

## Os Protestos Brasileiros em Junho de 2013: Uma Abordagem Discursiva do Jornal O Globo e da Mídia NINJA<sup>1</sup>

Rafael Agostinho Lemos da SILVA<sup>2</sup>

Heloíza Beatriz Cruz dos REIS<sup>3</sup>

Universidade Veiga de Almeida, Rio de Janeiro, RJ

### Resumo

A compreensão de intenções e significados vai além da palavra escrita. Os signos envolvidos em conteúdos veiculados são atrelados aos ideais e construções históricas. O contexto ganha importância e a análise da formação do discurso é imprescindível. Nas sociedades é possível observar que, historicamente, o protesto faz parte do cotidiano e é importante o olhar sobre os fatos sociais. A imprensa entra em ação por meio da cobertura dos fatos. Nas manifestações brasileiras em junho de 2013 não foi diferente. Após o levantamento das postagens da NINJA e das edições do O Globo, pode-se considerar que o discurso da primeira manteve posicionamento ao longo do período analisado. Em contrapartida, o O Globo, terceiro maior jornal do país, apresentou um discurso oscilante. Ao confrontar as abordagens, percebe-se que existe um cenário promissor no uso das redes sociais digitais.

**Palavras-chave:** contexto; discurso; intenções; jornal; mídias alternativas; protestos; redes sociais digitais.

### Introdução

Movimentos como o “Diretas já” em 1984 e o “Fora Collor” em 1992. O “diretas já” mobilizaram a população e eclodiram em grandes ajuntamentos no Brasil. Cada um deles alcançou cada qual em sua época um determinado resultado: o pontapé inicial para as eleições diretas para presidente e a renúncia de Fernando Collor respectivamente. De 1992 até 2013, foram 21 anos de profunda transformação na sociedade brasileira. O engajamento nas redes sociais digitais pode ser considerado uma dessas transformações. E neste ano pessoas, principalmente jovens, descontentes com o cenário político, social e econômico do país se juntaram a partir da rede social digital para manifestar sua insatisfação, configurando um grande movimento social.

Diante disto, faz-se necessário analisar, em relação aos protestos ocorridos, o comportamento dos grandes veículos tradicionais de comunicação e a mudança de discurso

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Recém Graduado no Curso de Jornalismo da Universidade Veiga de Almeida, email: [rafaellemos29@gmail.com](mailto:rafaellemos29@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Veiga de Almeida, email: [heloizareis@hotmail.com](mailto:heloizareis@hotmail.com)

ao longo do período investigado. Não somente um veículo tradicional, mas observar também o comportamento de uma mídia de comunicação alternativa e como ela se posiciona. Verificar se de fato o discurso encontrado em um, se conflita com o discurso do outro. Identificar os elementos de construção e a sustentação da credibilidade dos movimentos pelo olhar tanto do meio de comunicação tradicional quanto da mídia alternativa. Os objetos escolhidos são: o jornal O Globo pela sua importância e alcance no cenário nacional e a mídia NINJA que ganhou destaque principalmente no ano de 2013.

O período de junho daquele ano ganha importância por concentrar os atos tanto em número de eventos quanto em engajamento de brasileiros. Neste período inclusive, as manifestações ganham destaque internacional. Na observância deste processo e na busca de uma análise mais apurada sobre a tendência desses eventos se repetirem, torna-se importante levantar dados, cruzar informações e buscar o elo entre os discursos.

Este trabalho propõe avaliar o discurso do jornal O Globo nas edições de junho de 2013 a respeito dos protestos daquele ano e confrontar com o discurso dos posts da Mídia NINJA no mesmo período. Para isto, objetiva-se analisar as 20 edições do jornal que abordaram matérias sobre as manifestações, bem como analisar os 28 posts da NINJA dedicados aos protestos. Por fim, identificar os elementos discursivos no material coletado e comparar as relações de discurso de cada veículo.

Será utilizada como metodologia a abordagem qualitativa e uma análise nas capas das edições, nas imagens que acompanham as manchetes e na titulação das publicações do O Globo. Em paralelo, serão analisados os posts na página do Facebook da Mídia NINJA no mesmo período.

## **1 O Jornalismo pelo olhar discursivo**

Os jornais impressos no Brasil ganham status jornalístico com a modernização da imprensa. As redações abandonam os formatos políticos e adotam o modelo americano. A notícia<sup>4</sup> passa a ser o produto principal. Nas primeiras décadas do século XX, o jornalismo deixa de ser exclusivo dos impressos e alcança outras plataformas como o rádio e a televisão. Mesmo em mídias distintas, o processo discursivo jornalístico permanece o mesmo. Princípios como a objetividade, imparcialidade, concisão, fidelidade entre outros, buscam a aproximação do que está sendo veiculado com a realidade.

Entretanto, um produto jornalístico, por meio de seu discurso, tem variáveis que torna seu conteúdo subjetivo e abre precedentes para a interpretação de quem o recebe.

Entender como é o processo de construção do discurso, neste caso, o discurso jornalístico, e de que forma ele produz sentidos, é um passo para entender como existe muito mais além do que está sendo dito, escrito ou falado num determinado contexto<sup>4</sup> (ORLANDI, 2001).

### **1.1 A construção do discurso: aquilo que não está escrito**

A necessidade da troca de informação não tem limites, é inerente ao homem e isto desde que o ser humano inicia sua troca de experiências e a se comunicar na pré-história até aos dias atuais. As necessidades e o cotidiano que nos primeiros passos da humanidade ganharam formas, ao longo das Eras se modificaram e, com o surgimento de tecnologias – a escrita, por exemplo – ampliaram intenções e iniciaram a construção do que está além do dito, do falado, começaram também a construção do contexto (ORLANDI, 2001).

O próprio discurso, uma produção humana, em si é uma questão. Entender o que se quer dizer quando um interlocutor<sup>5</sup> o produz é não somente a fala ou o que está escrito. Existe um sem fim de sentidos e significados embutidos, no dizer primeiramente e, nas palavras produzidas. No conjunto de palavras e do discurso criado, a análise do contexto se faz necessária. A própria análise deste discurso já apresenta, por si só, um sentido, e ela mesma produz novos sentidos. Eni Orlandi (2001) vai ressaltar exatamente a questão do discurso e que a própria análise já significa:

A análise de discurso, como seu próprio nome indica, não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso. E a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: como o estudo do discurso observa-se o homem falando. (ORLANDI, 2001, p.15).

A compreensão do que se quer dizer, das intenções e dos significados, vai além da palavra escrita. Está embutida num contexto e está ligado em uma história. Ele não está afixado nas palavras. Sendo assim, a análise de discurso trabalha “com a língua no mundo, com maneiras de significar, com homens falando, considerando a produção de sentidos enquanto parte de suas vidas” (ORLANDI, 2001, p. 16). Vai além da linguística e dos símbolos que representam o que se diz.

<sup>4</sup> Pode ser imediato, quando as condições de produção são consideradas em circunstâncias da enunciação. E, amplo, quando as condições de produção incluem elementos sócio-histórico e ideológicos (ORLANDI, 2001).

<sup>5</sup> Agente participante do processo de comunicação. Pode ser o emissor – aquele que emite uma mensagem para um ou mais de um receptor ou destinatário; ou o receptor – aquele que recebe a informação e a decodifica (BORDENAVE, 1985).

Ao analisar um enunciado, todos os envolvidos no processo comunicacional imputam sentidos e significados na troca da informação. A construção do discurso está ligada à ideologia dos interlocutores e é efeito de sentido entre eles (ORLANDI, 2001). Isto não está restrito apenas no diálogo ou na comunicação de um pequeno grupo. Entende-se que “a produção do sentido está na sociedade, está na história” (BACCEGA, 1995, p.27).

Inserida ao discurso, a história alicerça as ideologias. Quando o discurso é analisado, é imprescindível levar em conta a época, o lugar e a história dos interlocutores. As ideias formadas ou intencionadas são construídas e/ou reafirmadas baseadas nestas histórias. Por sua vez, o contexto, que atravessa o subjetivo, se desprende do concreto, que é o dizer ou o escrito, e revela as ideologias contidas neles (ORLANDI, 2001). Ou seja, o discurso é provido de um contexto que é construído com base nas ideologias dos interlocutores. Estes agentes, por sua vez, possuem uma história e um local na sociedade.

## **2 Protestos como pauta no jornalismo**

Os termos manifestação e protesto possuem definições diferentes, entretanto estão ligados entre si. De acordo com Bechara (2011) manifestação é a ação ou efeito de manifestar, é uma expressão pública de ideias, intenções, etc. Já protesto é o ato de manifestar o descontentamento. Conflitos de ideias, discordâncias entre ideologias e até mesmo posicionamentos opostos, em uma sociedade plural, podem gerar atos de protestos. A manifestação, como algo maior, engloba, não somente o descontentamento, mas também o posicionamento público de algo do próprio indivíduo ou de um grupo de indivíduos. Nádia Urbinati (2006) contextualiza um ponto relevante que origina o protesto:

A representação política atesta o fato de que, embora a democracia possa ser explicada em termos de regras do jogo, a participação dos cidadãos não é um jogo neutro, mas uma forma concreta de se promover concepções e de se identificar com aqueles que as apóiam ou fazem alegações convincentes em sua defesa. É por isso que a representação é “problemática” quando analisada em relação à democracia. Ela é problemática porque não pode nunca ser corroborada por e concebida nos termos de representantes que saibam efetivamente o que as pessoas desejam, e porque as expectativas das pessoas e as realizações de seus representantes jamais irão corresponder com exatidão (URBINATI, 2006, p.224).

Por menor que seja, um protesto invariavelmente ganha espaço na pauta dos meios de comunicação. É fator relevante a formação da opinião pública sobre os fatos sociais. Ela “desempenha papel importante no ajuste de controvérsias e disputas”, (GONÇALVES,

2014, pág. 4), ou seja, a recepção e a formação de uma opinião do público a respeito de manifestações, protestos e conflitos em muito advêm dos meios de comunicação.

## **2.1 Os protestos no Brasil**

Na história do Brasil grandes protestos marcaram a sociedade. Nos últimos 30 anos, os movimentos em destaque foram os “Diretas Já” e o “Fora Collor”. O movimento “Diretas Já” ocorreu em 1984 e foi encabeçado por chapas políticas como o Partido do Movimento Democrático Brasileiro - PMDB, o Partido Democrático Trabalhista - PDT e o Partido dos Trabalhadores - PT que organizaram comícios e fizeram grandes ajuntamentos em São Paulo e no Rio de Janeiro reivindicando a aprovação da emenda constitucional Dante de Oliveira que instituía as eleições diretas para presidente. As manifestações de 1984 foram consideradas as maiores da história do Brasil na época por reunir um milhão de pessoas no Rio de Janeiro e 1,7 milhão em São Paulo e em outras cidades brasileiras.

O movimento “Fora Collor” ocorreu em 1992 quando o então presidente Fernando Collor de Melo governava o país. Inconformados com o governo, jovens estudantes se reuniram e as entidades estudantis como a União Nacional dos Estudantes – UNE e a União Brasileira dos Estudantes Secundaristas – UBES organizaram protestos nos meses de agosto e setembro de 1992, em que foram às ruas com as caras pintadas de verde e amarelo gritando “fora Collor”. A mobilização estudantil ganhou apoio das demais esferas da população que engrossou o coro nas passeatas. A pressão exercida pelas manifestações chamou a atenção do Congresso Nacional que abriu uma CPI e deu início a um processo de Impeachment. Antes de ser cassado, Fernando Collor renunciou à presidência do Brasil e Itamar Franco, o vice-presidente, tomou posse em seu lugar (GROPPO, FILHO e MACHADO, 2008).

De 1992 até o ano de 2013 não aconteceram manifestações nas mesmas proporções do “Diretas Já” e do “Fora Collor” no Brasil. Porém, foi um período de grandes transformações no país. Neste período ocorreu a mudança da moeda brasileira para o Real (1994) e estabilização da inflação; Quebra do monopólio do petróleo, das telecomunicações e dos setores energéticos (1995-1998); Governo do PT (2002); Aumento na infraestrutura de telecomunicações e portos; Classe média supera metade da população (50,5% em 2009) e redução de brasileiros abaixo da linha da pobreza; ampliação de programas sociais e do acesso às universidades; e um significativo aumento na qualidade de vida das pessoas (SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS – SAE).

Apesar das melhorias dos últimos anos, os governos também foram marcados por escândalos de corrupção envolvendo pessoas ligadas ao Planalto. Problemas graves na saúde, faltas de investimentos em mobilidade urbana e gastos desenfreados pelo Governo nos estádios para a Copa de 2014 geraram descontentamento. O estopim para as manifestações que estavam por vir, porém, foi o aumento nas tarifas de transporte público que não justificavam a falta de qualidade dos transportes públicos.

Em 27 de março de 2013, aconteceu um protesto em Porto Alegre criticando o aumento das passagens na cidade encabeçado por estudantes. Seguindo o que aconteceu em Porto Alegre, mais cidades brasileiras começaram protestos contra o aumento das passagens de ônibus que sofreram reajustes em todo o país. Em São Paulo, o grupo Movimento Passe Livre – MPL promoveu manifestações a partir de 19 de maio. Em 6 de junho de 2013, o mesmo grupo reuniu mais de 5 mil pessoas em um protesto na Av. Paulista (GRIPP, 2013). Era o início do que seriam os grandes protestos brasileiros desde o “Fora Collor” e o “Diretas já”.

### **3 A análise de discurso nas edições do O Globo e nos posts da Mídia NINJA**

O jornal O Globo foi fundado em 29 de julho de 1925 no Rio de Janeiro pelo jornalista Irineu Marinho (O GLOBO, 2014). Em 2013 foi considerado pela Associação Nacional de Jornais – ANJ, o terceiro maior jornal impresso do país com uma média de circulação de 267.542 exemplares. E é também o maior veículo desta modalidade no Estado do Rio de Janeiro. Estes dados são um levantamento do Instituto Verificador de Circulação – IVC. Ele só fica atrás do jornal Super Notícia, de Minas Gerais, com 302.472 exemplares e da Folha de São Paulo, de São Paulo com 294.811 exemplares (ANJ, 2014). Pelo tamanho do O Globo, tanto em estrutura, quanto em alcance, é indiscutível a capacidade deste veículo na formação da opinião pública. Mesmo não sendo um jornal popular, ele tem garantido uma grande parcela de leitores no país.

A Mídia NINJA – Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação, foi criada em março de 2013 com uma proposta de mídia alternativa brasileira. Esta proposta visa excluir o intermediário entre o fato e o leitor contando com uma rede de colaboradores. Estes produzem e distribuem informação agindo na lógica de compartilhamento de conteúdo das redes. O campo de atuação da NINJA é a transformação cultural, política, econômica e social. O principal instrumento dela é a internet e as redes sociais digitais que possibilitam

alcançar o objetivo que é difundir a informação sem a figura do veículo tradicional de comunicação (NINJA, 2014).

### 3.1 A fanpage da NINJA no Facebook

A página da Mídia NINJA no Facebook foi curtida por 323 mil pessoas (atualizado em 17/07/2015) e um levantamento dos posts em junho de 2013 evidencia que, ao todo foram 39 posts naquele mês, dos quais 28 estão ligados aos protestos. O primeiro a aparecer foi o do dia 6 de junho a respeito do protesto que aconteceu em São Paulo. Cada postagem teve um determinado número de “curtidas”, “comentários” e “compartilhamentos”. Estas ações são ferramentas do Facebook que objetivam medir o nível de popularidade de uma publicação na página (RECUERO, 2014). Nos posts analisados, somam-se 6.940 curtidas, 192 comentários e 3.779 compartilhamentos. A tabela 1 detalha os valores dos posts para cada dia de postagem.

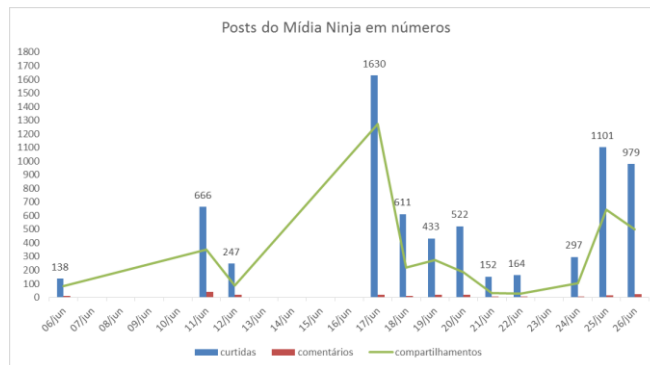
De acordo com a tabela 1 pode-se analisar que em dois momentos (17 de junho e 25 de junho) no mês de junho tanto as curtidas como os compartilhamentos tiveram um aumento considerado. O dia 17 foi marcado como o primeiro dia de grandes protestos, tanto em número de cidades brasileiras como em número de manifestantes. Foram mais de 270 mil manifestantes em 30 cidades brasileiras (G1, 18/06/2013). Até aquele momento os protestos tinham pouco engajamento. Já no dia 25, além dos protestos em 60 cidades reunindo aproximadamente 50 mil pessoas, foi quando a Câmara dos Deputados derruba a PEC 37<sup>6</sup> e também aprova 75% dos royalties do petróleo para a educação e 25% para a saúde (G1, 25 e 26/06/2013).

data	posts	curtidas	comentários	compartilhamentos
06/jun	1	138	10	83
11/jun	1	666	41	352
12/jun	1	247	18	88
17/jun	4	1630	21	1274
18/jun	2	611	12	219
19/jun	2	433	17	272
20/jun	5	522	18	186
21/jun	2	152	5	33
22/jun	1	164	5	27
24/jun	2	297	7	103
25/jun	4	1101	13	643
26/jun	3	979	25	499

**Tabela 1:** Dados numéricos dos posts da Mídia NINJA no mês de junho de 2013

<sup>6</sup> Proposta de Emenda Constitucional 37/2011 – PEC 37, acrescenta o parágrafo 10 ao artigo 144 da Constituição Federal para definir a competência da investigação criminal pelas polícias federal e civis dos Estados e do Distrito Federal. Na prática, limita o poder de investigação do Ministério Público. Foi apresentada em plenário em 08 de junho de 2011 e, devido à pressão popular, rejeitada por 430 parlamentares em votação no dia 25 de junho de 2013 (CÂMARA, 2013).

É interessante observar, por meio do gráfico 1, que o período de maior popularidade dos posts da Mídia NINJA foi na segunda quinzena de junho. Cabe ressaltar que foi o período dos maiores protestos – no dia 17 de junho reuniram aproximadamente 270 mil manifestantes em 30 cidades; dia 20 de junho reuniu 1,4 milhão de pessoas em mais de 130 cidades; e dia 22 de junho reuniu 325 mil em mais de 100 cidades.



**Gráfico 1:** Frequência das postagens da Mídia NINJA no mês de junho de 2013 evidenciando as ferramentas de popularidade – curtir, comentar e compartilhar

As postagens da NINJA seguem um padrão jornalístico. As fotos são autorais e o recorte é de dentro dos protestos. Isto se torna interessante uma vez que aproxima o leitor daquela realidade. A figura 05 é um post do dia 17 de junho de 2013, referente a um protesto que ocorreu em Brasília. Percebe-se que a publicação respeita todos os elementos do lide clássico – Que? Quem? Quando? Onde? Como? Por que?; que são a estrutura de uma notícia (RABAÇA, 2002).

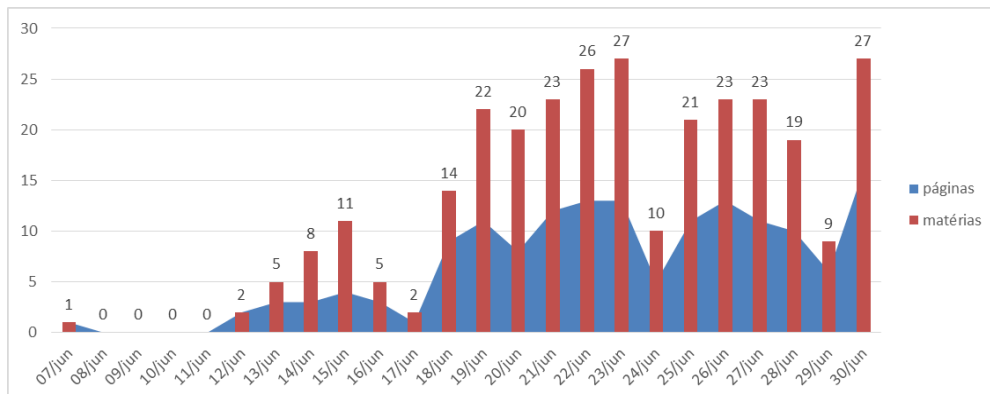
### 3.2 Junho de 2013 nas edições do jornal O Globo

No mês de junho de 2013 o Jornal O Globo noticiou, em 20 das 30 edições, matérias de capa sobre os protestos. As principais reportagens aparecem no primeiro caderno, sem contar as colunas de opinião que tratam de assuntos correlatos às manifestações. A primeira matéria publicada foi a “Protesto contra reajuste de tarifas acaba em confronto em SP e no Rio”, do dia 07 de junho. Depois, só no dia 12 de junho é que o assunto “protestos” vai estampar a capa da edição do jornal com a matéria “Manifestantes tentam invadir terminal e depredam lojas em SP”. Desta data em diante, todas as edições do mês de junho dão destaque aos protestos que seguiram no Brasil.

As primeiras reportagens são construídas com imagens fortes dos conflitos nos protestos e ocupam boa parte da capa da edição e do espaço junto ao texto. O gráfico 2



mostra o comportamento das edições ao longo do mês de junho e o quantitativo de páginas e matérias dedicadas às manifestações. Pode-se verificar a evolução do espaço nas edições num comparativo entre meados do mês, quando os protestos começaram a ganhar força, e as duas últimas semanas de junho. Na edição do dia 12, foram publicadas duas matérias ocupando duas páginas. Já na edição do dia 22 de junho, foram 13 páginas dedicadas às manifestações com 26 matérias.



**Gráfico 2** – Perfil das edições do O Globo em junho de 2013 em relação às publicações sobre os protestos

### 3.3 Relações de discurso: O Globo x NINJA

Analisando primeiramente os posts da Mídia NINJA, existe uma clara defesa e afirmação dos protestos ao longo do mês de junho. Mesmo com a intensificação das publicações na segunda quinzena, os elementos que mostram o posicionamento desta mídia alternativa foram continuados. Na primeira postagem, do dia 06 de junho, o texto apresenta palavras como “jovens”, “ocuparam”, “descontentamento” e “participantes”. A imagem de autoria da própria NINJA mostra um grande número de jovens em passeata, de forma ordenada e pacífica. Percebe-se aí a intenção positiva da matéria e transforma o ato do protesto como algo convidativo e sem conflitos.

Ao longo das postagens, as palavras que mais aparecem no texto são: “ato”; “manifestantes”; “mobilizações”; “ocupam”; “concentração”; “transporte público”; “manifestação” e “protesto”. Em nenhum momento é evidenciado nas publicações palavras que vão de encontro à visão da NINJA em relação aos protestos. É interessante observar que as imagens que acompanham os posts, de igual forma, têm um olhar pacífico. Com exceção da postagem do dia 12 e a primeira do dia 20, que mostram elementos de conflito, em todas as outras o que se vê são jovens reunidos em passeatas com cartazes e bandeiras exercendo manifestações pacíficas (Figura 1). A postura da NINJA entra em consonância

com Orlandi (2001) quando se percebe que o conteúdo discursivo dos posts corrobora com as ideologias defendidas pela própria mídia alternativa.



**Figura 1** – Manifestantes reunidos em Brasília. Das 28 publicações da NINJA sobre os protestos, 26 apresentam imagens pacíficas dos protestos. O apoio e a afirmação dos atos são claramente suportados por ela.

Em contrapartida, o Jornal O Globo, ao longo do mês de junho de 2013, mudou o discurso das publicações sobre os protestos diversas vezes. Na primeira quinzena, as manifestações foram retratadas pelo veículo com negatividade (Figura 2). Palavras como “ato violento”, “vandalismo”, “confronto”, “repressão” e “tensão” foram constantemente usadas na capa das edições e nas matérias. O selo<sup>7</sup> das matérias foram respetivamente: “Rebeldia e vandalismo” e “tensão urbana” até a edição do dia 17.



**Figura 2** – capa da edição do jornal O globo do dia 14 de junho de 2013. Imagens de violência e confronto alinhados com expressões como tensão urbana, retratam o posicionamento do veículo sobre os protestos.

<sup>7</sup> Marca (pode ser uma palavra, expressão ou ilustração) que antecede o texto e distingue e ilustra um assunto focalizado em edições sucessivas de um veículo ou mesmo matérias da mesma edição que tratem do mesmo assunto, em geral, uma cobertura jornalística. Como uma espécie de carimbo, é posto ali para identificar todas as matérias que falem sobre aquele tema (FITIPALDI, 2007).

A partir do dia 18 de junho, nota-se uma relativa mudança no discurso das edições do jornal. A capa não estampa mais imagens sobre violência e dá lugar a cenas com outro olhar dos protestos (Figura 3). O selo das matérias passa a ser construído por frases como: “um país que se mexe” e “o Brasil nas ruas”. Palavras como “mobilização”, “organização”, “atos”, “jovens” e “protestos pacíficos” compõem o texto das publicações. Como as edições são formadas por um conjunto de matérias, algumas ainda retratam os conflitos, porém até a edição do dia 20 o que se percebe é um esforço no reconhecimento dos protestos como movimento social.



**Figura 3** – Mudança na abordagem do O Globo sobre os protestos de 2013. O destaque sai dos conflitos e foca nos protestos e sua causa.

Mesmo com uma relativa mudança no discurso, o O Globo mantém na pauta reportagens que trata sobre os confrontos durante as manifestações. Palavras como “vandalismo” e imagens dos conflitos continuaram a compor o conjunto das matérias, mesmo em um espaço menor se comparadas com as reportagens que tratam dos protestos de forma positiva. Orlandi (2001) aponta a existência de incoerência entre as intenções e o que se vê nos discursos. Mesmo quando o texto é dotado de imparcialidade, certos elementos na construção apontam para as intenções, no caso do O Globo, no uso de imagens e palavras. Na edição de 21 de junho, o discurso muda novamente e o destaque volta aos confrontos. O título da matéria de capa retorna com a visão negativa das passeatas: “sem controle” (Figura 4). A dimensão dos atos e o andamento pacífico das manifestações dão lugar aos momentos de destruição e violência tanto na capa quanto nas matérias das edições que se seguem.



**Figura 4** – capa da edição do dia 21 de junho com imagens sobre a invasão do Itamaraty e de confrontos entre manifestantes

A partir do dia 25 de junho, o discurso toma outro rumo. O foco deixa de ser os protestos e passa a ser as ações do Governo, tanto para conter a onda de violência, como para atender as reivindicações com propostas baseadas nos temas que surgiram nas passeatas. Os confrontos não deixaram de ser abordados, mas as imagens que ganharam destaque foram de reuniões entre os governistas (Figura 5).



**Figura 5** – Edição do O Globo do dia 25 de junho de 2013. Os protestos ficam em segundo plano e o destaque se torna o Governo e suas ações para atender as reivindicações e para conter as ondas de violência nos confrontos entre manifestantes e autoridades

Traçando um paralelo entre o que foi divulgado pela Mídia NINJA e pelo que foi publicado pelo jornal O Globo, fica claro que a primeira em todas as postagens no período do mês de junho focou nos protestos. Os elementos que construíram os posts da NINJA traziam um recorte positivo e de apoio às manifestações. As imagens que revelam as

passagens pacíficas, o engajamento dos jovens, bandeiras e ordenamento complementa a posição dela em atrair o leitor a enxergar os atos de forma construtiva. A proximidade dos colaboradores da NINJA com os eventos pode ter contribuído para a formação do olhar de dentro, fazendo parte do movimento.

Já observando a construção das edições do O Globo a partir das imagens e da escolha das palavras nas manchetes e nos títulos, percebe-se uma variabilidade nas intenções do veículo. De início existe uma formação de uma opinião sobre os conflitos como problemas urbanos, passa por uma aceitação dos protestos e do seu papel social, retorna com o foco nos conflitos e por fim retira o foco das manifestações e o direciona ao Governo. Ao longo dos protestos, os veículos de comunicação foram hostilizados e as redes sociais digitais também foram usadas para criticar a credibilidade da imprensa. Esses fatores podem ter influenciado na desconstrução das manifestações por parte do jornal, mas, de acordo com Orlandi (2001), as ideologias e os fatores históricos é que vão determinar as intenções dos discursos construídos.

### **Considerações Finais**

Após o levantamento dos dados tanto das postagens da Mídia NINJA quanto das edições do jornal O Globo, pode-se considerar que a proposta de discurso da mídia alternativa manteve seu posicionamento ao longo do período analisado. O apoio ao movimento social é premissa da NINJA e isto ficou claro tanto no uso das palavras quanto nas imagens publicadas. Não se pode desconsiderar que o jeito de fazer jornalismo dela, embora cumpra os requisitos jornalísticos de construção da notícia, elimina a figura do mediador na informação. Como a produção da informação utiliza o formato colaborativo e participativo, os jornalistas que formatam a publicação fazem parte dos movimentos, ou seja, estão dentro dos protestos. A própria declaração da NINJA na parcialidade da informação tendendo para o lado dos movimentos sociais, por si só, estabelecem o recorte daquilo que será produzido e veiculado. A ausência, ou divulgação mínima dos conflitos corroboram com o posicionamento dela na credibilidade e afirmação das manifestações de 2013.

Em contrapartida, o jornal O Globo, um veículo tradicional, conceituado e o terceiro maior jornal do país, pauta de início os protestos com um determinado recorte: o de desaprovação. Os elementos que corroboram pra isso são exatamente as palavras e imagens de desconstrução que indicam cenários de conflito e de perturbação do convívio social. A

intenção, no primeiro momento, é desqualificar e reprovar os atos, considerando que não são legítimos por causa da crítica ao aumento das passagens de ônibus.

Num segundo momento, mediante o aumento de participantes nos protestos e com as redes sociais digitais servindo de base tanto para a difusão da informação quanto para o engajamento dos manifestantes, o O Globo muda o discurso. O foco nas edições que se seguem a partir do dia 18 deixa de ser o conflito e passa a ser a causa que leva milhares de pessoas às ruas brasileiras para protestar. Não se pode ignorar que dois fatores contribuíram para a mudança do recorte do jornal: a hostilização dos meios de comunicação tradicionais pelos próprios manifestantes e o destaque que a mídia internacional deu aos eventos que aconteciam no Brasil. E foi no dia 21 que a desconstrução das manifestações retorna às capas do jornal. Mesmo mantendo um selo com a frase “o Brasil nas ruas”, o destaque volta aos confrontos. Um ponto também abordado nas matérias é que os protestos não possuem lideranças, logo o diálogo se torna insustentável. Retornar ao primeiro discurso após uma reaproximação com o segundo discurso pode caracterizar uma mudança de comportamento na editoria do O Globo por causa da imagem negativa que ele ganhou ao desaprovar os protestos quando estes ganharam dimensão ao longo de junho de 2013.

No fim do período observado, após intensa propagação da informação sobre as manifestações, o O Globo muda novamente o foco principal. Ele sai dos protestos e se volta para o Governo. O que reforça essa ideia é a capa da edição do dia 25 (Figura 5) O que se apresenta são os políticos articulando sobre o que fazer para conter os protestos e até mesmo em como atender as vozes das ruas. Os questionamentos a partir daí se voltam para o desempenho do Governo no tratamento dos protestos. Percebe-se que a quantidade de informação veiculada pelo jornal não diminui neste período. É de interesse, do próprio veículo, levantar um senso crítico nas atitudes do Governo. Logo, pode-se chegar a duas considerações nas alternâncias de discurso: a desconstrução dos protestos e crítica às ações das autoridades.

Caminhando para o papel das redes sociais digitais, percebe-se que existe um cenário promissor do uso destas redes nos movimentos sociais. As transformações foram mais profundas no mundo árabe talvez pelo fato de os veículos tradicionais de comunicação terem menos espaço naquela região do que têm no Brasil. As novas tecnologias e seus usos na produção de informação ainda é algo novo. Ainda é cedo para saber se o que aconteceu nos protestos de 2013, sobretudo no mês de junho, deixará marcas para novas transformações ou se foram casos isolados em que as redes sociais digitais se tornaram

protagonistas mais pela novidade do que pela própria instrumentação de propagação de ideias.

## Referências

- ANJ. Disponível em: <[www.anj.org.br](http://www.anj.org.br)> Acesso em: 25 de out. de 2014.
- BACCEGA, Maria Aparecida. **Palavra e Discurso**. São Paulo: Ática, 1995.
- BECHARA, Evanildo. **Dicionário da Língua Portuguesa**. Nova Fronteira, Brasil, 2011.
- BORDENAVE, Juan. **O que é Comunicação?** São Paulo: Brasiliense, 1985.
- CÂMARA. Disponível em: <[www2.camara.leg.br](http://www2.camara.leg.br)> Acesso em: 25 de out. de 2014.
- FITTIPALDI, Maristela. **Técnicas de Redação em Jornalismo**. Rio de Janeiro: CCAA, 2007.
- G1. **Infográfico: Resultados das manifestações de junho**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/brasil/linha-tempo-manifestacoes-2013/platb/>> Acesso em: 20 de set. de 2014.
- GONÇALVES, Rafaela A. **O Papel das Revistas Veja e Carta Capital na Formação da Opinião Pública Brasileira acerca das Manifestações Populares**. São Paulo. Revista Anagrama, 2013/2014.
- GRIPP, Alan. **Retrospectiva: Manifestações não foram pelos 20 centavos**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/12/1390207-manifestacoes-nao-foram-pelos-20-centavos.shtml>> Acesso em: 20 de set. de 2014.
- GROPPO, Luiz Antônio. FILHO, Michel Zaidan. MACHADO, Otávio Luiz. **Movimentos Juvenis na Contemporaneidade**. Recife: Universitária UFPE, 2008.
- NINJA. Disponível em: <[www.midianinja.com](http://www.midianinja.com)> Acesso em 25 de out. de 2014.
- O GLOBO. Disponível em: <[www.oglobo.com](http://www.oglobo.com)> Acesso em: 25 de out. de 2014.
- ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: Princípios e Procedimentos**. São Paulo: Pontes, 2001.
- RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS. **Classe média em números**. Disponível em: <[http://www.sae.gov.br/novaclassemedia/?page\\_id=58](http://www.sae.gov.br/novaclassemedia/?page_id=58)> acesso em: 20 de set. de 2014.
- URBINATTI, Nádia. **O que torna a representação democrática?** Washington, 2005.