

Do quinto estado ao quinto poder: observações sobre o contexto britânico e olhares para o cenário brasileiro

From the fifth estate to the fifth power: observations on the British context and perspectives on the Brazilian scenario

Del quinto estado al quinto poder: observaciones sobre el contexto británico y miradas al escenario brasileño

DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-58442024118pt>

Gustavo Teixeira de Faria Pereira

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5185-284X>

Iluska Maria da Silva Coutinho

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5597-9453>

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG - Brasil

RESUMO

O objetivo do presente trabalho é desenvolver uma reflexão acerca do conceito de quinto poder a partir do conceito de quinto estado, proposto por Dutton (2009), e que se apresenta como as manifestações dos cidadãos no ambiente digital com o intuito de cobrar e fiscalizar a mídia, aqui assumida como quarto poder, e os demais poderes. As metodologias utilizadas serão: pesquisas bibliográfica e documental (Gil, 2008), importantes para a compreensão do cenário britânico, e Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016; 2018), que possibilita a investigação de conteúdos audiovisuais em sua totalidade e sem decomposição. Os resultados preliminares apontam para uma apropriação do quinto estado no âmbito brasileiro e desenvolvemos como teoria intermediária (Braga, 2016; 2020) o conceito de quinto poder, que apesar de ter características semelhantes ao quinto estado, assume novas nuances e características.

Palavras-chave: Quinto estado; Quinto poder; Teoria intermediária; Materialidade audiovisual; Usuários.

ABSTRACT

The objective of this work is to develop a reflection on the concept of fifth estate based on the concept of fifth estate, proposed by Dutton (2009), which is presented as the manifestations of citizens in the digital environment in order to charge and supervise the media, here assumed as the fourth power, and the other powers. The methodologies used will be: bibliographic and documentary research (Gil, 2008), important for understanding the British scenario, and Analysis of Audiovisual Materiality (Coutinho, 2016; 2018), which enables the investigation of audiovisual content in its entirety and without decomposition. The preliminary results point to an appropriation of the fifth estate in the Brazilian context and we have developed as an intermediate theory (Braga, 2016; 2020) the concept of fifth estate, which despite having characteristics similar to the fifth estate, takes on new nuances and characteristics.

Key words: Fifth state; Fifth power; Intermediate theory; Audiovisual materiality; Users.

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es desarrollar una reflexión sobre el concepto de quinto poder a partir del concepto de quinto poder, propuesto por Dutton (2009), y que se presenta como las manifestaciones de los ciudadanos en el entorno digital con el fin de cobrar y fiscalizar a los medios de comunicación, aquí asumidos como el cuarto poder, y los demás poderes. Las metodologías utilizadas serán: la investigación bibliográfica y documental (Gil, 2008), importante para la comprensión del escenario británico, y el Análisis de la Materialidad Audiovisual (Coutinho, 2016; 2018), que permite la investigación de los contenidos audiovisuales en su totalidad y sin descomposición. Los resultados preliminares apuntan a una apropiación del quinto poder en el contexto brasileño y hemos desarrollado como teoría intermedia (Braga, 2016; 2020) el concepto de quinto estado, que a pesar de tener características similares al quinto estado, adquiere nuevos matices y características.

Palabras clave: Quinto estado; Quinta potencia; Teoría intermedia; Materialidad audiovisual; Usuarios.

Introdução

Antes de iniciarmos o debate acerca do conceito de quinto estado, desenvolvido por Dutton (2009), faz-se importante delimitarmos o conceito de quarto poder, no qual adotamos no presente estudo como sendo um “poder simbólico” (Bourdieu, 1987) e que se estabelece a partir da mídia cumprindo um papel de “guardião da notícia” e fiscalizadora dos três poderes institucionalizados, a saber: Executivo, Legislativo e Judiciário.

De acordo com Traquina (2000), o surgimento do termo quarto poder ocorreu na Inglaterra, no início do século XIX, quando um deputado do parlamento inglês fez a relação do termo com os jornalistas que ocupavam uma galeria, se assentando no mesmo local em que os três poderes da Revolução Francesa, compostos pelo Clero, Nobreza/Burguesia e o Povo. Neste sentido, cabe destacar que com o surgimento do estado democrático, os três poderes passaram a ser institucionalizados como Executivo, Legislativo e Judiciário, sendo estas as instâncias representativas da sociedade.

Já para Novelli (1994), o conceito de quarto poder - aqui adotado como semelhante ao conceito de quarto estado - surge na Inglaterra, no século XX, e tinha como intuito destacar a importância e a influência da mídia na opinião pública. Deste modo, o autor aponta para este “poder” não como um poder de fato - e institucionalizado -, mas sim um poder de direito e que teria como missão atuar como um cão de guarda da informação.

Por outro lado, Sodré (1999) afirma que a história da imprensa se confunde com a própria história do capitalismo, tendo seu início marcado pelas Revoluções Francesa e Americana. E de modo semelhante, Rizzotto (2012), reforça as afirmações de Sodré (1999) ao apontar a submissão da imprensa (ainda que parcialmente) à política, o que influencia nas análises e definição da imprensa como esse “quarto poder”.

Ademais, uma outra visão é a de Albuquerque (2009), que aponta para uma concepção de “quarto poder” que se compara entre o jornalismo no Brasil e nos Estados Unidos, destacando que o cenário brasileiro se distingue do ideal estabelecido nos Estados Unidos, em que o jornalismo está intrinsecamente ligado à objetividade, imparcialidade, representação dos cidadãos frente ao Estado e manutenção do equilíbrio entre os três poderes. Para justificar o exercício do “poder” no jornalismo brasileiro, o autor (2009) retoma a época do Brasil República, em que houve a tentativa de criação de um “poder moderador” que teria como função regular e coordenar a ação dos outros poderes públicos, garantindo o equilíbrio entre eles.

Considerando as perspectivas abordadas, bem como adotando para o presente trabalho que o jornalismo atua como um construtor de realidades (Alsina, 1996; Silveira; Marôpo, 2014), apontamos para a existência de um “quarto poder”, representado pelo jornalismo, que não é um poder institucionalizado e sim um poder extra institucional ou simbólico, retomando Bourdieu (1987), já que seria este um poder que é exercido somente se houver a cumplicidade de quem está sujeito a este poder ou daqueles que o exercem, algo que é observado em sociedades democráticas.

Cabe destacar ainda que o conceito de quarto poder é discutido na academia em âmbito nacional e internacional, como podemos observar em Charaudeau (2012), que considera a mídia como um importante espaço de cobertura de temas relevantes para a sociedade, mas com a ressalva de que o Jornalismo não poderia ser apontado como “poder” por haver padrões editoriais e linguagens pré-estabelecidas.

Entretanto, apesar de posições distintas acerca do “quarto poder”, justificamos a sua atuação e possibilidade como um conceito que foi desenvolvido e corroborado por diversos autores que anteriormente se debruçaram sobre o tema e adotaram a conceituação do termo como possível e viável.

Acrescenta-se a este cenário a expansão digital e o crescimento da web e das redes sociais digitais como espaços para produção de conteúdos, sobretudo a partir do diferencial de possibilitar que produtores e receptores se tornem a mesma coisa (Castells, 1999), além da potencialidade de novos atores sociais se colocarem como produtores de conteúdo.

Por meio da percepção de crescimento deste novo ambiente, que é digital e que se coloca como uma possibilidade de quebra das grades de programação, já que tudo está online 24 horas por dia, bem como através da identificação de uma potencialidade de ação dos usuários no que concerne à fiscalização e à cobrança do jornalismo, Dutton (2009) corrobora a percepção da mídia como um quarto poder, que para o autor seria chamado de “quarto estado” e propõe como conceito o “quinto estado”, que está ligado à perspectiva do accountability e da cobrança que é feita pelos cidadãos para com os conteúdos veiculados pela mídia.

A partir desta concepção, que se dá no contexto britânico e que, portanto, se diferencia do brasileiro no que diz respeito ao sistema de Governo, que é uma monarquia parlamentarista, enquanto que o Brasil está organizado como uma república federativa presidencialista, além de outras questões como o fato de o Brasil não possuir uma regulação da mídia e nem estratégias efetivas e difundidas de educação para a mídia - apesar de a pauta recentemente

ter sido retomada pelo Governo Federal em 2023, com a Semana Brasileira de Educação Midiática¹ -, busca-se como inspiração o conceito proposto por Dutton (2009) para se identificar características e se avançar na conceituação de um “quinto poder”, aplicado à realidade brasileira.

Quinto estado e a mídia segundo o contexto britânico

Tendo como ponto de partida observações sobre o papel cada vez mais central que a internet passa a ocupar na sociedade a partir do início dos anos 2000, sobretudo no contexto britânico, em 2009 o pesquisador William Dutton buscou definir o que chamou de quinto estado.

O conceito emerge de um projeto de pesquisa de Dutton que tinha como objetivo examinar criticamente o papel da mídia enquanto quarto estado, bem como analisar o papel da internet enquanto espaço capaz de possibilitar novas formas de responsabilidade social democrática e voz no comparativo com o quarto estado - termo utilizado para definir a imprensa como um “poder simbólico” e que se auto-institui como cão de guarda da notícia (Waisbord, 2000).

No entanto, para abordarmos o contexto britânico e, posteriormente, analisarmos o cenário brasileiro, cabe destacar as diferenças entre as relações dos dois locais com a imprensa, a começar pelo fato de que o sistema de radiodifusão britânico tem como grande expoente a British Broadcasting Corporation ou BBC, emissora pública de televisão que é parte do patrimônio cultural do Reino Unido e exemplo mundial de TV, sendo apontada por Leal Filho (1997) como a melhor TV do mundo, enquanto que no Brasil o modelo de radiodifusão que se estabeleceu foi o de concessões públicas que são exploradas, sobretudo, por emissoras comerciais que, segundo Guareschi e Biz (2009), foram historicamente orientadas para privilegiar as oligarquias e os monopólios. A este contexto, adiciona-se o fato de concentração e perpetuação de um oligopólio midiático composto, principalmente, por 5 grandes empresas de comunicação: Rede Globo, Rede SBT, Rede Record, Rede Bandeirantes de Televisão, RedeTV! (Marinoni, 2015).

Ao abordar sobre a “melhor TV do mundo”, Leal Filho (1997) destaca que em 1985 houve uma convocação feita pela Broadcasting Research Unit, órgão independente de pesquisas mantido pela BBC, pelo British Film Institute e pela Fundação Markle de Nova York em que o objetivo foi discutir os princípios do serviço público de rádio e televisão, sendo estabelecidas oito normas: 1- universalidade geográfica, que consiste na oferta dos serviços de rádio e TV para toda a população; 2- apelo universal, que se pauta na oferta dos serviços para todos os gostos e interesses; 3- universalidade de pagamento, em que todos os usuários que têm acesso aos serviços públicos pagam por eles e evitam a quebra de riscos de independência dos serviços de radiodifusão pública; 4- independência, que consiste no afastamento dos serviços de radiodifusão de interesses particulares e do Governo; 5- identidade nacional e comunidade, que é a promoção de identidade e representação dos cidadãos britânicos; 6- minorias, que reforça a importância de dar uma atenção especial às minorias sociais, culturais, étnicas, religiosas, etc.; 7- competição, que aponta para o estímulo à competição por programas de qualidade e por melhores formatos e estilos; 8- criação, que consiste na liberdade de projetos dos produtores (Leal Filho, 1997, p. 60-63).

Além disso, a BBC conta com um canal aberto ao público para reclamações, o que facilita o contato entre os cidadãos e a emissora, bem como publica de forma pública as queixas de grande interesse do público e que gera um número significativo de reclamações e levanta questões significativas. Essas perguntas e respostas são veiculadas no site da própria BBC².

Balizados pelo serviço público que preza por conteúdos de qualidade, tendo o seu principal expoente na BBC, os cidadãos britânicos se inserem em um contexto de regulação de mídia em que a agência reguladora está delimitada em lei e atua de forma independente do Governo, diferentemente do cenário brasileiro.

Durante o fim do século XX, dois órgãos independentes realizavam o acompanhamento e a fiscalização da mídia: Broadcasting Complaints Commission, que recebia reclamações de telespectadores e participantes de programas de assuntos relacionados à invasão de privacidade e tratamento indelicado e a Broadcasting Standards Council, que acompanhava questões referentes à violência, sexo e padrões de linguagem utilizados na TV e no rádio (Leal Filho, 1997).

No entanto, ambos órgãos foram substituídos em 29 de dezembro de 2003 pelo Office of Communication (Ofcom), órgão de regulação da mídia britânica de televisão, rádio, telecomunicações e comunicações sem fio que recebe queixas e denúncias sobre todas as emissoras, incluindo a BBC.

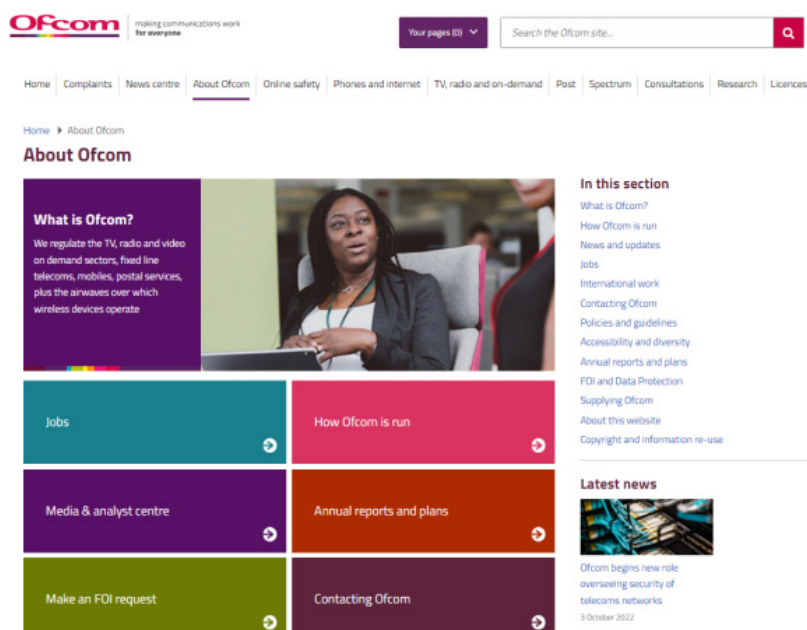
1 Governo federal promove Semana Brasileira de Educação Midiática. Disponível em: <https://www.gov.br/mec/pt-br/assuntos/noticias/2023/setembro/governo-federal-promove-semana-brasileira-de-educacao-midiatica>

2 Espaço para envio de reclamações sobre a programação da BBC. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/contact/complaints>

Independente e financiado por taxas que são pagas pelas empresas que regula, a Office of Communication (Ofcom)³ é uma autoridade reguladora e de concorrência para espectro de radiodifusão, serviços postais, telecomunicações e radiocomunicações, que foi criada em 2001 e tem como dever legal representar os cidadãos, seus direitos e interesses, protegendo o público de conteúdos nocivos ou ofensivos e funcionando como um órgão fiscalizador do jornalismo em que os cidadãos podem enviar as suas demandas, críticas e sugestões.

A partir de uma análise site oficial da *Office of Communication*, é possível identificar que a agência reguladora se intitula como sendo uma instituição que trabalha para todas as pessoas do Reino Unido. Além disso, dentre os seus princípios, destacam-se: garantia de serviços de qualidade de banda larga, telefonia residencial e móvel, TV e rádio; garantia da satisfação com o que o público ouve e vê no rádio e na TV; recebimento de reclamações e denúncias; e fiscalização contra más práticas, de modo que os cidadãos não sejam enganados e estejam protegidos.

Figura 1: Página oficial do site da Ofcom, aba “About Ofcom”



Fonte: Site oficial da Ofcom (2023)

Dentre as áreas de atuação da *Office of Communication* estão os relatórios anuais, publicados desde 2003 com o intuito de prestar contas sobre o que a Ofcom tem feito de forma discriminada; planos anuais, que buscam cumprir a missão da agência reguladora de mídia de fazer com que as comunicações funcionem para todos em todo o Reino Unido; painel de Conteúdo Ofcom, desenvolvido através de atividades do Conselho de Conteúdo e que é responsável por compreender, analisar e defender as vozes e os interesses do espectador, do ouvinte e do cidadão, buscando definir e reforçar a qualidade e os padrões para televisão e rádio; portal de notícias com atualizações referentes às ações da Ofcom.

Além disso, a importância da regulação da mídia na Europa é tema de discussão desde o início do século XX, sendo ratificada por grupos e atores da sociedade civil, como por exemplo o movimento “Article 19”, também no contexto britânico, que em 2005 publicou um livro intitulado “Freedom and *accountability*: safeguarding free expression through media self-regulation”. A obra tem como enfoque a regulação e regulamentação de países da costa sul da Europa, incluindo o Reino Unido.

Em seu capítulo 3º a publicação trabalha com a questão dos conselhos de imprensa na prática e a auto regulação, apontando casos ocorridos no Reino Unido que questionam a credibilidade de seu jornalismo e discutindo esses casos de forma aberta, em forma de “auto regulação” da mídia.

Movimentos como os que são desenvolvidos pelo Article 19 e outros que se inserem nas discussões sobre regulação da mídia colocam em evidência a preocupação dos países europeus com o tema e suscitam debates semelhantes ao que Dutton (2009) conceituou como quinto estado, que emerge justamente por conta de falhas no jornalismo enquanto estado ou poder - ainda que simbólico.

Para Dutton (2009), assume-se que a existência de três poderes que seriam diretamente ligados ao Estado (Executivo, Judiciário e Legislativo), um quarto poder, representado pela mídia (Traquina, 2000; Albuquerque,

³ Site oficial da Ofcom. Disponível em: <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom>

2009) e um quinto estado - que tem sua emergência no digital e é fortalecido pelos indivíduos em rede, criando um ambiente político mais pluralista para a informação.

Outra face deste quinto estado seria a fiscalização e a supervisão dos conteúdos que são publicados pelos meios de comunicação (em mídias tradicionais ou digitais) e a possibilidade de produção, reprodução e co-produção de materiais, seja para repercutir o que foi veiculado pela imprensa, seja para produzir novos discursos e narrativas, algo potencializado nas mídias digitais.

Deste modo, se antes o quarto estado ou poder ocupava um espaço de olhos e ouvidos da população e de guardião da notícia, sendo o responsável por construir realidades, com a internet essa lógica se transforma, já que é possível que os usuários produzam as suas próprias informações, conteúdos e visões de mundo.

É verdade que o amplo papel social da Internet no governo e na política pode ter muitas semelhanças com a dos meios de comunicação tradicionais. Igualmente importante, ele também desempenha papéis que diferem da mídia tradicional, e abre outras arenas institucionais para maior responsabilização social-da vida cotidiana à ciência (Dutton, 2009, p. 3, tradução nossa).

Além disso, o processo de globalização e o de expansão da internet como uma possibilidade aos meios de comunicação, assim como as potencialidades trazidas por esse contexto em que os usuários produzem e reproduzem materiais a partir de suas preferências e demandas, se coloca como um caminho para a efetivação e difusão cada vez maior do quinto estado se torne cada vez mais efetivo e difundido.

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

No que concerne ao cenário brasileiro, os primeiros estudos sobre redes sociais foram desenvolvidos por Recuero (2009), que aponta para a interação e as conexões como principais características deste novo ambiente. Ao buscar compreender a difusão de informações no jornalismo através da internet e das redes sociais, Recuero (2009) aponta para três principais relações possíveis que auxiliam na compreensão dessas mudanças causadas no jornalismo pelo ambiente digital: “a) como fontes produtoras de informação; b) como filtros de informações; c) como espaços de reverberação dessas informações” (p. 43).

Após a década de 2010, as redes sociais digitais se colocam como a principal potencialidade da internet, sobrepondo-se a outras iniciativas que ali também se encontravam. Por permitirem que pessoas do mundo inteiro se conectem por meio de servidores e em poucos cliques, a internet e as redes sociais digitais se tornam espaços de emergência e consolidação de novos atores sociais (Recuero, 2011). Aqui cabe destacar que os *youtubers*, *digital influencers* e blogueiros, que passam a se apropriar deste ambiente conectado não apenas com o intuito de mobilização em prol da fiscalização do quarto e demais poderes, mas sim com o objetivo de se tornarem personalidades que mobilizam milhares ou milhões de pessoas sobre seus interesses e assuntos trabalhados.

E da mesma forma, a rápida expansão das redes sociais digitais promoveu um movimento de apropriação dos meios de comunicação de massa, que encontraram nesses espaços a potencialidade de expansão do alcance de seus conteúdos, bem como ampliação da sua credibilidade e legitimidade que já carregavam de outros espaços midiáticos.

Esta transposição de materiais para outras telas auxiliam no desenvolvimento de novas relações de consumo de seus conteúdos por parte dos usuários, que agora podem interagir por meio de curtidas, comentários, compartilhamentos e acrescentar informações aos produtos que circulam na web, se tornando reprodutores e co-produtores de conteúdo.

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

Nesse sentido, os autores propõem seis potencialidades do quinto estado⁴, agora assumindo também a importância das redes sociais digitais: 1- buscas; 2- criação individual de conteúdos; 3- capacidade de estabelecer contatos; 4- vazamento de informações que podem ser acessíveis de forma online; 5- inteligência coletiva; 6- observação coletiva.

⁴ Dutton & Dubois (2015) buscaram exemplificar seis formas em que a rede se constitui como quinto poder/estado. No inglês (língua original do texto), os autores colocam como: Searching; Sourcing; Networking; Leaking; Collective intelligence; Collective observation.

Contudo, apesar de possuir um potencial mobilizador e de fortalecimento das relações sociais na internet, tem-se observado outros caminhos na aplicabilidade do que o autor chama de quinto Estado. Assim, esse poder fiscalizador ou gerenciador, capaz de conceder poder à sociedade, que Dutton (2009) aponta para uma espécie de idealização do conceito que ocorre por diversos motivos e estão ligados à expansão dos sites e das redes sociais digitais.

Em entrevista cedida no ano de 2021 - publicada em 2022, na Intercom - Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (RBCC) - e considerando o crescente uso da Internet e das tecnologias digitais, Dutton aponta para uma nova forma de atuação do quinto estado, que está associada a uma mobilização e a uma fiscalização social e política que ocorre no âmbito da sociedade civil, seja na produção de novas narrativas ou na repercussão destes materiais.

A partir do momento que um conteúdo é produzido por populares e passa a circular e a “viralizar” na internet, como por exemplo nos casos de agressão, racismo, manifestações, entre outros, observa-se que os cidadãos, ainda que inicialmente de forma amadora e apenas com um celular na mão (Mata, 2019), cumprem com um papel que outrora era atribuído exclusivamente ao jornalismo - quarto estado -, que consiste em gravar e publicar estes acontecimentos ocupando, de certa forma, o lugar de “guardião da notícia” e tradutor de realidades acerca do que ocorre na sociedade. No entanto, com a evolução tecnológica e dos meios de comunicação digital, atualmente isto pode ser facilmente feito por cidadãos comuns que publicam estes conteúdos nas redes sociais digitais, em *blogs*, etc.

Penso que o principal papel que o Quinto Estado desempenha é a prestação de contas – social e politicamente. O exemplo mais óbvio são os vídeos de policiais ajoelhados no pescoço de uma pessoa presa por eles. Esse tipo de evidência em vídeo é difícil de negar e tem que ser explicada. Pode não fazer diferença na política, mas cria outra fonte de responsabilização, um papel de fiscalizar e supervisionar a sociedade que também cabe à imprensa. E, de fato, é claro, a imprensa republica e revela o que o Quinto Estado pode fornecer e distribuir (Dutton; Pereira, 2022, p. 4).

Apesar de reconhecer as potencialidades da internet e das redes sociais digitais, Dutton destaca que nem todos os indivíduos em rede são parte do quinto estado, diferenciando os usuários que utilizam este espaço para informar e buscar informações daqueles que possuem motivações maliciosas e mal-intencionadas.

Deste modo, um empecilho para a efetivação do quinto estado seria a atuação de usuários maliciosos que fazem o uso da internet e das redes sociais digitais para propagar desinformação e *fake news*, bem como os que cometem fraudes e os que roubam dados de outros usuários.

E um último ponto a ser considerado no contexto britânico consiste no embate entre o quarto e o quinto “estados”. Para Dutton, o quinto estado naturalmente ameaça todos os demais poderes, mas a imprensa ou quarto estado é quem mais se sente ameaçada, já que as novas mídias digitais transformam e minam os modelos tradicionais do jornalismo.

Por outro lado, o próprio jornalismo tem se apropriado cada vez mais de materiais produzidos pelos cidadãos e veiculados em redes sociais digitais.

Cada vez mais os jornalistas estão usando o conteúdo criado pelo quinto estado. Indivíduos em rede são as pessoas que realmente veem o que está acontecendo e podem mostrar e descrever exatamente o que aconteceu em um evento. Então, acredito que todos os outros estados estão preocupados com o quinto estado, pois quanto mais poderoso ele se torna, mais estridentes os indivíduos em rede que se mobilizam através desse estado são (Dutton; Pereira, 2022, p. 12).

Após a apresentação do conceito a partir do pensamento britânico, faz-se necessário um esforço para delimitarmos o conceito de quinto estado proposto em 2009 e desdobrado em 2015 e 2021 por Dutton, como um ponto de partida para produção de uma teoria intermediária sobre o quinto poder aplicado ao contexto midiático do Brasil, envolvendo os meios de comunicação de massa e a internet.

Metodologia: teoria intermediária do quinto poder como proposta possível

Delimitado o contexto britânico e o conceito de quinto estado, passamos para um segundo momento, que consiste na identificação e conceituação de quinto poder, aplicado ao cenário brasileiro e que, diferentemente do que ocorre com o britânico, não possui nenhum mecanismo de regulação da mídia ou educação para a mídia.

Para tal, utilizamos a concepção de teorias intermediárias de Braga (2016; 2020) que defende o desenvolvimento de teorias intermediárias como forma de contribuir para a construção de saberes na área da comunicação, assumindo sua pluralidade e diversidade, buscamos no presente trabalho promover a conceitualização do quinto poder no cenário brasileiro, de modo a clarificar este fenômeno.

Ao explicitar como ocorrem os processos de concepção de teorias intermediárias, Braga (2016; 2020) propõe um trabalho que parte de proposições heurísticas, que são aquelas baseadas em fontes e documentos, seguida por uma etapa de desentranhamento do campo comunicacional, que no presente trabalho ocorreu a partir da pesquisa bibliográfica previamente realizada sobre o conceito de poder, a organização dos poderes na sociedade brasileira e a ideia de quarto poder, o que nos possibilita produzir teorias intermediárias sobre o conceito de quinto poder.

De modo a trazer contribuições para o campo comunicacional, faz-se necessário respondermos duas perguntas: 1- Que fenômeno é este? 2- Como encaminhar e fundamentar seu conhecimento?

Após realizadas as pesquisas bibliográfica e documental e concluída a etapa de desentranhamento do campo, ressaltamos que o fenômeno do quinto poder pode ser considerado como uma teoria intermediária porque traz consigo semelhanças com o que Dutton (2009) chama de quinto estado. Além disso, o fenômeno é explicado pela manifestação cada vez mais recorrente dos cidadãos no ambiente digital, o que favorece práticas de produção e reprodução de conteúdo, bem como possibilita uma maior fiscalização e cobrança para com a imprensa e com os demais poderes.

Em seguida, buscamos encaminhar e fundamentar o conhecimento. Para tal, utilizamos a análise empírica, de natureza analítica, que consistiu na investigação de conteúdos veiculados no perfil do Jornal Nacional no Twitter - atualmente chamado de "X".

Nesse sentido, a fim de avaliarmos conteúdos audiovisuais em sua totalidade e sem decomposição, observando também os paratextos que compõem estes materiais, algo relevante para a presente pesquisa, tomamos como metodologia a Análise da Materialidade Audiovisual, proposto por Coutinho (2016; 2018). Para a realização da análise dos conteúdos do perfil do Jornal Nacional no "X" foram mapeadas todas as publicações em 2022 que tinham como temas centrais a Covid-19 e seus desdobramentos e a política e suas ramificações, já que os dois assuntos possuem alta relevância no ano avaliado.

Inicialmente foram encontradas 123 publicações audiovisuais e que nos permitiria uma análise do texto e de seus paratextos. Em seguida, foram definidos como parâmetros para a coleta da amostragem os seguintes fatores: curtidas, comentários e compartilhamentos. Os materiais que obtiveram maior somatório destes fatores foram classificados entre 1 e 123. E no intuito de definirmos uma amostragem que fosse representativa para o corpus, aplicamos a seguinte fórmula: $[z^2 * p(1-p)] / e^2 / 1 + [z^2 * p(1-p)] / e^2 * N$, que é frequentemente empregada em pesquisas de amostragem nos campos da estatística e pesquisa de mercado e auxiliam o pesquisador a encontrar uma amostra que não seja nem pequena e nem grande demais⁵.

De acordo com o Qualtrics, para encontrarmos o tamanho ideal da amostra devemos levar em consideração os seguintes fatores: 1- nível de confiança, que pode variar entre 90%, 95% e 99%; 2- tamanho da população/publicações mapeadas; 3- margem de erro, que pode variar de 1% a 10%; 4- tamanho ideal da amostra, que é o número final de conteúdos a serem analisados dentro de um universo mais amplo.

A partir de então, optou-se por um padrão de confiança de 95% e utilizou-se 10% como percentual de margem de erro, já que se refere a uma pesquisa de caráter quali-quantitativo, o que resultou na seleção de 54 publicações.

Após a seleção dos materiais, passou-se para a segunda etapa da aplicação metodológica. Segundo Coutinho (2016; 2018), após a etapa de pesquisa bibliográfica e seleção do objeto, o próximo passo é o desenvolvimento de eixos de análise que nortearão a avaliação empírica. Para tal, optou-se pela construção de quatro eixos, a saber: 1- Processos jornalísticos, interação e engajamento; 2- Legitimidade/credibilidade; 3- Segurança do jornalismo, *accountability* e disputas de narrativas; 4- Disputas entre o quarto e o quinto poder.

No eixo 1, Processos jornalísticos, interação e engajamento, detectamos que o perfil do JN não desenvolve perspectivas de interação ou engajamento com o seu público, utilizando a rede social digital muito mais como um repositório dos materiais veiculados na TV em recorte, do que propriamente como uma plataforma capaz de gerar interação com os usuários.

Deste modo, identificamos que dos 54 conteúdos analisados, apenas três são feitos em um formato fora do convencional, sendo que nenhum deles possui uma convocação ao público ou algo do tipo. As exceções ocorrem apenas em três materiais que revelam bastidores do Jornal Nacional, como por exemplo em publicação na qual o

5 Qualtrics. Tamanho da amostra de pesquisa: como calcular a amostragem ideal. Disponível em: <https://www.qualtrics.com/pt-br/gestao-de-experiencia/pesquisa-de-mercado/determine-sample-size/>.

perfil do Jornal Nacional marca a sua repórter, Raquel Krahenbuhl, e a própria jornalista revela que conversou com exclusividade com o presidente da Ucrânia. O material, gravado pela própria repórter em um formato “selfie” - que utiliza a câmera frontal do celular para realização da gravação -, é feito pela jornalista, que não apenas introduz o assunto, como também mostra um bastidor do telejornal ao apresentar ao público o processo de edição sendo feito no momento da gravação do vídeo⁶.

Além disso, estes três materiais são os únicos em que é possível observar marcas/características de diálogos hipermídia e multimídia, já que são produzidos para a internet e revelam aspectos da televisão - ainda que por meio dos bastidores -, o que aponta para a interface em telas, sobretudo no que concerne a um telejornalismo expandido (Mello Silva; Vidigal Rocha; Farias Silva, 2018).

Contudo, nos outros 51 materiais o ambiente digital é utilizado apenas como local de expansão do conteúdo do telejornal para novas telas, de modo que os recortes são feitos somente de modo a adequar o conteúdo à plataforma, e não para produzir ou reproduzir uma narrativa adaptada e pensada para o digital. E apesar de as redes sociais digitais possibilitarem aos seus usuários a experimentação de formatos e linguagens, observa-se que o Jornal Nacional não promove experiências e inovações em seu perfil, limitando-se a, na maior parte das vezes, somente reproduzir o seu conteúdo utilizando os mesmos formatos e a mesma linguagem da televisão, com seu perfil se tornando uma espécie de “repositório de materiais”.

Por outro lado, ao analisarmos os processos jornalísticos que envolvem as publicações do perfil, é possível inferir que há uma preocupação evidente do Jornal Nacional em se colocar como um meio de comunicação com credibilidade, apresentando em diversos momentos as etapas de apuração e checagem dos conteúdos, o que se coloca como um diferencial em relação a outros materiais veiculados nas redes sociais digitais.

No que diz respeito ao eixo 2, os conflitos referentes à credibilidade e legitimidade do Jornalismo não apenas são comprovados, como também há uma percepção mais ampla de que os cidadãos/usuários não apenas criticam, questionam e discordam, como também cobram uma prestação de contas do Jornal Nacional, o que é detectado em diversos comentários que reivindicam a presença de pautas supostamente silenciadas pelo JN, que reclamam da angulação dada aos conteúdos e que criticam os materiais veiculados pelo telejornal. Isso é corroborado com a ampliação do descrédito do Jornalismo enquanto fonte de informação confiável (De Oliveira Ferro, 2017; Van Dijk *et. al.*, 2018).

Por outro lado, identifica-se que o perfil do JN reforça em seus conteúdos a preocupação em não apenas abordar os acontecimentos ou informar a população sobre algo, como também demarcar o seu local de guarda da notícia e de “quarto poder”, pensando aqui no Jornalismo como um “poder simbólico” e não institucionalizado. Exemplo disso são as pesquisas Datafolha e do Ipec que foram encomendadas e divulgadas pelo Jornal Nacional durante o período eleitoral.

No que diz respeito à investigação dos materiais do perfil do JN, um fator que chama a atenção é que em todos os 54 conteúdos analisados há questionamentos sobre a legitimidade e veracidade dos conteúdos. Além disso, na maior parte dos conteúdos veiculados pelo Jornal Nacional é possível identificar um maior volume, em termos quantitativos, de comentários ou “interações” que realizam críticas ao veículo/telejornal e ao teor de suas publicações (o que inclui críticas às pautas e às fontes ouvidas/entrevistadas).

E de modo geral, os comentários assumem quatro formas de críticas: 1- questionamentos sobre a qualidade e credibilidade do telejornal enquanto fonte de informação e meio de comunicação de massa que exerce poder sobre a sociedade; 2- críticas sobre a legitimidade do veículo/telejornal; 3- ataques direcionados ao veículo/telejornal ou aos jornalistas que apresentam o telejornal; 4- questionamento do jornalismo enquanto quarto poder.

Neste sentido, cabe destacar que tal cenário é potencializado pelos temas abordados nos materiais analisados, sobretudo conteúdos de entrevistas de dois dos principais candidatos à presidência à época: Bolsonaro e Lula, o que sugere uma disputa de narrativas que vai além do telejornal e esbarra nos campos político e ideológico, mas que não excluem as acusações de que o Jornal Nacional não possui credibilidade e legitimidade.

Avançando para o eixo 3- Segurança, *accountability* e disputas de narrativas, retomamos as particularidades do cenário nacional em relação ao contexto britânico que fora apresentado anteriormente. Isso porque, diferentemente do que ocorre não apenas na Grã-Bretanha, como também em outros países da União Europeia e ao redor do mundo, no Brasil não há órgãos ou propostas em vigência de regulação da mídia e, ademais, é possível observar a financeirização e os oligopólios midiáticos como marca de uma imprensa que nasce comercial e tem como prioridade o lucro.

Deste modo, no que concerne às perspectivas de *accountability*, identificamos que a abertura do digital como um espaço de interlocução entre o JN e o público se coloca também como um local de cobranças feitas por

⁶ Disponível em: <https://twitter.com/jornalnacional/status/1549479994308657155?s=20>

usuários em diferentes escalas e de modos distintos, com destaque para as que se relacionam à cobertura de pautas específicas, o que também implica em acusações de que o JN estaria silenciando certos temas, como pode ser visto em comentários como: “@arcanosprime “Faltou só mostrar ele conversando de boa explicando os questionamentos e não contente o lacrador perdeu uma boa oportunidade de tirar todas as suas dúvidas. Lamentável”.

Outras formas de fiscalizar o telejornal são as cobranças por mudanças de angulação dos conteúdos veiculados, o que flerta com acusações de que os materiais produzidos pelo Jornal Nacional seriam enviados ou manipulados; possíveis acusações de que o Jornal Nacional estaria produzindo conteúdos que não são verdadeiros, o que seria passível de desinformação e fake news; e ataques - e até ameaças - ao jornalismo e, principalmente, aos jornalistas, que encontra-se presente em todas as 54 publicações feitas pelo JN e analisadas neste trabalho.

Por fim, ao analisarmos o eixo 4- Disputas que se estabelecem entre o jornalismo/quarto poder e os usuários, detectamos que a maior parte dos comentários feitos nas publicações do JN são em tom crítico, de cobrança e de acusação, o que nos oferece substrato para refletir sobre a existência de um quinto estado, tal como propõe Dutton (2009), mas com as particularidades do contexto brasileiro.

Isso porque foi possível identificar que são variados os perfis que tecem críticas aos conteúdos veiculados pelo Jornal Nacional, indo desde usuários com poucos seguidores e movimentação na rede, até perfis que se colocam como autoridades em certos assuntos e possuem milhares e até milhões de seguidores. Além disso, no recorte analisado, observamos que há perfis que realizam dezenas de comentários em tom fiscalizador e crítico ao JN, se colocando como um poder de oposição ao telejornal, ainda que sem grande mobilização por parte de outros perfis.

Neste cenário de embates, detectamos três principais formas de comentários no sentido de estabelecer esta disputa entre o jornalismo e os usuários: 1- comentários que tentam mudar a angulação dos conteúdos publicados pelo JN, como também observamos tentativas de os usuários “pautarem” o telejornal no sentido de abordar temas que para estes interatores são importantes e relevantes; 2- comentários em tom de cobrança e questionamentos que buscam acusar o telejornal de mentir e desinformar a população; 3- interações feitas pelos usuários no sentido de tensionar os conteúdos veiculados pelo Jornal Nacional a partir de materiais produzidos por outros meios de comunicação ou atores sociais, o que revela uma face de um “poder” do cidadão que não apenas fiscaliza e cobra o jornalismo, como também apresenta uma opinião de oposição ao que está sendo veiculado pelo telejornal utilizando-se de outros perfis para basear os seus comentários.

Em contrapartida, há também usuários que se colocam como defensores dos veiculadores de conteúdo, ainda que em escalas muito menores e de forma pontual, não sendo uma observação recorrente, principalmente no comparativo global com os comentários analisados.

Após realizarmos a investigação dos materiais, foi possível observar um grande quantitativo de críticas, tentativas de cobranças e fiscalização, busca por deslegitimar e descredibilizar os materiais veiculados pelo Jornal Nacional e ainda disputas de narrativas e por poder, questões estas que podem ser exemplificadas em comentários feitos no perfil do JN no X, como: “@PAAHSP124 “Péssima entrevista. Perguntas mal elaboradas. Mais uma vez esse jornal faz questão de mostrar o quanto quer manipular o povo brasileiro”; “@MariaGuinaraes “Não vão falar disso não?????” + imagem com suposto print de publicação do perfil “terrabrasilnoticias” no Instagram, com texto que tem como título “campanha de Lula entra em “colapso” após declarações de petistas chamando atos de 7 de setembro de Ku Klux Klan: Tem que pedir desculpas” e “@crisjmir “Foi muito difícil pra mim, muito, mas muito difícil colocar na #globolixo. Essa emissora é inimiga da nossa nação”.

Considerações finais

Refletindo sobre o conceito aplicado a um produto típico do cenário brasileiro, identificamos que este “quinto poder” se manifesta de diversas maneiras, mas possui características peculiares e até mesmo diferentes do que propõe Dutton, sobretudo, em relação à mobilização e ao *accountability* (Dutton; Pereira, 2022).

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

Uma segunda questão a ser avaliada é o cenário político e ideológico vivido pelo Brasil desde as eleições de 2018 e que foram intensificadas pela pandemia da Covid-19 e eleições presidenciais de 2022. Com isso, cabe ressaltar que parte significativa dos comentários em tom de crítica, questionamento e até ataque aos conteúdos produzidos pelo Jornal Nacional podem ter influência da monopolização política.

Outra apreensão que pode ser feita a partir da análise é a de que o Jornal Nacional, na maioria de seus conteúdos, se preocupa em demonstrar seus processos produtivos e em se colocar como fonte de segurança para os cidadãos, ainda que por meio da reprodução de trechos de conteúdos veiculados anteriormente na TV.

No entanto, apesar de o ambiente digital permitir a interação e o diálogo, os comentários feitos pelos usuários não são respondidos pelo Jornal Nacional, o que cria uma imagem de que o telejornal é apenas uma fonte de informação e que não há uma interação efetiva e dialógica, o que impulsiona um cenário de menos defesa e de mais críticas e questionamentos por parte dos usuários.

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

Somado a isso, no cenário brasileiro, diferentemente do britânico, não há mecanismos de regulação/regulamentação da mídia ou de plataformas digitais e nem estratégias de educação para a mídia, de modo que as manifestações do “quinto poder” são feitas, em sua maioria, a partir de opiniões dos usuários que são veiculadas como comentários, mas sem que essas interações se tornem cobranças efetivas e passíveis de serem revistas em caso de falha por parte do JN, algo que ocorre no contexto de regulação da mídia.

Delimitadas estas questões e levando-se em consideração as apreensões obtidas da análise do perfil do Jornal Nacional no X, apontamos seis características do quinto poder “à brasileira” que são a base para apresentar este conceito como teoria intermediária da comunicação. São elas: 1- interação e busca por diálogo com o quarto poder; 2- críticas à apuração ou ao material veiculado por membros do quarto poder; 3- fiscalização acerca da angulação dos conteúdos; 4- questionamento sobre o silenciamento de pautas e cobranças pela inserção de temas que membros do quinto poder julgam ser relevantes; 5- tensionamentos do quarto poder a partir da produção/reprodução de materiais provenientes de outros meios de comunicação e atores sociais digitais; 6- acusações de que materiais veiculados pelo Jornalismo/quarto poder não são verdadeiros e promovem a desinformação - mesmo que sem provas de tais acusações.

Referências

ALBUQUERQUE, A. As três faces do quarto poder. In: **Anais [...]** XVIII Encontro da Compós, PUC-MG. Belo Horizonte, MG, 2009. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1068.pdf. Acesso em: 17 jan. 2023.

ALSINA, M. R. **La Construcción de la Noticia**. Barcelona: Ediciones Paidós, 1996.

BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico**. Tradução de Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil S.A, 1987.

BRAGA, J. L. Teorias intermediárias: uma estratégia para o conhecimento comunicacional. **MATRIZES**, [S. l.], v. 14, n. 2, p. 101-117, 2020. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v14i2p101-117. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrices/article/view/172553>. Acesso em: 31 mai. 2023.

BRAGA, J. L. Perspectivas para um conhecimento comunicacional. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo (org.). **Epistemologia da comunicação no Brasil: trajetórias auto reflexivas**. São Paulo: ECA-USP, 2016. 248 p.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2012.

COUTINHO, I. **Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade**. In: Epistemologias do telejornalismo brasileiro. Emerim, C.; Coutinho, I.; Finger, C. (orgs.). Coleção Jornalismo Audiovisual. v. 7. Florianópolis: Insular, 2018.

COUTINHO, I. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. In: **Anais [...]** XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo: ECA-USP, 2016. Disponível em <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2024.

DE OLIVEIRA FERRO, R. X. Quanto poder ainda tem o Jornalismo. In: **Anais 15º Encontro da SBPJor**, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: <http://www.sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2017/paper/view/946>. Acesso em: 18 jan. 2024.

DUTTON, W. H.; PEREIRA, G. T. F. Compreendendo o Quinto Estado e suas ramificações. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 45, 2022. p. 1-13. DOI: 10.1590/1809-58442022401pt. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/3950>. Acesso em: 17 jan. 2024.

DUTTON, W. H; DUBOIS, E. The Fifth Estate: a rising force of pluralistic accountability. **Handbook of Digital Politics**. Edward Elgar, Cheltenham, United Kingdom; Northampton, United States. 2015.

DUTTON, W. H. The fifth estate emerging through the network of networks. **Prometheus**, v. 27, n. 1, 2009. p. 1-15.

- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.
- GUARESCHI, P.; BIZ, O. **Mídia e Democracia**. Porto Alegre: Evangraf, 2005.
- LEAL FILHO, L. **A melhor TV do mundo: o modelo britânico de televisão**. Summus Editorial, 1997.
- MARINONI, B. **Concentração dos meios de comunicação de massa e o desafio da democratização da mídia no Brasil**. Intervenções/Friedrich-Ebert-Stiftung (FES). Análise nº 13/2015, nov. 2015. p. 1-27.
- MATA, J. A. P. **O amador no audiovisual: conteúdos gerados por cidadãos comuns na televisão brasileira**. 1. ed. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2019. 268p.
- MELLO SILVA, E.; VIDIGAL ROCHA, L.; FARIAS SILVA, S. R. S. Telejornalismo expandido: o jornalismo televisivo nas redes sociais e aplicativos. *Revista Comunicação Midiática*, Bauru, SP, v. 13, n. 2, p. 21–36, 2018. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/418>.. Acesso em: 25 jul. 2024.
- NOVELLI, A. L. C. R. O projeto Folha e a negação do quarto poder. In: MOTTA, L. G. (Org.) **Imprensa e poder**. Brasília: UnB-Imprensa Oficial, 2002.
- PEREIRA, G. T. F. **Jornalismo e informação em telas: poderes, diálogo e disputa por legitimidade**. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação - UFJF, Juiz de Fora-MG. 2023. 269 f.
- RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. 2ª ed., Coleção Cibercultura, Porto Alegre: Sulina, 2011. 206 p.
- RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão. **Metamorfoses jornalísticas**, v. 2, p. 1-269, 2009.
- RIZZOTTO, C. C. Constituição histórica do poder na mídia no Brasil: o surgimento do quarto poder. **Revista de Estudos da Comunicação**, v. 13, nº 31, 2012. p. 111-120. DOI: <https://doi.org/10.7213/rec.v13i31.22403>
- SILVEIRA, P.; MARÔPO, L. Jornalismo e construção social da realidade: um contributo para o debate teórico. *Revista Comunicando*, v. 3, nº 1, p. 7-19, 2014.
- SODRÉ, N. W. **História da Imprensa no Brasil**. 4ª. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.
- TRAQUINA, N. «Quem vigia o «quarto poder»?». In: **Anais [...]** 9º Encontro Anual da Compós, Campinas: Galoá, 2000. Disponível em: <https://proceedings.science/compos-2000/papers/-quem-vigia-o--quarto-poder--?lang=pt-br>. Acesso em: 17 jan. 2024.
- VAN DIJCK, J.; POELL, T.; WAAL, M. **The platform society**. New York: Oxford University Press, 2018.
- WAISBORD, S. **Watchdog journalism in South America: news, accountability, and democracy**. New York: Columbia University Press, 2000.

Sobre os autores

Gustavo Teixeira de Faria Pereira

gustavo.tfp7@gmail.com

Professor substituto na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora e professor da Pós-Graduação em Marketing Digital da UniFagoc-Ubá. Doutor em Comunicação (Mídias e Processos Sociais), Mestre e Jornalista pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Vice-coordenador do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual e integrante da Rede Telejor.

Iluska Maria da Silva Coutinho

iluska.coutinho@ufjf.br

Professora titular da Universidade Federal de Juiz de Fora. Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (2003), com estágio doutoral na Columbia University (NY) e pós-doutorado em Comunicação (Universidade Nova de Lisboa), Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade de Brasília (1999) e Jornalista formada pela Universidade Federal do Espírito Santo (1993). Coordenadora do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual, integrante do Conselho Consultivo da Rede Telejor e Bolsista produtividade em pesquisa, PQ2.

Recebido em: 25/07/2024
Aprovado em: 21/10/2024

Editoras Responsáveis:
Marialva Barbosa e Sonia Virgínia Moreira



Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC- BY). Os autores retêm todos os direitos autorais, transferindo para a Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação o direito de realizar a publicação original e mantê-la sempre atualizada.