



Juventude, mídia e ação política: estratégias discursivas como elementos constituintes da memória e formação da identidade no universo juvenil ¹

Catarina BARBOSA²
Pedro Henrique MENDONÇA³
Hila RODRIGUES⁴
Universidade Federal de Ouro Preto, MG

RESUMO

Esse artigo discute as representações sociais da juventude⁵ no universo da mídia impressa e nas redes sociais, bem como os efeitos dessa representações na construção da imagem que o jovem brasileiro faz de si próprio como ator político. Para isso, são analisados os enquadramentos e narrativas jornalísticas que caracterizam reportagens específicas veiculadas pelas principais revistas semanais do país (*Veja, Istoé, Época e Carta Capital*) a partir da cobertura dos protestos de rua que têm marcado o país desde junho de 2013. Para mapear os discursos proferidos pelos segmentos jovens envolvidos nos eventos, são examinadas, ainda, sete *hashtags* que representaram expressivos grupos juvenis no *Twitter* naquele período. O estudo se dá à luz das teorias do jornalismo – com ênfase nos campos da linguagem, da narrativa e do enquadramento – e nos estudos de juventude, memória e identidade.

PALAVRAS-CHAVE: juventude; mídia; narrativas; memória; identidade

Quem sou eu? E quem é você pra me dizer quem sou?

Somba (2014)

Das passeatas de maio de 68, na França, às manifestações que ganharam as ruas de Paris em janeiro de 2015, após o atentado contra o *Charlie Hebdo*, muitas cenas foram capturadas no universo midiático. A elas, agregaram-se imagens das últimas manifestações contra a ineficácia das políticas públicas no Brasil e outros países da

¹ Trabalho apresentado no IJ 01 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), email: catarinapbarbosa@hotmail.com

³ Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), email: pedrodimendonca@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora Adjunta do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFOP. Email: hilarodrigues@hotmail.com

⁵ Optou-se, neste artigo, pela concepção de *juventude* que compreende a faixa de idade entre 16 a 29 anos, de acordo com a PEC da Juventude aprovada pelo congresso em setembro de 2010.



América do Sul. Estavam lá as câmeras, filmadoras, celulares e outros dispositivos móveis. Retratos de rostos jovens – alguns mais, outros menos escondidos em toucas, máscaras e tantos outros acessórios – foram tratados, editados, impressos. Atravessam o mundo, sem parar. Muitos desses retratos remetem à noite de 13 de junho, no outono de 2013, quando centenas de jovens brasileiros saíram às ruas da capital de São Paulo para protestar contra o aumento das passagens de ônibus. A mídia tentou absorvê-los todos de uma só vez. A tarefa era decodificar o movimento que enchia o asfalto, registrar gestos e palavras. Durante dias, em sucessivas tentativas de interpretação, jornais, televisões, emissoras de rádio, portais da internet e redes sociais tentaram contar as histórias que atravessavam os desejos, as necessidades, os interesses e as aspirações de uma parcela expressiva da população do país – sobretudo dos segmentos juvenis.

Como que inspirados pelas marchas, faixas e cartazes, grupos juvenis ressuscitavam contestações de toda espécie – como se o espectro do poeta Paulo Leminski se espriasse pelas calçadas e esquinas, anunciando que “a luz se acendeu na casa, e não cabe mais na sala” (LEMINSKI, 2010, p.93). Embalados pelo eco de brados, palavras e sentenças inteiras conclamadas, milhares de jovens desenharam um cenário pontuado por passos largos, punhos cerrados e rouquidão profetizada. Mas seriam realmente eles – os jovens – ali? Ou seriam eles meros reflexos de imagens elaboradas pela mídia, edificadas e delineadas pela imprensa e outros meios de comunicação? Quem eram os protagonistas daquele momento? Os jovens brasileiros ou o “desenho midiático” desses jovens? A questão remete, ainda, a outra (e renovada) pergunta: como esses jovens concebem a si próprios nesse processo de embate? A partir de experiências singulares de vida ou a partir do discurso midiático sobre as ações, as ideias e a postura desse grupo geracional?

As ideias e os dizeres dos segmentos juvenis costumam somar muitas palavras. Elas estão pichadas nos muros, escritas em cartazes, rompidas na garganta e, definitivamente, postadas no *Facebook* e no *Twitter*. Estão lá todos os vocábulos, grávidos de sentido, de urgências, sonhos e anseios difusos. É assim, desta forma, que as juventudes (no plural mesmo, para denotar a diversidade, multiplicidade e complexidade dessa parcela da população) conformam um discurso singular. Mas de que discurso está-se a falar, afinal? Na perspectiva aqui proposta, esse discurso aproxima-se da concepção de Ricoeur (1989), para quem a fala é, concretamente, o lugar onde todo acontecimento ganha sentido. Estudiosos como Fernando Resende (2009) examinam, sob esse prisma, a possibilidade de se vislumbrar o ato da fala não



apenas como uma ação em si – mas a ação movida por intencionalidades. Nesse sentido, o discurso dos segmentos juvenis, (re)inaugurados durante os protestos de junho de 2013, não se constitui apenas do sentido da contestação. Constitui-se, antes, da intenção de fazer diferença, de emergir como elemento desafiador de outros – e antigos – discursos, de ser, assim, reconhecido como agente social relevante.

As manifestações de junho – e as que se seguiram – evidenciaram esse aspecto, embora tenham evidenciado, também, o fato de que os grupos jovens ainda carecem de um rosto (no sentido atribuído pelo mundo adulto ao cidadão comum, detentor de um emprego, de uma ideologia, princípios e valores solidificados no tempo). Não poderia ser de outra forma, uma vez que, exatamente em função do pouco tempo vivido, o rosto jovem é, por natureza, um rosto em formação. Pàmpols (2004), recorrendo ao aspecto temporal da imagem de *Jano* – o deus romano representado por duas cabeças (o perfil de um velho, simbolizando o passado, e o perfil de um jovem, simbolizando o porvir) – define a juventude de maneira muito particular: um *Jano* que representa, ao mesmo tempo, uma “ameaça de presentes obscuros” e a “promessa de futuros radiantes” (2004, p.257). No entanto, como pondera Augusto Caccia-Bava, em nota de tradução, a definição revela-se incompleta, pois entre o passado (aquilo que já não é) e o futuro (aquilo que ainda será) estaria uma terceira face de *Jano* – o rosto invisível que mira o presente e que, por isso mesmo, é absolutamente transitivo, passageiro, efêmero (CACCIA-BAVA *apud* PÁMPOLS, 2004, p.257).

É sob esse prisma que o ‘ciclo da juventude’ (considerando as fases de nascimento, crescimento, apogeu e morte) não se processa no vácuo. Ao contrário: vincula-se a variados tipos de sociedade e de Estado observados em determinados momentos da história e da vida social, em diferentes lugares. O exame dessa relação exige não apenas “a análise dos aspectos históricos e sociológicos que dão contornos à juventude na condição de grupo geracional”, mas, também, “das transformações da condição juvenil na modernidade e da influência da ação do Estado (e da sociedade por ele governada) sobre essas transformações” (RODRIGUES, 2009, p.40).

Atentos a essas especificidades, estudiosos como Freire Filho (2006), por exemplo, já apontavam, no início desse século, para algumas nuances em relação ao processo de formação da identidade no universo juvenil. Entre outros aspectos, ele ressalta, por exemplo, que o segmento jovem da população é frequentemente desencorajado (ou impedido) de trabalhar sua própria “identidade”, refletida em um jeito singular de pensar, de fazer e sonhar. Assim, esse grupo geracional acaba



carregando discursos outros – que não são os seus próprios, mas, sim, os “discursos políticos, acadêmicos, midiáticos e corporativos”, que emergem “como questão de Estado ou ideal de mercado” (FREIRE FILHO, 2006, p.11). Não surpreende que os estereótipos – “problemáticos rótulos geracionais”, nas palavras do autor – ganhem contornos tão rapidamente, permitindo à mídia “transformar os gostos, experiências, expectativas e problemas dos jovens em algo único, homogêneo, em vez de atentar às suas diversidades” (idem).

Também é desse ponto de vista que Juarez Dayrell (2003) chama a atenção para o poder do discurso midiático de transformar em mera estatística os mais diversos comportamentos e estilos de grupos juvenis diferentes. Dayrell pondera para o fato de que as estatísticas, afinal, precisam estar fundamentadas em contextos históricos e teóricos – e isso demanda um exame da genealogia das imagens sociais e politicamente motivadas, ou seja, da origem das representações sociais da juventude construídas pela mídia, e das razões políticas que sustentam essas representações. Na concepção de Dayrell, esse exame exige que cada representação identificada seja situada: a quais discursos essa representação está ligada? Por que perdura? Como (e por que) é criticada (e quando o é)?

Quadros narrativos – a interpretação e a notícia

No campo da comunicação e do jornalismo, a teoria do enquadramento pode ser reveladora ao discutir os elementos presentes no processo de construção das imagens trabalhadas pela mídia quando o assunto é juventude. Na concepção de estudiosos como Mouillaud (1997) e Tuchman (1978), o termo *enquadramento* emerge, no campo da comunicação, como um ponto de vista, um plano interpretativo. Tratado socialmente, esse plano permite que as pessoas se encontrem e se reconheçam em determinados contextos e circunstâncias. É desse ponto de vista que Tuchman (1978) percebe o enquadramento como um elemento definidor da notícia’(tomada, aqui, como produto oriundo de acordos feitos entre diferentes pessoas para definir determinada situação e, também, para estabelecer o que vale ou não vale ser publicado – ou publicizado –, delineando certa maneira de se contar uma história).

Todos esses elementos estão ligados àquilo que os pesquisadores de comunicação chamarão de quadros narrativos – e que, por sua vez, vinculam-se à emolduração das experiências na linha do tempo, como ressalta João Carlos Correia (2008) ao discutir o que chamou de “*frame* midiático”. Nesse sentido, dar contornos a



qualquer experiência é o que fazem os jornais (e também a mídia eletrônica) quando registram e inscrevem os acontecimentos. Os *frames*, nessa perspectiva, seriam “elementos cognitivos que estruturam a escolha de quais partes da realidade irão ser transformadas em notícias ou como assunto público” (CORREIA, 2008, p.72). Assim, acabam por estruturar os fluxos comunicacionais – do processo de apuração dos fatos até a construção textual.

Todos esses aspectos estão presentes nas principais revistas semanais que, inspiradas nas manifestações de 13 de junho de 2013, promoveram, nas semanas seguintes, uma intensa cobertura jornalística, a fim de acompanhar de perto o movimento nas ruas das principais cidades brasileiras. Nesse artigo, foram analisadas, ao longo de todo o ano de 2014, as coberturas empreendidas no ano anterior por *Veja* (publicada em 26 junho 2013/Edição Histórica), *Istoé* (26 junho 2013/Reportagem Especial), *Época* (17 junho 2013 e 24 junho 2013/Edição Especial) e *Carta Capital* (26 junho 2013). A ênfase se deu especialmente sobre os adjetivos utilizados pelas respectivas revistas para representar os segmentos juvenis. Observa-se, por exemplo, a utilização – tanto pela revista *Veja*, da editora Abril, quanto pela revista *Época*, da editora Globo – dos termos “anarquistas” e “vândalos”, na condição de sinônimos, para nomear os manifestantes envolvidos em atos considerados violentos pela própria mídia (refletindo os consensos sociais construídos na ocasião, fundamentados numa espécie de estranhamento e temor aos crescentes atos de protesto, alguns marcados por ações truculentas). Os mesmos jovens são chamados de “apartidários” pela revista *Carta Capital* – publicação da Editora Confiança, fundada pelo jornalista ítalo-brasileiro Mino Carta em agosto de 1994 e que, em 2014, declararia apoio à Dilma Rousseff, então candidata à reeleição para a Presidência da República. Por sua vez, a revista *Istoé*, da Editora Três, evitou as adjetivações, mas, em certo momento, ao abordar as particularidades das manifestações, acabou se referindo a parte dos jovens como “ativistas”.

Caminhos metodológicos – pistas e descobertas

As edições selecionadas para a análise foram publicadas entre a terceira e a quarta semana de junho (exceto a edição 786 da *Época*, publicada no dia 17). Os adjetivos “anarquistas” e “vândalos” aparecem em um contexto de violência dentro dos protestos: os manifestantes eram vistos como causadores da violência. A *Veja* chega a identificar um deles como “manifestante que incita o quebra-quebra” (ARAGÃO, 2013,



p.89). O foco sai, assim, dos problemas sociais e políticos que deram origem às manifestações para cair nos grupos jovens, que, tomados como figuras centrais de determinados cenários, passam a ser tratados como um segmento homogêneo, retratado como violento, provocador, truculento.

Em larga medida, a análise demonstra que, em sua maioria, os conteúdos publicados – a partir de um olhar crítico sobre a juventude brasileira – acabam por questionar a legitimidade de adolescentes e jovens na posição de atores sociais capazes de identificar problemas e contestar decisões políticas. Isso ocorre a partir da ênfase no caráter plural das reivindicações, tomado, na cobertura analisada, como um defeito, um problema. A edição especial da *Época*, em 24 de junho, afirma que os manifestantes possuem “interesses difusos”, que não apresentam “reivindicações concretas”. A mesma abordagem está presente à edição 2275 da *IstoÉ* do dia 26 de junho. Nesse período, os veículos de comunicação tentaram – sem sucesso – compreender o que queria a juventude, com tantas reivindicações e protestos. A tabela a seguir trabalha alguns dos elementos desse enquadramento, a partir da identificação dos adjetivos que atravessam as respectivas publicações. O uso frequente das palavras elencadas ajuda a compreender as perspectivas que nortearam as primeiras semanas da cobertura.

JUVENTUDE, MÍDIA E REPRESENTAÇÕES

ADJETIVOS	CARTA CAPITAL	ÉPOCA	ÉPOCA EDIÇÃO ESPECIAL	ISTOÉ	VEJA
Anarquistas					
Vândalos					
Apartidários					
Militantes de esquerda/esquerdistas					
Violentos					
Irracionais					
Detentores de interesses difusos					
Ativistas					
Manifestantes exaltados					

Curioso é que, em algumas situações, o mesmo não se deu com as fotografias

trabalhadas nas edições. Num primeiro momento, algumas revistas valorizaram ação política dos grupos jovens, chegando, em algumas ocasiões, a explorar eventos do passado, tais como o movimento estudantil contra a ditadura militar na América Latina, as manifestações pelo *impeachment* do presidente Collor de Mello – protagonizado pelos caras pintadas – e mesmo o maio de 68, na França. É o caso da IstoÉ, por exemplo. Na capa, a revista apresentou jovens manifestantes com os rostos pintados, segurando cartazes que enfatizavam a importância da revogação do aumento da passagem de ônibus e, ao mesmo tempo, faixas contra a PEC-37 – a proposta de emenda constitucional que dá poder exclusivo à polícia para realizar investigações criminais, reduzindo os poderes do Ministério Público. Já a capa da Carta Capital mostra um jovem segurando um cartaz com a frase “Parem de subestimar o povo”.



As fotografias que ilustram a maior parte das reportagens enfatizam duas imagens muito específicas: jovens enfileirados em passeata, portanto faixas e cartazes; e os conflitos entre manifestantes e policiais. Há que se considerar, ainda, as manchetes e os títulos que sustentam as narrativas veiculadas. A manchete da IstoÉ assegura que “Hoje você é quem manda”, recorrendo à canção *Apesar de você*, de Chico Buarque de Hollanda, uma espécie de hino contra a ditadura nos anos 1970. Nas matérias a revista mantém-se inspirada na música, utilizando títulos tais como “Falou, tá falado”. A edição revela um *framing* centrado na comparação entre duas gerações jovens, capazes de provocar mudanças importantes no cenário político.



As revistas *Veja* e *Época* tomam outra direção. A capa de *Veja* (26/06/2013) mostra uma jovem coberta com a bandeira do Brasil durante a manifestação do dia 20 de junho, num cenário em chamas. A imagem – que vincula a juventude a ideias que mesclam perigo, caos e ameaça – é acompanhada da seguinte manchete: “Os sete dias que mudaram o Brasil”. Na reportagem, constam títulos como “A história em movimento” e “O poder acuado”, ilustradas por imagens fotográficas que valorizam o conflito e a violência. As edições ressaltam, em especial, as imagens de manifestantes subindo a passarela do Palácio do Itamaraty e, num segundo momento, mergulhando no espelho d'água. Também figuram nas páginas jovens manifestantes e pneus queimados, além de uma *drag queen* portando um cartaz contra a PEC-37. Os adjetivos para os grupos jovens são “violentos”, “irracionais”, “apartidários” e “exaltados”. Há, ainda, fotografias que ressaltam comportamentos hostis por parte dos manifestantes. Essa edição, especificamente, resalta o comportamento mais agressivo de jovens identificados como “militantes de esquerda”.

A revista *Época* também opta por enfatizar os episódios de violência. A edição do dia 17 de junho traz a manchete “Quem são eles? Como agem, o que pensam e até onde querem chegar os manifestantes que paralisaram as principais cidades brasileiras”. A foto da capa é um manifestante com o rosto coberto e de braços erguidos em meio à manifestação. As fotografias utilizadas mostram pessoas com rosto coberto, uma rua sendo “tomada” por jovens, um policial e um manifestante em combate, policiais



atirando em direção aos manifestantes, tropas de choque, manifestantes sentados em uma rua movimentada de São Paulo e policiais que vigiavam o confronto por meio de helicópteros.



Nesse ponto – e a essa altura – uma pergunta emerge, inevitável: e esses jovens retratados por essas revistas? Será que se identificam com as imagens e narrativas publicadas? Mais: como esse jovem que se arrisca na multidão falaria de si próprio, se fosse convocado a fazê-lo? Com quem ou com o que se identifica? Consigo mesmo – conforme as crenças e valores apreendidos em família, na escola, nos lugares que atravessou, nas relações que experimentou – ou com a imagem que vê de si próprio e de sua geração nos jornais, revistas, rádio, TV e internet?

A questão que conduz: novos lugares de investigação

Essa é a indagação que inspira o segundo momento dessa pesquisa, centrada em novo levantamento e nova apreciação do discurso, desta vez registrado no *twitter* também a partir do 13 de junho de 2013. O trabalho se deu por meio do exame de sete das mais expressivas *hashtags* inspiradas nas manifestações, a saber: #ForaDilma, #VdeVinagre, #VemPraJanela, #VemPraRua, #MudaBrasil, #OGiganteAcordou, NãoÉPor20Centavos/NãoÉSóPor20Centavos.

Ao examinar a fala dos próprios jovens – que, nas redes sociais, manifestaram suas impressões e sentimentos sobre o movimento de junho, sobre a participação juvenil



nos protestos e sobre si mesmos –, a ideia é comparar a maneira como os protagonistas dessa história foram representados pelas revistas analisadas e a forma como eles se referiram a si próprios nas redes sociais (como se apresentaram, como debateram as questões colocadas). Milhares de jovens usaram o *twitter*, por exemplo, para demonstrar a indignação não apenas com o reajuste dos preços das passagens de ônibus, mas, também, com a ineficácia das políticas públicas implementadas pelo governo, em especial nas áreas política, socioeconômica e de infraestrutura. A organização dos eventos, protestos e manifestações foi claramente planejada e discutida nas redes sociais.

Após a repressão policial durante os protestos dos dias 6, 7 e 11 de junho daquele ano, em São Paulo, vários jovens começaram a programar atos de manifestação em vários lugares do Brasil, fazendo com que o dia 17 de junho de 2013 se transformasse numa data marcante na história do país, com a maior manifestação popular desde 1992, quando milhares de pessoas foram às ruas pedir o *impeachment* do então presidente da República Fernando Collor de Mello. Um evento criado no *Facebook* para uma das manifestações planejadas em São Paulo chegou a atingir aproximadamente 280 mil pessoas – número expressivo no universo de aproximadamente 12 milhões de habitantes. No *Twitter*, *hashtags* como a #VemPraRua, #OGiganteAcordou, #NãoÉSóPor20Centavos, #ForaDilma, #VdeVinagre, #MudaBrasil, #VerásQueUmFilhoTeuNãoFogeALuta ganharam projeção ao se revelarem detentoras de um dos assuntos mais discutidos no mundo inteiro. Somente no *Instagram*, aproximadamente 8 mil fotos foram compartilhadas com a *hashtag* #protestosp. Trata-se de um fenômeno que, ao fim e ao cabo, contribuiu decisivamente para descortinar o que diferentes segmentos juvenis pensavam do país, dos governos e de si próprios naquele contexto.

Também parece claro que, na prática, essas redes deram voz àqueles que, antes do advento da Internet – sem a tecnologia proporcionada pelos computadores e pelo universo online –, não teriam como se manifestar com essa amplitude. Da mesma forma, as redes também asseguraram a oportunidade da manifestação àquelas pessoas que, por algum motivo, não puderam participar presencialmente dos atos de protestos. Esse cenário só fez evidenciar o encolhimento do poder da mídia tradicional. Afinal, jornais, revistas, emissora de TV e rádio pararam de falar sozinhos. Enquanto muitos noticiários destacavam a violência dos manifestantes, as redes revelavam – muitas vezes no mesmo local e quase no mesmo instante – a violência e truculência das políticas



contra grupos jovens que não estavam necessariamente envolvidos em atos de vandalismo. Ou revelavam a participação de integrantes da própria polícia em atos de destruição do patrimônio público, o que alimentava os protestos.

Assim é que, como observa Paula Sibilía em *O show do eu*, as redes sociais permitiram que as pessoas – antes meras leitoras e espectadoras – transformassem-se em “protagonistas” da situação (SIBILIA, 2008, p. 9). São aspectos observados de maneira especial no *Twitter* e no *Facebook*. Durante as manifestações, é curioso observar, por exemplo, como o *Twitter* foi transformado em fonte de informação (em tempo real) para os internautas interessados nos eventos e como o *Facebook*, por sua vez, foi predominantemente utilizado para debater questões de cunho político e para organizar os atos públicos.

Outro aspecto interessante diz respeito às informações, divagações e comentários postados nas redes. Juntos, eles constituem material profundamente revelador de um momento e de uma geração. A análise estruturada aqui, a partir dos sites e *hashtags* pesquisados, mostra, por exemplo, que a maioria dos jovens recorreu ao *Twitter* para manifestar sentimentos latentes em meio às mobilizações. Esse estudo mostra, assim, que essa participação ancorou-se, sobretudo, no discurso. Foram ecoados todos os tipos de vozes: aquelas contra a elite, outras contra a imprensa, contra o governo, partidos políticos, autoridades públicas e instituições. As *hashtags* não pouparam ninguém.

Os *tweets* evidenciaram não apenas a participação dos jovens nas manifestações contra a ineficiência de algumas políticas públicas, mas, também, os pontos em que eles divergiam ou convergiam, dependendo do perfil de cada segmento. Alguns grupos fizeram questão de se unir em torno do apartidarismo. Outros se autointitulavam “nacionalistas”. Outros se diziam “oposição” a diferentes governos, tanto na esfera municipal quanto na estadual e federal. Mas todos se estavam interessados em deixar uma mensagem específica: tomariam as ruas e as redes sociais sem medo de reivindicar seus direitos porque queriam mudanças – ainda que não as tivessem claras quanto aos formatos ou conteúdos. Na prática, as redes tiraram vários e distintos grupos jovens da posição meramente contemplativa. Ao recorrer ao *Twitter* para propor discussões que, em questão de minutos, seriam inevitavelmente ampliadas, multiplicadas, atualizadas e renovadas no universo online, esses grupos saíram da posição de simples coadjuvantes, como já observou Paula Sibilía (2008). Na concepção da autora, as pessoas, que no século XX funcionavam muito mais como espectadoras do show – do espetáculo que é a



mídia e a sociedade propriamente dita – passaram, nesta era da informação, a ocupar o lugar destinado aos atores sociais relevantes, que atuam como agentes de mudança.

Pluralidade do olhar: quem sou eu, quem é você?

Evidentemente, essas são transformações que envolvem ainda – como também acentua Sibilia – as diferentes maneiras de “perceber do mundo” (2008, p. 8). Nesse sentido, é importante lembrar como essa percepção – ou essa maneira de olhar – constitui importante elemento na formação da matriz ideológica que reflete a identidade de cada indivíduo – e, sobretudo, de cada jovem em formação. Essa matriz, contudo, não escapa aos trabalhos da rememoração. Um jovem não é apenas alguém que cresceu num lugar específico, em circunstâncias específicas, num determinado tempo e com determinadas pessoas. A imagem que tem de si mesmo não é construída apenas das coisas que ele aprendeu sobre si (a partir dessas experiências), mas também das coisas que os outros pensam (e esperam) dele.

Certamente a mídia não conseguiu captar todos os significados que os “jovens de junho de 2013” fizeram ecoar nas principais cidades do país. A comparação entre as histórias contadas pelas revistas analisadas e a história espalhada pelas redes sociais mostra que as reportagens veiculadas estão marcadas por, no mínimo, um erro de tradução (ou por estratégias discursivas que visam a interesses outros, diferentes daqueles ecoados pela parcela menos favorecida da população). Afinal, o jovem que, em 2013, protestava contra o encarecimento do transporte público e pelo avanço das políticas sociais não é o mesmo jovem que, em março de 2015, saiu às ruas para defender a intervenção militar na gestão governamental. É certo, entretanto, que, no outono de 2013, ambos os grupos dividiram o asfalto.

Assim, talvez esses dois elementos – mídia e segmentos juvenis, dentro e fora das redes sociais – tenham se permitido contaminar mutuamente por representações específicas, embora fluidas, já que se ajustavam às necessidades e interesses de cada grupo. Trata-se de uma perspectiva mais sociológica da representação, como propunha Goffman em sua teoria do *frame*, segundo a qual o enquadramento emerge como um marco interpretativo, construído socialmente, dando sentido às situações da vida de cada sujeito (MENDONÇA; SIMÕES, 2012).

Desse ponto de vista, os *frames* produzidos pela mídia que contempla os segmentos juvenis deveriam refletir culturas plurais, permitindo a compreensão das formas como as pessoas se relacionam, como elas interagem em situações específicas e



mais: as maneiras como se dão essas interações, considerando a diversidade, complexidade e pluralidade desse grupo geracional, constituído de perfis tão diversos (seja do ponto de vista socioeconômico, do ideal político, das aspirações etc.). É precisamente sob esse prisma que a distinção entre manifestantes, vândalos, black blocs, alienados ou revolucionários pode não passar de mera retórica midiática. Afinal, existe uma profusão de discursos e representações em jogo, que decididamente contribui para a formação das ideias e do pensamento – na rua e fora da rua, no Nordeste e no Sudeste, no campo e nos centros urbanos, nos condomínios e na periferia.

REFERÊNCIAS

ARAGÃO, Alexandre. Cartel da roda presa. **Veja Edição Especial**, ed. 2327, v. 46, n. 26, p.86-87, 26 jun. 2013.

BARBOZA, Mariana Queiroz. O Grande Líder: #vemprarua. **IstoÉ Reportagem Especial**, v.37, n.2275, p.78-85, 26 jun 2013.

BARROCAL, André, MARTINS, Rodrigo. A Massa Incontrolável. **Carta Capital**, n. 754, p.24-30, 25 jun. 2013.

BOMBIG, Alberto et al. Brasil em Chamas: o governo precisa ouvir a voz das ruas, reagir às manifestações - e recolocar o país no rumo. **Época Edição Especial**, n. 787, p. 30-42, 24 jun. 2013.

BOMBIG, Aberto, et al. Quem São Eles? De onde vêm, o que querem e como agem os manifestantes que pararam as grandes cidades do país. **Época**, n. 786, p.30-37, 17 jun 2013.

CABRAL, Otávio. Os Sete Dias que Mudaram o Brasil, a História em Movimento, o Poder Acuado. **Veja Edição Especial**, ed. 2327, v. 46, n. 26, p. 60-71, 20 jun. 2013.

CABRAL, Otávio, ROBINSON, Robin. O Ministro Chefe da Oposição. **Veja Edição Especial**, ed. 2327, v. 46, n. 26, p. 72-79, 20 jun. 2013.

CORREIA, João Carlos. **Teoria Crítica do Discurso Noticioso: Notas Sobre Jornalismo e Representações Sociais**. Ed. 2009. Covilhã: Livros Labcom, 2009. ISBN 978-989-654-008-1.

COSTA, Camilla. **Brasileiros “descobrem” mobilização em redes sociais durante protestos**. Disponível em:
http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/07/130628_protestos_redes_personagens_cc
Acessado em 11 fev 2015 às 08:53.

DAYRELL, Juarez. O Jovem como Sujeito Social. **Revista Brasileira de Comunicação**, Rio de Janeiro, n.24, p. 40-52, set-dec. 2003. ISSN 1413-2478.

FREIRE FILHO, João. Novas perspectivas para o estudo da relação entre discursos midiáticos, juventude e poder. **E-Compós (Brasília)**, Brasília, v. 06, n.08/06, p. 2-21, ago. 2007.



LEMINSKI, Paulo. Sintonia para pressa e presságio. In: MORICONI, Ítalo (org.). **Destino: poesia**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2010.

LOYOLA, Leandro. O Ataque É aos Políticos: A repulsa dos manifestantes ao poder desnortheia os políticos e empareda a democracia brasileira. **Época Edição Especial**, n. 787, p. 46-52, 24 jun. 2013.

MEGALE, Bela, RABGEL, Carolina. Depois da Catraca, Os Casarões. **Veja Edição Especial**, ed. 2327, v. 46, n. 26, p.90-91, 26 jun. 2013.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; SIMÕES, Paula Guimarães. Enquadramento – diferentes operacionalizações analíticas. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, vol. 27, nº 79, junho/2012.

MOUILLAUD, Maurice. A informação ou a parte da sombra. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O jornal: da forma ao sentido**. 2 ed. – Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. O jornal: da forma ao sentido. Cap.2

_____, Maurice. Da forma ao sentido. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O jornal: da forma ao sentido**. 2 ed. – Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. Cap.1

PARDELLAS, Sérgio. Falou, Tá Falado: Os rostos jovens e as vozes firmes se multiplicaram, cresceram e assustaram o que agora é o antigo poder, que conheceu uma nova realidade: as ruas mandam. **IstoÉ Reportagem Especial**, v.37, n.2275, p.44-56, 26 jun 2013.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. Metamorfozes jornalísticas, 2012.
Disponível em: <<http://raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>> Acessado em 12 fev 2015 às 13:13.

RESENDE, Fernando. O Jornalismo e suas Narrativas: as Brechas do Discurso e as Possibilidades do Encontro. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, p.31-43, dez. 2009.

RICOEUR, P. Do texto à acção. Porto: RÉ, 1989

RODRIGUES, Hila. Juventude e políticas públicas na América Latina e Europa: diferentes olhares, diferentes ações. **Revista Teoria & Sociedade** (UFMG), v.16.1, p.174-215, 2008.

RODRIGUES, Hila. **Políticas públicas para a juventude e gestão local no Brasil: agenda, desenho e implementação**. 2009. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.

SAFATLE, Vladimir. A política oxigenada. **Carta Capital**, n. 754, p.32-33, 25 jun. 2013.

SAKATE, Marcelo. A conta é para todos. **Veja Edição Especial**, ed. 2327, v. 46, n. 26, p82-84., 26 jun. 2013.

SALVADOR, Alexandre, et al. Um chute na copa. **Veja Edição Especial**, ed. 2327, v. 46, n. 26, p. 80-81, 20 jun. 2013.

SOMBA. **Homônimo**. Nova Lima: Bunker, 2014. 1 CD. Acompanha livreto.



TORRES, Isabelle. A Nova Visão do Planalto: Os bastidores de uma das semanas mais difíceis do governo Dilma - quem a presidenta ouviu e como ela influenciou na revogação do reajuste em São Paulo. **IstoÉ** Reportagem Especial, v. 37, n. 2275, p.72-73, 26 jun. 2013.

TUCHMAN, Gaye. The production of News. In: Jensen, K.B. (Org.) **A Handbook of Media and Communication Research**. Londres e Nova Iorque: Routledge, 2002. p.78-90.

ZIEMKIGWICZ, Nathalia. Apesar de Vocês: Oportunistas, baderneiros e ladrões se infiltram no legítimo movimento social para tirar vantagens ilícitas - precisam ser contidos. **IstoÉ** Reportagem Especial, v.31 n.2275, p.66-68, 26 jun. 2013.