

Manifestações do Dia 15 de Março: Uma Análise em *Veja* e *CartaCapital*¹

Carolina Siqueira de DAVID²
Rejane de Oliveira POZOBON³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo analisar os enquadramentos propostos pelas revistas *Veja* e *CartaCapital* acerca das manifestações que ocorreram no Brasil no dia 15 de março de 2015. O conceito norteador desta pesquisa foi o enquadramento, visto que o mesmo tem uma perspectiva tanto teórica quanto metodológica. Alguns outros conceitos foram usados para nos ajudar a compreender o fenômeno, são eles: acontecimento, baseando-nos em Alsina (2009) e Rebelo (2005), e campos sociais, com base em Rodrigues (1990, 1999) e Bourdieu (2012). Ao final, chegamos à conclusão que ambas as revistas trazem enquadramentos similares no momento em que focalizam a fragilidade do governo Dilma, por exemplo. Porém, ao longo da análise, podemos ver que *CartaCapital* traz uma abordagem mais contextual e problematizada para pensar as manifestações.

PALAVRAS-CHAVE: Enquadramentos; manifestações 15 de março; revista *Veja*; revista *CartaCapital*.

INTRODUÇÃO

Uma grande parcela das pessoas sabe que a mídia, ou seja, todos os meios de comunicação em massa em seus vários suportes (jornal, televisão, rádio, internet), participam de nossas vidas de diversas formas. O modo como uma notícia é relatada afeta nosso modo de pensar, bem como nossas atitudes e comportamento. Para Silva (2007, p. 87), a mídia “[...] é uma preponderante agência de socialização de valores, portanto, uma agência privilegiada de produção de sentido”.

Segundo Alsina (2009, p.113) “a produção da notícia é um processo complexo que se inicia com um acontecimento”. Então, a partir do acontecimento, que é um fenômeno social determinado histórica e culturalmente (ALSINA, 2009), os veículos vão decidir qual “merece” ser notícia. Esse pensamento encontra o de Traquina (1999, p. 169): “As notícias são o resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção (sic) e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)”.

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Recém graduada no curso de Jornalismo (UFSM). Atualmente mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (UFSM), email: caroldedavid@gmail.com

³ Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM, email: rejane.op@terra.com.br

É nesse momento, de determinar a atenção do público para tal tópico, que entra em ação o poder da mídia. Para McCombs (2009, p. 42) “independentemente do veículo, um foco restrito sobre poucos temas transmite uma mensagem poderosa a uma audiência sobre quais são os mais importantes tópicos do momento”.

Para Alsina (2009) são três elementos essenciais para o acontecimento: 1) A variação do ecossistema; que seria tudo que quebra a norma do dia-a-dia, 2) a comunicabilidade; que seria o fato de o acontecimento virar notícia e entrar no mercado da comunicação, gerando um efeito multiplicador e 3) a implicação do sujeito; relacionada com o impacto da informação do acontecimento no destinatário da mensagem. Aproximando esse conceito do corpus analisado podemos dizer que as manifestações são coerentes com os três elementos citados por Alsina. Estas foram um acontecimento atípico da vida cotidiana, ou seja, quebraram a norma do dia-a-dia; também geraram um efeito multiplicador em termos de comunicabilidade quando vários meios televisivos cederam espaço da sua programação para acompanhar em tempo real os diversos locais das manifestações, ou quando foram noticiadas e comentadas em vários meios jornalísticos na televisão, rádio, revista, redes sociais. E por fim, elas geraram impacto no dia-a-dia dos sujeitos que receberam a notícia do acontecimento, seja no que tange os comentários com outras pessoas que viram as notícias, ou na influência no próprio modo de pensar dos mesmos.

Essa influência que os acontecimentos têm na consciência dos sujeitos pode ser entendida de acordo com Rebelo (2005, p. 56), para ele “o acontecimento é explicável e explicativo. Explicável através da produção de narrativas. Explicativo pelo poder que transporta, como revelador daquilo que transforma, nas coisas e nas pessoas”. Essa ideia encontra a de Rothberg que diz as narrativas padronizam e simplificam os textos, a fim de retirar a complexidade dos fatos originais e, assim, os disponibilizam para o consumo, de maneira a corresponder a produção industrial de notícias. Pois, para ele “o público estará mais disposto a escolher para leitura, no curto tempo do qual supostamente dispõe, a notícia que mais facilmente estiver embebida em uma narrativa mitológica acessível e atraente” (2014, p. 415).

Este poder de influência que a mídia detém hoje está profundamente ligado à sua legitimação dentro de um campo social: o campo dos media⁴. Ao passo que a humanidade chegou à modernidade aconteceram diversas mudanças. Em vez de explicações ligadas às

⁴ Usamos a palavra “media” quando nos referirmos ao conceito de campos sociais de Rodrigues (1990). Para o autor, o campo dos media é uma instituição de mediação que abarca “todos os dispositivos, formal ou informalmente organizados” (p. 152).

crenças, religiosidades e tradições, a modernidade está ligada a fundamentação racional dos saberes, processo conhecido como secularização. As Universidades criadas na Europa são um exemplo desse processo do papel do sábio ao do especialista. Processo esse intrinsecamente ligado à autonomia dos campos sociais, e por consequência, a formação de um corpo social que tem legitimidade para falar sobre um certo domínio de competência (RODRIGUES, 1999).

Bourdieu (2012) acredita que cada instituição tem seus valores e regras que a legitimam, e também legitimam quem está dentro desta instituição como “detentor do saber”. Essa ideia vai ao encontro de Rodrigues (1999, p. 18), que afirma que um campo social é “uma instituição dotada de legitimidade indiscutível, publicamente reconhecida e respeitada pelo conjunto da sociedade, para criar, impor, manter, sancionar e restabelecer uma hierarquia de valores”. Ou seja, cada campo social tem uma axiologia própria, bem como sacralizações que os distinguem de outros campos. As suas práticas, costumes, discursos são os rituais que os caracterizam, assim como tatuagens, emblemas, insígnias. Dessa forma a família, o militar, político, científico, religioso, jurídico e a mídia, por exemplo, são indiscutivelmente campos sociais.

Todos os campos sociais coexistem compartilhando suas axiologias e formas simbólicas de visibilidade. “Desta composição dos processos e das funções entre os diferentes campos sociais resultam reflexos que se projectam (sic) em cada um dos campos e o atravessam” (RODRIGUES, 1990, p. 149). Para o autor, um campo é tanto mais forte quanto mais conseguir impor a sua axiologia a outros campos. Antigamente, o campo religioso era tão poderoso porque conseguia incidir sobre vários outros campos, como o científico, político e a família, por exemplo.

O campo dos media, por seu caráter especular e dessacralizado, tem a função de mediar as tensões entre os campos sociais existentes, uma vez que eles concorrem entre si para impor o seu ponto de vista à sociedade. Dessa forma, as estratégias usadas por esse campo (dos media) podem ser tanto de cooperação, que funciona como uma justaposição de interesses e objetivos de diferentes campos, como de conflito, ou seja, a excitação das divergências e antagonismos (RODRIGUES, 1990).

Nesta pesquisa podemos observar o campo dos media em profunda relação com o campo político, e esta relação acontece, muitas vezes, da necessidade que ambos têm um do outro. O campo político necessita do campo dos media para ter visibilidade e legitimidade e o campo dos media precisa do campo político para existir como tal. Também podemos ver a

relação do campo jurídico agindo, em algumas matérias, conjuntamente com os já citados acima.

Brevemente delineados os conceitos de *acontecimento* e de *campos sociais*, explanamos, agora, sobre a perspectiva teórica do enquadramento, e, no segundo momento, sobre sua perspectiva metodológica. Logo depois apresentamos nossa análise e por fim as considerações finais.

A PERSPECTIVA TEÓRICA E METODOLÓGICA DO ENQUADRAMENTO

O conceito de enquadramento começou a ser pesquisado na área da psicologia, a partir de trabalhos como o do psicólogo social Gregory Bateson (1954). Já em 1974, o sociólogo Erving Goffman publica o livro *Frame analysis: an essay on the organization of experience* e cria seu próprio conceito de enquadramento. O autor dedica-se a pensar como os indivíduos organizam sua experiência social a partir de interações, ou seja, a maneira como as pessoas tornam o mundo ao seu redor compreensível. Goffman (1986) afirma que um indivíduo, ao reconhecer um determinado acontecimento, tende a empregar o que denomina “enquadramentos primários”. Esses enquadramentos não remetem a nenhuma aplicação anterior ou “original” e acabam dando significado para algo aparentemente banal do cotidiano. Para o autor, enquadramentos primários variam em níveis de organização. Alguns são nitidamente apresentáveis como sistemas de entidades ou regras, e outros, na maioria, aparentam não terem formato nenhum, mas promovem grandes conhecimentos, abordagens e perspectivas. Independentemente do nível de organização, cada quadro permite ao indivíduo localizar, perceber e identificar um número infinito de acontecimentos.

Dessa forma, cada acontecimento ou experiência cotidiana constitui uma espécie de plano de fundo em nossas mentes, que organiza e determina nossas atitudes futuras, bem como compõe um elemento central para a cultura de cada grupo social. Uma definição clássica sobre enquadramento e que até hoje é tomada, muitas vezes, como ponto de partida para estudos da comunicação é a de Robert Entman.

O enquadramento envolve essencialmente *seleção e saliência*. Enquadrar é *selecionar alguns aspectos de uma dada realidade e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento* para o item descrito (ENTMAN, 1993, p. 52, tradução minha) [grifo do autor].

Segundo Campos (2015), enquadramentos são discursos em uma organização formal que dependem da identificação dos seus elementos constitutivos, aquilo que William Gamson e outros autores chamam de elementos de assinatura. Para os autores, esses elementos estariam dentro de *pacotes interpretativos*. Vimieiro e Maia (2011), explicam que, para Gamson e Modigliani, os *pacotes interpretativos* possuem símbolos condensados, que seriam os dispositivos (que são o cerne no enquadramento) que se mostram no texto por meio de: metáforas, exemplos, *slogans* ou chavões, representações e imagens visuais. A ideia de pacotes está relacionada com a análise indireta do enquadramento, visto que para autores como Matthes e Kohring (2008) o enquadramento é um certo padrão que é composto de vários elementos, que não são palavras, mas componentes previamente definidos ou dispositivos. Dessa forma, essas duas ideias compõem a parte metodológica desta pesquisa.

ANÁLISE EM VEJA E CARTA CAPITAL

Passa-se, agora, à análise dos enquadramentos da mídia acerca das manifestações. Na revista *Veja*⁵, edição 2418, ano 48, publicada no dia 25 de março de 2015, encontramos três matérias⁶ relacionadas ao assunto, seguem os títulos com suas respectivas paginações: “O governo vai ter de ouvir” (p. 17, 20-21); “As regras do jogo” (p. 58-59) e “Há multidões em mim” (p. 90-91).



Capa *Veja*, edição 2418



Capa *CartaCapital*, edição 842

Na revista *CartaCapital*⁷, edição 842, ano 21, publicada também no dia 25 de março de 2015, encontramos cinco, seguem os títulos com sua respectiva paginação: “Começar de novo?” (p. 14-17); “O Brasil explica a si mesmo: estado patrimonialista, governo no breu, povo no limbo pela prepotência de uma elite predadora” (p. 18-21); “O fim do mito da

⁵ Criada em 1968, a revista semanal *Veja*, faz parte da Editora Abril.

⁶ Os dispositivos com baixa ocorrência foram excluídos. No dispositivo “imagens visuais” são destacadas, ao longo da análise, apenas as fotos mais emblemáticas.

⁷ Criada em 1994, a revista semanal *CartaCapital*, hoje, à Editora Confiança.

civilidade política: A grosseria, fanfarronice e vulgaridade exibidas pela direita antes da ditadura renascem com força no cenário” (p. 22-23); “Sobre marchas e contramarchas: Nas almas dos revoltados brasileiros fumegam os miasmas do atraso oligárquico e os vapores da barbárie tecnológica hipermoderna” (p. 24-25) e “A era da fúria: O tom raivoso e intransigente das manifestações é expressão de uma tendência mundial” (p. 26-27). Através da análise dos dispositivos citados no item anterior, acreditamos haver a possibilidade de identificar, em cada revista, uma ideia organizadora que se perpetua ao longo do texto.

No dispositivo “representações” definimos seis categorizações. São elas: 1) **Alcance/ampliação das manifestações**: engloba frases que falam sobre a quantidade de pessoas envolvidas nas manifestações, bem como o sentimento gerado pelas mesmas; 2) **Simplificação/generalização das causas geradoras das manifestações**: essa categorização é composta por frases que falam sobre as causas das manifestações, ou seja, o motivo pelo qual as pessoas se manifestaram, porém são frases simples e genéricas; 3) **Vulnerabilidade da presidente e/ou de seu governo como elemento propulsor das manifestações**: engloba frases que falam estritamente sobre a presidente ou seu governo como causadores das manifestações ou elementos que destacam a fragilidade do governo Dilma; 4) **Perfil das manifestações ou dos manifestantes**: para esta categorização são destinadas frases que falam sobre o comportamento e atitudes dos participantes das manifestações; 5) **Participação da mídia no contexto das manifestações**: esta categorização engloba frases que falam sobre a influência da mídia tradicional nas manifestações; 6) **Elementos questionáveis nas manifestações**: são destinadas as frases que questionam o número real de pessoas estavam protestando, bem como quem são os grupos apoiadores das manifestações.

ANÁLISE EM VEJA

Dispositivos de Enquadramento

Metáforas:	“O gigante acordou e não vai dormir mais tão cedo”. (p. 17) “[...] entendi que esse governo é uma página virada, e não faz sentido nutrir ódio de falecidos”. (p. 90) “[...] impedir esse governo de continuar afundando o país”. (p. 91)
Exemplos:	“Segundo o estudo, são quatro os fatores de instabilidade que levam à queda de presidentes: problemas na economia, mobilizações de rua, queda de popularidade e perda de maioria no Congresso. A presidente Dilma enfrenta todos esses em maior ou menor grau”. (p. 58)

Representações:*- Alcance/ampliação das manifestações:*

“No dia 4 de outubro do ano passado, Rogerio Chequer, de 46 anos, era uma das cinco pessoas presentes a um protesto convocado por ele contra o governo da presidente Dilma Rousseff [...]. No domingo 15, Chequer estava entre mais de 1 milhão de pessoas na maior manifestação política em 30 anos de democracia no Brasil”. (p. 17)

“Mas acho que o fato novo é que antes as pessoas não sabiam o que fazer com a indignação e agora sabem”. (p. 20)

“Então, sinto que agora começamos a descobrir como canalizar essa energia”. (p. 20)

“[...] um movimento em que milhares de pessoas saíram da vida privada para a construção de algo maior, conjuntamente”. (p. 90)

“O sentimento que ficou da passeata foi de energização e esperança”. (p. 91)

- Simplificação/generalização das causas geradoras das manifestações

“Era um protesto da sociedade, não de partidos políticos. Esse movimento não vai se deixar instrumentalizar por quem quer que seja, porque é espontâneo”. (p. 90)

- Vulnerabilidade da presidente e/ou de seu governo como elemento propulsor das manifestações

“*Quem pode pedir o impeachment da presidente?* Qualquer cidadão, entidades representantes da sociedade civil ou parlamentares”. (p. 58)

“Os principais pontos de contato (entre Collor e Dilma) são a grave crise política e a enorme rejeição da população – perto do impeachment, o então presidente era considerado ruim ou péssimo por 68%; ninguém jamais havia chegado perto desse índice, façanha conseguida por Dilma na semana passada, com avaliação negativa de 62%”. (p. 59)

“[...] todo governante incompetente ou pilantra (ou, como o atual, ambas as coisas) haverá de saber que nossa tolerância tem limites”. (p. 91)

- Perfil das manifestações ou dos manifestantes

“Outra característica que chamou atenção em protestos como o de São Paulo foi a relação amigável que se viu entre as pessoas que foram às ruas e os policiais militares”. (p. 20)

“A passeata foi, por isso, feliz e festiva. O sentimento não foi de ódio, mas de plenitude, de realização”. (p. 90)

“No domingo, a massa vestia verde e amarelo, empunhava o pavilhão da pátria e a música mais repetida era o *Hino Nacional*”. (p. 90)

Na primeira matéria, estruturada em quinze perguntas diretas à Rogério Chequer, líder do “Vem pra Rua”, há uma pedagogização por parte da revista. Essa pedagogização é feita no sentido tanto da organização do texto (em forma de perguntas) quanto de tentar responder dúvidas referentes as manifestações com perguntas explicativas como: “O que levou tanta gente a aderir aos protestos” e “Como se organiza uma mobilização como a de domingo em São Paulo?”. Para Fischer (2002) a mídia atua como “dispositivo pedagógico” e os meios de comunicação atuam decisivamente construindo significados e influenciando a formação dos sujeitos sociais. Fisher refere-se particularmente ao estudo da televisão, porém acreditamos que todos os dispositivos midiáticos se propõem a ser o “grande lugar de educar, de fazer justiça, de promover a ‘verdadeira’ investigação dos fatos [...] e ainda de concretamente “ensinar como fazer” determinadas tarefas cotidianas [...]” (FISCHER, 2002, p. 49).

Contudo, sabemos de antemão que a mídia não é “neutra”. Os veículos midiáticos obedecem a estruturas e políticas editoriais. Dessa forma, para Innerarity, eles não seriam acusados de manipular (claro que existem casos extremos), se partíssemos da premissa que o compromisso dos meios não seria tanto com a informação, mas com o lucro.

Compreender o mundo contemporâneo exige ter-se compreendido previamente o modo como os meios de comunicação constroem a realidade, [...] é necessário ter compreendido que o que neles está em jogo não é tanto a verdade como o exercício de um conjunto de funções sociais como a estabilidade, o entretenimento, a absorção da insegurança ou a criação de boa consciência” (INNERARITY, 2010, p. 96-97).

Chequer é tratado pela revista como um empresário visionário e precursor da incitação deste momento de insatisfação, pois, segundo a revista, antes ele estava entre as cinco pessoas presentes num protesto contra a presidente, e no dia 15, segundo a revista, 1 milhão de pessoas teriam comparecido. Chequer é colocado como uma pessoa inteligente, que previu o que aconteceria. Deste modo, a revista o autoriza a falar que agora “O gigante acordou e não vai dormir mais tão cedo” (p. 17), e que ele sente “[...] que agora começamos a descobrir como canalizar essa energia” (p. 20). A ideia que temos desta matéria, é que agora a população estaria “acordada” e organizada, sintetizada na frase de Chequer: “o fato novo é que antes as pessoas não sabiam o que fazer com a indignação e agora sabem” (p. 20).

Na segunda matéria também há uma pedagogização por parte da revista, já no título “As regras do jogo”, e na estrutura de dez perguntas respondidas por especialistas, vemos

uma demonstração de “regras” referentes ao processo de *impeachment*. A matéria explicita a vulnerabilidade da presidente dizendo que quem pode pedir o *impeachment* é “qualquer cidadão” (p. 58) e compara o governo atual ao de Collor, dizendo que ninguém, até então, tinha chegado perto do índice máximo de rejeição de Collor (68%), mas Dilma teria conseguido essa “façanha” (p. 59) atingindo 62%. A única imagem usada nesta matéria mostra vários cartazes pedindo “Fora Dilma, fora PT e fora corrupção”, desta maneira, a revista salienta que o norte das manifestações seria a saída de Dilma da presidência.

Na terceira matéria é dada ênfase para a integração da sociedade nas manifestações “[...] um movimento em que milhares de pessoas saíram da vida privada para a construção de algo maior, conjuntamente” (p. 90). E é explicitado o fato da manifestação serem “espontâneas”, e destacado o perfil “feliz e festivo” (p. 90) da mesma. As referências à vulnerabilidade da presidente e ao seu governo também aparecem em frases como: “[...] todo governante incompetente ou pilantra (ou, como o atual, ambas as coisas)” (p. 91); “[...] impedir esse governo de continuar afundando o país” (p. 91) e “[...] entendi que esse governo é uma página virada, e não faz sentido nutrir ódio de falecidos” (p. 90). Assim como na matéria anterior, a única imagem mostrada é das manifestações, na qual aparece um cartaz dirigido à presidente: “Dilma, não acredito mais em você” (p. 90-91).

Desta forma, por meio desta análise, podemos ver que alguns enquadramentos se destacam, dentre eles, a vulnerabilidade da presidente, que é apresentada como uma governante frágil em relação aos acontecimentos pautados pela revista. Nesta direção, a ideia organizadora do sentido leva o leitor de *Veja* a compartilhar da ideia de uma inconstância de governo de Dilma. Essa ideia organizadora nos induz a pensar sobre conceito de personalização na política, que é quando as características pessoais do líder do partido se sobressaem sobre a carta programática e os assuntos políticos.

A tendência para atribuir uma maior centralidade ao desempenho e estilo do candidato, o carácter (sic) negativo das notícias, assim como a divulgação das sondagens de opinião e da posição que os candidatos ocupam nelas, parece marginalizar os acontecimentos políticos importantes, levando a uma distância cada vez maior entre os eleitos e o mundo político [...] (NORRIS, 2002 apud ANTUNES; LISI, 2015, p. 9).

A foto da capa desta edição, mais uma vez, explicita a fragilidade do governo Dilma. Uma vez que nas matérias o foco é a presidente, esperaríamos ver ela também na capa, porém o protagonista é o presidente da Câmara Eduardo Cunha, numa foto que ocupa a página inteira, acompanhado pela frase “A súbita força de Eduardo Cunha: quem é, o que

pensa e qual é o jogo do presidente da Câmara dos Deputados, que se tornou o político mais poderoso do Brasil”.

ANÁLISE EM *CARTACAPITAL*

Dispositivos de enquadramento

Metáforas

“Não enxergam nele habilidade para compensar a falta de jogo de cintura da presidenta”. (p. 16)

“Mais do que qualquer um dos demais presidentes pós-ditadura, (Dilma) conheceu o paraíso e o inferno da popularidade”. (p. 22)

“A política democrática está na lona golpeada pela descrença”. (p. 24)

Representações

- *Vulnerabilidade da presidente e/ou seu governo como elemento propulsor das manifestações*

“Acuada pelas manifestações pró-impeachment e pelas queixas contra o reajuste fiscal, sempre em choque com a classe política e tímida diante dos microfones, a presidenta vê seu ibope em queda livre e perto dos índices de Fernando Collor às vésperas da deposição”. (p. 14)

“E vê nos eleitores dilmistas “um sentimento de abandono e traição”. (p. 17)

“Espanta, porém, que o PT a mantenha [a corrupção] em vida com dedicação total. Basta isso para explicar os dias de hoje? O vácuo de poder, a falta de liderança, a nau desgovernada?”. (p. 20)

“Atente para aquilo que haveria de ser óbvio, senhora presidenta: é a mesma mídia que está a transformar em heróis os senhores do PMDB que no momento controlam o Congresso e, se permitir, o seu próprio destino”. (p. 21)

- *Perfil das manifestações ou dos manifestantes*

“A organização das marchas e o perfil de seus participantes evidenciaram a pouca disposição para conversa”. (p. 16)

A grosseria, a fanfarronice e a vulgaridade da direita voltaram para ficar”. (p. 23)

“Os manifestantes rodopiavam as palavras de ordem estampadas em faixas e cartazes, em uma algazarra de significados e insignificâncias”. (p. 24)

“As tropelias e arreganhos dos manifestantes são explosões explícitas de ódio ao que está no mundo de modo diferente”. (p. 24)

“As exaltadas conclamações para o retorno dos militares foram escoltadas por sugestões de desrespeito à lei e aos direitos individuais e coletivos”. (p. 24).

- *Elementos questionáveis nas manifestações*

“No dia dos protestos, o senador Walter Pinheiro, da Bahia, leu na internet que um ministro estranhara os cálculos da Polícia Militar sobre o número de

presentes”. (p.17)

“A PM exagerou, em São Paulo e Porto Alegre, no mínimo”. (p. 17)

“Os irmãos Charles e David Koch, notórios nos EUA como organizadores e financiadores do TeaParty e das campanhas contra o controle de armas e de negação do aquecimento global, agora aparecem também como financiadores da formação de jovens e de institutos ligados à liderança dos protestos contra o governo brasileiro”. (p. 27)

“Obviamente é tolo supor que manifestantes ou eleitores são ‘pagos’ em massa, mas permitir a um punhado de jovens politicamente ambiciosos dedicar-se em tempo integral a uma agenda faz diferença, assim como o patrocínio de veículos e jornalistas”. (p. 27)

- *Participação da mídia no contexto das manifestações*

“Em seu plano de embaralhar o *impeachment* e as manifestações, o PSDB contou com o costumeiro apoio da mídia, diz o deputado Paulo Pimenta [...]”. (p. 17)

“É do conhecimento até do mundo mineral que a mídia nativa assumiu há muito tempo o papel de oposição, e foi decisiva para as marchas antidemocráticas de domingo 15”. (p. 21)

“Os meios de comunicação de massa, compelidos pela disputa de audiência, são arrastados para o abismo da vulgaridade no afã de desinformar a ‘massa informe’”. (p. 25)

Na primeira matéria da revista *CartaCapital*, assim como em matérias da revista *Veja*, podemos ver certas frases direcionadas à presidente. Metáforas dizendo que nela falta “jogo de cintura” (p. 16) e frases com os adjetivos “acuada” e “tímida” e “sempre em choque com a classe política” destacam sua vulnerabilidade. Porém, na análise de *CartaCapital*, aparecem duas novas categorizações: “participação da mídia no contexto das manifestações” e “elementos questionáveis nas manifestações”.

Nesta primeira nova categorização são levantadas questões como a de Paulo Pimenta, que diz que o PSDB, na intenção embaralhar as manifestações, teria contado com “o costumeiro apoio da mídia” (p. 17). Já a categorização “elementos questionáveis” traz o fato da contagem de manifestantes presentes, aspecto qual a revista afirma: “A PM exagerou, em São Paulo e Porto Alegre, no mínimo” (p. 17)”.

Na segunda matéria a presidente e seu governo também são alvo de críticas em frases como: “espanta, porém, que o PT a mantenha (a corrupção) em vida com dedicação total. As críticas também recaem sobre o vácuo de poder e a falta de liderança do governo. Na imagem mostrada nesta matéria, vemos uma comparação entre os escravos, em 1821, vendo

Carlota Joaquina indo embora pelo mar, que seriam os mesmos que, nos dias de hoje, foram as pessoas de classe baixa assistindo as manifestações.

Também nesta matéria aparece a nova categorização – explicitada no primeiro parágrafo deste ítem: “participação da mídia no contexto das manifestações”, na qual é inserida a frase: “[...] a mídia nativa assumiu há muito tempo o papel de oposição, e foi decisiva para as marchas antidemocráticas de domingo 15” (p. 21). Esta frase reforça os estudos que propõem que a mídia é um agente político e também “instrumento de controle ideológico” (HERMANN, 2015), e sua capacidade de influenciar decisões políticas.

A mídia não é só uma arena de expressão de forças políticas existentes, mas é também um ator político por direito próprio. Ela é um ator político na medida em que participa da construção da esfera pública, mas em alguns casos, seu caráter de empresa privada que busca o lucro pode fazer com que os interesses privados tenham prioridade sobre suas tarefas públicas” (HERMANN, 2015, p. 23).

Na terceira matéria o perfil dos manifestantes é bastante evidenciado na frase: “A grosseria, a fanfarronice e a vulgaridade da direita voltaram para ficar” (p. 23), bem como a foto que mostra um homem, nas manifestações, vestindo verde e amarelo gritando furiosamente com outro homem que está com uma bandeira vermelha nas costas. A foto contém o *box*, com a frase irônica: “Uma clara demonstração não só da cordialidade do brasileiro, mas do caráter democrático e pacífico dos protestos de domingo 15” (p. 23).

Na quarta matéria é evidenciado, ainda com mais crítica, o perfil dos manifestantes em frases como: “os manifestantes rodopiavam as palavras de ordem estampadas em faixas e cartazes, em uma algazarra de significados e insignificâncias” (p. 24). Nessa mesma matéria, a mídia é colocada como um veículo que pela concorrência por audiência é arrastado “para o abismo da vulgaridade no afã de desinformar a “massa informe” (p. 25). A ideia desta frase lembra-nos Thompson (2008):

A mídia é um domínio no qual sérias preocupações foram banidas há muito tempo. Com o crescimento da comercialização da instituição da mídia, os ideais políticos e morais sustentados por alguns dos primeiros empreendedores foram substituídos por critérios de eficiência e lucratividade” (THOMPSON, 1998, p. 224).

A matéria também destaca os cartazes escrito “Intervenção militar já” e afirma que “as exaltadas conclamações para o retorno dos militares foram escoltadas por sugestões de desrespeito à lei e aos direitos individuais e coletivos” (p. 24).

A quinta e última matéria analisada já traz no título o seu viés: “A era da fúria” (p. 26). Nela é destacado que o tom raivosos usado nas manifestações é uma tendência mundial. Uma foto que ocupa grande parte do centro da página mostra um homem, em o que parece ser uma manifestação, gritando furiosamente. O *box* diz: “classes médias tradicionais frustradas, exaltadas e preconceituosas tornaram-se parte da paisagem da América Latina”. A categorização “elementos questionáveis nas manifestações” é visível neste texto quando ele traz o fato de que “financiadores do *TeaParty* aparecem também como financiadores da formação de jovens e de institutos ligados à liderança dos protestos contra o governo brasileiro” (p. 27).

Na capa desta edição, aparece a foto da presidente toda em preto, no seu peito vemos a faixa de presidente com as cores do Brasil. A imagem explicita um certo “luto”, acoplado ao título: “O governo no breu”.

Desta maneira, através da análise, percebemos que os enquadramentos da revista *CartaCapital* trazem um contexto histórico, comparativo e problematizado.

CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve como objetivo analisar os enquadramentos da mídia acerca das manifestações que ocorreram dia 15 de março de 2015 no Brasil. Foram escolhidos como objetos a revista *Veja*, pertencente à Editora Abril, e a revista *CartaCapital* que pertence à Editora Confiança, ambas revistas impressas. A escolha destas duas revistas se deu, em um primeiro momento, pelo fato de ambas terem grande circulação em território nacional. Outro fator importante na escolha é o de pertencerem a grupos distintos, o que poderia implicar uma diferença de tratamento do tema pelo viés de cada uma.

Visto que o conceito norteador deste trabalho é o enquadramento, e o mesmo dispõe de uma perspectiva teórica e metodológica, optamos por usar o mesmo conceito também no processo de análise. A escolha do enquadramento como metodologia se deu por meio da possibilidade de, através dele, achar uma ideia organizadora nos textos e assim conseguir identificar o enquadramento que cada revista oferece ao tema. Para Carvalho (2009, p. 4), “os enquadramentos revelam as peculiaridades de cada veículo noticioso, em suas múltiplas inserções sociais, e por isso dizem para além de um componente operacional da lógica narrativa noticiosa”.

Após essa análise, podemos perceber que as duas revistas trazem categorizações semelhantes quando enquadram as manifestações, umas delas é o fato de abordarem a

fragilidade do governo e da presidente Dilma. Porém, na categorização sobre o perfil dos manifestantes podemos ver uma discordância entre as revistas. A revista *Veja* fala do caráter passivo das manifestações, enquanto a *CartaCapital* enfatiza atitudes grosseiras e vulgares dos manifestantes. *CartaCapital* também difere de *Veja* no momento em que traz outras duas categorizações para pensar as manifestações, são elas a “participação da mídia no contexto das manifestações” e “elementos questionáveis”. Essas duas categorizações explanam a interferência da mídia tradicional nas manifestações, bem como grupos externos que estariam apoiando as mesmas. Encontramos nas palavras de Thompson esse caráter decisivo que a mídia assume na vida dos cidadãos:

A mídia se envolve ativamente na construção do mundo social. Ao levar as imagens e as informações para indivíduos situados nos mais distantes contextos, a mídia modela e influencia o curso dos acontecimentos, cria acontecimentos que poderiam não ter existido em sua ausência” (THOMPSON, 1998, p. 38).

Por fim, chegamos à conclusão de que a revista *Veja* traz um enquadramento direcionado à fragilidade e vulnerabilidade da presidente e de seu governo, enquanto a revista *CartaCapital* traz uma perspectiva mais contextualizada e problematizada em relação aos manifestantes e a causa das manifestações.

REFERÊNCIAS

ALSINA, M. R. **A Construção da notícia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

ANTUNES, J.; LISI, M.. As eleições legislativas de 2011 na imprensa: partidos, candidatos e temas da campanha eleitoral. In: SANTO, P. do E.; LISI, M. (coords.). **Campanhas eleitorais, debates televisivos e propaganda**: comunicação política e as eleições legislativas de 2011. Covilhã, Portugal: LabCom - Laboratório de Comunicação Online, 2015.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 16. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

CAMPOS, L. A. Quem Enquadra as Cotas? Atores sociais e pacotes interpretativos sobre as ações afirmativas raciais na imprensa. In: VI Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política. **Anais**. Rio de Janeiro, 22 a 25 de abril, 2015. Disponível em: <<http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2015/04/GT5-Campos.pdf>>. Acesso em 29 abril 2015

CARVALHO, C. A. de. Sobre limites e possibilidades do conceito de enquadramento jornalístico. **Contemporanea**: revista de comunicação e cultura, v. 7 n. 2, dezembro, 2009.

ENTMAN, R. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, v. 43, n. 4, p. 51-18, 1993.

GOFFMAN, Erving. **Frame Analysis**: na essay on the organization of experience. New York: Harper & Row, 1986.

HERMANN, J. Mídia e política subnacional na América Latina. In: HERMANN, J.; GUAZINA, L.; PEREIRA, F. (orgs.). **Novos questionamentos em mídia e política**. Florianópolis: Insular, 2015.

INNERARITY, D. **O novo espaço público**. Lisboa: Teorema, 2010.

MCCOMBS, M. **A Teoria da Agenda**: a mídia e a opinião pública. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

REBELO, J. Apresentação. **Trajectos**: revista de comunicação, cultura e educação. Lisboa: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa. n. 6, 2005.

RODRIGUES, A. D. **Estratégias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1990.

_____. **Experiência, modernidade e campo dos media**. Universidade Nova de Lisboa, Portugal, 1999. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-adriano-expcampmedia.pdf>>. Acesso em 10 set. 2015.

ROTHBERG, D. Enquadramentos midiáticos e sua influência sobre a consolidação de direitos de crianças e adolescentes. **Revista Opinião Pública**, Unicamp, vol. 20, n. 3, p. 407-424, dezembro, 2014.

SILVA, L. M. da. Sociedade, esfera pública e agendamento. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. (orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 5. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

TRAQUINA, N. As notícias. In: TRAQUINA, N. (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega, 1999.

VIMIEIRO, A. C.; MAIA, R. C. M. Análise indireta de enquadramentos da mídia: uma alternativa metodológica para a identificação de frames culturais. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 18, p. 235-252, jan/abril, 2011.