHUNG, M., MUNNO, G., e MORITZ, B	2015	Triggering participation: Exploring the effects of third-person and hostile media perceptions on online participation
PERLOFF, R	2015	A Three-Decade Retrospective on the Hostile Media Effect
GOMES, Wilson	2016	Por que a mídia é tão parcial e adversária da minha posição? A hipótese da 'hostile media perception'.

Fonte: elaborado pelo autor

A busca na plataforma de artigos DOAJ foi feita com palavra-chave em inglês e, mesmo assim, teve um resultado em português (Gomes, 2016), além de um conceito acessório de The Third - Person Effect, conforme quadro.

Em busca de referências brasileiras ou mesmo em língua portuguesa, fizemos levantamentos com a palavra-chave em português, Percepção de Mídia Hostil (PMH), e não obtivemos qualquer resultado na plataforma de artigos DOAJ.

No entanto, resultados na base Google Acadêmico utilizando a palavra-chave, Percepção de Mídia Hostil (PMH), na mesma data, em 04/10/2020, geraram mais referências científicas, sendo compiladas no quadro a seguir:

Quadro 2 - Revisão Bibliográfica Google Acadêmico

Revisão Bibliográfica Google Acadêmico com palavra-chave Percepção de Mídia Hostil (PMH)		
Autor	Ano	Título
SAMPAIO, Rafael Cardoso	2011	"Jornal Nacional e Percepção de mídia hostil: Um estudo da presunção de internautas no YouTube."
GOMES, Wilson, e BARROS, Samuel	2014	"Influência da mídia, distância moral e desacordos sociais: um teste do efeito de terceira pessoa."
QUEIROZ, Caio C.	2015	"A hipótese de terceira pessoa: entre os blogueiros sujos e a imprensa tradicional."
GOMES, Wilson	2016	"Por que a mídia é tão parcial e adversária da minha posição? A hipótese da" hostile media perception"."
SHUEN, LI-CHANG, ZEFINHA BENTIVI.	2018	"A opinião pública duvida da opinião publicada."
E LI-CHANG, SHUEN, ZEFINHA BENTIVI	2018	"A opinião pública duvida da opinião publicada: reflexões sobre a mídia e as eleições para o governo do Maranhão em 2018."
DALMONTE, Edson, e QUEIROZ, Caio Cardoso de	2018	"As canetas corretoras e o jornalismo em tempos de redes sociais."
GOMES, Victor Lima	2019	"A mídia contra nós: como o partidarismo altera a percepção de notícias."
DIBAI, Priscilla	2019	Media Effects: o impacto do partidarismo na percepção de mídia sobre Lula e Bolsonaro.

Fonte: elaborado pelo autor

A maioria dos resultados é de artigos em congressos e revistas científicas. Há, no entanto, ocorrência de uma monografia com o tema na região do DF, em curso de especialização de Revisão de Textos (e não na área de Comunicação), produzida por Borges (2016). Mencionaremos essa ocorrência na próxima seção. Conforme Quadro 2, notamos que a produção científica em língua portuguesa sobre a hipótese da Percepção de Mídia Hostil é bem recente e data da década de 2010 até os dias atuais.

Caneta Desmanipuladora

A Caneta Desmanipuladora surge no contexto de tribulação política do impeachment de Dilma Rousseff (admissibilidade do impeachment em abril de 2016, afastamento e processo em maio de 2016 e cassação do mandato em agosto de 2016), além de denúncias da operação Lava Jato que já ocorriam há 2 anos (2014) e influenciavam muito a pauta da grande mídia (CALLADO, CARDINS, 2017).

Amaral (2018, p. 2-3) recupera como foi o início da Caneta Desmanipuladora:

A Caneta Desmanipuladora¹ foi criada em maio de 2016, pela artista plástica Ana Karenina Rieehl (25) e o jornalista Rafael Caliri (26). Um dia, cansada de discutir em casa com a família sobre política, Ana resolveu pegar o jornal que chegava pela manhã e alterar a manchete (FIG. 1), deixando a versão “editada” para a família ler². Em seguida fez o que milhares de pessoas fazem, todos os dias, no mundo inteiro: enviou uma foto para um amigo. A foto ia com a legenda “Resolvi usar a caneta desmanipuladora”, e Caliri postou no seu perfil pessoal no Facebook.

[...]

Segundo Anna Karenina, a repercussão foi enorme (432 curtidas e 239 compartilhamentos), e no mesmo dia a página foi criada. “A estética foi debatida rapidamente, a linha editorial acertada e o resto foi acontecendo”. Estava no ar uma página que se propõe a expor, nas redes sociais, notícias da mídia impressa ou online que teriam sido manipuladas para atenuar ou mascarar uma situação e reescrever, de forma supostamente isenta, as manchetes e textos, quase todos de caráter político. Nas informações sobre a página, apenas uma frase: “Traduzindo o midiês”. A aceitação imediata da página - só nos primeiros três meses foram quase 180 mil curtidas e milhares de compartilhamentos - criou desdobramentos: primeiro, um grupo de debates que sugere pautas, manchetes e alterações, chamado “Caneta Desmanipuladora - O Rascunho”. Além disso, em uma reação quase que imediata, surgiu

também, na web, a página Caneta Desesquerdizadora, em franca oposição política à Caneta Desmanipuladora (AMARAL, 2018, p. 2-3)

Em entrevista à Agência Lupa, em 04/09/2016, os fundadores da Caneta Desmanipuladora disseram como começou a página. Ana Karenina⁵ relata que:

“Minha mãe assinava O Globo e tinha uma pilha de jornal acumulada em casa. Um dia cheguei virada de uma noitada e olhei uma manchete muito absurda e, como já trabalho com o conceito de micro performance - que são pequenas intervenções do dia a dia que não necessariamente precisam repercutir dramaticamente -, resolvi mudar a manchete. Era uma coisa que todo mundo já tinha feito, que já tinha visto em outros lugares, e me dava vontade de fazer em todos os jornais. Aí eu fiz, mexi na manchete toda.

“Tenho muita divergência política com minha mãe, com quem eu moro. Eu estava meio cansada dessa falta de diálogo que existe hoje em dia, por causa da polarização política que a gente teve. E aí pensei que, talvez, fazendo como se fosse uma piada, ela conseguisse se tocar de algumas coisas que para mim eram muito óbvias: a mentira, o conflituoso. Mas que quando eu chegava para explicar o que estava acontecendo, ela tinha um olhar assim: ‘Filha, você acha que sabe tudo’”, Ana Karenina. (LEÃO, 2016, p. 1)

No artigo “Como uma notícia é manipulada”, o outro fundador da Caneta Desmanipuladora, Rafael Caliari⁶, enumera 5 elementos condicionantes do Jornalismo e seu *modus operandi* de produção de notícias (Newsmaking). Essas condicionantes são importantes porque elas manipulam a informação, segundo o autor, que, por meio da Caneta Desmanipuladora, tenta desmanipular essa mesma informação:

1. Olhar homogêneo

“Se você entra em uma redação grande, você vai ver a uniformidade das pessoas que constroem as narrativas de massas. São pessoas que se formaram nos mesmos lugares, moram em bairros muito próximos, têm uma história de vida muito próxima e são responsáveis por criar as notícias

⁵ Ana Karenina - Técnica em Química, largou os laboratórios pelas aulas de Artes Cênicas na Unirio. É atriz, performer, maquiadora profissional e DJ de rock e música brasileira. Com a Caneta Desmanipuladora tem pensado em cursar Jornalismo. Assustou a mãe com a notícia, que só quer que ela termine logo a faculdade atual, que já cursa há seis anos e meio. É moradora do Méier, na cidade do Rio de Janeiro. (LEÃO, 2016, p. 1)

⁶ Rafael Caliari - Jornalista, estudou Geografia, Relações Internacionais e Comunicação Social, mas não concluiu nenhum. Foi repórter do RJTV, telejornal da Rede Globo e atualmente trabalha com comunicação digital. Vive na Tijuca, bairro do Rio de Janeiro. Sonha em fazer jornalismo em zonas de conflitos. (LEÃO, 2016, p. 1)

que vão informar toda a população. Todo cérebro já é uma edição, você escolhe o que quer ver, ouvir, então as pessoas são, por todo esse contexto, etnograficamente feitas para descrever uma certa coisa de uma certa maneira.”

2. Notícia de cativo

“A notícia é criada em cativo, as pessoas estão numa redação, entrevistando pelo telefone, tentando chegar ao mundo. Quando eu trabalhava em redação, tive uma série de pautas que eram só sobre coisas periféricas. Aqui no Rio de Janeiro eu tive uma dificuldade muito grande de conseguir que liberassem pra mim carro e operador de câmera porque a pauta era muito longe e por isso demandaria muito tempo, que seria usado para fazer pelo menos quatro outras matérias próximas ao centro. Então, há uma dificuldade, por questão do modelo de negócio, de se retratar microrregiões e só chega o que o jornalista consegue apurar pelo telefone... falta lama no tênis, saca?”

3. Editor caça-cliques

“Há alguns dias, uma jornalista da Folha de S. Paulo escreveu duas matérias, publicadas no mesmo dia, em que uma contradizia a outra sobre a questão de Previdência. Na primeira ela dizia que a aposentadoria muito cedo - e consequentemente os aposentados - estragavam a economia. Na outra, que as pessoas de mais de 50 anos não conseguiam encontrar emprego e eram compulsoriamente demitidos pelas empresas, tornando-se aposentados. Os entrevistados eram repetidos e havia o mesmo gráfico na matéria. Claramente quem conhece a redação de um texto jornalístico sabe que aquela foi uma pauta apurada que se desmembrou em duas. Quem tem vivência na redação, sabe que provavelmente tem dedo da chefia na separação dessa matéria, na construção dessas manchetes, provavelmente distribuídos para diferentes públicos e para ganhar mais cliques e publicidade.”

4. Informação hegemônica

“Eu nunca comprei a Veja, mas eu sei todas as capas da Veja dos últimos três anos porque elas são postadas como meme, estão no meu cotidiano, a revista é transmídia. Então como a gente briga com a hegemonia da comunicação que está em 98% dos lares brasileiros com televisão e em 100% das bancas de jornal e pontos de distribuição de publicações?” (LEÃO, 2016, p. 1)

Caliari faz uma diferenciação entre a Caneta Desmanipuladora e o Jornalismo, ao evocar que eles possuem um lado de ativismo (Karenine) e de militância (Caliari). É

importante notar que o fundador da fanpage diz que ele tem um perfil mais militante e institucionalizado no sistema sindical, político-partidário.

A *Caneta* não é totalmente jornalismo. A *Caneta* é um reflexo da nossa militância, do nosso ativismo. Está dentro, como outras coisas que eu criei na minha vida, do tempo de lazer que eu, fora do meu período profissional, dou para o que eu considero que seja um ideal. Isso para mim é ser militante. Porque eu tenho dirigente, eu sigo uma linha política, eu sigo indicações. Não que a *Caneta* siga indicações de ninguém acima. Mas para mim são passadas diretrizes que são tiradas coletivamente, eu concordo com essas diretrizes, porque faço parte de grupos maiores do que eu como a CUT ou como o Partido dos Trabalhadores, e a *Caneta* é um dos meios por onde eu dou vazão ao que eu acredito, e que é decidido coletivamente. Por mais que ainda tenha um filtro para que não seja um canal partidário ou sindical. Há que ter essa dualidade com a Ana para que eu não deixe a minha militância engessar algo que é maior até do que essas lutas. A *Caneta* é um instrumento dessas lutas, mas não é engessada como instrumento dentro dessas lutas.

Eu me intitulava editor-chefe da *Caneta* - não me intitulo mais - porque eu estava apresentando muito a *Caneta* enquanto *case*, e fazendo estudos em cima da *Caneta*, e aí era bom ter para fazer essa relação; e para as pessoas me acharem. Depois eu tirei isso só para ter um pouco de paz (risos).

E a gente também checa fontes, faz todo o processo necessário para o jornalismo. A gente vai atrás das fontes, eu cansei de pegar o telefone e ligar para colega, cansei de mandar mensagem para órgão público para confirmar fala. Então para mim é jornalismo porque tem práticas jornalísticas ali dentro. (AMARAL, 2019, p. 137)

A comunidade de comentaristas *Caneta Desmanipuladora* já foi acusada na internet de ser “uma grande equipe de comunicação, organizada em turnos para cobrir demanda 24 horas, uma agência de publicidade paga pelo PT, um robô, vários robôs” (LEÃO, 2016, p. 1), conforme relatou Rafael Caliari em entrevista à Agência Lupa.

A *Caneta Desmanipuladora* se define como “Ferramenta para desmanipulação de narrativas da imprensa presente em várias redes sociais” (LEÃO, 2016, p. 1).

O Rascunho se descreve como um grupo de análise do discurso, ou seja, análise de intenções discursivas de interlocutores. Ele é um grupo de pauteiros que trabalham em mutirão selecionando notícias para a curadoria. Metaforicamente, se a *Caneta Desmanipuladora* é o veículo jornalístico, O Rascunho é a redação. É lá que estão os colaboradores da fanpage e onde nascem as pautas. Toda a curadoria de notícias tem seu coração na comunidade de comentadores: O Rascunho. Para viabilizar o projeto, a fanpage utiliza o site padrim para angariar recursos.

O Rascunho

Grupo para análise de discurso e debates em geral sobre as manipulações midiáticas.

Vamos ao óbvio, mas:

Não pode racismo,

Não pode machismo,

Não pode pedofilia,

Não pode incitar a violência

Não pode linguagem obscena,

Não pode discurso de ódio,

Não pode foto de lapiseira. (PADRIM, 2020, p. 1)

O financiamento da fanpage não é tão consolidado para ter uma equipe de trabalho grande. Isso se relaciona diretamente com o que os fundadores alegam como falta de tempo. Interessante trazer à tona que a equipe já foi convidada para endossar discursos políticos-partidários em campanhas eleitorais. E recursaram convites. Além de convites para publicações pagas na web.

Não, inclusive gastamos bastante dinheiro com pacotes 3G pré-pagos para manter as atualizações e vez ou outra dar um furo, além de enviar e reenviar diversas vezes imagens até aprovação e debater o lead que sempre acompanha as imagens. Recusamos todos os convites feitos para participar de campanhas (inclusive de prefeitos de grandes capitais) e propostas de sites e blogs de publicação paga. (AMARAL, 2019, p. 124-125)

A página de sugestão de pautas, posts, chamada Caneta Manipuladora - O Rascunho, foi criada 1 mês depois do perfil original, 16 de junho de 2016. O grupo teve 2 novas publicações na data desta consulta, 13/11/2020, 85 novas publicações no mês anterior a este (10/2020), além de ter 7.741 membros no total. A página é de acesso restrito. Solicitamos acesso para investigar aspectos pertinentes desta apuração, mas não foi liberado até o fechamento da amostra. No entanto, percebe-se que o público tem contribuído ativamente, mas a página oficial teve declínio na frequência de publicações, a partir da pandemia da covid-19 (inclusive com postagens que estão fora da amostra deste trabalho). Todas as postagens possuem uma chamada de recrutamento de talentos e de apoiadores para financiamento do projeto, produção e divulgação de conteúdo: “Quer ajudar a Caneta a ter atualização constante e até expandir para outros formatos? Considere ser um padrinho!”

(PADRIM, 2020, p. 1)⁷. Há planos de adesão para financiamento de R\$ 1,00 (17 padrinhos e madrinhas), R\$ 5,00 (17 apoiadores), R\$ 10,00 (18 apoiadores), R\$ 25,00 (6 apoiadores), R\$ 60,00 (sem apoiadores) e R\$ 100,00 (sem apoiadores). O site de financiamento é o Padrim, com chamada de entrada sendo:

Seja um assinante ou patrocine a Caneta com sua marca. A Caneta hoje tem milhões de acessos semanais no facebook, twitter, telegram e instagram. Somos reconhecidamente o maior observatório de grande mídia com alcance de massa da internet brasileira. Recebemos convites de diversos estados do país para palestras em universidades. Somos alvo de estudos que vão de escolas públicas de ensino fundamental até teses de doutorado.

O sistema de assinatura nos permitirá ter fundos para investir em formatos que tanto nos pedem. Poderemos comprar equipamentos para fazer videos, construir plataformas independentes do facebook, custear reportagens, fotografos, um arquivo das criações para auxiliar estudos acadêmicos sobre o tema entre tantas outras coisas. Queremos também custear nosso deslocamento para atender pedidos de professores que nos pedem ajuda no ensino em suas escolas e universidades, mas não tem como custear nossa viagem.

Recusamos todos os convites de postagem patrocinada que recebemos, assim como convites para atuar em candidaturas e partidos. Queremos manter nossa independência editorial, mas precisamos de dinheiro para manter e expandir a atuação da Caneta.

Se você não quer que este trabalho acabe, seja um assinante ou patrocinador da Caneta Desmanipuladora. (PADRIM, 2020, p. 1)

Sobre o projeto Padrim, Karenine diz: “A gente consegue pagar a internet com ele. Cem reais por mês, que tem rendido, mais ou menos. É um pouco difícil manter (a página).” (AMARAL, 2019, p. 129). E emenda:

... a ideia era uma periodicidade mais constante. Nós tínhamos, lá, um objetivo maior de criar um veículo, mesmo, fazer um portal e começar a criar notícias. Fazer jornalismo mesmo. Só que isso esbarra em muitas questões, muitas mesmo. Então foi ficando para trás (AMARAL, 2019, p. 129).

Muitas iniciativas da Caneta Manipuladora foram abandonadas ao longo do tempo: os vídeos, por exemplo: “É, não deu muito certo. Ia demorar um tempo de roteiro, e (falta de) grana, e edição. A gente pensou: “se um dia a gente tiver dinheiro, a gente faz”. Temos

⁷ <https://www.padrim.com.br/canetadesmanipuladora>

várias ideias: vídeo, *podcast*; mas a gente esbarra sempre na questão de tempo e dinheiro” (AMARAL, 2019, p. 129).

Rafael Caliri sobre ações que deram certo e errado na fanpage:

Nós tentamos algumas coisas diferentes. Algumas deram mais certo do que outras. O grupo da *Caneta (o Rascunho)* dá certo, apesar de ser um grupo bem pequeno, só que falha no fator humano de mão de obra para fazer curadoria. A gente chegou num ponto na trajetória em que percebeu que todas as páginas de sucesso eram páginas de curadoria; não eram página de produção. E isso você pode ver hoje com as páginas dentro do condomínio do MBL, por exemplo. As pessoas têm grupos onde populares entendem qual é a estética, qual é o caminho dessa produção de conteúdo, é feita essa produção e aí você tem uma equipe de filtragem e curadoria desse conteúdo. Infelizmente, pelo tocante da vida, eu, a Ana, e o pessoal que estava com a gente, não conseguimos dar a atenção que o grupo merecia para fazer essa curadoria. Se a gente tivesse feito direito, a gente teria um grupo muito maior e muito mais rotativo de sugestão de pauta (AMARAL, 2019, p. 134).

A curadoria teve uma fase que funcionou bem, mas acabou se perdendo pela falta de tempo dos fundadores de acompanhar as publicações, já que sempre exerceram trabalhos remunerados, além da fanpage da *Caneta Desmanipuladora*.

A fanpage sempre teve problemas de se monetizar. Iniciativas de crowdfunding como *Estojo* e *Padrim* foram projetos que visavam financiamento coletivo:

O Estojo foi uma tentativa para incentivar o autofinanciamento da *Caneta*. Era um grupo só para contribuintes da *Caneta*. Criado junto ao *Padrim*. uma das coisas (recompensas) era: se você fosse doador, você era inserido no grupo. Só que as pessoas que começaram a doar para *Caneta*, e eram incluídas nesse grupo, não queriam interagir entre si. E gente não antecipou esse comportamento. A gente achou que seriam pessoas parecidas, ou que tivessem interesses em comum e discutiriam isso. Então mesmo tentando incentivar discussões entre essas pessoas, apesar de serem poucas também, as pessoas não queriam interagir entre si. Elas estavam mais interessadas no objeto *Caneta*, na página, do que em interagir, debater o conteúdo. Era como se fosse uma relação de consumidores: estavam pagando para que a gente mantivesse aquela produção, e não para serem inseridas em uma comunidade. Nós imaginamos um grupo como comunidade, mas o que a gente estava vendo era um serviço. Então não funcionou (AMARAL, 2019, p. 135)

Karenine define como é a dinâmica editorial da Caneta Desmanipuladora passando pela produção de pautas, análise de narrativas. Interessante observar que ela qualifica O Rascunho como um observatório de mídia.

Lemos todos os dias os veículos da grande mídia e selecionamos o que mais salta aos olhos. Separamos e enviamos um para o outro. Debates o que tem relevância, apuramos o que tem que apurar, confrontamos as ideias, propomos a desmanipulação e editamos até a aprovação mútua. Quem se sentir mais confortável com o tema escreve o lead, que passa pelo mesmo processo. Se o assunto for técnico, de uma área que não dominamos ou que tenha algum pondo de dúvida, entramos em contato com alguém da área para esclarecer.

Com o fluxo intenso de gente querendo participar (a estética foi pensada para ser fácil e funcionar como uma ferramenta que qualquer um possa se apropriar), criamos mecanismos participativos. Recebemos sugestão por todos os canais (Twitter, inbox, comentários, tags, instagram), mas os que quiserem aprender como usar melhor a ferramenta, podem entrar no grupo de debates sobre análise de narrativa e observatório de mídia chamado O Rascunho. O link é enviado automaticamente para todos que entram em contato com a página e fica também em um post fixado na página do facebook. (AMARAL, 2019, p. 124-125)

É importante frisarmos que há grande diferença entre a discussão aberta do público sobre pautas jornalísticas, em comunidade de comentadores e curadoria de notícia (BRUNS, 2011), e o aspecto mais formal do que seria um Observatório de Mídia. Christofolletti é um autor muito conhecido em ética jornalística e tem vínculos com a Rede Nacional de Observatórios da Imprensa - RENOI, além de coordenador da OBJHETHOS. O autor define o que é um observatório de mídia:

É uma instância que analisa os meios de comunicação, que faz uma leitura crítica da mídia. Um grupo de profissionais pode constituir um observatório, como é o caso do mais famoso no Brasil: o Observatório da Imprensa. Professores, pesquisadores e estudantes de Comunicação podem também fazer esse trabalho e constituir um observatório, como é o Monitor de Mídia ou o Canal da Imprensa. Mas cidadãos comuns e organizados também podem fazer isso, como ONGs também. É o caso da Andi, que foca a sua análise na cobertura de assuntos que interessem e promovam os direitos da criança e do adolescente. Podem mudar as metodologias de análise, os alcances, os formatos e as linhas editoriais, mas os observatórios de imprensa têm sempre algo em comum: ler a mídia de forma crítica, apontando deslizes, ressaltando coisas positivas e contribuindo para o seu aperfeiçoamento. (CARVALHO, 2006, p. 1)

É importante frisar que existe boa sinergia entre os fundadores, mas também algumas diferenças. É interessante notar como os fundadores se relacionam com tarefas e

trabalhos profissionais em comunicação. Ana Karenine, por exemplo, não é formada em jornalismo, mas trabalha com comunicação. E se admira da Caneta Desmanipuladora ser, inclusive, objeto de estudo de acadêmicos:

[...] eu trabalho em comunicação hoje em dia muito por causa disso. Eu coordenei uma campanha para deputado estadual [2016], eu trabalhei na campanha do Haddad [2018] dentro do PT, enfim trabalho de comunicação mesmo. Eu fui para o Encontro Latino-Americano de Feminismos na Argentina para falar sobre comunicação. É muito doido, porque a prática foi me dando um aval muito forte nesse sentido. Em termos gerais, para mim, (a *Caneta Desmanipuladora*) trouxe um mundo novo e que até hoje eu penso: “Cara, por que as pessoas querem me ouvir, eu nem fiz jornalismo?”. Ao mesmo tempo, até em termos acadêmicos, para minha área, tem feito bastante diferença. (AMARAL, 2019, p. 130)

Já no contexto do Jornalismo, poderíamos pensar que a crítica a aspectos da cobertura midiática pudesse ser reserva da Crítica de Mídia institucionalizada, onde os próprios jornalistas e pessoas habilitadas discutem os rumos de coberturas e noticiários. No caso da comunidade de comentadores que faz críticas ao jornalismo por meio da curadoria de notícias, Ana Karenina revela questões importantes que criam pontes entre a política e a mídia: o midiativismo. Ela se posiciona assim, em entrevista. E essa postura nos ajudará a embasar algumas pistas sobre o perfil crítico da fanpage):

Eu sou ativista há muitos anos, deixa eu ver: tenho 27 anos... De ativismo eu tenho uns 15 anos. Comecei cedo (risos). Mas como midiativista eu comecei com a Caneta. Daí eu logo fui para o OcupaMinc [2017] e fiquei morando lá três meses. Fiquei nos GTs de articulação política e de comunicação, e lá eu fui me informando, absorvendo. Também fui lendo outras coisas. Como já era graduanda, já tinha interesse acadêmico, e fui pesquisado outras coisas. Fui lendo muito, conversando muito, conversei muito com o pessoal do *Intercept*, do Greenwald, até com o pessoal da *Mídia Ninja*, lá no começo. O pessoal do *Jornalistas Livres*, cheguei a escrever para eles uma época. Enfim, fui entendendo o que que era isso de midiativismo. Porque tinha uma questão, na época, de definição, uma coisa meio: “ah, você jornalista?”. E eu não sou jornalista. Não posso me denominar jornalista. Eu posso até escrever porque como sou do campo de “comunicação”, de certa forma, das Artes Cênicas, eu até me sinto hábil para escrever sobre algumas coisas, mas não me sinto hábil para fazer uma reportagem. Eu não sou jornalista, não tenho essa formação, independentemente de ela ser acadêmica ou não. Eu não me vejo jornalista, porque não tenho formação jornalística, nem acadêmica nem prática. Mas comunicação é um pouco diferente. (AMARAL, 2019, p. 130)

Importante notar que Ana Karenine se define como ativista e, mais que isso, uma midiativista. Também se coloca fora do escopo de uma jornalista profissional, mas se insere como pertencente ao campo da comunicação, evocando sua ligação com artes cênicas. Interessante notar que essa ligação nos dá a interpretação de que esse aspecto midiativista e comunicacional não evoque em si técnicas ou o ideário jornalístico de liberdade de imprensa, mas evoque algo mais amplo como o ideário de liberdade de expressão.

Não podemos pegar uma fala de uma entrevistada e tomar aquilo como base para diversos posicionamentos, pois, como cientistas sociais, reconhecemos que as pessoas podem mudar, ora pensar de um jeito, ora pensar de outro. No entanto, para esta pesquisa, não obtemos muitos dados que pudessem revelar a personalidade, trajetória e a visão de mundo dos fundadores da Caneta Desmanipuladora. Mas, por acharmos dados reveladores, que possam dar pistas e tendências de contextos, trazemos tais dados de entrevistas à tona. Também importante colocar que essas entrevistas foram fruto de pesquisas acadêmicas, como Amaral (2019).

Amaral (2019) entrevistou os fundadores da Caneta Desmanipuladora para elaboração de projeto de sua pesquisa, em 2016. Inicialmente a entrevista foi feita somente com Rafael Caliari, em 09/09/2016, logo no início da fanpage, que só tinha quase 4 meses de funcionamento (23/05/2016 é a primeira publicação). Essas entrevistas geraram mais contexto histórico do objeto de estudo do que a entrevista à Agência Lupa, em Leão (2016).

Dois anos depois, em 2018, Amaral (2019) entrevistou Ana Karenina Rhiel e ainda Rafael Caliari, 19/12/2018, já com a fanpage consolidada e com grande audiência na internet. Vale enfatizarmos essas entrevistas, em 2016 e 2018, no intuito de fundamentar o que é a Caneta Desmanipuladora na visão de seus fundadores.

Bruns (2011, p. 124) já dizia que a comunidade de comentadores não produz a notícia em si, mas se utiliza dela para produzir leituras diferentes das realizadas pela mídia e pelo jornalismo. E o instrumento para isso é a curadoria de notícias: “realizados em grande escala [...] estes esforços coletivos podem resultar em formas de cobertura noticiosa que são tão abrangentes como aquelas conseguidas pela indústria jornalística”. No entanto, fazer curadoria de notícias é diferente de se produzir notícias. Nesse meandro,

os critérios de objetividade também podem ser abolidos (neutralidade, imparcialidade, impessoalidade), pois a curadoria de notícias não é jornalismo em si. Pode ser, inclusive, entendida como curadoria de conteúdo, um nome muito usado em plataformas digitais a partir da perspectiva de Marketing de Conteúdo, uma modalidade de Marketing Digital. Sendo assim, afinal, a Caneta Desmanipuladora é ou não é jornalismo? Ana Karenine já pontou sobre essa questão que

É por isso que eu gosto de usar o termo midiativista, porque eu acho que fica nesse meio-campo, nessa linha meio híbrida, do caminho entre jornalismo e ativismo. Eu não consigo considerar um trabalho de jornalismo; a gente não cria pauta, a gente não investiga nada. Uma ou outra vez fazemos uma pauta mais investigativa, abrimos site de dados, IBGE, para poder ver.... quase uma checagem. Durante uma época até achamos que estávamos fazendo trabalho de *fact checking*, aí depois as agências de *fact checking* explodiram e eu falei: “a gente até toca um pouco nisso de vez em quando, mas não tanto”. Não tem esse compromisso. Mas em alguns momentos havia essa necessidade. Então ao mesmo tempo em que não criamos pautas, não acho que seja um trabalho de jornalismo. E eu também não acredito que seja só ativismo, porque não estamos ali só expressando uma opinião ideológica. Inclusive, tentamos ter um pouco mais de cuidado, de entender... (Mas) em alguns momentos a gente se coloca mais, se coloca mesmo. Em outros, a gente tenta botar um ar mais progressista. Que não é, por exemplo, o que eu sou. Eu não sou uma militante progressista. Sou uma militante de esquerda, marxista, enfim, eu tenho um outro histórico. (AMARAL, 2019, p. 130)

A rigor, a questão do ativismo ou mesmo do midiativismo já coloca um pouco em xeque o perfil jornalístico clássico, baseado em critérios de objetividade (neutralidade, imparcialidade, impessoalidade). O midiativismo se vale das mídias como instrumento de ativismo (CÂMARA, BRAIGHI, 2018, p. 28).

Algumas definições em Câmara e Braighi (2018) em um artigo com uma proposta conceitual sobre midiativismo:

O “activism in media” evidencia-se quando se usam as tecnologias de informação como espaço de criação de conteúdo para promover mudanças. Além disso, trata-se das mudanças na representação midiática, servindo como divulgação dos pontos de vistas daqueles que foram silenciados pela grande mídia [...] o movimento da contracultura exemplo dessa forma de ativismo, já que procura questionar e combater a cultura dominante, atualmente impulsionada pelas novas tecnologias, que facilitam tal processo..

O “activism about media” pode ser considerado o movimento social em si, objetivando a reforma política da mídia. Além disso, a mídia pode ser um meio de conexão entre esses movimentos, com a participação efetiva nesses processos, e o fornecimento de informações, conteúdos e infraestruturas [...] o site Wikipédia como exemplo, já que permite a produção de conteúdo público online, em que todo internauta pode criar e editar informações que lhe são caras.

Já o “activism through media”, o que mais nos interessa e dialoga melhor com o tipo de midiativismo que visamos trabalhar, seria um processo de mobilização, que alude em como cada ativista usa as mídias de maneira diferente para atingir seus objetivos e servir aos seus movimentos (dos quais faz parte, efetivamente ou não), com ações que extrapolam as redes sociais digitais e ganham as ruas [...] as novas tecnologias de informação trouxeram para esse registro e produção de conteúdo, principalmente com os smartphones e o acesso à Internet e redes sociais digitais, independente do local, o que leva o usuário a praticar o midiativismo - ainda que não se considere um ativista. (CÂMARA, BRAIGHI, 2018, p. 31-32.

Ana Karenine diz que não é progressista, mas que é militante de esquerda, marxista. Esses territórios dentro de seu espectro político-ideológico passaram a não fazer mais sentido quando emergiu um grande antagonista da Caneta Desmanipuladora no ambiente da internet: a Caneta Desesquerdizadora⁸⁸. Percebe-se na visão de Ana Karenine que essas diferenças passaram a não serem levadas em conta em alguns contextos na internet.

O progressismo é um pouco mais amplo, não necessariamente toca no materialismo dialético histórico, não necessariamente vem com os paradigmas marxistas, gramscinianos, ele é um pouco mais amplo o campo. A gente tenta... Tentou bastante no início, depois veio a *Caneta Desesquerdizadora* e isso foi por água abaixo; a gente virou “de esquerda, absurdo”. Mas a gente sempre tentou se colocar como progressista. (AMARAL, 2019, p. 131)

Rafael Caliar, jornalista, um dos fundadores da fanpage, comenta com Amaral (2019) sobre a fórmula criada pela Caneta Desmanipuladora ter sido usada em um perfil antagônico a eles. Não cita a Caneta Desesquerdizadora, mas deixa subentendido:

Em algum momento (a Caneta) me deixou muito mal. Não querendo me comparar, mas só para ter uma proporção, eu me senti como Santos

⁸⁸ Em 13/11/2020, os números desses perfis são:

Caneta Desmanipuladora: 5.209 seguidores no Twitter; no 19.000 Instagram; e no 281.111 Facebook

Caneta Desesquerdizadora: 287.800 seguidores no Twitter; no 232.000 Instagram; e no 679.416 Facebook

Dumont vendo avião sendo usado na Segunda Guerra. Porque a gente queria que as pessoas se apropriassem da estética, só que a gente não anteviu a subversão daquela estética para propagação contrária, ou a criação de notícias falsas, ou os fenômenos de metamanipulações que viriam com isso. E isso me pegou como um cruzado de direita! Isso me deixou bem triste. Eu muitas vezes pensava: “caramba eu estou produzindo, mas eu estou produzindo e alimentando o inimigo, alimentando um monstro que eu não tenho como desmontar”. (AMARAL, 2019, p. 136)

Rafael Caliari é jornalista e chega a comentar sobre letramento midiático da população: “eu sempre falo que o ideal seria que a população inteira se formasse em Comunicação; como isso não é possível... - acaba enviesando um pouco os fatos em cima de versões” (AMARAL, 2019, p. 132).

Rafael Caliari também comenta em entrevista como sentiu na Caneta Desmanipuladora o surgimento da Caneta Desesquerdizadora. E comenta uma ideia de que a fanpage pudesse desmanipular notícias e promover a emancipação social. Na fala de Caliari aparece a componente progressista, já dita por Karenine, mas sendo comentada em relação ao partidarismo (e não ao midiativismo ou ativismo). É importante notar também que o fundador entende a fanpage como um marco na comunicação digital brasileira, além de ser um site notório na área de comunicação.

Também. Antes do cenário atual, que a gente está, da comunicação digital na briga política, mais de 70 Canetas ou variáveis apareceram pelo Brasil. No twitter, em diferentes mídias. Então você tinha desde uma torcida de futebol fazendo (uma página) para dizer que a mídia favorecia a outra, e outras páginas que foram surgindo. Aquilo a gente achou bacana. Achou bacana até quando surgiu um, “contraponto” - por que a Caneta sempre foi progressista, mas ela nunca foi partidária, e aí surge do nada um monstro ideológico partidário e que ataca frontalmente a gente....

Enfim, eu não tenho planos, fixos, mas eu sei que a Caneta nesse período vai ser importante. Porque toda vez que eu vou dar uma palestra, que vou dar um curso, e cito a Caneta como exemplo de uma iniciativa que deu certo, que se desenvolveu e que criou comunidades, é unânime, em qualquer lugar do Brasil, pessoas da área de comunicação que já ouviram falar, viram nascer ou viram crescer. E consideram uma frente importante, uma criação importante, ou até um marco dentro da comunicação digital. (AMARAL, 2019, p. 136)

A Caneta Desmanipuladora nasce sem expectativa inicial em termos de público ou mesmo de permanência no ar, como diz Karenine: “não havia expectativa sobre nada” (124-125). Sobre um suposto efeito ou influência sobre as pessoas, ela diz:

Não temos este dado, mas analisamos o feedback diverso. Temos fotos e relatos de todos os tipos. Desde uma professora de nono ano do ensino fundamental em uma escola pública que pediu autorização para utilizar nossas postagens em um trabalho e depois nos enviou imagens de uma exposição gigantesca no pátio e relatos ao lado das postagens sobre o entendimento dos alunos sobre a temática e a ferramenta, até professores doutores das principais escolas de comunicação que agradeceram o material que produzimos e nos convidaram para palestras. (AMARAL, 2019, p. 124-125)

A questão do partidarismo que aparece na fala anterior de Caliari é ampliada por Karenine ao comentar trabalhos remunerados em campanhas políticas, além de filiação partidária. Vale lembrar que o fundador, Caliari, na época da criação da fanpage trabalhava na Central Única de Trabalhadores, afirmando-se: “um jornalista da CUT” (AMARAL, 2019, p. 132).

Não [somos partidários]. Tanto que eu não sou do PT. Trabalhei no segundo turno, mas no primeiro turno no PSOL e sou filiada ao PSOL. E o Rafael ao PT. Inclusive ele nem sabe, acho que ele nem está sabendo; eu me filiei recentemente... Nossa, vai causar uma DR (risos). Mas enfim, eu acho que tem uma coisa ali que é meio híbrido, que é a luta pela comunicação, pelo direito à comunicação e contra a hegemonia na comunicação. Não pelo midialivismo. Porque tinha uma época que era: “ah, você é jornalista, você é midialivista, você é midiativista?”. Cara, eu sou midiativista. Sou uma ativista no meio das mídias e comunicações. (AMARAL, 2019, p. 131)

Caliari assume que ele e Karenine discordam muito, politicamente, mas que há um entendimento entre eles de que haveria a busca do equilíbrio nas publicações:

Não, esse é o ponto. Discordamos politicamente bastante entre nós. Desde o primeiro momento ficou acordado que qualquer conteúdo só seria publicado em consenso, assim um policiaria o outro de tender para um ou outro lado. (AMARAL, 2019, p. 124-125)

Karenine fala sobre divergências ideológicas entre ela e Caliari, mas também sobre a questão de ter começado a fanpage com ele e ter colocado - ou não - outros colaboradores inseridos no trabalho:

Sempre teve algumas questões. Nós nunca tivemos grana. Então fazer uma estrutura maior requeria uma atenção muito grande para Caneta, que a gente não estava podendo dar. Eu estava me formando na faculdade, no processo de entrar no mestrado, o Rafael estava fazendo a empresa dele, e a gente sempre teve um pouco de medo, também, da questão ideológica, que é muito clara ali, né? E eu e Rafael sempre tivemos um pouco de oposição ideológica; agora temos um pouco mais (risos). Então tivemos um pouco de receio. Chegamos a fazer um grupo no Facebook, um grupo pessoal, diferente do Rascunho, entre alguns amigos nossos que trabalham comunicação, mas acabou ficando eu e o Rafael, mesmo. (AMARAL, 2019, p. 128)

Além de midiativismo, já comentado. O conceito de midialivrismo também aparece. Ele diz respeito a um escopo de jornalistas que se dizem independentes e livres da grande mídia ou da mídia tradicional. Possuem um viés de veículos alternativos.

... o alternativo é tudo que se contrapõe ao modelo convencional, estabelecido, seja ele de esquerda ou de direita, o que vai variar de acordo com a conjuntura.

De todo modo, também não podemos cair na armadilha de associar a mídia alternativa sempre à postura de esquerda, de defesa dos fracos e oprimidos. Por mais que associemos normalmente a mídia alternativa a tal noção, já que, no Brasil, os regimes autoritários aos quais ela se contrapunha eram de direita, o alternativo nem sempre está associado a uma posição revolucionária de esquerda. (PARENTE, 2014, p. 8)

Malini e Antoun (2013) trazem a questão de que os midialivristas também atuam em ambientes digitais:

Os midialivristas são sujeitos aparelhados e interfaceados (em sites, blogs e perfis em redes sociais, etc.) que buscam, fora do modus operandi dos veículos de massa, produzir uma comunicação em rede que faz alimentar novos gostos, novas agendas informativas e novos públicos, alargando assim o espaço público midiático, porque consegue hackear a atenção de narrativas que antes se concentravam no circuito de mídia. O midialivrismo é tipicamente a manifestação de uma monstruosidade comunicacional: são desenvolvidos por uma “pessoa qualquer” ou por pequenos “coletivos” [...]. (MALINI; ANTOUN, 2013, p.15).

Malini e Antoun (2013) aparecem num interessante quadro de Leal e Cunha (2016) que sintetizava os conceitos de midiativismo, midialivrismo e ciberativismo. Compartilhamos com o leitor para esclarecimento e comparação desses conceitos:

Quadro 3: Peculiaridades dos conceitos de ativismo midiático

Midiativismo	Midialivrismo	Ciberativismo
Combinação de estratégias de comunicação alternativa às ações políticas desenvolvidas. (DOWNING, 2002, p.42). Expressão direta contra às estruturas de poder (AQUINO, 2009) Originalidade da intervenção, a singularidade dos mecanismos de luta e o radicalismo de suas ações, visando o efeito de poder. Suas ações se intensificam em períodos de tensão política ou como parte do anseio de expressar o descontentamento das massas. (DOWNING, 2002) Hibridação e transversalidade; apropriação tecnológica para mudança social; dar voz a quem não tem voz e uma alternativa consistente à mídia empresarial. (DA COSTA JUNIOR, 2008)	Mídias livres são herdeiras do midiativismo de massa, se constituindo a partir do momento em que as rádios comunitárias, imprensa sindical e organizações não-governamentais passaram a lutar diretamente pelo direito à comunicação. (MALINI e ANTOUN, 2013) Prática antagonista e alternativa ao modo de fazer comunicação empresarial. (MALINI e ANTOUN, 2013) “Hacker das narrativas”, que quando submetidas ao compartilhamento geram um ruído de visão múltipla, conflitiva e subjetiva dos fatos. (MALINI e ANTOUN, 2013) Presença na cobertura como um dos sujeitos do acontecimento e utilização da comunicação para mobilização, organização e expressão. (BENTES, 2013)	Apropriação da internet como um espaço para construção de ação política. (Aquino, 2009) “Militância virtual, prática através da qual os movimentos sociais utilizam a Internet como forma de pensar a função transgressora da comunicação, além de dar alcance global a uma causa, visando às transformações dessa hegemonia (AQUINO, 2009, p.53) Conceito que rompe com o próprio ativismo social numa versão hacker e comunitária. (MALINI e ANTOUN, 2013) Precisa estar alinhado a embates sociais concretos das instituições que organizam o mundo real para produzir resultados políticos. (NOGUEIRA, 2013) Mobilização de multidões por causas diversas, como ecológicas e relativas a defesa de direitos humanos (SANTOS, 2011)

Fonte: LEAL, CUNHA, 2016, p. 5-6

Rafael Caliari discorda bastante de Ana Karenine com relação ao que seja midiativismo:

Não [me vejo como midiativista]. Odeio esse termo (risos). As pessoas se utilizam do termo para construir suas vidinhas em volta de alguma coisa intangível. Eu conheço gente o suficiente que se diz midiativista e que tem essa categorização, ou tem isso no seu cartão de visita, para adquirir um status que eu sou completamente contra. Tanto que eu nunca quis que o meu rosto aparecesse na Caneta, nunca foi algo focado em mim ou na Ana. A Ana também tem muito isso de não querer individualizar as coisas, e eu acho que para mim é o caminho contrário; eu não quero sair por aí falando enquanto Caneta. A Caneta é mais uma coisa que eu fiz (AMARAL, 2019, p. 136).

Rafael Caliari não se considera um ativista, mas um “militante” (AMARAL, 2019, p. 131). E diz que a sua visão como militante e a visão de Ana Karenine como ativista “não é conflitante” dentro da Caneta Desmanipuladora, ao menos para ele (AMARAL, 2019, p. 131). Essa diferença entre os fundadores que se colocam como ativista (Ana Karenine) e militante (Rafael Caliari) é explicada da seguinte forma:

Essas coisas estão em constante transformação. Na época em que a Caneta foi criada eu ainda não era filiado ao Partido dos Trabalhadores, que hoje sou. Eu já militava na área sindical, já militava junto à CUT. A Ana, na família dela, tinha diferentes visões políticas - ela tem um irmão que tinha sido do PSTU, a mãe era mais próxima ao PT durante uma

época, e (ela mesma) estava se encontrando, hoje ela está mais organizada próxima ao PSOL. E a gente sempre discordou em micropolítica. Na macro política nós tendemos a convergir para o lado progressista. Mas na micropolítica, e principalmente nos caminhos, nos meios, a gente sempre discordou absurdos. A Ana é uma pessoa que olha muito para o lado identitário, para o lado de micro poderes. Então se você olhar uma matéria da caneta que está falando de alguma pauta identitária - qualquer coisa que não é coletivista - como pautas LGBT, negros, pauta de mulheres, todos os grupos que compõem a grande luta da classe trabalhadora, digamos assim. A Ana sempre tende a olhar mais para as lutas de grupo, eu tendo sempre a olhar para a coletividade antes da individualidade. Não necessariamente questões políticas e econômicas. Mas eu nunca vou achar que o indivíduo é a solução para o problema. A Ana pode achar que a luta de uma seção da sociedade é um caminho para a melhoria da sociedade como geral enquanto eu vou acreditar que a luta da melhoria da sociedade como geral vai melhorar a vida desses grupos depois. (AMARAL, 2019, p. 133-134)

A Caneta Desmanipuladora sempre se colocou uma ferramenta de desmanipulação de vieses da mídia. Uma questão cara à fanpage é a análise do discurso, que é uma técnica de analisar intenções de interlocutores (DUARTE, BARROS, 2006), por meio da linguística buscando marcas ideológicas no texto e no interlocutor. De modo resumido, seria a análise de intenções de um texto em um contexto. Em termos de ferramentas discursivas, lembrem-se que um dos slogans da Caneta Desmanipuladora - O Rascunho é “Grupo para análise de discurso e debates em geral sobre as manipulações midiáticas” (ORASCUNHO, 2020).

Ana Karenine comenta sobre a técnica de análise do discurso:

Não [era familiarizada com análise do discurso], eu descobri isso depois que eu fiz a Caneta. Aí eu fui me familiarizando porque era uma enxurrada de pessoas perguntando sobre isso. E eu dizia: “Cara, não faço ideia que você tá falando. Posso presumir empiricamente, mas eu não vou conseguir conversar com você sobre isso se eu não for dar um mínimo de estudada”. Daí eu fui dar uma estudadinha para entender e até tenho usado isso na minha pesquisa, por exemplo, agora no histórico sobre o Teatro. Muita gente veio falando sobre isso e eu cheguei a dar uma olhada e pensei: “é, legal, a gente faz um pouco disso mesmo”. Mas foi totalmente inconsciente. Talvez o Rafael tenha um pouco (mais de conhecimento), como ele trabalha com jornalismo sindical há muito tempo, ele trabalha muito com editoria de jornal, coisas assim. Ele tinha já lido algumas coisas sobre isso, então ele talvez tenha um pouco mais.

Ele chegou a fazer alguns períodos de jornalismo. Mas acho que não estudou isso no início da faculdade.... (AMARAL, 2019, p. 131)

No entanto, já Rafael Caliari era familiarizado com análise de discurso, desde o começo da Caneta Desmanipuladora:

Eu era, mas eu não tão íntimo. Eu sempre gostei muito de semiótica, e quando eu passei pela semiótica eu passei pela análise do discurso logo depois, mas nunca imaginei que um dia focaria tanto nela, e descobriria que seria um campo tão aberto a diversas formações. Porque tem análise do discurso para tudo quanto é lado. Mas eu nunca tinha parado para sentar e estudar e achar que um fenômeno surgiria dali.

...

Totalmente [relaciono a Caneta Desmanipuladora com análise do discurso]. Totalmente, não tem como dissociar uma coisa da outra. A Caneta olha de uma maneira holística para o mundo. Normalmente quando tem textão na Caneta sou eu que escrevo. Eu sou um cara do textão. Eu sempre fui o chato do textão analítico, é como eu me expresso melhor. E aí quando a Caneta surgiu eu senti uma necessidade de analisar por mais de um viés. Então eu ia conversar com pessoas de outras áreas. Para fazer um texto eu ia conversar com pessoas de direito, até cientistas políticos, por que eu sou um jornalista, não tenho formação de direito e muita coisa que a gente trata é de direito, por exemplo. Então ela tem todas as análises combinadas de muitas áreas diferentes; pessoas analisam e eu analiso a análise das pessoas para montar uma narrativa coerente. (AMARAL, 2019, p. 137)

O motivo maior da Caneta Desmanipuladora existir é a desmanipulação do noticiário. No entanto, é preciso notar que essa ideia trabalha com o entendimento prévio e subentendido de que toda notícia da mídia e do jornalismo vem manipulada. Sobre essa visão e pressuposto, Rafael Caliari chega a comentar que

O cérebro, toda mente, é uma ilha de edição. A gente escolhe para onde olhar, o que a gente vai entender daquilo que a gente está olhando, qual foco que a gente vai ter, como a gente vai processar e o que daquilo a gente vai guardar como memória. As memórias, por si só, o testemunhal por si só, já é pré-editado pela sua mente. Então toda sua formação enquanto indivíduo contribui para o que você vai transpassar quando você está relatando um fato, mesmo que seja um fato documental. Você não tem como dissociar o indivíduo ou aquele grupo que faz as notícias dos indivíduos que compõem aquele grupo. Isso é indissociável. Então a manipulação pode ser intencional ou não. Eu enxerguei, quando trabalhava em grandes redações, que não existia propriamente uma manipulação dita, você tinha uma autocensura que era de baixo para cima normalmente. Era o foca querendo mostrar para o jornalista um

pouco mais antigo que ele já estava entendendo do meio, que imaginava o que o editor queria receber e já se autocensurava para aquilo chegar redondo para o editor, e daí por diante, até chegar nos cabeças. Nunca houve, que eu tenha visto, uma ordem expressa de direcionamento de manipulação. Mas essa manipulação está atrelada ao próprio convívio e produção da grande notícia. Ou melhor, das notícias das grandes redações. Então essa desmanipulação, é trazer outros olhares para esses processos que já são processos enviesados por si só. (AMARAL, 2019, p. 133)

A questão da desmanipulação é um tanto sensível, já, que, se pensarmos bem, a desmanipulação ela não tem lado. Por que a desmanipulação pode ser o serviço de correção e de ajuste de uma angulação de notícia que tenha vieses errôneos ou tendenciosos a um dado repertório e visão de mundo. Para se desmanipular é preciso ter equilíbrio, ser sóbrio e , talvez, até adotar critérios já conhecidos pelo jornalismo, como os critérios de objetividade (imparcialidade, neutralidade e impessoalidade). Se não, podemos pensar que a desmanipulação de algo, talvez, parta do pressuposto de uma verdade única ou uma verdade que se sobreponha às outras, como trabalhado na hipótese da Percepção de Mídia Hostil.

Quatro convicções estão por trás do modo suspeito e hostil com que os conteúdos da mídia são tratados por partidários:

- a) Partidários são muito particularmente susceptíveis à opinião dos outros e se preocupam muito com que os outros pensam sobre os conteúdos que lhe importam, ainda mais quando se trata da opinião pública, e sobre assuntos e grupos que lhes são especialmente caros;
- b) O contexto dos meios de massa ativa a atenção dos partidários sobre o potencial que os conteúdos da comunicação massiva têm de influenciar públicos muito amplos;
- c) Altamente envolvidos e compromissados com um tema ou causa, os partidários, por outro lado, são propensos a achar que as outras pessoas são menos informadas e, portanto, mais vulneráveis, especialmente quando se trata de opiniões por eles consideradas enganosas ou erradas;
- d) Como resultado dessas premissas, consciente ou inconscientemente, os partidários passam a adotar uma estratégia de processamento de informação fortemente defensiva (GOMES, 2016, p. 24)

Rafael Caliri comenta sobre isenção, dentre outros aspectos sobre a sua concepção - ou não - de uma matriz de verdade única da Caneta Desmanipuladora para desmanipular notícias:

Não necessariamente [para se desmanipular algo é necessário haver uma verdade única]. Não acredito na verdade única, não acredito na isenção. Até porque eu acho que toda mente já é uma ilha de edição, então não há uma verdade única, ou algo a ser atingido enquanto isenção. A Caneta também nunca se colocou (assim). Foi uma das primeiras coisas que eu e

a Ana concordamos - que não haveria uma desmanipulação estática, que a gente não seria isento, até porque somos indivíduos com um demográfico específico. Nunca nos diríamos isentos, nunca tentaríamos isso como um patamar a ser alcançado, como alguns editoriais pregam em grandes jornais. Não é essa a ideia, nunca foi. (AMARAL, 2019, p. 133)

Sobre imparcialidade, que é um critério de objetividade do jornalismo clássico e tradicional, Karenine não acredita que exista mídia imparcial. E assume que a Caneta Desmanipuladora mostra um ponto de vista. Ela justifica a partir de argumentos ligados à linguística, que diz que não há um texto sem intenções, o que tem a ver com o perfil da fanpage de utilizar análise de discurso, que é uma técnica que investiga intenções.

Eu acho que é uma falácia, não existe imparcialidade em qualquer âmbito de escrita; não tem como você se desgrudar de quem você é. Acho que qualquer escritor, inclusive o jornalista, quando vai escrever, tem alguns princípios de ética que guia os parâmetros dele; não vai inventar uma mentira para expressar uma opinião. Quer dizer, a gente espera que não né?! Então a imparcialidade como ele é vendida, do tipo “só existe uma verdade e a verdade é a que eu te entrego através desse jornal”, é mentirosa. Eu não estou defendendo aqui a pós-verdade, hoje em dia esse discurso fica muito volátil e perigoso. Os editoriais, eles respondem a alguma coisa. Por que há um interesse, inclusive comercial, naquilo ali. Então a imparcialidade não existe, porque você responde ao interesse. Nem que o escracho da parcialidade seja na forma de montar o jornal; mas ele existe.

É justamente para desmontar esse discurso da verdade. Que é uma coisa muito forte no Brasil, que é forte nos países América Latina, mas que não é tão forte em outros, como na Argentina, na própria França também, você sabe identificar a quem servem os jornais e como eles se estruturam. Aqui, como a comunicação estatal é muito sucateada, e a gente tem essa questão da hegemonia da mídia, você não consegue identificar essas questões. Por isso você vende como o mito da imparcialidade. E a ideia é justamente derrubar mito e falar: “olha, essa notícia pode ser contada de outra forma. Ela pode até ser contada dessa mesmo, mas eu acho que pode ser contada de outra forma”. Então em alguns momentos isso pede uma legenda para dizer por que eu estou contando de outra forma, quase no sentido pedagógico mesmo: “olha, ele está dizendo isso aqui, porque ele está tendo esse recorte”. Apontar qual são os mirantes do outro, para dizer a que serve a grande mídia, a quem eles servem. (AMARAL, 2019, p. 128-129)

Apesar das críticas, há adesão de jornalistas da mídia tradicional ao projeto: “entre os primeiros apoiadores está a editora-chefe de um grande telejornal, que ainda mandou mensagem parabenizando os autores: ‘O que vocês falam, nós não podemos falar numa reunião de chefia’ (LEÃO, 2016, p. 1). Também chegaram a fazer palestra na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) do Rio de Janeiro e geraram diversos trabalhos

acadêmicos. Rafael Caliari reforça que a Caneta Desmanipuladora tem posts mais orgânicos do que pagos: “se você avaliar, vai ver que nunca foi colocado um centavo em impulsionamento, nunca foi feito nenhum trabalho de distribuição ali é tudo sempre orgânico” (AMARAL, 2019, p. 134)⁹.

Buscando saber se existia conhecimento científico já criado sobre a Caneta Desmanipuladora, fizemos uma Revisão Bibliográfica. Procurando pelas mesmas palavras-chave deste trabalho, em BDTD IBICT e em Banco de Teses da Capes, foram identificados apenas dois trabalhos de mestrado específicos sobre o objeto (VALLE, 2019; AMARAL, 2019) e apenas uma ocorrência em doutorado, que trabalha a Caneta Desmanipuladora em uma pequena seção, não sendo o tema central da pesquisa (PEREIRA, 2018).

Quadro 4 - Revisão Bibliográfica BDTD IBICT e Catálogo de Teses Capes

Revisão Bibliográfica BDTD IBICT e Catálogo de Teses Capes		
Autor	Ano	Título
PEREIRA, Daniele Prates	2018	Cada um luta da sua trincheira: as estratégias para criação e compartilhamento de conteúdo de ativismos sociais no Facebook.
VALLE, Michelle Oliveira	2019	Literacia midiática no Facebook: uma análise da página Caneta Desmanipuladora
AMARAL, Maria Cristina Guimarães Rosa do	2019	Deslocamentos de sentido e de narrativas na recirculação da notícia nas redes sociais: um estudo da página caneta desmanipuladora.

Fonte: elaborado pelo autor

Pereira (2018) é autora de uma tese que estudou conteúdos de ativismos sociais em redes sociais do Facebook, discutindo algumas práticas que se reiteraram, como: consultas públicas (1), abaixo-assinados (2), mídias alternativas (3), colaboração em ações ou eventos (4), proteção dos envolvidos em ações ou eventos (5), captação de recursos (6), uso de robôs (7), obstacularização do esquecimento público por meio de campanhas hashtag ou avatares (8), e a criação e difusão de conteúdos (9). A autora investigou lógica de visibilidade por meio de agendamento, retórica e enquadramento de debates políticos nas mídias digitais.

⁹ Notemos que, é impossível para este trabalho avaliar se a fanpage trabalha efetivamente com postagens orgânicas (grátis) ou se fazem uso de algum tipo de impulsionamento (link patrocinado, marketing digital), pois não temos acesso e nem pedimos a relatórios de métricas da Caneta Desmanipuladora no Facebook.

Ela toca no perfil da Caneta Desmanipuladora ao enumerar a estratégia de ativismo digital de construção de agendamento e enquadramentos alternativos, traduzindo o “midiês” (PEREIRA, 2018, p. 139). Pereira (2018) defendeu seu trabalho na UNOESTE, como pesquisa de mestrado no Centro de Educação, Letras e Saúde, no Programa de Pós-Graduação em Sociedade, Cultura e Fronteiras.

Valle (2019, p. 6) em uma dissertação de mestrado em Comunicação, UFJF, estudou interatividade e participação do público na produção de conteúdo. Trabalha com a ideia de Literacia Midiática, que pode ser entendida com outros significados, como: Alfabetização Midiática, Letramento Midiático, Educação Midiática, Educação para a Mídia. Além disso, capacita pessoas com competências midiáticas com foco em Linguagem, Tecnologia, Processos de Interação, Processos de Produção e Difusão, Ideologia e Valores e Estética (IDEM). No trabalho, a autora entende a Caneta Manipuladora como uma ação aberta, colaborativa, emancipatória para “formação de uma sociedade crítica, cidadã e ativa” (IDEM).

Amaral (2019), também autora de dissertação da área de Comunicação, UFF, estudou versões de manchetes de jornais veiculadas pela grande imprensa que oferecem uma releitura da interpretação de narrativas feitas pela Caneta Desmanipuladora com foco nas operações de adição, supressão de palavras que mudam os fatos narrados. Ela pauta a análise sobre a mudança de significados e também pelo “imbricamento entre o jornalismo e o ativismo” (AMARAL, 2019, p. 6). O foco dessa pesquisa não é tanto a fanpage em si e suas publicações, mas o grupo de produção de pautas, sugestões e redação das manchetes: Caneta Desmanipuladora - O Rascunho, que serve como fórum de apoio.

Amaral (2019) enfatiza que a Caneta Desmanipuladora, entendida como gatewatching, não substitui o gatekeeper, e sim coexiste. Seu entendimento é que a Caneta Desmanipuladora não cria fatos novos e reveladores sobre a pauta do dia na sociedade, mas comenta fatos já vindos à tona pelo jornalismo tradicional. Podemos pensar, assim, que o gatewatching e a Caneta Desmanipuladora não possuem a capacidade de investigar e desvendar fatos ocultos, como faz o repórter em jornalismo investigativo: “A gente não é um midiativismo de comunicação direta. Nós é que somos pautados, não somos nós que pautamos. E nós somos pautados pelos que os jornais estão pautando, né, tem isso

também.”, Ana Karenina Rhiel, uma das fundadoras em entrevista à apuração da dissertação de Maria Cristina Amaral (AMARAL, 2019, p. 127). Os autores, no entanto, se colocam como um filtro alternativo ao enquadramento dado pelos jornalistas em qualquer publicação.

A abordagem do *gatewatching* focaliza então principalmente a divulgação, contextualização e curadoria de material existente, em vez do desenvolvimento de conteúdo jornalístico substancialmente novo. Cabe ao jornalista acompanhar esse fluxo filtrando e aproveitando o que tiver de melhor. Pode-se dizer que hoje os dois, *gatekeeping* e *gatewatching*, coexistem no cenário da distribuição de conteúdo informativo.

Mas, assim como apontou Bruns, esse novo relacionamento ainda é uma tentativa e está longe de significar consenso. Em artigo de 2009, Raquel Recuero utiliza o conceito de *gatewatching*, mas classifica a ação das redes sociais como complementares ao jornalismo, ao atuarem como fontes, filtros ou espaço de reverberação (Recuero, 2009). Elas teriam o poder de mobilizar pessoas, construir discussões e apontar diversidades de pontos de vista, e mesmo auxiliar na construção de pautas, expondo especialistas e fontes inusitadas. No entanto, por não terem o comprometimento social inerente ao jornalismo, não poderiam, segundo Recuero, ser consideradas como tal. Assim como seus produtores não podem ser considerados jornalistas. (AMARAL, 2019, p. 67-68)

Na busca de trabalhos teóricos e empíricos sobre o tema e objeto da Caneta Desmanipuladora recorremos ao Google Acadêmico, que tem foco em artigos. O trabalho encontrou os 15 registros abaixo:

Quadro 5 - Revisão Bibliográfica Google Acadêmico

Revisão Bibliográfica Google Acadêmico com palavra-chave Caneta Desmanipuladora		
Autor	Ano	Título
BORGES, Lawson Dutra	2016	Caneta desmanipuladora: mídia e manipulação
COSTA, Nathalia Nolibos da	2016	A produção de efeitos e sentidos das manchetes dos webjornais hegemônicos, durante a decisão final do impeachment da presidenta Dilma
MEDEIROS, Luíza Fernandes; CARLOS, Pedro Victor do Vale; SILVEIRA, José Ricardo da	2017	"Caneta Desmanipuladora: As Diferentes Perspectivas na Construção da Notícia1."
CALLADO, A.; CARDINS, J.	2017	Interagentes e Produção Colaborativa: Consumo e Produção de Conteúdo Informativo nas Redes Sociais.
BEZERRA, Adriele	2017	Onde tem tiroteio: novos critérios de noticiabilidade nas redes sociais
AMARAL, Maria Cristina	2017	A dessacralização da notícia compartilhada nas redes sociais:

Guimarães Rosa do		um estudo da página Caneta Desmanipuladora.
AMARAL, Maria Cristina Guimarães Rosa do	2017	Jornalismo, política e interferência compartilhada: um estudo da página Caneta Desmanipuladora.
PEREIRA, Daniele Prates	2018	Cada um luta da sua trincheira: as estratégias para criação e compartilhamento de conteúdo de ativismos sociais no Facebook.
DUARTE, Cristina Rothier; SILVA, Francisco Vieira da	2018	"A discórdia das canetas: um estudo do ethos em páginas de cunho político no Facebook."
AMARAL, Maria Cristina Guimarães Rosa do	2018	Entre a crítica e a produção: pensando interações entre jornalismo e audiência através do estudo da página Caneta Desmanipuladora. Entre.Meios
AMARAL, Maria Cristina Guimarães Rosa do	2019	Deslocamentos de sentido e de narrativas na recirculação da notícia nas redes sociais: um estudo da página caneta desmanipuladora.
AMARAL, Maria Cristina G. Rosa; MENDES, Larissa de Moraes Ribeiro	2019	"Letramento midiático e apropriações da juventude sobre a crítica à mídia hegemônica."
JESUS, A. M. R..	2020	Neologia em português brasileiro: o que dizem os memes. In: ALVES, I. M.. (Org.). Os estudos lexicais em diferentes perspectivas.. 1ed.São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, 2020, v. 9, p. 1-19.
LACERDA, Gustavo Haiden	2020	"Memes e (re)formulação: afastamentos e aproximações discursivas."
KIST, Eliane; CATTELAN, João Carlos.	2020	"Uma caneta, manchetes e (des)manipulação: palavras como objeto de disputa."

Fonte: Elaborado pelo autor

De todos os autores, certamente, Maria Cristina Guimarães Rosa do Amaral¹⁰, UFF, é a que mais publica sobre o tema. A dissertação dela já foi comentada anteriormente. Identificamos também seis palestras da autora sobre o contexto que pesquisamos:

Quadro 6 - Palestras de Maria Cristina Amaral sobre Caneta Desmanipuladora

Palestras de Maria Cristina Guimarães Rosa do Amaral sobre Caneta Desmanipuladora		
Ano	Tipo	Título
2017	Apresentação de Trabalho/Simpósio	Jornalismo, Política e a Interferência compartilhada: um estudo da página Caneta Desmanipuladora
2017	Apresentação de Trabalho/Simpósio	A Dessacralização da Notícia compartilhada nas redes sociais: um estudo dos posts da página Caneta Desmanipuladora

¹⁰ Maria Cristina Guimarães Rosa do Amaral CV: <http://lattes.cnpq.br/0023821329278472>

2017	Apresentação de Trabalho/Simpósio	Entre a crítica e a produção: pensando interações entre jornalismo e audiência através do estudo da página Caneta Desmanipuladora
2018	Apresentação de Trabalho/Simpósio	Nos riscos da Caneta: um estudo da página Caneta Desmanipuladora à luz da Literacia Midiática
2018	Apresentação de Trabalho/Simpósio	Caneta Desmanipuladora, midiativismo e a crítica à imprensa
2019	Apresentação de Trabalho/Simpósio	Viralizando deslocamentos: características meméticas da produção da página Caneta Desmanipuladora

Fonte: elaborado pelo autor

Pesquisa empírica

4.1 Apresentação dos dados

A caracterização da amostra leva em conta a frequência de publicações e atualizações das plataformas da Caneta Desmanipuladora. Em 13/11/2020, tínhamos:

- Twitter, sem postagens há quase 1,5 ano (desde 18 de julho de 2019)
- Instagram, sem postagens há quase 10 meses (desde 15 de janeiro de 2020)
- Facebook, sem postagens há quase 4 meses (último post 12 de junho de 2020)

O trabalho não identificou o motivo de as plataformas da Caneta Desmanipuladora estarem com pouca atualização e frequência de posts. Por critério de ser mais atualizada e interessante para este trabalho, optamos pela fanpage do Facebook para fazer a pesquisa documental que caracteriza a amostra do trabalho.

Um primeiro critério para coleta de dados é ter temas diversos de postagens (temáticas, personagens etc.). Em razão da pandemia da Covid-19, no Brasil, em março, o noticiário foi monopolizado pela crise sanitária e, como não poderia deixar de ser, o perfil da Caneta Desmanipuladora passou a criticar quase que exclusivamente temas e personagens relativos a este contexto. No intuito de ter uma envergadura de temas maior para análise, tomamos a decisão de estabelecer um critério: avaliar apenas posts pré-pandemia (tomando como referência o mês de março de 2020).

Em 13/11/2020, foram identificados 31 posts compreendendo o período de 15/07/2019 a 05/03/2020. Desses, 9 foram eliminados por serem postagens com críticas políticas dos próprios criadores sobre fatos cotidianos sem relação com “canetadas” feitas

no processo de produção da notícia (prints de manchetes). Para exemplificar, em postagem de 15/01/2020, os autores capturaram a imagem de um tweet do deputado federal Eduardo Bolsonaro onde os diversos erros de gramaticais foram corrigidos em crítica da Caneta Desmanipuladora. Por não se tratar de crítica a notícia, jornalista ou veículo jornalístico, entendemos não se enquadrar no perfil de amostragem da pesquisa.

Para cada post selecionado houve checagem desta pesquisa no sentido de verificar a existência ou não das manchetes originais na internet ou mesmo dados reveladores do contexto de onde foi extraído o print. Tivemos desafios no decorrer do processo, como o bloqueio de grande parte das matérias jornalísticas de veículos tradicionais como conteúdo exclusivo para assinantes, o que dificultava a visualização das manchetes criticadas pela Caneta Desmanipuladora. Para pesquisa foi preciso buscar meios alternativos de verificação das matérias bloqueadas, como buscas em “cache” (cópias das páginas de sites da internet), bem como outros veículos de mídia de acesso livre que repostaram o conteúdo, sem alteração da manchete.

A importância de mapeamento detalhado das matérias jornalísticas cujas manchetes foram utilizadas nas “canetadas” se deu porque, na verificação dos dados das amostras, foi observado que algumas manchetes são descontextualizadas dos seus subtítulos e esta falha na captura de tela foi relevante para avaliação das críticas feitas pelos autores da Caneta Desmanipuladora. Além disso, a checagem detalhada permitiu apurar se as manchetes se referiam a matérias em sites ou se tratavam de posts de rede social, bem como identificar se se tratava de conteúdo noticioso ou opinativo (como o caso de colunas de mídias jornalísticas).

Foram feitas 22 fichas numeradas, iniciando-se pela postagem mais antiga até a mais recente da amostragem e indicando, na sequência: a data da postagem na fanpage da Caneta Desmanipuladora (Facebook); o print (captura de tela) da manchete utilizada pelos autores para realizar a intervenção visual (“canetadas”); o comentário feito pelos autores, que sempre acompanha essas imagens; os links que a pesquisa apurou como relevantes para identificação da origem dos prints; uma tabela com 10 categorias de análise; e, por fim, uma análise detalhada a respeito de cada postagem.

As categorias de análise contidas no quadro comparativo (apêndices) são divididas em:

1. O print da manchete foi localizado?; 2. Tipo de mídia; 3. Gênero jornalístico; 4. Temáticas

das postagens / Editoria; 5. Alvo da crítica; 6. Análise da manchete é individual ou de confronto?; 7. O comentário extrapola o escopo da notícia?; 8. O texto dos comentários é afirmativo, argumentativo ou interrogativo?; 9. É uma “canetada” que se justifique pela técnica jornalística, pela ética jornalística ou apenas por opinião?; 10. É citada fonte que justifique a crítica?

A análise de dados teve duas fases: a individual, pelas categorias descritas acima, e a integral, pelo quadro comparativo (apêndices). A análise individual tem o aprofundamento analítico de cada peça, que possui elementos muitas vezes distintos entre si, sendo que a análise coletiva é feita buscando a frequência de ocorrências.

Categorias de análise

Dentre as informações das fichas individuais das postagens do Caneta Desmanipuladora foi desenvolvido uma tabela constando 10 categorias de análise que resultaram em quadro consolidado de dados, como dito anteriormente. As categorias de análise são as seguintes:

O print da manchete foi localizado?

Essa categoria pontuou a capacidade de apuração mais detalhada dessa pesquisa quanto às intervenções da Caneta Desmanipuladora. Das 22 postagens apenas três não foram localizadas (fichas 3, 6 e 9, resultando em 13,6%).

A postagem referente à ficha 6 (manchete do veículo Estadão) não foi localizada, porém o site Metrôpoles repostou a matéria sem alterações. A pesquisa ainda apurou que à época a repercussão da matéria do Estadão foi significativa, a ponto de resultar em resposta no portal do Ministério da Saúde.

Já a postagem referente à ficha 6 não foi localizada tal qual o print do veículo Valor Econômico feito pela Caneta Desmanipuladora, mas foi localizado vídeo referente à mesma postagem do veículo.

Quanto à postagem da ficha 9, curiosamente a manchete referente à matéria, do site O Globo, sofreu alteração, ainda que no Twitter do veículo, utilizado como link de acesso para a notícia, a manchete foi mantida sem mudanças em relação ao print da Caneta Desmanipuladora.

Figura 1 - Exemplo para categoria: O print da manchete foi localizado?

CIVILIZAÇÃO TORTURA

Visto com repulsa na ~~esquerda~~, Ustra segue poupado pela direita

Por Agência O Globo | 08/08/2019 20:50

Tamanho do texto

Idolatrado por Bolsonaro, Ustra chefiou o DOI-Codi durante os anos de chumbo da ditadura e foi o primeiro militar a responder por tortura no País

O GLOBO BRASIL

Condenado por tortura na ditadura militar, Ustra segue poupado por segmentos da direita

MBL é o movimento com críticas mais abertas ao ex-chefe do DOI-Codi, primeiro militar a responder por um processo de tortura no país

Guilherme Caetano
08/08/2019 - 18:54 / Atualizado em 09/08/2019 - 10:37

Fonte: elaborador pelo autor

Tipo de mídia

Em geral os autores do Caneta Desmanipuladora utilizam postagens de sites grandes veículos de comunicação, com alguma ocorrência do como segue descrito no quadro abaixo:

Quadro 7 - Tipos de Mídia

SITE / PORTAL DE NOTÍCIAS	Ocorrências
O Globo	4 (16%)
Valor	3 (12%)
Folha de São Paulo	3 (12%)
Estadão	2 (8%)
Gaúcha ZH	2 (8%)
Infomoney	2 (8%)
G1	1 (4%)
Época	1 (4%)
MSN	1 (4%)
UOL	1 (4%)
Veja	1 (4%)
Metrópoles	1 (4%)
CBN	1 (4%)
Terra	1 (4%)

REDE SOCIAL	Ocorrência
Estadão (Twitter)	1 (4%)

Fonte: elaborador pelo autor

Gênero jornalístico

Dentro da amostragem selecionada os comentaristas do Caneta Desmanipuladora utilizaram em sua maioria manchetes noticiosas (17 postagens ou 77,2%), com algumas ocorrências relacionadas ao gênero opinativo (5 postagens ou 22,7%).

Figura 2 - Exemplo para categoria: Gênero jornalístico



Imagem x: exemplo de manchete de gênero informativo (esquerda) e gênero opinativo (blog de colunistas, à direita)

Fonte: elaborador pelo autor

Temáticas das postagens / Editoria

A maior parte das manchetes que sofreram “canetadas” dos comentaristas estavam enquadradas nas editorias de economia e política, como segue no quadro abaixo:

Quadro 8 - Temáticas das Postagens/Editoria

TEMÁTICAS DAS POSTAGENS / EDITORIA	Ocorrências
Economia	10 (45,4%)
Política	05 (22,7%)
Educação	03 (13,6%)
Brasil	01 (4,5%)
Saúde	01 (4,5%)
Meio ambiente	01 (4,5%)
Cotidiano	01 (4,5%)

Fonte: elaborador pelo autor

Alvo da crítica

Dentre as postagens da Caneta Manipuladora há maior ocorrência em críticas ao governo Bolsonaro de maneira genérica ou o próprio presidente, aliados, além da ala da direita brasileira como um todo. Críticas aos veículos de comunicação aparecem em segundo lugar

e verificamos também 2 postagens onde consideramos que houve ambiguidade, onde os comentaristas não deixam claro qual é o objeto da crítica.

Quadro 9- Alvo da Crítica

ALVO DA CRÍTICA	OCORRÊNCIAS
Governo Bolsonaro	7 (29,1%)
Veículos: GaúchaZH, Site UOL, Infomoney, Folha de São Paulo e Valor Econômico	5 (20,8%)
Política econômica do governo Bolsonaro	3 (12,5%)
Política educacional do governo Bolsonaro	2 (8,33%)
Ambíguo: - Estadão e gestão de saúde do governo Bolsonaro - O Globo e governo Bolsonaro	2 (8,33%)
Partidos de direita	1 (4,16%)
Vereador Carlos Bolsonaro	1 (4,16%)
Economia brasileira (crítica genérica)	1 (4,16%)
Gás x Setor Privado	1 (4,16%)
Banco Itaú	1 (4,16%)

Fonte: elaborador pelo autor

A Análise da manchete é individual ou de confronto?

Das 22 postagens, 19 delas são críticas individuais às manchetes (86,3%) mas há 3 casos (13,6%), dentro da amostragem pesquisada, onde os comentaristas do Caneta Desmanipuladora utilizam o recurso de montar dois prints como objetos da crítica (fichas 5, 10 e 13).

Figura 3 - Exemplo para categoria: A Análise da manchete é individual ou de confronto?



Imagem x: exemplo de postagem individual ou de confronto.

Fonte: elaborador pelo autor

O comentário extrapola o escopo da notícia?

Não identificamos postagens cujas críticas extrapolaram o foco da manchete. Essa constatação não implica, em nossa análise, que não tenham sido verificados ataques não justificados por parte dos comentaristas, o que será abordado mais adiante.

Figura 4 - Exemplo para categoria: O comentário extrapola o escopo da notícia?



Fonte: elaborado pelo autor

A postagem 05 da amostra (imagem acima) exemplifica a questão. Não há intervenção de “canetada” e os autores do Caneta Desmanipuladora comentam: “Ué? As reformas no Brasil em crise são pura chantagem emocional”.

Há uma confrontação entre diferentes veículos, em momentos distintos (05 de dezembro de 2018 e 17 de julho de 2019). Tais manchetes supostamente trazem dados antagônicos que partem de uma mesma fonte (o banco Itaú) com relação à dependência ou não do crescimento da economia em relação à aprovação da reforma previdenciária.

Não cabe aqui aprofundar se os enfoques dos analistas no conteúdo das matérias jornalísticas são de fato contraditórios, já que o recorte da Caneta Desmanipuladora é

realizado nos *prints* das manchetes, não havendo para o leitor, de forma imediata, o acesso ao conteúdo das notícias.

Fato é que em uma manchete o economista-chefe do Itaú pontua que o crescimento econômico depende da reforma previdenciária e, sete meses depois, a mesma instituição diz que a reforma não basta. Em termos de coerência, “o crescimento depende da reforma” e “a reforma não basta para o crescimento” não são assertivas que se anulam e podem se complementar, mas os autores da Caneta Desmanipuladora induzem a uma percepção de incoerência. O comentário feita pelos autores em relação à manchete é bastante sintético e, em tom de ironia, afirma que as colocações da fonte (Banco Itaú) não são técnicas, e sim “chantagens emocionais”.

Acreditamos que o caso se enquadra na hipótese da Percepção de Mídia Hostil, onde a prévia desconfiança do consumidor da notícia induz a um julgamento antecipado. Enquanto “prodsumidores”, fazem recortes que favoreçam seu ponto de vista, e compartilham com seu público de seguidores uma “análise” mais conveniente ao seu padrão de crença (hipótese PMH).

O texto dos comentários é afirmativo, argumentativo ou interrogativo?

Foram identificadas 13 postagens (47,4%) onde a argumentação é utilizada, associada ou não a interrogações (8 ocorrências, 28,5%). Há também as postagens com afirmações diretas e concisas (7 ocorrências, 25%).

É uma “canetada” que se justifique pela técnica jornalística, pela ética jornalística ou apenas por opinião?

A pesquisa das postagens do Caneta Desmanipuladora identificou uma ocorrência expressiva de “canetadas” dos comentaristas em caráter opinativo (20 manchetes, 90,9%). As duas ocorrências restantes podem ser justificadas como amparadas em técnicas jornalísticas (fichas 2 e 22), o que será abordado na discussão de resultados.

É citada fonte que justifique a crítica?

Como um dos reflexos do registro quantitativo do item anterior (maioria absoluta de postagens em caráter opinativo), foram identificadas apenas 2 postagens (9,09%) com citação de fonte que respalde as críticas dos comentaristas do Caneta Desmanipuladora.

Figura 5 - Exemplo para categoria: É citada fonte que justifique a crítica?



Fonte: elaborador pelo autor

Na postagem 02 da amostra, por exemplo, os autores trazem o seguinte comentário para complementar a “canetada”: “Primeiro a desculpa de cortar na educação superior era um plano de governo para investir mais na educação básica. Agora cortam também da educação básica sem nenhuma desculpa. Acabou o estoque de balbúrdias? Qual o plano agora? O plano é não ter plano? E nem faz tanto tempo e posso provar, em maio o governo estava falando que o foco era investir em educação básica como pode ser visto aqui ([link](#) de notícia do portal MEC que confirma a incongruência de informações do governo)”.

Estratégias de Curadoria de Notícias identificadas

Estratégia 1 de Curadoria de Notícias - Prints com “canetada” indicando correção do sentido da manchete

Identificamos que 15 posts (68,1%) utilizam esse recurso de intervenção, o mais usual deles, e encontram-se nas fichas 1, 3, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 17, 18, 19, 21 e 22.

Estratégia 2 de Curadoria de Notícias - Prints com “canetada” indicando complemento de informação na manchete

Na amostragem consta a utilização do recurso de complementação como intervenção dos comentaristas do Caneta Desmanipuladora em 4 posts (18,1%) e encontram-se nas fichas 2, 4, 16 e 20.

Estratégia 3 de Curadoria de Notícias - Prints com comentários diretos e curtos

Os comentaristas da Caneta Desmanipuladora recorrem aos comentários concisos em 8 ocorrências (36,3%). Esses posts podem ser verificados nas fichas 5, 6, 12, 13, 18, 20, 21 e 22.

Estratégia 4 de Curadoria de Notícias - Prints com comentários argumentativos

Encontramos 14 postagens que recorrem a maior argumentação dos comentaristas (63,6%). As ocorrências encontram-se nas fichas 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 16, 17 e 19.

Estratégia 5 de Curadoria de Notícias - Prints com omissão de informações que favorece a opinião dos comentaristas

Não é possível afirmar que se trata de um recurso intencional em todas as ocorrências, mas a pesquisa identificou 1 postagem que desconsidera informação do subtítulo da manchete (ficha 10), 1 postagem cuja escolha das manchetes em confronto é enganosa (ficha 13), além de 2 postagens que possuem omissão de dados relevantes na captura da imagem da manchete (fichas 17 e 18).

Discussão dos Resultados (Análise de dados)

Consideramos que a pesquisa em questão reflete muitos dos estudos sobre a convergência na criação de informação, sobretudo o conceito idealizado por Bruns (2011) a respeito do keepwatching, e explorado no referencial teórico. A Caneta Desmanipuladora pode ser considerada uma comunidade de comentaristas que, mesmo sem produzir

reportagens no sentido técnico das práticas jornalísticas, promovem uma curadoria de conteúdo que repercute dentre outras audiências no ambiente virtual da internet.

Outra característica nítida quanto ao perfil de keepwatching é a presença de uma plataforma adicional onde centenas de consumidores podem atuar como colaboradores (prodsumidores) na produção de material que irá alimentar a curadoria dos idealizadores e comentaristas, Anna Karenina e Rafael Caliari. Esse processo tem ocorrido por meio da fanpage Caneta Desmanipuladora - o Rascunho, com um nível de engajamento que até mesmo Karenina e Caliari tem dificuldade retribuir, já que o projeto da Caneta Desmanipuladora, conforme bem detalhado na entrevista para a Agência Lupa (2016) e Amaral (2019), não se tornou um produto rentável para eles, apesar da repercussão e abertura de caminhos profissionais que lhes trouxe.

A despeito da relevância que a teoria do keepwatching teve na pesquisa, no sentido de delinear o surgimento dos “prodsumidores”, entendemos que seria insuficiente para entender a dinâmica dos comentaristas do Caneta Desmanipuladora. Para isso agregamos ao trabalho o modelo teórico-metodológico no campo dos estudos dos efeitos da comunicação, a hipótese da Percepção de Mídia Hostil (PMH), cunhada pelo sociólogo W. Phillips Davison em 1983. Desde então a hipótese PMH foi abordada por outros pesquisadores, ainda em número reduzido, diante da relevância que julgamos ter para o entendimento de fenômenos de comunicação, sobretudo com o surgimento da internet, tratado no início desse trabalho.

Os autores da Caneta Desmanipuladora, enquanto consumidores, curadores e comentaristas, trazem também a desconfiança prévia - algumas vezes precipitada - em seu produto, refletindo característica verificadas na hipótese PMH. Gomes (2016) é um dos poucos pesquisadores brasileiros que abordam a hipótese PMH e trouxe colocações que ampliam a visão a respeito do nosso objeto de estudo. O perfil investigado entre os indivíduos mais propensos à hipótese PMH se enquadra dentro do que foi observado nas entrevistas com os comentaristas da Caneta Desmanipuladora. Há uma passionalidade nas convicções político-partidárias que muitas vezes resulta em reação de ataque que precisa ser apurada para que eventuais distorções não sejam acatadas e replicadas pela audiência.

Não por acaso, a apresentação dos dados dessa pesquisa confirma tais impressões. Baseada em fichas catalogadas para cada postagem de manchetes da amostragem, foram criadas categorias de análise e identificação de estratégias que confirmaram inconsistências

nas críticas da Caneta Manipuladora, tanto na forma como por vezes são apresentadas, como na falta de heterogeneidade no perfil dos "alvos" das críticas.

Ainda que não seja o escopo dessa pesquisa, é oportuno dizer que não identificamos, dentro da amostragem da produção da Caneta Desmanipuladora que nos propomos a esmiuçar, a presença consistente de crítica de mídia. Sem adentrar nos méritos da teoria, podemos dizer que seria preciso, por parte dos comentaristas, que houvesse apuração sobre erros das manchetes alvejadas pelas “canetadas”, seja quanto aos padrões técnicos, seja nos campos da ética e da deontologia jornalística. Ademais, a ausência de fontes, equilíbrio e pluralidade das críticas confirma que de fato não é esse o propósito dos fundadores da Caneta Desmanipuladora.

Considerações finais

O presente trabalho traz uma singela contribuição para a área de Comunicação no sentido de colocar foco aos estudos sobre gatewatching e hipótese da Percepção de Mídia Hostil (PMH). Entendemos a relevância dessas abordagens no universo conflituoso das mídias digitais e da reviravolta dos moldes tradicionais da comunicação pós-internet.

Como estudo de caso que ambientasse as teorias escolhemos a Caneta Desmanipuladora, já que seu trabalho como curadoria de notícias e comunidade de comentaristas sugeria características de ambas os conceitos. Com amostragem significativa, detalhamos a análise individual das postagens e realizamos posterior unificação de dados, sendo possível confirmar a hipótese que suscitou a pesquisa. A Caneta Desmanipuladora representa um claro exemplo do poder de produção de informação pela audiência, ao passo que expõe a fragilidade de um ímpeto desprovido (intencionalmente ou não) de critérios técnicos que garantam a precisão no que se diz.

A pesquisa identificou em si uma limitação decorrente do recorte necessário para sua abordagem: o reflexo nos consumidores do Caneta Desmanipuladora que, pela característica da fanpage, podem se transformar em curadores e produtores, numa engrenagem de retroalimentação que os autores da fanpage gostariam que ocorresse.

Para além da simples identificação do perfil de seguidores da fanpage, é fundamental que outras pesquisas que abordem o tema tratado aqui, mas com foco na audiência aborde o conceito definido como alfabetização midiática, letramento midiático ou media literacy,

sobretudo em um contexto de prodsumidores em potencial. É nítida a necessidade que a audiência tenha competências e habilidades para lidar com as novas tecnologias, diferenciar o conteúdo informativo do entretenimento que parece informação e, por fim, dentro da inevitabilidade do ambiente virtual, se transformarem em produtores e replicadores de informação mais lúcidos e conscientes do poder do gatewatching e das armadilhas da hipótese PMH.

Por meio do estudo de caso, conseguimos explicar vínculos causais em intervenções, por meio das estratégias de curadoria de notícias identificadas. Entretanto, como já é previsto em alguns estudos de caso, “a intervenção que está sendo avaliada não apresenta um conjunto simples e claro de resultados” (YIN, 2001, p.34-35). No início da jornada, achamos que seria mais simples extrair dados desse objeto e que ele resultaria em algo mais organizado e sistematizável. No entanto, resvalamos na questão da ideologia e da consciência individual, além das marcas discursivas nas canetadas da Fanpage. Nos propomos em análise de conteúdo e cremos que há, sim, um resultado pertinente. Mas que o objeto demanda estudos pela técnica de análise do discurso para investigar as intenções das canetadas, assim como análise hermeútica com o intuito de investigar como os públicos interagem com as canetadas.

Nosso caso traz conhecimento, mas não é generalizável. Mas tem certo nível de evidências e de sistematizações que podem ajudar outros pesquisadores. Uma questão também que emerge seriam novas entrevistas com os fundadores, pois poderiam revelar novos aspectos do objeto hoje, em 2020.

Outra questão reside sobre a hipótese da Percepção de Mídia Hostil, que é uma hipótese, mas não uma teoria formal. Existem aplicações empíricas em língua estrangeira feitas a partir dessa hipótese. Mas, no Brasil, nossa base foi a tradução e comentário dessa hipótese em um ensaio de Gomes (2016). É importante referendar isso, pois, assim como a hipótese da Agenda Setting, não temos como testar e provar algumas inferências¹¹.

¹¹ Trata-se de uma hipótese e não uma teoria acabada, testada:

A - “[...] uma teoria [...] é um paradigma fechado, um modo acabado e, neste sentido, infenso a complementações ou conjugações. Já uma hipótese [...] é sempre uma experiência, um caminho a ser comprovado e que, se eventualmente, não der certo naquela situação específica não invalida necessariamente a perspectiva teórica”. (HOHLFELDT; MARTINO; FRANÇA, 2008, p. 189).

B - “uma hipótese é sempre uma experiência, um caminho a ser comprovado e que, se eventualmente não ‘der certo’ naquela situação específica, não invalida necessariamente a perspectiva teórica” (HOHLFELDT, 1997, p. 43)

A Caneta Desmanipuladora também pode ser estudada em relação ao Letramento Midiático, Alfabetização Midiática, da qual um dos fundadores chegou a comentar. Para essa educação para a mídia ser eficaz é preciso que a fanpage tenha uma inclinação para produzir conteúdos que possam instruir o cidadão em uma leitura da mídia. Nesta pesquisa, investigamos as postagens que continham canetadas: críticas à mídia. Mas sugerimos outros estudos que possam investigar mecanismos de produção de conteúdo da Caneta Desmanipuladora que promovam - ou não - a educação para a mídia, tais como: Posts educativos ; Posts baseados em dúvidas; Tutoriais de como identificar notícias manipuladas; Guias; Notícias; Lançamentos de materiais; Posts Institucionais; Artigos de Opinião; Reviews; Testemunhais de experiências e aprendizados; Checklists; Lista de veículos que mais sejam manipulados; Podcasts; Entrevistas; Pesquisas; Infográficos; Conteúdo interativo (quizzes etc.); Guest Posts; Traduções; Glossários; Dicas de experts; Problema x Solução; Transmissões ao vivo (RESULTADOSDIGITAIS, 2020). Nossa pesquisa centrou mais sobre curadoria, notícias, opinião, comparações e casos específicos tratados em postagens da amostra.

Referências

- ADGHIRNI, Z. L.; PEREIRA, F. H. . O estudo do jornalismo em tempos de mudanças estruturais. In Texto (UFRGS. Online), v. 1, p. 12-22, 2011.
- AQUINO BITTENCOURT, M.C.. Jornalismo, inovação e empreendedorismo: questões sobre modelos de negócio em contexto de crise. LÍBERO (FACASPER), v. 21, p. 74-87, 2018.
- AMARAL, M. C. G. R.. A dessacralização da notícia compartilhada nas redes sociais: um estudo da página Caneta Desmanipuladora. In: Intercom 2017, 2017, Curitiba. XL CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 40, 2017, Curitiba., 2017. p. 1-15.
- AMARAL, M. C. G. R.. A Dessacralização da Notícia compartilhada nas redes sociais: um estudo dos posts da página Caneta Desmanipuladora. 2017. (Apresentação de Trabalho/Congresso).
- AMARAL, M. C. G. R.. Caneta Desmanipuladora, midiativismo e a crítica à imprensa. 2018. (Apresentação de Trabalho/Seminário).
- AMARAL, M. C. G. R.. Entre a crítica e a produção: pensando interações entre jornalismo e audiência através do estudo da página Caneta Desmanipuladora. 2017. (Apresentação de Trabalho/Seminário).
- AMARAL, M. C. G. R.. Entre a crítica e a produção: pensando interações entre jornalismo e audiência através do estudo da página Caneta Desmanipuladora. Entre.Meios, v. 14, p. 1-13, 2018.

- AMARAL, M. C. G. R.. Jornalismo, Política e a Interferência compartilhada: um estudo da página Caneta Desmanipuladora. 2017. (Apresentação de Trabalho/Congresso).
- AMARAL, M. C. G. R.. Jornalismo, política e interferência compartilhada: um estudo da página Caneta Desmanipuladora. In: CONEC - Congresso Nacional de Estudos Comunicacionais da Puc Minas em Poços de Caldas, 2017, Poços de Caldas. II Conec Interação e Mídiação - Congresso Nacional de Estudos Comunicacionais, 2017. p. 419-430.
- AMARAL, M. C. G. R.. Nos riscos da Caneta: um estudo da página Caneta Desmanipuladora à luz da Literacia Midiática. 2018. (Apresentação de Trabalho/Simpósio).
- AMARAL, M. C. G. R.. Viralizando deslocamentos: características meméticas da produção da página Caneta Desmanipuladora. 2019. (Apresentação de Trabalho/Simpósio).
- AMARAL, Maria Cristina G. Rosa; MENDES, Larissa de Moraes Ribeiro. "Letramento midiático e apropriações da juventude sobre a crítica à mídia hegemônica." *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo* 9.24 (2019): 140-157.
- AMARAL, Maria Cristina Guimarães Rosa do . Deslocamentos de sentido e de narrativas na recirculação da notícia nas redes sociais: um estudo da página caneta desmanipuladora. (Dissertação, Mestrado Em Mídia e Cotidiano). UFF. 2019
- ARCE, Tacyana; SALGADO, T. B. P. . A crise da mediação jornalística em provação: uma análise textual de artigos do Medium. PARÁGRAFO: REVISTA CIENTÍFICA DE CARVALHO, Fabiana. A mídia vista sob a lente dos observatórios. Observatório da Imprensa. São, Paulo, Edição 367, 7 de fevereiro de 2006 Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/a-midia-vista-sob-a-lente-dos-observatorios/> . Acesso em 13/11/2020
- COMUNICAÇÃO SOCIAL DA FIAM-FAAM, v. 4, p. 156-163, 2016.
- BARSOTTI, Adriana. Da fase romântica do jornalismo político e literário à era da internet: o jornalismo e a busca por legitimação. In: Intercom ? Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2014, Foz do Iguaçu. Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação., 2014.
- BARSOTTI, Adriana. Transformações contemporâneas nas práticas jornalísticas: o jornalista on-line como mobilizador da audiência. *E-Compós (Brasília)*, v. 17, p. 1-20, 2014.
- BEZERRA, Adriele. Onde tem tiroteio: novos critérios de noticiabilidade nas redes sociais. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) - Escola de Comunicação - UFRJ
- BORGES, Lawson Dutra. Caneta desmanipuladora: mídia e manipulação. (Monografia, Especialização em Revisão de Textos). UniCEUB. 2016
- BRUNS, Axel. Gatekeeping, Gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 7(2), 2011, pp. 119-140
- CALLADO, A.; CARDINS, J. . Interagentes e Produção Colaborativa: Consumo e Produção de Conteúdo Informativo nas Redes Sociais. In: Intercom Nordeste, 2017, Fortaleza. XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2017.
- CÂMARA, M. T. P.; BRAIGHI, A. A. . O que é midiativismo? Uma proposta conceitual. In: BRAIGHI, Antonio; LESSA, Claudio; CAMARA, Marco Túlio. (Org.). *Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática*. 1ed. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2018, v. , p. 25-42.
- CHUNG, M., MUNNO, G., e MORITZ, B. Triggering participation: Exploring the effects of third-person and hostile media perceptions on online participation. Elsevier, 2015. DOI: 10.1016/j.chb.2015.06.037
- COSTA, Nathalia Nolibos da. A produção de efeitos e sentidos das manchetes dos webjornais

- hegemônicos, durante a decisão final do impeachment da presidenta Dilma. 73p. 2016. Trabalho de Conclusão do Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja, São Borja, 2016.
- DALMONTE, Edson, e QUEIROZ, Caio Cardoso de. "As canetas corretoras e o jornalismo em tempos de redes sociais." *Revista Mídia e Cotidiano* 12.3: 223-244.
- DAVISON, W. P. The Third-Person Effect in Communication. *Public Opinion Quarterly*, vol. 47, p. 1-15, 1983.
- DIBAI, P. C.. Media Effects: o impacto do partidarismo na percepção de mídia sobre Lula e Bolsonaro. *Revista Mediação*, v. 21, p. 129-152, 2019.
- DUARTE, Cristina Rothier; SILVA, Francisco Vieira da. "A discórdia das canetas: um estudo do ethos em páginas de cunho político no Facebook." *Letras de Hoje* 53.3 (2018): 363-373.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.) Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo Atlas, 2005. 380p
- EVELAND, W. e SHAH, D. The Impact of Individual and Interpersonal Factors on Perceived News Media Bias. *Political Psychology*, vol 24, 2003. DOI: 10.1111/0162-895X.00318
- EVELAND, W. P., JR., & SHAH, D. V. (2003). The impact of individual and interpersonal factors on perceived news media bias. *Political Psychology*, 24(1), 101-117.
- FELDMAN, L. The Opinion Factor: The Effects of Opinionated News on Information Processing and Attitude Change. *Political Communication*, 28, vol. 2, p. 163-181, 2011. DOI: 10.1080/10584609.2011.565014
- FOTIOS, R. Gatekeeping e Gatewatching: diálogos da participação do público na construção do jornalismo online. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo. Gatekeeping e Gatewatching: diálogos da participação do público na construção do jornalismo online, 2016.
- GINER-SOROLLA, R e CHAIKEN, S. The Causes of Hostile Media Judgments. *Journal of Experimental Social Psychology*, vol. 30, p.165-180, 1994. DOI: 10.1006/jesp.1994.1008
- GOMES, Victor Lima, e GRAMACHO, Wladimir. "A mídia contra nós: como o partidarismo altera a percepção de notícias." 9º Encontro do JPJor (2019).
- GOMES, W. e BARROS, S. Influência da mídia, distância moral e desacordos sociais: um teste do efeito de terceira pessoa. In FRANÇA, V., ALDÉ, A. e RAMOS, M. (edit). *Teorias da Comunicação no Brasil: reflexões contemporâneas*. Edufba: Salvador, p. 245-266, 2014.
- GOMES, W. Por que a mídia é tão parcial e adversária da minha posição? A hipótese da 'hostile media perception'. *Revista Compolítica*, vol. 6, 2016. DOI: 10.21878/compolitica.2016.6.1.262
- GOMES, Wilson, e BARROS, Samuel. "Influência da mídia, distância moral e desacordos sociais: um teste do efeito de terceira pessoa." *Teorias da comunicação no Brasil*. Salvador: Edufba (2014): 245-266.
- GOMES, Wilson. "Por que a mídia é tão parcial e adversária da minha posição? A hipótese da "hostile media perception". *Compolítica* 6.1 (2016): 7-29.
- GUNTHER, A. Attitude extremity and trust in media. *Journalism Quarterly*, vol. 65, n.2, p. 279-287, 1988. DOI: 10.1177/107769908806500203
- GUNTHER, A. Biased press or biased public? Attitudes toward media coverage of social groups. *Public Opinion Quarterly*, Vol. 56, n. 2, p. 147-167, 1992. DOI: 10.1086/269308
- GUNTHER, A. C. (1992). Biased press or biased public? Attitudes toward media coverage of social groups. *Public Opinion Quarterly*, 56, 147-167.
- GUNTHER, A. C., & LASORSA, D. L. (1986). Issue importance and perceptions of a hostile media. *Journalism Quarterly*, 63, 844-848.

- GUNTHER, A. C., & LIEBHART, J. L. (2006). Broad reach or biased source? Decomposing the hostile media effect. *Journal of Communication*, 56(3), 449-466.
- GUNTHER, A. C., & SCHMITT, K. M. (2004). Mapping boundaries of the hostile media effect. *Journal of Communication*, 54(1), 55-70.
- GUNTHER, A. C., CHRISTEN, C. T., LIEBHART, J. L., & CHIA, S. H. (2001). Congenial public, contrary press, and biased estimates of the climate of opinion. *Public Opinion Quarterly*, 65(3), 295-320.
- GUNTHER, A. C., PERLOFF, R. M., & TSFATI, Y. (2008). Public opinion and the third person effect. In W. Donsbach & M. Traugott (Eds.), *The SAGE handbook of public opinion research* (pp. 184-191). Thousand Oaks, CA: Sage.
- HASTORF, A. H., & CANTRIL, H. (1954). They saw a game: A case study. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 49(1), 129-134.
- HOHLFELDT, Antonio. Os estudos sobre a hipótese de agendamento. *Revista Famecos*, Porto Alegre, nº 7, p. 42-51, nov. 1997 MCCOMBS, Maxwell. *A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública* Petrópolis, RJ: Vozes.
- HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (Org.). *Teorias da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- JESUS, A. M. R.. Neologia em português brasileiro: o que dizem os memes. In: ALVES, I. M.. (Org.). *Os estudos lexicais em diferentes perspectivas..* 1ed.São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, 2020, v. 9, p. 1-19.
- KIOUSIS, S. (2001). Public trust or mistrust? Perceptions of media credibility in the information age. *Mass Communication and Society*, 4(4), 381-403.
- KIST, Eliane; CATTELAN, João Carlos. "Uma caneta, manchetes e (des) manipulação: palavras como objeto de disputa." *Matraga-Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da UERJ* 27.50 (2020): 374-392.
- LACERDA, Gustavo Haiden. "Memes e (re)formulação: afastamentos e aproximações discursivas." *Revista Linguasagem* 33.1 (2020): 81-99.
- LEAL, M. ; CUNHA, E. M. . As fronteiras entre Ativismo Midiático e Jornalismo: os valores-notícia e as práticas produtivas nas narrativas da Mídia Ninja. In: 6º Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJor), 2016, Palhoça-SC. 60 JPJor - Apresentações e autores, 2016.
- LEÃO, Naiara. Caneta Desmanipuladora. Agência Lupa: São Paulo. 04/09/2016. Acesso em 14 de novembro de 2020. Disponível em: <https://lupa.atavist.com/caneta-desmanipuladora>
- LI-CHANG, SHUEN, e ZEFINHA BENTIVI. "A opinião pública duvida da opinião publicada: reflexões sobre a mídia e as eleições para o governo do Maranhão em 2018." *Revista Compolítica* 9.3 (2019): 93-118.
- MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2013. 278 p.
- MAURÍCIO, P.. Crise no modelo de negócios do jornalismo: os casos do Infoglobo e The New York Times. *Eptic On-Line (UFS)*, v. 20, p. 41-58, 2018a
- MAURÍCIO, P.. O papel do Facebook e do Google na crise das empresas jornalísticas. 2018b. (Apresentação de Trabalho/Conferência ou palestra)
- MAURÍCIO, P.; MEDEIROS, M. G. ; GEROLIS, B. . Influenciadores digitais como parte da disrupção do modelo de negócios do jornalismo. In: XL Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba. 40º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2017.

- MEDEIROS, Luíza Fernandes; CARLOS, Pedro Victor do Vale; SILVEIRA, José Ricardo da. "Caneta Desmanipuladora: As Diferentes Perspectivas na Construção da Notícia1.". Intercom Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste - Fortaleza - CE - 29/06 a 01/07/2017
- NEWHAGEN, J. E., & Nass, C. (1989). Differential criteria for evaluating credibility of newspapers and TV news. *Journalism Quarterly*, 66(2), 277-284.
- OLIVEIRA, Felipe Moura de; HENN, R. C. . Movimentos em rede e ocupação do espaço público: limites e possibilidades ante a crise do jornalismo. *CONTEMPORANEA* (UFBA. ONLINE), v. 12, p. 39-54, 2014.
- OLIVEIRA, Felipe Moura de. Do acontecimento à mediação: reflexões sobre a crise do jornalismo. In: 24º Encontro Nacional da Compós, 2015, Brasília. *Anais do 24º Encontro Nacional da Compós*, 2015.
- PADRIM. Site de financiamento Caneta Desmanipuladora. São Paulo. 2020 . Acesso: 13 de novembro de 2020 . Disponível: <https://www.padrim.com.br/canetadesmanipuladora>
- PARENTE, R. E.. DO MIDIALIVRISMO DE MASSA AO MIDIALIVRISMO CIBERATIVISTA: uma reflexão sobre as perspectivas de comunicação alternativa no Brasil. In: 23º Compós - Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Comunicação, 2014, Belém do Pará. 23ª Compós, 2014.
- PEISER, W. e PETER, J. Third-person perception of television-viewing behavior. *Journal of Communication*, vol. 50, n. 1, p. 25-45, 2000. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2000.tb02832.x
- PEREIRA, Daniele Prates. Cada um luta da sua trincheira: as estratégias para criação e compartilhamento de conteúdo de ativismos sociais no Facebook. 2018. 256 f. Tese (Doutorado em Sociedade, Cultura e Fronteiras) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Foz do Iguaçu, 2018
- PERLOFF, R. A Three-Decade Retrospective on the Hostile Media Effect. *Mass Communication and Society*, 2015. DOI: 10.1080/15205436.2015.1051234
- PERLOFF, R. Ego-Involvement and the Third Person Effect of Televised News Coverage. *Sage Social Science Collection*: vol. 16, p. 236-262, 1989. DOI: 10.1177/009365089016002004
- PERLOFF, R. M. (1989). Ego-involvement and the third person effect of televised news coverage. *Communication Research*, 16(2), 236-262.
- QUEIROZ, Caio C. "A hipótese de terceira pessoa: entre os blogueiros sujos e a imprensa tradicional." *Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Rio de Janeiro: Intercom. 2015.
- RESULTADOSDIGITAIS. 31 tipos de conteúdo para produzir no seu blog. Tribo. São Paulo. 2018 Disponível: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/37001/1576085618E-Book_31_tipos_de_conteudo_que_voce_pode_produzir_para_seu_blog.pdf?utm_campaign=reply_ebook_31_tipos_de_conteudo_para_produzir_no_seu_blog&utm_medium=email&utm_source=RD+Station Acesso em: 13/11/2020
- SAMPAIO, Rafael Cardoso. "Jornal Nacional e Percepção de mídia hostil: Um estudo da presunção de internautas no YouTube." *Comunicação & Inovação* 12.22 (2011).
- SHUEN, LI-CHANG, e ZEFINHA BENTIVI. "A opinião pública duvida da opinião publicada." *Compólitica* 9.3 (2019): 93-118.
- SMITH, G. Politicians and the News Media: How Elite Attacks Influence Perceptions of Media Bias. *International Journal of Press/Politics*, vol. 15, p. 319-343, 2010. DOI: 10.1177/1940161210367430
- SUNDAR, S. S. (1998). Effects of source attribution on perception of online news stories. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 75(1), 55-68

- TAL-OR, N., & TSFATI, Y. (2007). On the substitutability of the third-person perception. *Media Psychology*, 10(2), 231-249.
- TSFATI, Y. e COHEN, J. The Third - Person Effect, Trust in Media, and Hostile Media Perceptions. *The International Encyclopedia of Media Studies: Media Effects/Media Psychology*, First Edition, 2013.
- VALLE, Michelle Oliveira. Literacia midiática no Facebook: uma análise da página Caneta Desmanipuladora. (Dissertação, Mestrado em Comunicação). UFJF. 2019 160 f.
- VALLONE, R. P., ROSS, L., & LEPPER, M. R. (1985). The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(3), 577-585.
- VALLONE, R., ROSS, L. e LEPPER, M. The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 49, p. 577-585, 1985.
- VIEIRA, Eduardo. O fim do jornalismo (como o conhecemos): O jornalismo, como o conhecemos, foi simplesmente massacrado por um novo tipo de comunicação.. Segunda-feira, 05 de novembro de 2018, 16:37 . Acesso em 22/11/2020. Disponível em <https://www.hnt.com.br/artigos/o-fim-do-jornalismo-como-o-conhecemos/109425>
- YIN, Robert K. Estudo de Caso: Planejamento e métodos. 5.ed. Porto Alegre. Bookman, 2015.
- WEI, R.; CHIA, S; LO, V. Third-person Effect and Hostile Media Perception Influences on Voter Attitudes toward Polls in the 2008 U.S. Presidential Election. *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 23 n.2, 2011. DOI: 10.1093/ijpor/edq044

NASCIMENTO, Pedro Augusto de Sousa. The media monitored by the public: a case study on the Pen Dismanipulating and its communication strategies, under the focus of Gatewatching and Perception of Hostile Media. 2020. Monograph (Journalism) - Instituto de Educação Superior de Brasília. Brasília-DF, 2020.

Abstract: The correction that the Pen Dismanipulating proposes to make is much more than a news curator, sometimes directing the angle of the news to a bias that suits the beliefs of the commentators. Many of the corrections, comments and interventions on journalistic neutrality aim at submitting the news to a specific audience. In this context, the concept of Perception of Hostile Media (GOMES, 2016) helps us to interpret the Dismanipulating Pen in its actions, which sometimes seem to meet an informational demand of public interest, sometimes of interest of public data. Another important notion in this context is that of Gatewatching (BRUNS, 2011), expansion of the concept of Gatekeeper, in which the public influences the news production process through communities of commentators curated by news. This is a case study with a sample of 22 posts from the Caneta Desmanipuladora fanpage, on Facebook, from July 15, 2019 to March 5, 2020, with a qualitative approach, instrumentalized by content analysis (DUARTE, BARROS, 2005). We analyzed the Pen Dismanipulating posts and their interactions, criticisms and strategies of surveillance to the media (Gatewatching) (1) and possible biased critical interventions, in an attempt to turn the news to the beliefs of public data (Perception of Hostile Media) (2) . The results show that the mediation crisis and the breakdown of hierarchies in the classic news production process

generates many possibilities for audience interaction. More than giving an opinion, the public produces and distributes content, slipping into practices of surveillance, social control, online activism, collaborative culture, mediatization and criticism of the press in a new context of possibilities between audiences and journalism. The results organized in 10 analysis categories show that the Dismanipulating Pen does not produce news firsthand, but through news curation it questions, evaluates and discredits news, opening up discussions on news on the web, according to the dynamics of Gatewatching (BRUNS, 2011). The work identifies 5 interaction strategies of Pen Desmanipuladora as a community of independent online commentators (BRUNS, 2011). There are also relevant occurrences, classified in Perception of Hostile Media (GOMES, 2016

Keywords: Journalism, Dismanipulating Pen, Perception of Hostile Media, Gatewatching