

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Talita Lucarelli Moreira

Os Ecos das Manifestações de Junho de 2013 na Cobertura da *Folha de S. Paulo* e
no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral de TV nas Eleições de 2014

Juiz de Fora
Fevereiro de 2016

Talita Lucarelli Moreira

Os Ecos das Manifestações de Junho de 2013 na Cobertura da *Folha de S. Paulo* e
no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral de TV nas Eleições de 2014

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, na Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal

Co-orientador: Prof. Dr. Luiz Ademir de Oliveira

Juiz de Fora
Fevereiro de 2016

Ficha catalográfica elaborada através do programa
de geração automática da Biblioteca Universitária da
UFJF, com dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Moreira, Talita Lucarelli.

Os Ecos das Manifestações de Junho de 2013 na cobertura da
Folha de S.Paulo e no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral de
TV nas Eleições de 2014 / Talita Lucarelli Moreira. -- 2016.
137 p.

Orientador: Paulo Roberto Figueira Leal Coorientador:
Luiz Ademir de Oliveira
Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de
Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós- Graduação
em Comunicação, 2016.

1. Comunicação. 2. Poder. 3. Manifestações. 4. Política. 5.
Enquadramento. I. Leal, Paulo Roberto Figueira, orient. II. Oliveira,
Luiz Ademir de, coorient. III. Título.

Talita Lucarelli Moreira

Os Ecos das Manifestações de Junho de 2013 na Cobertura da *Folha de S. Paulo* e
no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral de TV nas Eleições de 2014

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, na Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Área de Concentração: Comunicação e Sociedade
Linha de Pesquisa: Comunicação e Poder

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal / Universidade Federal de Juiz de Fora
Co-orientador: Prof. Dr. Luiz Ademir de Oliveira/ Universidade Federal de São João del-Rei

Aprovada pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal (UFJF) – Orientador

Prof. Dr. Luiz Ademir de Oliveira (UFSJ) – Co-Orientador

Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra (UFJF) – Convidado

Profa. Dra. Carla Montuori Fernandes (Universidade Paulista - UNIP) – Convidada

Conceito obtido: _____

Juiz de Fora, 25 de fevereiro de 2016.

*Dedico este trabalho aos meus pais, meus maiores
incentivadores, por acreditarem nos meus sonhos, não
medindo esforços para torná-los realidade. Amo vocês!*

AGRADECIMENTOS

À Deus, por sempre ouvir as minhas preces, iluminar meu caminho e por me fortalecer diante dos obstáculos da vida.

Aos meus pais pelo amor, dedicação e por me ensinarem, a partir de seus próprios exemplos, que tudo é possível quando você tem fé e luta por seus objetivos. Vocês são a melhor parte de mim. Nada seria possível sem vocês.

Ao meu irmão pelo companheirismo, paciência e tolerância mesmo em meus dias de humor duvidoso. Cabeção, não fosse pela sua ajuda, este trabalho não teria gráficos.

Ao Paulo, orientador, professor e amigo querido, que me acompanha e incentiva desde o período da graduação. Por meio de sua sabedoria – seja nas reuniões de orientação, nas aulas ou nos momentos de descontração – sempre nos estimulou a sermos pesquisadores e pessoas melhores. Jamais esquecerei de suas habilidades culinárias e da famosa receita de miojo de cafeteira.

Ao Luiz, por ser sempre uma figura presente no processo de construção desta dissertação. Atuou como co-orientador, amigo, psicólogo, conselheiro e motorista particular, além de ter me ensinado que mais vale guardar garrafas na geladeira que mágoas no coração.

Ao Márcio, pelo incentivo e por sempre demonstrar interesse por esta pesquisa. Agradeço pelas contribuições ofertadas durante o processo de qualificação e em suas aulas, que muito auxiliaram no processo de produção.

À Carla, pela disponibilidade e solicitude demonstrada durante os encontros em congressos e pela gentileza com a qual aceitou participar desta banca.

Aos amigos da Laje dos Bettencourt, por serem meu melhor sexteto e por tornarem a caminhada menos pesada entre cervejas e os diálogos descontraídos. Que continuemos trocando o nome do grupo a cada evento ou piadinha infame.

Aos amigos do PPGCOM, por dividirem angústias, alegrias e por tornarem os momentos mais divertidos.

Aos queridos Camila, Aline, Késsia e Cleiton, por sempre me emprestarem seus ouvidos e pelo apoio e amizade de sempre. Tudo seria muito mais chato e complicado se não pudesse contar com vocês.

Ao PPGCOM, por permitir, através de grandes mestres e funcionários, que esta pesquisa fosse realizada.

Ao Charlie, por ser meu melhor cãopaneiro e sempre me receber com tanto amor e alegria quando chegava em casa cheia de cansaço.

A todos que direta ou indiretamente contribuíram na construção deste trabalho, muito obrigada!

RESUMO

Propõe-se neste trabalho uma análise da cobertura das Manifestações de Junho de 2013 no jornal *Folha de S. Paulo* e nos programas televisivos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) de 2014. Parte-se da hipótese de que, considerando o poder de mobilização dos eventos ocorridos em junho de 2013, estes ganhariam destaque tanto na cobertura jornalística quanto no discurso apresentado pelos presidentiáveis no HGPE. Tomando como recorte as publicações referentes às manifestações veiculadas nas capas da *Folha de S. Paulo*, no período de 07 a 21 de junho, identificam-se, por meio da Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977), os enquadramentos noticiosos pelos quais os fatos se tornaram notícia, a partir da perspectiva construcionista que norteia os estudos recentes das teorias do jornalismo. No que diz respeito ao HGPE, foram analisadas as peças veiculadas pelos quatro principais candidatos à presidência, Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB), Marina Silva (PSB) e Luciana Genro (PSOL). Verifica-se de que forma cada um dos presidentiáveis se apropriou da temática relativa às manifestações e em que medida elas estiveram presentes nos discursos destes atores, tendo a Análise de Conteúdo categorial como suporte metodológico. Para que seja possível perceber as relações entre a comunicação e a política, são estabelecidos diálogos entre autores que trabalham a interseção entre estes dois campos, percebendo as atuações da mídia como palco de disputas simbólicas e, ao mesmo tempo, como ator social e político. A partir dos dados coletados e analisados neste trabalho, foi possível observar que a *Folha* produziu enquadramentos que retratavam as manifestações sob vieses predominantemente negativos, enquanto os principais presidentiáveis envolvidos na disputa eleitoral utilizaram-se do HGPE para produzir retóricas de campanha através das quais as jornadas de junho foram apropriadas a partir do perfil ideológico de cada um dos candidatos.

Palavras-chave: Comunicação. Poder. Manifestações. Política. Enquadramento.

ABSTRACT

In this thesis we make a coverage analysis of the 2013 June manifestations focusing on the newspaper *Folha de S. Paulo* and the television programs of the 2014 HGPE. Starting with the hypothesis that, considering the power of mobilizing the events occurred in 2013 June, they are able to gain prominence both in the news coverage and in the speech of presidential candidates debate on the HGPE. We will take as a sample the publications about the manifestations conveyed on the *Folha de S. Paulo* covers between 07 and 21 of June. Using as basis the Bardin (1977) methods of categorical content analysis, we intend to identify the media framework on the facts departing from the constructionist perspective that leads the recent journalism studies. On the HGPE we analyzed the programs broadcasted by the four main candidates: Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB), Marina Silva (PSB) e Luciana Genro (PSOL). We want to verify the way the presidential candidates appropriated the discourse the thematic related to the manifestations and in what sense they were present in it using the categorical content analysis as a methodological support. To be able to measure the relations between communication and politics we will establish dialogues among the authors that discuss the relation of the two fields and highlighted the symbolic actuations of the media on the disputes not just as a stage in the political scene but as an active part of it. From the data collected and analyzed in this study it was observed that *Folha* produced frameworks that portrayed the demonstrations in predominantly negative bias, while the main presidential candidates involved in the electoral race we used the HGPE to produce campaign rhetoric through which journeys June were appropriate from the ideological profile of each candidate.

Keywords: Communication. Power. Manifestations. Politics. Media Framework.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. COMUNICAÇÃO POLÍTICA: A ATUAÇÃO DA MÍDIA COMO PALCO E ATOR POLÍTICO	13
2.1 A CENTRALIDADE DA MÍDIA PARA A POLÍTICA	17
2.2 PERSONALISMO E O CARÁTER ESPETACULAR E TEATRAL DA POLÍTICA.....	27
3. MOVIMENTOS SOCIAIS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA.....	31
3.1 PARALELOS ENTRE MOVIMENTOS SOCIAIS E COMUNICAÇÃO: DOS VEÍCULOS DE MASSA ÀS PUBLICAÇÕES ALTERNATIVAS	33
3.2 ATIVISMO E VIRTUALIDADE: MANIFESTAÇÕES NA ERA DA INTERNET 2.0..	36
3.3 CIBERATIVISMO: DAS REDES PARA AS RUAS.....	40
4. JUNHO DE 2013: O MÊS EM QUE O BRASIL FOI ÀS RUAS	49
4.1 QUEM É ESSE POVO NAS RUAS: O PERFIL DOS MANIFESTANTES E A LÓGICA DE RETROALIMENTAÇÃO ENTRE AS AÇÕES <i>ONLINE</i> E <i>OFFLINE</i>	55
4.2 A REIVINDICAÇÃO DA CIDADE: OS PROTESTOS COMO FORMA DE APROPRIAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO.....	59
5. A COMUNICAÇÃO E O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DAS NOTÍCIAS: O FAZER JORNALÍSTICO COMO LEITURA SOCIAL DA REALIDADE.....	63
5.1 ENQUADRAMENTOS: A ATUAÇÃO DA MÍDIA COMO ATOR SOCIAL.....	66
5.2 METODOLOGIA E <i>CORPUS</i> DE ANÁLISE DAS NOTÍCIAS VEICULADAS PELA <i>FOLHA DE S. PAULO</i>	69
5.3 ANÁLISE DA COBERTURA DAS MANIFESTAÇÕES DE JUNHO DE 2013 NA <i>FOLHA DE S. PAULO</i>	71
5.3.1 A cobertura da <i>Folha de S. Paulo</i>	72
5.3.2 Enquadramento das manifestações.....	76
5.3.3 Manifestações: enredos e personagens	79
5.3.4 Dimensão espetacular: o drama, a novidade e o inusitado.....	81
5.3.5 Rede noticiosa: as fontes	82
5.3.6 O jornal como ator político.....	84
6 PROPAGANDA POLÍTICA E HGPE: A APROPRIAÇÃO DO AMBIENTE MIDIÁTICO PELOS ATORES POLÍTICOS	87
6.1 METODOLOGIA E <i>CORPUS</i> DE ANÁLISE DOS CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA NO HGPE.....	91
6.1.1 As manifestações nos programas do HGPE de Dilma Rousseff (PT) – primeiro e segundo turnos	93
6.1.2 As manifestações nos programas do HGPE de Aécio Neves (PSDB) – primeiro e segundo turnos	95
6.1.3 As manifestações nos programas do HGPE de Marina Silva (PSB)	97

6.1.4 As manifestações nos programas do HGPE de Luciana Genro (PSOL)	97
6.2 ANÁLISE QUALITATIVA: AS MANIFESTAÇÕES DE JUNHO DE 2013 E AS APROPRIAÇÕES ENQUANTO ESTRATÉGIAS ELEITORAIS E DISCURSIVAS PELOS PRESIDENCIÁVEIS	99
6.2.1 A apropriação das manifestações pelos atores políticos	99
6.2.2 Enquadramentos a partir das visões ideológicas de esquerda e direita	102
6.4.3 A dimensão espetacular: personagens acionados e dramatização	103
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	107
REFERÊNCIAS	111
APÊNDICE A - PERFIL DOS ELEITORES SEGUNDO O IBOPE.....	117
ANEXO A – PERFIL DOS MANIFESTANTES SEGUNDO O IBOPE	127
ANEXO B – CORPUS DE NOTÍCIAS ANALISADAS POR ESTE TRABALHO.....	131

1. INTRODUÇÃO

Um grupo de jovens, mobilizados e organizados pelo Movimento Passe Livre (MPL) deu início, em 6 de junho de 2013, às manifestações que tomaram conta das ruas, das telas e das páginas dos noticiários em todo país. Se a princípio os protestos se articulavam em torno da questão do transporte público, gradativamente foram acrescidos de uma diversidade de pautas e de público.

Nesta dissertação, apresenta-se uma análise da forma como as manifestações de junho de 2013 foram enquadradas pela *Folha de S. Paulo*, assim como intenciona-se verificar de que forma e em que medida estes eventos estiveram presentes nos discursos proferidos por meio dos programas televisivos exibidos durante o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) pelas quatro principais candidaturas em disputa – Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB), Marina Silva (PSB) e Luciana Genro (PSOL), adotando como metodologia a Análise de Conteúdo categorial (BARDIN, 1977), aliada ao modelo de análise de valências e enquadramentos desenvolvido por pesquisadores do Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (Doxa), do Instituto de Estudos Sociais e Políticos do Rio de Janeiro (IESP-UERJ).

Conforme explica Motta (2010), o enquadramento de um fato ou de um evento presume que alguns aspectos sejam destacados em detrimento de outros. Desta forma, algumas informações podem ser excluídas ou incluídas no texto comunicativo. Buscando evidenciar o enquadramento utilizado pela *Folha* no tocante às manifestações, foram analisadas as matérias de capa publicadas pelo veículo no período de 07 a 21 de junho de 2013. O recorte temporal foi estabelecido tendo em vista a data posterior ao primeiro dia das manifestações (06 de junho), assim como as publicações que sucederam os atos que concentraram um número mais expressivo de manifestantes nas ruas em todo território nacional (20 de junho).

No que concerne ao HGPE, sua ambientação no terreno midiático possibilita que os agentes do campo político articulem seus discursos e se apresentem para o eleitorado, tendo como suporte o grande poder de penetração dos veículos televisivos em nossa sociedade. Tendo isto em vista, os candidatos aos quais esta pesquisa se dedica teriam o HGPE como uma das principais vias de contato com seus eleitores.

Esta dissertação se divide em cinco partes principais, sendo que no capítulo dois serão abordadas as conexões estabelecidas entre a mídia e a política, explicitando a forma em

que se dá a relação entre os dois campos. Além disso, discute-se de que maneira ocorre uma apropriação do ambiente midiáticos pela esfera política, que segue a lógicas cada vez mais personalistas e espetacularizadas.

O capítulo três tem como foco a atuação dos movimentos sociais no contexto contemporâneo. Através do referencial teórico utilizado, pretende-se compreender o modo de ação destes movimentos que ao longo da história têm contribuído na organização e mobilização da sociedade, bem como as formas em que se dão seus mecanismos de pressão/mobilização dentro do ambiente virtual.

No capítulo quatro são contextualizadas as manifestações ocorridas em junho de 2013 no Brasil. Traça-se o panorama em que as jornadas de junho se originaram e se desenvolveram, o perfil dos manifestantes que estiveram nas ruas, assim como são explicitadas questões relativas à ocupação do espaço público.

No quinto capítulo, são apresentados conceitos teóricos relativos ao processo de construção das notícias e explicações relativas à Teoria do Enquadramento, além da análise relativa à cobertura das Manifestações pela *Folha de S. Paulo*. Pretende-se aliar a análise descritiva de cada uma das matérias aos referenciais teóricos apresentados nos capítulos anteriores. Para facilitar a interpretação dos dados coletados, foram mobilizadas cinco categorias de análise. Acredita-se que a partir da proposta de conjugar a Análise de Conteúdo categorial às valências e enquadramentos praticados pela *Folha* seja possível gerar percepções gerais relativas aos discursos proferidos pelo veículo no que diz respeito às manifestações.

O sexto capítulo traz reflexões teóricas sobre a utilização do ambiente midiático pelos agentes políticos por meio da propaganda política e do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). Também será apresentada a análise dos programas televisivos do HGPE de 2014, tendo como foco os quatro principais candidatos envolvidos na disputa presidencial, buscando perceber de que forma cada um desses atores utilizou das jornadas de junho em suas respectivas campanhas.

Intenta-se, a partir das perspectivas teóricas mobilizadas e das análises apresentadas, perceber as rotas onde confluem a política, a comunicação e a juventude presente nas ruas durante as Manifestações de Junho de 2013.

2. COMUNICAÇÃO POLÍTICA: A ATUAÇÃO DA MÍDIA COMO PALCO E ATOR POLÍTICO

Para que seja possível compreender as conexões estabelecidas entre a comunicação e a política, é necessário observar o espaço que a mídia ocupa no âmbito social. Ela serve como ambiente de divulgação de informações e discursos que cumprem um papel imprescindível na construção e na orientação da opinião e do conhecimento do público. No que diz respeito à política, a presença de seus atores na mídia facilita a propagação de seus discursos e ideologias, além de conferir a eles poder.

Ao ter sua imagem veiculada nos meios de comunicação, o agente político torna-se mais facilmente conhecido pelo público/eleitor e pode gerir sua imagem de forma estratégica para que seja possível cativá-lo. Desta forma, o espaço de divulgação midiática se configura como palco do exercício de poder.

Na definição de Foucault (2003), o poder não é algo que se detém, mas uma estratégia que se exerce. Sob a perspectiva de Schwartzberg (1977), o poder assume a fisionomia do dirigente que o controla. O ator político, portanto, encarna o poder e o representa em uma forma visível, atribuindo a ele feições humanas.

A partir dessas concepções, podemos inferir que a presentificação dos agentes políticos no ambiente midiático não facilita apenas a propagação de seus discursos e ideologias, mas também os confere poder. Sob a ótica foucaultiana, o poder não está centralizado em uma instituição, em um líder político ou no Estado. Para Foucault (2003), o poder funciona e se exerce em rede, de forma que não é possível localizá-lo em um ponto específico da estrutura social nem identificar aqueles que o detém:

Onde há poder, ele se exerce. Ninguém é, propriamente falando, seu titular; e, no entanto, ele sempre se exerce em determinada direção, com uns de um lado e outros do outro; não se sabe ao certo quem o detém, mas se sabe quem não o possui. (FOUCAULT, 2003, p.75)

É senso comum supor que o poder se concentra nos aparelhos do Estado ou nas mãos daqueles que o governam. Foucault aponta que os micropoderes existem em diversas estruturas da sociedade, podendo ou não estar integrados ao Estado, de forma que o poder circula e se exerce mesmo fora das instâncias governamentais.

O poder, neste sentido, não pode ser entendido como algo estável. É um conjunto de relações em rede que se encontram estabelecidas no cotidiano, não passando necessariamente entre as relações do Estado com o cidadão. Neste funcionamento em cadeia, os sujeitos tanto exercem quanto sofrem as ações do poder, de forma que, para Foucault, o

poder não se aplica sobre os homens, mas transcende sua existência. Se, para o autor, o poder não é algo que se detém, mas uma estratégia que se exerce, pode-se dizer que os atores políticos disputam não somente votos, mas também buscam o poder.

Ao discorrer sobre a governamentalidade, Foucault (1979) tece uma análise acerca da definição de Estado, que assumiu variadas características ao longo dos séculos, superando a estrutura feudal e territorialista para atingir formas mais complexas de governo.

Sob a perspectiva do poder, é possível estabelecer aproximações entre a concepção foucaultiana e a de Maquiavel (2002), apesar do espaço temporal que os separa. Em “O Príncipe”, Maquiavel foge à tradição idealista de Platão e Santo Tomás de Aquino ao seguir como regra metodológica a realidade concreta, propondo uma nova forma de se fazer e pensar a política.

Maquiavel é um dos primeiros autores a dizer que o objetivo do político é o poder. O autor estabelece relações entre este e a força, apontando que, apesar de possibilitar conquistas, a força não é suficiente para que um sujeito se mantenha no poder. Ao príncipe, ele recomenda sabedoria no uso da força, tendo em vista que a utilização virtuosa da mesma pode facilitar a manutenção do poder, ao passo que a não garantia dos domínios pelo amor pode se dar ao menos através do respeito imposto aos governados.

O Príncipe foge ao sentido normativo quando sugere que a tirania pode ser mais vantajosa que a amabilidade, levando-se em consideração os efeitos de poder por ela sugeridos. É desta forma que Foucault (2003) descreve a estratégia sugerida por Maquiavel para o príncipe:

Esquemáticamente, se pode dizer que *O Príncipe* de Maquiavel é um tratado da habilidade do príncipe em conservar seu principado e é isto que a literatura anti-Maquiavel quer substituir por uma arte de governar. Ser hábil em conservar seu principado não é de modo algum possuir a arte de governar (FOUCAULT, 2003, p.280).

Foucault (2003) expõe que, diferentemente do príncipe maquiavélico, que está em relação de exterioridade com seu principado, a literatura que diz respeito à arte de governar apresenta múltiplas formas e práticas de governo. Estas práticas não se restringem ao governante; implicam também muitas pessoas que podem assumir esta postura, como os pais de família e professores. A arte de governar incide em saber ouvir as necessidades do povo em um cenário no qual a população passa a ser alvo de preocupação do governo, complexificando as formas de exercício do poder.

Dentre as inúmeras relações de poder que circulam na sociedade, há a conferência de poder feita do eleitor para aquele que o mesmo escolhe como representante por meio do

voto. Esta prática é definida por Bourdieu (2004) como capital político, entendido como uma forma de capital simbólico, que conferiria ao portador um crédito firmado no reconhecimento e na crença em sua figura. O eleitor, ao dar seu voto a um determinado candidato, conferiria a este um crédito que se traduz no poder político de representá-lo.

Miguel (2003) explica que o capital político não está igualmente distribuído na sociedade. Segundo ele, o eleitor estaria na base da pirâmide, tendo o poder de escolher o candidato que melhor o representa, ainda que sem voz ativa no que se refere às decisões políticas. Os líderes políticos estão no topo da pirâmide como representantes da sociedade e, no segmento intermediário, se encontram os analistas políticos presentes na mídia, os quais são responsáveis por tornar o jogo político compreensível para o público.

Desta forma, o capital político firma-se em um poder simbólico, onde o eleitor transfere ao candidato por ele escolhido a capacidade de agir em nome de seus interesses, ou seja, confere a ele a responsabilidade ser o porta-voz de suas demandas na esfera política.

A partir da definição de Bourdieu (2004), entende-se o poder simbólico como uma forma invisível de poder, onde aqueles que estão sujeitos ao poder cedem um crédito de representação aos que o exercem. Fazer-se visível e estabelecer uma imagem que torne o candidato simpático e confiável aos olhos do eleitor é uma forma de acumular capital político.

Tendo em vista o grau de penetração midiática na sociedade, a apropriação deste espaço pelos atores políticos se torna fundamental para que eles ganhem visibilidade e notoriedade diante do eleitorado. Apesar de seguirem lógicas diferentes, a comunicação e a política podem exercer mútua interferência em seus campos. Para melhor compreender em que instâncias se configuram as relações entre comunicação e política, é necessário conhecer os pontos de interseção entre esses dois campos.

Bourdieu (2004) define o campo como sendo o espaço simbólico em que se estabelece um regimento e uma dinâmica próprias desse ambiente, configurado por relações constituídas entre indivíduos e as estruturas sociais. Os sujeitos nele inseridos se envolvem em disputas por posições hegemônicas dentro do grupo e se adequam às normas e aos códigos de valores determinados pelo campo.

A posição que um sujeito ocupa em um campo poderá ser determinada pelo poder que ele possui. Este poder está diretamente ligado à capacidade deste agente de obter sucesso em seus próprios objetivos e interesses, bem como à forma como intervém no curso dos acontecimentos e em suas consequências. (THOMPSON, 1998, p.21).

Para Bourdieu (2004), as relações que envolvem o campo comunicacional supõem mecanismos de exercício do poder. Rodrigues (1990) afirma que a legitimidade do o *campo*

dos media é delegada pelos demais campos sociais e tem sua estrutura e funcionamento vinculados aos objetivos e interesses de diferentes campos. Assim, o campo midiático faz a mediação entre assuntos próprios de campos específicos e a sociedade.

A natureza vicária do campo dos media tem a ver com a delegação por parte dos outros campos de uma parte de suas funções expressivas, daquelas que dizem respeito à inscrição de sua ordem no espaço público, da componente exotérica das respectivas funções expressivas. Não admira, por isso, que os restantes campos abram amplamente o acesso ao público em determinados espaços e momentos, tendendo até a criar serviços especiais de articulação com o público, tais como conferências de imprensa, comunicados, gabinetes de relações públicas, e o restrinjam nos espaços e nos momentos de seu funcionamento sacralizado, esotérico, para os quais se exige a pertença à ordem hierárquica do campo próprio e as marcas simbólicas dessa pertença (RODRIGUES, 1990, p.156).

Sendo assim, outros campos passam a se apropriar da lógica do fazer comunicacional para ganharem visibilidade e lugar de fala, como no caso do campo político, que busca na mídia um ambiente de disseminação de discursos e ideologias.

Segundo Rodrigues, o campo dos *media*, no contexto moderno, assume uma posição central na sociedade. Para este autor, a esfera comunicacional é um lugar em que o dizer prevalece sobre o fazer e, neste aspecto, o discurso passa a ter centralidade no tecido social.

Rodrigues (2002), ao trabalhar as especificidades do discurso midiático, explica que se trata de um discurso que se apresenta como aquele que beira à perfeição e que não revela falhas, interrupções. Isso se explica pelo seu caráter mítico, já que o discurso da mídia surge, na era moderna, para suprir uma falta, ao haver um declínio da moralidade religiosas, que serviu como referencial de mundo ao se configurar como um ordenamento totalizante da complexidade.

Num universo caótico, em que prevalecem os fragmentos, a instância comunicativa tem a função de ser o campo que organiza o discurso e dá um sentido para o mundo. Por isso, torna-se um discurso que se naturaliza no cotidiano dos indivíduos, tanto em termos de mídia que é incorporada aos outros afazeres quanto em termos de conteúdo que passa a ser compartilhado. Podemos observar tal situação em relação à familiaridade com que os sujeitos lidam hoje com a internet, as redes sociais e os aplicativos, os quais são rotineiros na vida do homem contemporâneo. Da mesma forma, há uma série de expressões e uma linguagem própria criada e atualmente conhecida pelos que navegam no mundo virtual.

Ao tratar da delimitação do campo midiático, Rodrigues (2002) afirma que, por ser um campo de mediação social, contamina e é contaminado pelos outros campos sociais. Ou seja, na relação com o campo político, em vários momentos, ao divulgar determinado fato, o campo midiático altera a ordem da política. Por sua vez, lideranças públicas sabem que hoje

é importante buscar visibilidade e utilizam estratégias para ocupar este espaço de produção de sentidos.

Quanto à natureza do discurso midiático, o autor explica que os campos sociais, por serem restritos a determinados grupos, possuem uma linguagem bem específica e, portanto, são de natureza esotérica. Cabe à mídia, segundo Rodrigues (2002), fazer com que tais discursos se tornem de fácil compreensão para o público, daí a natureza exotérica do discurso midiático. Ao tratar de política, por exemplo, jornalistas e/ou profissionais de marketing devem transformar questões específicas deste campo em estratégias de fácil entendimento para o eleitor. Isso é bastante evidente nas campanhas eleitorais, bem adaptadas à lógica midiática.

No que diz respeito ao campo político, Bourdieu (2004) salienta que o mesmo deve ser compreendido tanto como um espaço de lutas quanto de forças em constante disputa. A concorrência entre os agentes nele envolvidos gera fatos, acontecimentos e interpretações que podem ser determinantes para a escolha dos cidadãos.

O campo político é o lugar em que se geram, na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos, entre os quais cidadãos comuns devem escolher (BOURDIEU, 2004, p.164).

A lógica estabelecida por esse autor determina que tanto os partidos quanto os agentes políticos conduzem suas ideias orientados pela intenção da conquista de poder, tendo em vista a mobilização do maior número possível de pessoas que estejam em consonância com seus discursos. Quanto maior for a força de mobilização de um partido ou de um agente político, maior será a notoriedade acumulada no campo da política.

As relações entre o campo midiático e o campo político implicam na compreensão de que ambos sofrem e exercem interferência mútua. O ambiente comunicacional serve à esfera política como forma de divulgação de temas relativos a seus agentes e concede a eles visibilidade, assim como o campo político serve à mídia na concessão de fontes oficiais que atribuem maior credibilidade às produções jornalísticas. No próximo tópico, pretende-se apontar de que forma os veículos midiáticos, a partir de critérios de noticiabilidade e dos enquadramentos por eles produzidos, podem atuar como atores da produção de sentido na sociedade.

2.1 A CENTRALIDADE DA MÍDIA PARA A POLÍTICA

O fluxo de informações produzidas e disseminadas no ambiente midiático configura-se como um instrumento importante na escolha eleitoral, uma vez que estes conteúdos podem ceder subsídios ao cidadão no momento em que este faz a escolha por seus representantes. Apesar de não ser a única fonte de informação política, a mídia é o principal ponto de tangência entre os indivíduos e a esfera política. Os cidadãos tendem a buscar nela as informações que lhes são necessárias para intervir no debate público e seus escolher governantes (AZEVEDO & CHAIA, 2010, p.105).

Os meios de comunicação de massa produziram importantes alterações do tempo na sociedade contemporânea, causando um deslocamento das fronteiras entre grupos e espaços sociais diferentes, além de modificarem as representações mentais que os indivíduos constroem sobre o mundo. Com relação à vida política, o impacto midiático sobre as formas de discurso, nas relações entre representantes e representados e nas vias de acesso às carreiras políticas é indiscutível. O campo jornalístico ainda é responsável por reforçar compreensões hegemônicas da política, envolvendo seus atores e as posições que disputam no campo (MIGUEL & BIROLI, 2010, p.7).

As mensagens transmitidas pelos veículos de comunicação tendem a orientar a opinião pública, que muitas vezes toma como referência os produtos por eles veiculados. A ampliação da presença midiática no cotidiano social fez com que o campo político tivesse a necessidade de se apropriar das estratégias e linguagens comunicacionais, alterando assim a dinâmica de atuação de seus agentes.

Os veículos midiáticos seriam responsáveis por configurar o ambiente social e o consumo dos produtos por eles transmitidos na virada do século XXI, período em que a mídia ganha destaque pois passa a ser uma das atividades com maior dispêndio de tempo na rotina do homem, atrás apenas do trabalho (CASTELLS *apud* MIGUEL & BIROLI, 2010, p.8).

Com a emergência da modernidade, a esfera comunicacional se constitui como um campo dotado de autonomia e assume a competência de atuar como mediadora entre os mais variados campos sociais (RODRIGUES, 1990, p.152). A mídia passa a ocupar um espaço central na vida social e, valendo-se da visibilidade por ela conferida, o campo político passa a utilizar esse ambiente como forma de contato com o público.

A política contemporânea se relaciona com a comunicação desde o exercício do governo até a disputa eleitoral. A televisão, dentro desta lógica, exigiu que o campo político se reconfigurasse, adaptando-se a sua linguagem e adquirindo novas competências e habilidades (GOMES, 2004, p.24).

Seguindo essa lógica de aproximação entre a comunicação e a política, os agentes políticos tendem traçar estratégias que ampliem sua visibilidade pública. Uma vez que a gerência do espaço cabe aos meios de comunicação, resta aos entes políticos recorrer à mídia e incorporar seus processos produtivos. Desta forma, os discursos dos atores políticos passam a seguir a lógica do entretenimento, visando despertar emoções diversas nos eleitores/espectadores em detrimento de discursos ideológicos e argumentativos.

Miguel e Biroli (2010) destacam que o discurso político sofreu transformações e se adaptou ao estilo midiático. Além disso, os autores salientam que estas mutações discursivas ocorrem conjugadas à conjuntura histórica em que se incluem e com as possibilidades de difusão disponíveis. A relação de dependência estabelecida entre o campo político e o comunicacional ocorre em um cenário em que o primeiro não consegue se aproximar da esfera civil sem uma participação de longa escala da instância de mediação (GOMES, 2004, p.321).

No entanto, Gomes (2004) afirma que o campo da política e a esfera midiática possuem naturezas bem distintas e, a princípio, são incompatíveis. Segundo o autor, o campo da política é da ordem da imprevisibilidade e pode ser pensado a partir da tríade aristotélica que engloba como elementos a participação, a argumentação e a deliberação. Portanto, prevalece a arte retórica, na qual se valoriza o convencimento por meio dos argumentos e da racionalidade. Neste embate, não há previsibilidade de quem pode se sair melhor. Isso explica o caráter imprevisível e as reviravoltas na disputa presidencial de 2014.

Já o campo da mídia, segundo Gomes (2004), surgiu de uma demanda do sistema produtivo capitalista, que precisa de uma vitrine para exhibir os seus produtos culturais. Por isso, atende a uma lógica publicitária, de criar uma demanda planejada e, portanto, previsível. Estaria, desta forma, articulado à ideia de indústria cultural. Neste caso, há previsibilidade porque uma de suas finalidades é o lucro e atende a interesses mercadológicos. Esta visão sobre a mídia, porém, é questionada e já foi inclusive repensada por Gomes (2004) em trabalhos posteriores.

Mas, partindo desta natureza distinta, a pergunta que o autor se faz é por que a política e os campos sociais se sentem obrigados a recorrer à mídia. Gomes (2004) aponta duas premissas para se compreender a política espetáculo, ou seja, para se entender o motivo da aproximação entre os dois campos. Primeiramente, segundo o autor, numa democracia de massa, torna-se fundamental a mediação para que os atores políticos possam manter contato com o público. Isso ocorre via meios de comunicação de massa e, atualmente, também pelos meios digitais. A segunda premissa é de que há uma demanda cognitiva por parte do

indivíduo sobre o atual estado do mundo e cabe à mídia ser a fonte de informações privilegiadas por se constituir como referencial de mundo, conforme aponta Rodrigues (1990).

No entanto, a acomodação do discurso político à lógica midiática não se dá de forma tranquila. Há uma relação tensa entre os dois campos, que pode ser compreendida pela própria lógica que rege os campos sociais (BOURDIEU, 2004). Porém, Gomes (2004) explica que a política aciona os três subsistemas de funcionamento da mídia, o que a torna cada vez mais espetacularizada. Segundo o autor, uma vez que a lógica midiática, dominada pelo entretenimento, pelo drama e pela diversão, é absorvida pela esfera política, os materiais produzidos pelo campo político passam a obedecer aos valores da excepcionalidade e do espetacular impostos pela gramática comunicacional.

Lima (2004) também trata da distinção entre o universo da política e a esfera midiática. Segundo o autor, mídia e política são campos com grande proximidade e, embora estejam em permanente interlocução, são capazes de manter sua autonomia. Lima (2004) explica que mídia, do latim *medium*, deve ser compreendida como um conjunto de instituições que utilizam tecnologias próprias para realizar a comunicação humana. Conforme explica o autor, refere-se às emissoras de rádio, de televisão (aberta ou paga), os jornais, revistas, cinema, internet e outras formas de comunicação mediada. Ele ressalta que os produtos midiáticos, por terem um caráter mercadológico, acabam passando por um processo de padronização dos conteúdos e dos formatos.

Já a política, conforme argumenta Lima (2004), tem sua origem na palavra grega polis, que significa tudo que diz respeito à cidade, ao que é urbano, civil, público. Pode ser compreendida como a esfera pública, descrita por Habermas (2003), em que devem ser discutidas e deliberadas questões de interesse coletivo. Dessa forma, segundo o autor, compreende-se a política como o exercício do poder relacionado à concepção de público, em suas duas dimensões: público que se opõe ao que é privado e também se refere ao Estado, que tem a ver com o que é visível e não secreto. Isso deve ser pensado, principalmente, se levarmos em conta a emergência das democracias representativas. Portanto, política refere-se aos assuntos relativos ao Estado e ao interesse público.

Feitas tais distinções, Lima (2004) formula sete teses para explicar a centralidade da mídia para a política. A primeira tese está relacionada ao fato de que a mídia ocupa uma posição de centralidade nas sociedades contemporâneas, ao permear diferentes processos e esferas da atividade humana, em particular a instância política. Em sua segunda tese, Lima (2004) afirma que não há política nacional sem mídia, tendo em vista que, para ter

legitimidade, os governos e instituições políticas precisam buscar visibilidade na esfera midiática. Além disso, é por intermédio dos meios de comunicação que são estabelecidos os canais de diálogo entre os atores políticos e o eleitorado. A terceira tese enfatiza que a mídia tem exercido, cada vez mais, as funções tradicionais atribuídas aos partidos políticos, como a construção da agenda pública, a fiscalização das ações de governo, a transmissão de informações do campo político e, em determinadas situações, atua como contrapoder ao se tornar a instância representativa das demandas do cidadão.

Como quarta tese, Lima (2004) argumenta que a mídia alterou radicalmente as campanhas eleitorais, que estão cada vez mais profissionalizadas e ganham um caráter teatral e espetacular, como será discutido a seguir. Segundo o autor, isso obriga os atores políticos a contratarem especialistas em diversas áreas como comunicação, marketing, para que possam planejar de forma estratégica os passos da campanha, o que demanda também gastos cada vez mais elevados. No caso das disputas majoritárias no Brasil, como para presidência da República, governos estaduais e prefeituras de grande e médio porte, há inclusive um grande investimento nos programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). E, hoje, em função do crescente poder da internet e das redes sociais, há profissionais especializados para produzir conteúdo, monitorar e traçar estratégias de disputa no ciberespaço.

A quinta tese, segundo Lima (2004), é de que a mídia se transformou em um importante ator político. Isso está relacionado ao próprio fato de a imprensa não é imparcial, mas é um agente no processo de construção social da realidade (BERGER & LUCKMANN, 1985), como será discutido no capítulo sobre o assunto. A mídia é responsável por agendar temas e, ao selecionar os fatos, acaba optando por determinados enquadramentos que podem interferir nos cenários políticos e na forma como a imagem dos atores políticos é construída. No caso do Brasil, pesa ainda o poder do oligopólio da mídia, concentrada em sete grandes grupos, conforme aponta Lima (2004). Acabam sendo atores políticos de grande capital simbólico. Contrapondo-se a este poder hoje, surgiram no ciberespaço blogs e sites alternativos, além do poder de disseminação de contra informações nas redes sociais. Mas se trata de uma disputa ainda muito desigual em termos de poder econômico e simbólico.

Vale dizer que a sexta e a sétima teses apresentadas por Lima (2004) estão relacionadas à forma como um moderno sistema de comunicação foi implementado no Brasil, em condições históricas que acabaram dando grande poder aos conglomerados de mídia. Ocorreu no período da ditadura militar, com forte repressão e censura, além de remeter a um contexto social desfavorável, em que boa parte da população era analfabeta e sem uma visão crítica sobre a situação política do país.

Lima (2004) afirma, portanto, que a maioria das sociedades pode ser considerada centrada na mídia devido ao fato de seu papel imprescindível na construção do conhecimento público e da própria realidade. A política se alicerça na centralidade midiática, construindo-se simbolicamente e adquirindo significado.

A maioria das sociedades contemporâneas pode ser considerada como “centrada na mídia” (media centric), uma vez que o conhecimento público que possibilita, a cada um de seus membros, a tomada cotidiana de decisões nas diferentes esferas da atividade humana não seria possível sem ela. Um bom exemplo dessa centralidade é o papel crescente da mídia no processo de socialização e, em particular, na socialização política (LIMA, 2004, p.51).

Lima (1995) explica que as representações sociais e políticas são construídas nas diferentes narrativas da mídia e não devem ser analisadas somente nos espaços informativos. Ao contrário, em programas de entretenimento, como as telenovelas e em programas humorísticos, são transmitidas visões de mundo e percepções acerca da política, sendo, muitas vezes, caracterizadas por uma negação da própria política como uma esfera onde prevalece a corrupção e a pouca preocupação com o interesse público. Isso, ao invés de estimular o debate, torna os indivíduos mais distantes das discussões políticas.

Tal percepção está relacionada ao conceito de Cenário de Representação Política (CR-P), elaborado por Lima (1995). De acordo com o autor, a partir da representação midiática da realidade, são criados diferentes cenários de representação. Lima (1995) conceitua este cenário não somente em função de sua capacidade de gerar reflexos de realidade, mas também como seu construtor. O autor define o Cenário de Representação da Política (CR-P) como um espaço de produção de significações para a política. Segundo Lima (1995), nas sociedades em que a mídia tem centralidade, onde pode-se incluir a realidade do Brasil, os CR-Ps tem na televisão um de seus principais espaços de construção.

A depender da conjuntura em que o cenário se constitui, podem-se gerar efeitos desestabilizadores ou de reforço a uma determinada campanha, partido ou candidato. Desta forma, a criação de um cenário de representação favorável no ambiente midiático pode ser fundamental em uma disputa eleitoral. Por controlar o fluxo de informações e notícias, o campo midiático apresenta-se como uma variável importante no que diz respeito à construção da agenda política do país.

Neste sentido, entram em pauta nos veículos comunicacionais as questões que são consideradas mais relevantes, de forma que o cidadão comum tende a entender como mais importantes as informações colocadas em destaque na mídia. O controle da agenda e sobre a visibilidade dos atores políticos alicerçam a centralidade dos meios de comunicação no

processo político e os agentes deste campo passam a orientar suas ações com intuito de gerar impacto na mídia (MIGUEL & BIROLI, 2010, p.10).

Miguel e Biroli (2010) salientam ainda que, apesar da mídia fixar a agenda pública, os agentes com maior capital político também são capazes de orientar os noticiários. No complexo jogo de influências entre a mídia e a política, deve-se reconhecer o potencial de interferência do campo da comunicação na dinâmica social e a centralidade deste para a vida política, na medida em que amplia a exposição dos agentes e de seus discursos aos olhos do público.

Devido à necessidade de construir imagens que causam impacto positivo na opinião pública e considerando as especificidades relativas às ferramentas ofertadas pelo campo comunicacional, os atores políticos passam a recorrer a profissionais que dominam as técnicas da indústria da informação.

Gomes (2004) argumenta que a transição de um modelo de campanha que se baseava no amadorismo e no trabalho voluntário de pessoas ligadas ao partido para um modelo contemporâneo caracterizado pela forte especialização das tarefas, principalmente daquelas que estão ligadas à comunicação de massa, nas quais se torna comum a participação de consultores políticos.

Provavelmente, as consultorias profissionais entram em cena porque a esfera da política reconhece que os partidos políticos não podem atender completamente às suas necessidades eleitorais e de administração de imagem. A rigor, as campanhas, mas também o jogo político regular, demandam habilitações e serviços técnicos especializados voltados para a comunicação com o público que os partidos e seus filiados não estão em condições de prover (GOMES, 2004, p.72-73).

O nível de especialização dos profissionais que atuam no marketing político e nas assessorias de campanha permite que eles gerenciem e estruturem os conteúdos que pretendem difundir de acordo com as ferramentas e gramáticas pelas quais a mídia executa seus formatos e linguagens.

Enquanto os consultores se encarregam de cuidar da imagem dos agentes políticos e da adequação dos materiais produzidos à linguagem midiática, os partidos seriam responsáveis por estabelecer as estratégias de ação e levantar os recursos necessários às campanhas (GOMES, 2004, p.75).

Além disso, os consultores encarregam-se não apenas de produzir mensagens destinadas à circulação nos veículos de comunicação, mas também buscam incorporar as necessidades da população ao discurso político por meio de pesquisas de opinião que apontam as principais demandas da esfera civil.

Gomes (2004) argumenta que um dos principais reflexos do desenvolvimento do campo da comunicação é o grande fluxo de informações que circulam na sociedade. Os agentes políticos, para alcançar visibilidade e fazer circular os conteúdos referentes à classe política, tem a necessidade de formar uma imagem que transmita confiança ao público.

Segundo o autor, a visibilidade de um ator político no ambiente midiático assegura o reconhecimento público de sua existência e das pautas por ele apresentadas. Estes agentes passam a se munir de assessores capazes de reconhecer os humores e desejos da esfera civil, direcionando seus discursos em conformidade com a opinião que pretendem introjetar no público/eleitor. A esfera política, desta forma, estaria constantemente em campanha, em um processo eleitoral interminável.

Neste sentido, é imprescindível para a esfera política estar sempre em exposição midiática, assim como é primordial produzir uma imagem que gere empatia e credibilidade para os espectadores da cena política.

A profissionalização das campanhas leva ao questionamento relativo a utilização de consultores e o declínio dos partidos políticos, uma vez que estes profissionais atuam em vias de suprir a necessidades não suportadas pelos partidos.

Para Miguel e Biroli (2010), a mídia se configura como a principal arena de contato entre a elite política e os cidadãos comuns e seria responsável por substituir os esquemas políticos tradicionais, o que reduziria o peso dos partidos políticos.

No que tange ao argumento da substituição, Manin (1995) define três estágios referentes ao governo representativo, que seriam o governo parlamentar, a democracia de partidos e a democracia de público. Para o autor, os estágios não são coincidentes em um determinado período histórico, operando sempre na lógica da substituição.

Desta maneira, assim como a democracia fundada no parlamentarismo foi superada pela democracia de partidos, assistimos hoje à transição deste modelo para a democracia de público, que encontraria na esfera midiática uma arena de mediação entre o campo político e a esfera civil, além de se configurar como um ambiente de visibilidade e debate entre os agentes.

Manin (1995) afirma que a transição para uma democracia de público implica em uma maior personalização das campanhas. Se antes eram os partidos que coordenavam e protagonizavam as disputas, a cena agora se estabelece focada nas figuras dos atores políticos.

As marcas da importância da mídia para a democracia de público se evidenciam não somente na personalização das campanhas, mas também na volatilidade eleitoral. Manin (1995) argumenta que o eleitor, no contexto da democracia de público, tende a definir seu

voto orientado pelos estímulos recebidos através dos conteúdos que foram a ele apresentados, em especial pelos meios de comunicação.

Observa-se, no entanto, que os autores mencionados trabalham, até por uma questão do momento em que tais discussões foram formuladas e publicadas, fundamentalmente com os meios de comunicação de massa. No entanto, conforme pesquisa divulgada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), os hábitos de consumo de mídia mudaram bastante no Brasil.

A Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM 2015), feita pela Secom, constitui hoje o maior levantamento sobre hábitos de consumo de mídia e de informação dos brasileiros. Os dados revelam que a televisão permanece como meio de comunicação predominante, tendo em vista que é apontada como a principal mídia por 95% dos entrevistados. Além disso, 73% afirmam ter o hábito de assistir à TV diariamente. Segundo a PBM, os brasileiros passam em média 4 horas e 31 segundos por dia expostos ao televisor, de segunda à sexta-feira, e 4 horas e 14 minutos nos finais de semana – números superiores encontrados à PBM 2014. Isso revela que a TV, mesmo com a concorrência de outras mídias, ainda se mantém hegemônica Brasil, em função de fatores históricos e sociais, conforme explica Lima (2004). A pesquisa revelou também que o tempo de exposição à TV está relacionado ao gênero, à idade, à escolaridade e à renda:

De 2ª a 6ª-feira, as mulheres (4h48) passam mais horas em frente à TV do que os homens (4h12). Os brasileiros de 16 a 25 anos (4h19) assistem cerca de uma hora a menos de televisão por dia da semana do que os mais velhos, acima dos 65 anos (5h16). O televisor fica mais tempo ligado na casa das pessoas com até a 4ª série (4h47) do que no lar das pessoas com ensino superior (3h59) (BRASIL, 2014, p.7).

Conforme revelou a PBM 2015, a mídia massiva ainda tem grande poder simbólico no Brasil. O rádio desponta como o segundo meio de comunicação mais usado pelos entrevistados, mas o seu uso caiu em comparação entre a pesquisa de 2014 e 2015 (de 61% para 55%). Mesmo com baixo uso, o jornal impresso é considerado a mídia mais confiável.

Além disso, a pesquisa da Secom traz dados importantes sobre os novos hábitos de consumo de mídia no país, sobretudo pela crescente inserção da internet no cotidiano dos indivíduos. Os dados apontam que o brasileiro destina cinco horas do seu dia para se conectar à internet. A PBM afirma ainda que 48% dos entrevistados acessam as mídias digitais, o que corresponde a praticamente metade da população do país. O percentual de brasileiros que usam a internet diariamente cresceu de 26% para 37% - no comparativo da pesquisa de 2014 para 2015. Assim, o hábito de utilização da internet também é mais intenso do que o obtido anteriormente, levando-se em conta que os usuários das novas mídias permanecem

conectados, em média, 4h59 por dia durante a semana e 4h24 nos finais de semana – na PBM 2014, os números eram 3h39 e 3h43 –, valores superiores aos obtidos pela televisão.

Mais do que as diferenças regionais, são a escolaridade e a idade dos entrevistados os fatores que impulsionam a frequência e a intensidade do uso da internet no Brasil. Entre os usuários com ensino superior, 72% acessam a internet todos os dias, com uma intensidade média diária de 5h41, de 2ª a 6ª-feira. Entre as pessoas com até a 4ª série, os números caem para 5% e 3h22. 65% dos jovens na faixa de 16 a 25 se conectam todos os dias, em média 5h51 durante a semana, contra 4% e 2h53 dos usuários com 65 anos ou mais. O uso de aparelhos celulares como forma de acesso à internet já compete com o uso por meio de computadores ou notebooks, 66% e 71%, respectivamente. O uso de redes sociais influencia esse resultado. Entre os internautas, 92% estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), o Whatsapp (58%) e o Youtube (17%) (BRASIL, 2014, p.8).

Quanto à confiabilidade, como foi mencionado, o jornal impresso lidera. Mas o percentual dos entrevistados que leem jornais diariamente é de apenas 7%, sendo a maior parte com ensino superior e renda acima de cinco salários mínimos, quando tal dado aumenta para 15%. Outro dado a ser mencionado é aquele que se refere ao uso de plataformas digitais de leitura de jornais, que ainda se apresenta baixo: 79% dos leitores afirmam fazê-lo na versão impressa, enquanto apenas 10% preferem as versões digitais.

A PBM 2015 mostrou ainda que cresceu a confiança dos brasileiros nas notícias veiculadas nos diferentes meios de comunicação. Os jornais continuam como os mais confiáveis, com um percentual de 58% que confiam muito ou sempre, contra 40% que confiam pouco ou nunca. A televisão e rádio encontram-se em empate técnico. No caso da TV, 54% confiam muito ou sempre, contra 45% que confiam pouco ou nada. No caso do rádio, 52% confiam muito ou sempre, contra 46% que confiam pouco ou nunca. Já em relação às novas mídias, por serem recentes, há ainda muita desconfiança, já que, respectivamente, 71%, 69% e 67% dos entrevistados disseram confiar pouco ou nada nas notícias veiculadas nas redes sociais, blogs e sites (BRASIL, 2014, p.8).

Esses apontamentos facilitam a compreensão das condições e termos em que se dão os processos de mediação entre a esfera política e a esfera civil. Para os atores políticos, é necessário não somente estar presente na mídia, mas veicular uma imagem que seja cuidadosamente elaborada e capaz de orientar seus discursos e pautas por caminhos que guiem a uma maior mobilização do eleitorado. Mas como se pode perceber, há hoje uma veiculação em diferentes tipos de mídia. Mesmo com esta diversidade, serão tratados no tópico posterior dois fenômenos decorrentes do processo de mediação, ou seja, quando os discursos dos campos sociais são incorporados pela mídia, eles precisam se adaptar à lógica de funcionamento do campo midiático. Destacam-se, neste contexto, o crescente personalismo gerado pela ambiência midiática, bem como o processo de espetacularização.

2.2 PERSONALISMO E O CARÁTER ESPETACULAR E TEATRAL DA POLÍTICA

A mídia tem se configurado cada vez mais como palco para a cena política. Os atores deste campo incorporam a dinâmica comunicacional na busca por maior visibilidade e aproximação com o público. Como foi visto no tópico anterior, Manin (1995), ao descrever o processo de transição para uma democracia de público, explica que, neste sistema de representação, a personalidade de um agente político passa a ser um fator importante para a escolha de um representante pelo eleitor.

Ainda que exerçam um papel fundamental para a política, os partidos tendem a não mais orientar os votos, uma vez que os eleitores estabelecem suas preferências observando os traços de personalidade dos atores políticos.

Neste sentido, o campo midiático afetou as relações de representação ao permitir que os candidatos se comunicassem de forma direta com o público e devido ao fato de que, por meio da televisão, aspectos ligados à personalidade e à aparência são realçados, principalmente pelo apelo imagético natural que este veículo impõe.

Albuquerque e Dias (2002) argumentam que o modelo de representação descrito por Manin (1995) – a democracia de público, no qual o autor sugere que os meios de comunicação estariam substituindo os partidos políticos – apresenta limitações, especialmente no que diz respeito à realidade brasileira. Segundo eles, a utilização dos meios de comunicação pode ser um recurso que proporciona o fortalecimento dos partidos políticos, uma vez que a visibilidade midiática pode possibilitar aos partidos barganhas intrapartidárias, além de permitir a construção de uma imagem que os identifique.

Tradicionalmente, o partido político tem sido considerado um elemento frágil na explicação do voto no Brasil. Nesse sentido, tanto a escolha eleitoral apresenta traços acentuadamente personalistas, sendo as taxas de voto de legenda sempre inferiores à incidência de votos nominais, como as campanhas eleitorais da maioria dos partidos políticos centram-se fundamentalmente na imagem do candidato. As pesquisas de opinião também confirmam a preferência dos eleitores brasileiros por critérios de escolha eleitoral relacionados ao perfil do candidato em detrimento de uma escolha partidária. Além disso, o sistema de lista aberta, que distribui as cadeiras obtidas pelo partido entre seus candidatos mais bem votados, favorece a competição entre os candidatos de um mesmo partido, o que conspira contra a sua unidade (ALBUQUERQUE & DIAS, 2002, p.2).

Para estes autores, os eleitores brasileiros tradicionalmente optam pela escolha nominal, buscando por um candidato que melhor atenda às suas necessidades. A escolha, nesse sentido, é orientada mais pelas características referentes à personalidade do ator político do que por ideologias de partido.

Ao abordar a personalização, Schwartzberg (1977, p.9) diz que “a política, outrora, eram as ideias. Hoje são as pessoas. Ou melhor, as personagens”. Segundo o autor, os políticos escolhem os papéis que desejam desempenhar, como se estivessem em um espetáculo.

Debord (1997) argumenta que nas sociedades modernas acumulam-se espetáculos, de forma que tudo que é vivenciado está ligado à teatralidade e à representação. O autor afirma que o espetáculo seria uma “afirmação da aparência e a afirmação de toda vida humana, socialmente falando, como simples aparência” (DEBORD, 1997, p.16).

Ainda segundo Debord (1997), o espetáculo faz parte da sociedade e atua como um elemento unificador para a dinâmica social, na qual “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, midiaticizada por imagens” (DEBORD, 1997, p.14).

Conforme Schwartzberg (1977), a política, nos moldes contemporâneos, se faz por meio de encenações, de modo que o próprio Estado é responsável por produzir cenários espetaculares para a política. Para ele, o “Estado espetáculo”, envolto em sua teatralidade, tem como função distrair, divertir e iludir os cidadãos.

As relações entre espetáculo, política e comunicação não se dão somente na apropriação de termos próprios destes campos. A política se encena e os agentes políticos encarnam personagens que melhor representam os anseios do público visando uma imagem midiática que sugere confiabilidade e poder.

Se antes o espetáculo servia como afirmação de poder, agora ele passa a ser produzido como forma de sensibilizar o público, além de atuar como construtor de legitimidade política (RUBIM, 2003, p.5).

Em uma sociedade onde a mídia, em especial a televisão, ocupa um espaço privilegiado de contato com o público, o campo político e seus agentes tendem a incorporar a sua lógica construindo personagens e criando cenários que favoreçam a própria imagem e que criem percepções positivas na opinião pública.

Rubim (2003) explica que o espetáculo se estabelece através de uma interação evento-espectador, onde se pretende chamar a atenção e prender o olhar do público. Com o recurso da dramaticidade – a coordenação dos movimentos, das expressões corporais, do modo como se fala e do vestuário –, a esfera política busca atrair a atenção da esfera civil para o espetáculo que se encena.

A espetacularização pode ser definida como um processo, através do qual, pelo acionamento de dispositivos e recursos dados, se produz o espetáculo. (...) a espetacularização aciona, simultaneamente, uma multiplicidade de dimensões –

emocionais, sensoriais, valorativas e também cognitivas – para fabricar e dar sentido ao espetacular. Nessa perspectiva, o espetacular deve ser sempre encarado como construção, social e discursiva, como enfatiza Murray Edelman em seu livro sobre a construção do espetáculo político (RUBIM, 2003, p.11).

A imagem do ator político, conforme Schwartzberg (1977), é moldada como forma de captar e fixar a atenção do público. Trata-se de uma reprodução que não necessariamente corresponde à realidade, uma vez que representa um conjunto de traços e características selecionadas para agradar e atrair o olhar do espectador.

Sob a perspectiva de Schwartzberg (1977), o homem político deve se manter fiel à imagem que criou para si, desempenhando sempre o mesmo personagem, ainda que este não esteja diretamente vinculado ao real. Para Goffman (1999), os atores devem desempenhar uma representação que seja perfeitamente homogênea o tempo todo.

Assim como na cena teatral, Goffman (1999) comenta que o indivíduo tende a orientar seu comportamento para criar uma determinada impressão naqueles que o observam. Os atores, desta forma, constroem sua representação com o objetivo de causar uma determinada resposta nos espectadores. Padrões desviantes de comportamento devem ser dissimulados ou abandonados, sob a penalidade de os sujeitos se tornarem vulneráveis aos seus possíveis oponentes.

Assim, compreende-se que o agente político, ao construir um personagem, deve a ele fidelidade. A visibilidade destes no campo midiático deve ser gerenciada com cautela, pois ao mesmo tempo em que a aparição dos atores políticos os torna conhecidos pelo público, há também a possibilidade inversa. Além do desgaste da imagem, a vulnerabilidade a escândalos se torna maior.

Gomes (2004) ressalta que uma representação, apesar de não reproduzir o real, deve parecer fazê-lo. O espectador deve ser envolvido na simulação, tornando-se comum adotar estratégias que conduzam à produção de efeitos emocionais no público. Neste sentido, Schwartzberg (1977) aponta que no espetáculo político cabem trapaças e tapeações. Importa que os atores saibam fingir bem, simular características como se reais fossem.

A política contemporânea, segundo Gomes (2004), é construída para se exibir e ser apreciada. As semelhanças guardadas entre política e espetáculo residem no fato de que, em ambos, os espectadores se entregam à artificialidade posta em cena.

O que a política teria em comum com o espetáculo dramático seria o fato de que os espectadores de um e de outro se entregam às peripécias e aos desenlaces que se representam, acompanham com pactuada sinceridade a trama, engajam-se emocionalmente até o ponto do riso, da indignação ou das lágrimas, enquanto, por outro lado, não perdem a consciência de que se trata ali, de fato, de um trabalho de atores, da encenação de um roteiro, do resultado de um grande trabalho prévio de operários do espetáculo, do êxito de estratégias cuidadosamente planejadas,

ensaiadas com disciplina e clareza de propósito, de um texto dito de cor e não de coração, de fingimento, *res ficta*, ficção (GOMES, 2004, p.389).

Gomes (2004) diz ainda que, na dramaturgia política, os atores buscam pela simpatia e comoção do espectador e conduzem à antipatia de seus adversários. A cena composta pelo campo político pode orientar a opinião pública tanto para o desejo de mudança quanto para a manutenção de valores que considere fundamentais, ou seja, pode conduzir ao riso ou ao choro, assim como despertam os espetáculos televisivos, teatrais ou cinematográficos em seus espectadores.

O espetacular não seria necessariamente designado como algo grandioso ou extravagante, mas como notável, admirável, de modo que não possa deixar de ser visto (GOMES, 2004, p.393). O espetáculo político, desta forma, tem a finalidade de encher os olhos do público por meio da seleção de textos, discursos e eventos que coloquem seus agentes no centro da cena, conferindo a eles visibilidade.

Os atores políticos passam a moldar sua personalidade de acordo com a opinião pública, suprimindo ou exaltando características que os tornem mais próximos da escolha e simpatia do público. A composição do personagem político passa por suas vestimentas, hábitos, conduta pessoal, ou qualquer outro elemento que o conduza a aprovação e a uma possível escolha do cidadão, no momento da decisão do voto, consagrando-o como representante ideal.

Segundo Gomes (2004), não estar presente na mídia, não ser visto, pode tornar-se sinônimo da não existência. A esfera civil tem a necessidade de conhecer os personagens em disputa, fazendo com que a apresentação dos políticos no ambiente midiático seja fundamental para que estes sujeitos existam aos olhos do eleitor.

Desta forma, a utilização dos recursos ofertados pela indústria da mídia se configura como peça fundamental para a conquista e para a manutenção do poder. Desempenhar um papel que leve à valorização da imagem do ator político, falsear cenários que criem uma identidade que atraia a atenção do público e recorrer a efeitos visuais que evoquem múltiplos sentidos, entre eles a emoção, são fatores imprescindíveis para que um agente se mantenha na cena de representação política.

Se o espaço comunicacional é a instância onde a política e seus agentes se configuram e se apresentam para o público, a apropriação do ambiente midiático durante a exibição do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) no período anterior às eleições pode apontar para diferentes dimensões de poder.

3. MOVIMENTOS SOCIAIS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Comumente associados às lutas pelo acesso e ampliação de direitos básicos, por melhores condições de vida e sobrevivência, os movimentos sociais atuam unindo grupos que compartilham dos mesmos interesses e lutam em nome de uma causa comum.

No contexto contemporâneo, os movimentos tendem a se organizar por meio das redes, sendo que, no Brasil, foram construídas novas representações sobre as ações civis, agora tidas como ativas e propositivas, organizadas a partir da ação coletiva e tendo a articulação em rede como exigência para a sobrevivência (GOHN, 2013, p.10).

Tradicionalmente, são apontadas como características básicas de um movimento o fato de possuírem uma identidade, terem um opositor e se articularem ou se fundamentarem em torno de um projeto de vida e de sociedade, como explicitam Gohn e Bringel (2013).

Os movimentos transitam, fluem, e acontecem em espaços não consolidados das estruturas e organizações sociais. Na maioria das vezes eles estão questionando estas estruturas e propondo novas formas de organização à sociedade política. Por isso eles são inovadores – como já indicava Habermas na década de 1970 -, como lumes indicadores da mudança social; ou o coração da sociedade, seu pulsar, nos dizeres de Touraine (GOHN e BRINGEL, 2012, p.13).

Para Gohn (2013), as alterações produzidas no cenário social ao longo das últimas décadas trouxeram à cena novos atores, representados pelas Organizações Não Governamentais (ONGs) e pelo Terceiro Setor, enfatizando as políticas sociais públicas na dinâmica dos grupos sociais. A autora destaca ainda que houve um desvencilhamento relativo dos pressupostos políticos e ideológicos que orientavam os movimentos na década de 1970 e 1980, de forma que a sociedade civil organizada passou a se focar em vínculos associativistas temáticos divididos entre questões raciais, de gênero, ecológicas, étnicas etc.

No que diz respeito aos novos atores em questão, Dagnino (2004) aponta que a noção de sociedade civil se redefine a partir do crescimento das ONGs, da emergência do Terceiro Setor e das Fundações Empresariais, além da marginalização e criminalização dos movimentos sociais. Há uma tendência global de identificação entre a sociedade civil e as ONGs, que são vistas pelo Estado como um meio de interlocução confiável com a sociedade.

A presença maciça das ONGs nos mais diversos setores da sociedade é marcada pelo abandono crescente dos vínculos com os movimentos sociais, como explica Dagnino (2004). Dessa forma, essas organizações assumem responsabilidades diante das agências que as financiam e em relação Estado – que contrata seus serviços, mas possui laços fracos com a sociedade civil. Para a autora, por mais bem-intencionadas que sejam estas organizações, suas

ações correspondem à vontade de suas equipes diretivas e não aos setores sociais que elas dizem representar.

Segundo Gohn (2013), os sujeitos que em um momento anterior se organizavam em movimentos e ações coletivas de protesto agora são parcialmente mobilizados por políticas sociais institucionalizadas. A organização dos atos tem seu eixo deslocado da sociedade civil para a sociedade política, da associação de moradores de um determinado bairro para os gabinetes e secretarias que concentram o poder estatal.

Gohn (2013) destaca ainda a necessidade de se reconhecer que as duas formas de mobilização existem na atualidade e que os movimentos sociais e as organizações cívicas de ativistas se entrecruzam em função de projetos sociais pontuais. Desta forma, os movimentos tendem a se articular a partir da experiência de pertencer ou de vivenciar alguma situação de exclusão, enquanto nas organizações cívicas, as estratégias são traçadas para atingir metas que solucionem os problemas de grupos socialmente excluídos, a partir de interesses destes grupos, mas que foram desenhados a partir de projetos de agentes externos.

A exclusão é uma das causas que mobiliza os movimentos sociais. Nesse sentido, a Teoria do Reconhecimento, concebida por Honeth, pode servir como um instrumento capaz de ceder maior entendimento acerca da dinâmica dos movimentos sociais.

Conforme afirmam Costa e Soares (2010), o não-reconhecimento ou o reconhecimento errôneo de um sujeito ou grupo de sujeitos no meio social pode causar danos, podendo também caracterizar-se como uma forma de opressão, de reduzir ou de distorcer o indivíduo. Estes autores explicam que, para Honeth, a ação e o embate social têm como base de interação o conflito e sua gramática se traduz em uma luta por reconhecimento.

Para Honeth, interessam os conflitos que tem sua origem ligada a uma experiência de desrespeito social, de um ataque à identidade individual ou coletiva, que suscite a restauração ou o desenvolvimento de relações de reconhecimento mútuo (COSTA & SOARES, 2010, p.244).

Atuariam como motivadores para a resistência política as experiências de desrespeito das pretensões de reconhecimento e de ameaça à integridade dos sujeitos. A abordagem das lutas sociais a partir da vivência dos agentes envolvidos poderia revelar a gênese dos movimentos sociais (ROSSINI, 2014, p.308-309). A luta por reconhecimento, os processos de exclusão e de negação de direitos produzidos dentro do corpo social estariam entre as principais causas que propulsionam os movimentos sociais.

Atrelada à concepção de redução da desigualdade e da exclusão está a noção de cidadania, conforme explica Dagnino (2004). Para a autora, os movimentos sociais brasileiros

foram responsáveis por formular uma nova noção de cidadania entre as décadas de 1970 e 1980, organizando-se em torno de demandas relativas à moradia, água, luz, transporte e de questões como gênero, raça e etnia, implementando um projeto de construção democrática e de transformação social.

A noção de nova cidadania sugerida pelos movimentos sociais engloba a ideia de direitos, em uma perspectiva baseada no direito a se ter direitos. Neste aspecto, englobam-se as lutas relativas à autonomia sobre o próprio corpo, o direito à proteção ao meio ambiente, o direito à moradia e o direito à diferença, ampliando e aprofundando o direito à igualdade (DAGNINO, 2004, p.104).

A participação cidadã está fundada em uma “concepção democrática radical cujo objetivo é fortalecer a sociedade civil para construir ou apontar para uma nova realidade social, sem desigualdades ou exclusões” (GOHN & BRINGEL, 2012, p. 34).

Conforme destaca Gohn (2013), os movimentos sociais têm contribuído ao longo da história para organizar e conscientizar a sociedade, apresentando suas demandas e lutando por elas por meio de mecanismos de pressão/mobilização. A autora ainda chama a atenção para o fato de haver nos movimentos sociais um caráter educativo e de aprendizagem para aqueles que neles atuam, tematizando e redefinindo a esfera pública e configurando-se como importantes agentes que no que diz respeito à inovação e ao controle social.

Ainda que tenham potencial para estabelecer mudanças na ordem social vigente, os movimentos sociais por vezes necessitam lançar mão de formas alternativas de mobilização e interlocução para que consigam solucionar os problemas que causam mal-estar social.

Para que seja possível mobilizar novos adeptos, comunicar-se com seus pares e alcançar visibilidade no âmbito social, a comunicação se revela como aliada fundamental para os movimentos sociais, como será explicitado no próximo tópico.

3.1 PARALELOS ENTRE MOVIMENTOS SOCIAIS E COMUNICAÇÃO: DOS VEÍCULOS DE MASSA ÀS PUBLICAÇÕES ALTERNATIVAS

A mídia ocupa um espaço central no âmbito social, servindo como ambiente de divulgação de informações e discursos que cumprem uma função importante na construção e na orientação da opinião e do conhecimento do público. Neste sentido, há uma insatisfação e um antigo apelo dos movimentos sociais no que diz respeito à representação e ao espaço que a mídia os concede. Ter a presença de seus atores na mídia facilitaria a propagação de seus

discursos e ideologias, com maior capacidade para atrair novos adeptos para suas causas e reconhecer suas lutas ante a sociedade.

Pereira (2011) ressalta que a mídia desempenha um papel relevante como fonte de interpretação da realidade, podendo atuar não somente na formação da opinião pública, mas também na definição de identidades individuais e coletivas. Para este autor, a penetração dos movimentos sociais na esfera midiática seria fundamental, tanto no contexto da mobilização de seus pares quanto para influenciar a opinião pública e pressionar o sistema político.

Tendo em vista a necessidade de presentificar suas causas nos meios de comunicação, os movimentos sociais podem adotar duas estratégias distintas, como explica Pereira (2011). A primeira delas é relativa à estruturação de repertórios de ação que sejam capazes de atrair a atenção dos meios massivos de comunicação. A segunda, no entanto, consiste na possibilidade de desenvolverem os seus próprios veículos e plataformas de comunicação, possibilitando que suas demandas e conteúdo sejam produzidos para seus públicos-alvo em potencial, além de colaborar na organização de ações coletivas e na atração da atenção midiática.

Para além de questões relativas à dificuldade de penetração nos veículos de comunicação tradicionais – o que torna mais difícil a apresentação de suas lutas –, figuram entre as reclamações dos manifestantes o fato de não serem ouvidos como fontes de informação de uma mídia que, quando os tem em foco, descredencia e criminaliza.

Para Gohn (2013), os meios de comunicação de massa assumem uma importante função estratégica e política em relação às lutas sociais. Os *media* podem contribuir tanto para a construção quanto para a destruição de um movimento social. Segundo a autora, as representações construídas pela mídia sobre os movimentos são condensadas de forma que a população edifica cultura uma política em relação ao movimento.

Os veículos de comunicação podem ser utilizados pelos movimentos sociais como um meio para atingir visibilidade popular para as suas causas e mobilizar a opinião pública a seu favor. Gohn (2013) trabalha com o pressuposto de que os movimentos sociais devem requerer seu lugar na mídia para que se construa uma imagem do movimento diante dos mais diversos segmentos sociais. Porém, a comunicação alternativa se apresenta como uma forma de os movimentos conseguirem destaque e visibilidade em moldes diferentes dos veículos tradicionais.

Diferentemente dos meios de comunicação de massa, movidos pela lógica capitalista de mercado, onde o lucro é objetivado, a comunicação alternativa é o lugar onde os segmentos populares podem propagar seus discursos. É por meio da comunicação popular que

as minorias têm a possibilidade de apresentar suas reivindicações e denúncias que por vezes são negligenciadas pela grande mídia.

Kucinski (*apud* Peruzzo, 2009) destaca que os meios de comunicação popular tiveram seu período de maior efervescência quando os veículos massivos se encontravam comprometidos com a ordem estabelecida pelos regimes ditatoriais.

Embora tenha existido em outros momentos históricos, a imprensa alternativa marcou época durante o regime militar no Brasil com jornais que aspiravam por mudanças na sociedade. Ousaram apresentar conteúdos alternativos àqueles oferecidos pela grande imprensa então sob censura ou subserviente aos interesses do Estado de exceção. Analisavam criticamente os acontecimentos e, no fundo, propunham um tipo de desenvolvimento diferente daquele em vigor. (KUCINSKI *apud* PERUZZO, 2009, p.136).

As formas alternativas de comunicação adquirem maior destaque entre 1960 e 1980. Peruzzo (2009) destaca que o termo “alternativo” tem conotação ligada aos fazeres de uma imprensa crítica no período da ditadura militar. A autora destaca que a comunicação popular ou alternativa atua no sentido de ceder mecanismos de expressão a segmentos excluídos da população.

Com os movimentos sociais fortalecidos e os veículos de comunicação de massa sob controle e censura militar, fez-se necessária a implementação de mídias alternativas que atendessem à demanda de interlocução dos grupos com a sociedade. Durante a ditadura militar brasileira, o meio impresso foi o maior expoente da mídia alternativa.

Peruzzo (2009) destaca, no entanto, o papel rádios comunitárias que começavam a despontar ainda na década de 1970, sem maiores pretensões políticas, mas que buscavam conquistar uma comunicação independente dos meios de comunicação de massa e com mais liberdade de expressão.

Embora tenha sofrido uma forte repressão durante o regime militar, a comunicação alternativa possibilitou que os movimentos contra-hegemônicos tivessem meios de estabelecer um diálogo com seus próprios membros, assim como permitia tornar públicas a razão de suas lutas, ideias e reivindicações para o restante da sociedade.

Neste mesmo período, emerge um tipo de comunicação sindical que não possui ligação oficial com os sindicatos até então sob controle do governo militar. O movimento, nomeado de Oposição Sindical, difundia conteúdo próprio por meio de boletins e panfletos que questionavam a ordem estabelecida e clamavam por mudanças, como explica Peruzzo (2009).

Estamos falando, pois, de uma comunicação que se vincula aos movimentos populares e a outras formas de organização de segmentos populacionais mobilizados e articulados e que tem por finalidade contribuir para a mudança social e a ampliação dos direitos de cidadania. (PERUZZO, 2009, p. 4)

Segundo Peruzzo (2009), com a flexibilização da ditadura e os avanços na democracia política, alguns movimentos sociais crescem e outros declinam. Com o fim da ditadura, o país passa pelo processo de redemocratização. Se antes, no período de repressão e supressão de direitos, os movimentos se organizavam em oposição ao regime militar, neste momento eles ganham novos contornos, dividindo-se em diferentes frentes, com discursos, orientações e demandas distintas, mas unificados por um objetivo comum: a ampliação da cidadania.

Dagnino (1994) explica que a noção de cidadania deriva e está intrinsecamente ligada à experiência concreta dos movimentos sociais. O conceito de cidadania estaria entrelaçado às lutas por direitos, que se desenvolvem tanto no âmbito da igualdade quanto da diferença.

De acordo com Cogo (2010), os movimentos sociais, em busca da ampliação dos espaços de intervenção social, aliam os conceitos de comunicação e cidadania, orientando-se por uma maior igualdade na distribuição e acesso às comunicações midiáticas.

Tendo em vista o apelo mercadológico dos veículos de comunicação de massa, que tem sua sobrevivência em parte atrelada aos investimentos de seus anunciantes, torna-se difícil a concorrência e a manutenção das pequenas publicações alternativas. Como forma de alcançar os mais diversos segmentos da sociedade de forma barata e abrangente, os movimentos sociais se aproveitaram da popularização da internet para investir em novas formas de comunicação com a sociedade, como veremos no tópico seguinte.

3.2 ATIVISMO E VIRTUALIDADE: MANIFESTAÇÕES NA ERA DA INTERNET 2.0

A utilização da internet, antes limitada a acadêmicos e militares, teve seu acesso ampliado com a criação da *World Wide Web*¹, em 1991. A nova ferramenta facilitou e estendeu as possibilidades de se conectar a partir de máquinas localizadas em qualquer parte do mundo. Os usuários passaram a se multiplicar e encontraram uma maior comodidade proveniente da nova estrutura de acesso.

A internet tornou-se um fenômeno de massa na medida em que a tecnologia foi popularizada. Os numerosos usuários da rede contavam agora com a possibilidade de acessar

¹ *World Wide Web* é um protocolo de documentos em hipermídia que são interligados e executados na internet. A *World Wide Web* surgiu como um integrador de informações, dentro do qual a grande maioria das informações disponíveis na Internet poderiam ser acessadas de forma mais simples e consistente em diferentes plataformas. A forma padrão das informações do WWW é o hipertexto, que permite a interligação entre diferentes documentos, possivelmente localizados em diferentes servidores, em diferentes partes do mundo.

a uma grande quantidade de informação, ainda que sem interatividade. A primeira geração da Web, como apontam Primo e Recuero (2006), é ainda vinculada ao meio impresso, onde rodapés, índices e remissões fazem a interlocução de diferentes textos.

Primo (1999) destaca que a interação mínima existente permite que o usuário navegue linearmente entre asserções predeterminadas, operando reativamente em uma interface potencial. Estabelecendo uma relação hierárquica, a primeira, porém fundamental geração da Web, contribuiu como divulgadora da rede e sua eventual expansão.

A informalidade e espontaneidade inerentes às relações forjadas no meio virtual deram nova ambiência aos movimentos sociais. Por meio da internet, é possível que os movimentos sejam coordenados por múltiplos atores, além de possibilitar, por meio de interconexões entre usuários, um maior número de indivíduos engajados para suas causas.

Na segunda geração, a chamada Web 2.0, os usuários têm um maior espaço de participação online, ao passo que a eles é facultada a publicação de conteúdos de forma interativa na plataforma. Para Castells (2003), a abertura da rede para modificações por parte de seus usuários fez com que o uso da internet aumentasse significativamente, além de possibilitar uma maior replicação de conteúdos.

O ambiente interativo, colaborativo e descentralizado da internet deu aos movimentos sociais a possibilidade de difundir suas reivindicações sem a necessidade de submetê-las aos filtros da grande mídia. Ao contrário do alcance dos grandes conglomerados midiáticos, que atingem milhões de pessoas, os movimentos ambientados no ciberespaço buscam promover a disseminação de ideias a grupos que estejam dispostos a interagir, apoiar, sugerir ou contestar as pautas por eles sugeridas (MORAES, 2000, p.142).

A possibilidade de atrair novos adeptos, divulgar conteúdos e alcançar visibilidade global, dá uma nova dinâmica aos movimentos sociais. As conexões em rede facilitam a comunicação entre os ativistas e propõe mais espaço aos discursos por eles elaborados e difundidos. A midiatização das causas promovidas no ambiente virtual expõe suas razões à cena pública, fator fundamental para que se exerça pressão junto às instituições.

Gohn e Bringel (2013) destacam que a atuação dos movimentos através da rede virtual redimensionou as distâncias das ações coletivas, que muitas vezes ocorrem em um espaço geograficamente distante do local onde os grupos ou movimentos sociais se originaram. A ambientação destes movimentos no meio virtual não é caracterizada “apenas em função das conexões provocadas pelas tecnologias da comunicação, mas da sua composição variada de entidades e movimentos” (GOHN & BRINGEL, 2013, p.31).

Há também a possibilidade de se utilizar a ambiência virtual como mediadora na interlocução de grupos de ativistas tanto com a sociedade civil quanto com o Estado. Scherer-Warren (2006) destaca que a partir da comunicação forjada na virtualidade entre os movimentos e seus pares, as ações presenciais podem ser mais circunstanciais e espaçadas.

As mobilizações na esfera pública são fruto da articulação entre membros de movimentos sociais localizados, ONGs e simpatizantes de suas causas que, através de manifestações em praça pública, buscam produzir visibilidade na mídia, propiciar efeitos simbólicos que atinjam os próprios manifestantes, a sociedade em geral, além da possibilidade de exercer pressão política (SCHERER-WARREN, 2006, p.112).

Pereira (2011) enfatiza que, em função da dificuldade de se fazerem visíveis, faz-se necessário construir sites oficiais das entidades, criar listas de e-mail e fóruns de discussão, blogs e twitters, como forma de construir uma percepção relativa aos movimentos, diferente daquela propagada pelos tradicionais veículos de comunicação.

A internet oferece as condições para que um processo reflexivo de recepção das mensagens aconteça, diferentemente das mídias tradicionais. Primeiramente, trata-se de um dispositivo no qual as interações podem tomar diferentes formas - um para um, um para muitos, muitos para muitos, muitos para um, no qual as informações e comunicações podem circular nos níveis local, nacional ou global e, comparativamente, com baixas barreiras de entrada (CHADWICK, 2006), permitindo assim que a contrainformação, tão cara aos movimentos sociais (em função de coberturas algumas vezes tendenciosas e outras vezes não reflexivas dos canais tradicionais da mídia) se desenvolva e alcance espaços e indivíduos a custos mais baixos do que através dos meios tradicionais de informação e comunicação (PEREIRA, 2011, p.7).

Os conteúdos produzidos e divulgados pelos movimentos sociais por intermédio de suas próprias mídias, a longo prazo, podem colaborar em vias de construir a identidade do movimento a partir da cooperação de seus integrantes. Os conteúdos veiculados nos blogs, sites ou mídias sociais do movimento podem ser acrescidos de comentários e avaliações da parte do público a quem a mensagem se direciona.

Além das prerrogativas já apresentadas, a internet se caracteriza por ser um espaço onde é possível divulgar informações por um baixo custo. Por meio das trocas entre usuários, os movimentos sociais podem promover suas causas com maior abrangência por meio da difusão de seus debates em uma rede de amplo alcance.

A amplificação e divulgação dos debates são intensificadas com as redes sociais, que seguem a premissa de que qualquer usuário pode construir e compartilhar seus próprios conteúdos de forma interativa. É com base nas relações estabelecidas entre os usuários que um grande volume de conteúdos é produzido e compartilhado.

Segundo Peruzzo (2009), dentre as inúmeras possibilidades ofertadas pelo ambiente virtual, o estímulo a um padrão de sociabilidade é uma das suas principais faces. O discurso individual é acrescido de novas vozes e esta articulação de opiniões variadas, dado o potencial viral das informações em rede, pode virar notícia na grande mídia.²

Desta forma, o compartilhamento de informações ou eventos em rede podem agendar os veículos tradicionais de comunicação. Assuntos que inicialmente poderiam ser pouco interessantes para os media, ao adquirirem níveis epidêmicos de propagação no meio virtual, tornam-se pautas de seus noticiários.

A ocupação do ciberespaço pelos movimentos sociais e seus atores constituem uma alternativa para que eles possam sobreviver e prosperar e para que tenham visibilidade e tornem-se socialmente reconhecidos. Apesar do potencial de disseminação inerente à grande rede, há uma preocupação relativa à parcela da população que está *offline*, ou seja, aqueles que por questões financeiras e/ou geográficas não possuem acesso à rede.

Ainda que a internet oferte grande potencial de divulgação e de mobilização, somente uma pequena parcela da sociedade tem acesso a seus conteúdos. Moraes (2000) destaca que a ampliação do número de usuários conectados pressupõe a superação de obstáculos financeiros e da simplificação das formas de acesso, aspectos considerados desafiantes para os movimentos ambientados na rede.

Moraes (2007) alerta ainda que, apesar dos avanços observados na comunicação alternativa na medida em que o ambiente virtual se torna mais popular, a internet também gera segregação ao dividir o mundo entre conectados e desconectados.

No caminho para a redução das desigualdades de acesso e usufruto das plataformas tecnológicas está a criação “de políticas socioeconômicas inclusivas, do desenvolvimento de infraestruturas de rede, do barateamento de custos teleinformáticos e de formação educacional condizente” (MORAES, 2007, p.12). Para o autor, possibilitar o acesso e combater a exclusão digital são desafios que devem ser superados para que o uso da rede em nome de causas sociais, políticas e culturais seja potencializado.

Porém, baseando-se no fato de que a tecnologia é apenas o suporte de uma rede que se fundamenta nas trocas entre pessoas, deve-se considerar que esta interação não ocorre somente na virtualidade. A partir do compartilhamento de conteúdos diversos, as discussões

³ A aproximação entre a disseminação e compartilhamento de informações a um vírus se dá por analogia a capacidade de compartilhamento de conteúdos que se propagam por meio de trocas entre usuários na internet. A denominação de viral, epidêmico, que se atribui a um determinado conteúdo, diz respeito, portanto, à capacidade de se disseminar na internet ou em uma determinada comunidade da mesma forma que um vírus acomete uma população.

inicialmente travadas no ambiente virtual podem agendar o processo de formação de opinião fora da rede.

Neste aspecto, mesmo que uma pessoa jamais tenha tido contato com alguma plataforma digital, é natural que haja interação com outras pessoas que tenham familiaridade com os meios virtuais. Considerando-se que parte de suas opiniões podem ser formadas a partir dos discursos de outros sujeitos, é crível que os conteúdos compartilhados na internet podem chegar ao conhecimento até mesmo daqueles que não a utilizam.

Moraes (2007, p.17) destaca ainda que apesar dos desafios a serem superados, a comunicação virtual “gradativamente, se insere no esforço de construção de uma cultura de solidariedade social baseada numa ética de reciprocidades entre os sujeitos comunicantes”. Para o autor, as trocas estabelecidas no ambiente virtual podem contribuir para o fortalecimento das lutas sociais, sem, no entanto, desmerecer a importância do espaço físico e socialmente vivenciado para a consagração dos movimentos.

A liberdade de criação e propagação em um espaço aberto possibilita que os movimentos nesta nova ambiência organizem manifestações, ampliem a participação política da sociedade por meio de textos que explicitem determinados assuntos interessantes aos sujeitos sociais e criem petições que possam exercer pressão diante das organizações.

Em meio a tantas opções inerentes ao ambiente virtual, os movimentos sociais puderam se aproximar dos cidadãos e, através da divulgação de suas causas, facultaram a estes uma maior participação na dinâmica social.

3.3 CIBERATIVISMO: DAS REDES PARA AS RUAS

A autonomia inerente à configuração dos movimentos em rede firma-se como uma forma democrática de agregação política. Dessa forma, o ciberativismo, partindo de uma comunicação mediada pelo computador, permite que indivíduos se reúnam em torno de interesses comuns.

Segundo Vaz (2004), a rede reconfigura o modo como se dá a relação de indivíduos atraídos por objetivos comuns. Para o autor, a atração dos usuários pelo ambiente virtual ocorre em função do sentimento de liberdade e devido às possibilidades de interação entre os internautas, sem limitação geográfica ou imposição dos meios de comunicação de massa. A inserção dos ativistas no ambiente virtual é fundamental para que as causas defendidas pelos movimentos os quais representam ganhem visibilidade e tenham sua

exposição e impacto otimizados, já que os veículos tradicionais de comunicação nem sempre lhes concedem espaço.

A rede e as mídias sociais seriam as principais responsáveis por proporcionar aos ativistas novas formas de organização, mobilização, comunicação e reconhecimento recíproco de suas necessidades. Além disso, o ambiente virtual fornece ferramentas que possibilitam que as reivindicações desses atores extrapolem os limites da rede e cheguem à esfera pública, as quais podem influenciar a tomada de decisões em outras instâncias da vida social. Através das mídias sociais, determinados indivíduos ou grupos podem transformar a relação entre a população, a mídia e as esferas de tomada de decisão política (ROSSINI, 2014, p.321-322).

Com a possibilidade ofertada pelo ciberespaço de disponibilizar em qualquer espaço-tempo variadas atividades ligadas às causas que defendem, a militância online atua como ampliadora da teia comunicacional planetária, conforme afirma Moraes (2000).

A cibercultura universaliza as visões de mundo mais díspares, os modos de organização social mais contrastantes, as ambições mais difusas, sem favorecer pensamentos únicos ou domínios por coerção. Trata-se de um âmbito virtual de conhecimentos múltiplos, que congrega forças, ímpetos e interesses contraditórios. Com a peculiaridade fundamental — apontada por Pierre Lévy — de universalizar sem totalizar. O ciberespaço configura-se como um universal indeterminado, sem controles e hierarquias aparentes, sem pontos fixos para a veiculação de informações e saberes. No ciberuniverso, as partes são fragmentos não-totalizáveis, isto é, não sujeitas a um todo uniformizador de linguagens e concentrador de poderes. As relações entre as partes podem reinventar-se, em densidade e em extensão, sem que umas se sobreponham ou subjuguem as demais (MORAES, 2000, p.142-143).

Scherer-Warren (2006) afirma que as atuais formas de ativismo tendem a protagonizar um conjunto de ações que são orientadas aos mais excluídos, mais carentes, mais dominados e discriminados. A estas proposições é possível associar o conceito de reconhecimento desenvolvido por Honeth, que atribui à ausência de reconhecimento a força motivadora das lutas e manifestações travadas no ambiente social.

A sociedade civil organizada em redes possibilita a transposição de fronteiras territoriais, articulando as lutas locais às regionais, nacionais e transnacionais. A utopia fundada no ativismo virtual está ligada às mudanças proporcionadas pelo engajamento com as causas sociais dos excluídos e discriminados e com a defesa da democracia na diversidade (SCHERER-WARREN, 2006, p.126-127).

Por meio da exposição de conteúdos diversos na rede e da facilidade de acesso à informação, torna-se viável que qualquer cidadão que disponha de uma máquina equipada com internet possa exercer seu direito à livre expressão. Nesse contexto, as tecnologias digitais podem ser agentes facilitadores da mobilização política, ao possibilitar que pessoas comuns criem e compartilhem produtos de sua autoria que podem atingir um alcance global.

“É a autogeração de conteúdo, é a emissão autodirecionada e é a autoseleção na recepção por muitos que se comunicam com muitos” (CASTELLS, 2007, p.248).

O ambiente virtual sugere a colaboração. É no contexto da coletividade que o ciberativismo ganha destaque e relevância. Na rede, os ativistas podem conquistar visibilidade através da divulgação de conteúdos que dizem respeito às causas que os mobilizam.

Ainda que os ativistas estejam geograficamente dispersos, o ciberespaço oferta instrumentos que permitem a colaboração entre grupos que propõem articulação em torno de uma causa comum. O aspecto comunicacional não se desenvolve apenas na difusão ou no transporte de mensagens, mas através de uma relação onde cada agente contribui para modificar ou estabilizar, em uma negociação sobre significações num processo de reconhecimento mútuo dos indivíduos e grupos via atividade de comunicação (LEVY, 1996, p.113).

As possibilidades de interação propostas pela rede dão nova ambiência a debates elementares que envolvem as grandes corporações midiáticas, que no cumprimento de suas linhas editoriais, muitas vezes deixam de dar voz aos cidadãos comuns. A arena virtual possibilita que os indivíduos possam propagar opiniões contraditórias, que fujam ao senso comum e aos padrões impostos pela cartilha midiática.

Segundo Castells (1999), os movimentos sociais contemporâneos apresentam uma estrutura cada vez mais horizontal e configurada no formato de redes. De acordo com o autor, as “redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades, e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura” (CASTELLS, 1999, p.497). Seguindo essa lógica, é possível que os movimentos sociais e demais ações coletivas sejam afetadas pela dinâmica virtual, ao passo que é possível compreender que a estrutura comunicacional horizontalizada a qual se refere Castells também diga respeito às trocas de informação realizadas entre indivíduos que possuam interesses em comum.

Moraes (2001) aponta a internet como um instrumento a serviço das lutas que visam reduzir as injustiças sociais. Segundo ele, a rede tem papel complementar às formas tradicionais de mobilização e politização, onde se somam as assembleias, as panfletagens e os protestos de rua às novas formas de intervenção virtuais.

Pode-se afirmar que o ciberativismo é uma forma de mobilização social que se utiliza do ambiente virtual para a difusão de ideais em escala global, no qual se empregam mecanismos da própria rede (sites, blogs, fóruns e redes sociais) para propor ações e reunir grupos de interesses comuns, além de divulgar conteúdos e ideias.

O ambiente virtual possibilita que indivíduos socialmente excluídos tenham voz. Neste sentido, Lemos (2004) ressalta que as formas de expressão de grupos politicamente engajados são expandidas por meio da utilização do ambiente virtual como suporte. É possível mobilizar, informar e coordenar estrategicamente ações dentro e fora do ambiente virtual, as quais são propostas primárias do ciberativismo.

Segundo Lemos (2004), o ciberativismo, ao instituir canais de comunicação autênticos, pode atuar com o intuito de diminuir o desinteresse da sociedade pelas instituições públicas. A prática do ativismo virtual viabiliza a ação de indivíduos politicamente motivados em busca do cumprimento de suas metas. Mobilizados por uma causa comum, os ativistas fazem uso do espaço virtual como complemento para as necessidades provenientes do espaço geográfico. De forma independente e sem a mediação dos media, é possível informar e mobilizar sujeitos, de modo que estes possam, através de suas ações, modificar e melhorar o espaço urbano.

A primeira manifestação de ativismo virtual tem registro concomitante à popularização da internet. O movimento zapatista mexicano foi pioneiro no que diz respeito à utilização deliberativa da internet como ferramenta de mobilização e divulgação global. A rede serviu de instrumento para a difusão de valores e ideais de comunidades indígenas do estado mexicano de Chiapas, que lutavam contra a opressão e exclusão de seu povo. Inspirados por Emiliano Zapata, líder da revolução mexicana no início do século XX, descendentes de tribos indígenas fundaram o Exército Zapatista de Libertação Nacional (EZLN). O movimento zapatista se apresenta como alternativa política e contra hegemônica ao neoliberalismo.

Sobre o movimento zapatista, Moraes (2000) destaca que, na primavera de 1994, o subcomandante Marcos, líder do movimento, usou dos dispositivos eletrônicos disponíveis para veicular via correio eletrônico informações relativas à guerrilha na região de Chiapas, atingindo em alguns segundos a milhões de pessoas. Através da rede, o movimento teve a possibilidade de difundir informações de forma independente dos humores da mídia global.

Uma das manifestações de ciberativismo mais recentes e de grande popularidade é o *Anonymous*. Acéfalo, multinacional e mundialmente conhecido por utilizar máscaras de Guy Fawkes³, o *Anonymous* é movido por uma série de causas e se caracteriza como uma

³ Guy Fawkes foi um soldado inglês que teve participação na “Conspiração da Pólvora”, em 1605, que pretendia assassinar o rei Jaime I e todos os membros do Parlamento. A conspiração foi desarmada e Fawkes foi condenado à execução na forca por traição e tentativa de assassinato. Sua imagem tornou-se símbolo da rebelião e da anarquia, inspirando personagens dos quadrinhos, cinema e estampando a máscara utilizada pelo *Anonymous*.

ideia, negando os conceitos de coesão grupal. Além de não se considerarem um grupo, seus representantes recusam qualquer liderança ou hierarquia na estrutura do movimento.

O *Anonymous* surgiu em 2003, fundado sob o conceito de uma rede de comunidades reais e virtuais que forma uma consciência global anárquica, uma teia de princípios aos quais se filiam inúmeros pequenos coletivos. No Brasil, existem sete células em atividade, que utilizam a Internet para divulgar suas ideias.

Seus representantes o tornaram conhecido em 2008 pelos ataques e manifestações contra a Igreja da Cientologia, e mais recentemente, em 2010, por derrubarem sites como *Paypal* e *Mastercard*, devido à suspensão de doações ao site *Wikileaks*⁴, fundado por Julian Assange. O *Anonymous* também manifestou apoio às manifestações democráticas de 2011 na Europa e no Oriente Médio e às recentes manifestações brasileiras em 2013, que serão vistas de forma mais detalhada nos capítulos seguintes.

Baseados em ideais ligados à liberdade de expressão, à defesa dos direitos humanos e à luta contra a corrupção, as atividades hacktivistas são a marca mais evidente do *Anonymous*. Silveira (2010) explica que o hacktivismo se apresenta como uma nova forma de resistência, efetuada por indivíduos autônomos que trabalham de forma colaborativa na busca pelo acesso livre às informações.

Neste contexto, apesar de não ser composto exclusivamente por hackers, o *Anonymous* realiza ações digitais coordenadas que causam a queda de páginas vinculadas a empresas ou instituições alvo, sob a defesa da livre circulação de dados e da liberdade de informação.

Apesar de ser entusiasta do ativismo virtual, Moraes (2000) aponta alguns desafios para os movimentos em rede. Para o autor, é de suma importância que os militantes tracem estratégias comunicacionais que façam uso apropriado e pleno da capacidade interativa e colaborativa das tecnologias disponíveis.

Além disso, ele aponta que o custo agregado aos equipamentos, envolvendo de computadores a linhas e provedores que permitam o acesso à internet, é um entrave ao aumento do número de usuários e a posterior formação de novos ativistas, que ainda necessitariam de treinamentos para utilização das plataformas. Apesar dos entraves apontados por Moraes (2000), Lemos afirma que o ciberativismo é “a esperança, mas uma esperança

⁴ *Wikileaks* é uma fundação transnacional e sem fins lucrativos. Criada em 2006, sua página publica postagens de fontes anônimas, documentos, fotos e informações confidenciais, vazadas de governos ou empresas, sobre assuntos sensíveis. Seu fundador é o jornalista e ciberativista Julian Assange, principal editor e porta-voz do *Wikileaks*. A fundação foi indicada ao Prêmio Nobel da Paz, em 2011, por ser "uma das contribuições mais importantes para a liberdade de expressão e transparência", segundo o parlamento norueguês.

alicerçada em experiências concretas e em um fenômeno social planetário” (LEMOS, 2004, p.132).

Silveira (2010) define o ciberativismo como “um conjunto de práticas em defesa de causas políticas, socioambientais, sociotecnológicas e culturais, realizadas nas redes cibernéticas, principalmente na Internet” (SILVEIRA, 2010, p.31).

O ciberativismo, através das ações orquestradas via internet, seria capaz de mobilizar agentes e mudar o palco de ação das redes para as ruas. Neste contexto, a rede atua como veículo importante para a eficácia da democracia, devido à sua capacidade de promover o engajamento dos indivíduos nas causas públicas e em função da possibilidade de aumentar o interesse dos cidadãos comuns pela política.

Dadas as possibilidades de interatividade e participação na produção de conteúdos por seus usuários, a Internet se apresenta como um veículo que pode auxiliar o fortalecimento da democracia e cidadania, ao fornecer-lhes meios de atuar não somente como receptores, mas também como emissores de informação.

Feenstra e Couto (2011) argumentam que o fluxo comunicativo tem sido alterado pelas novas formas de comunicação na medida em que a informação deixou de ser monopólio de instituições políticas e grupos de mídia privados, devido ao empoderamento que as novas mídias cedem a outros atores sociais. Segundo estes autores, o desenvolvimento e a consolidação da Internet e das redes sociais (*Facebook, Twitter, etc*) dá espaço à cidadania, ao passo que a multiplicidade de vozes amplia as possibilidades de se fazer e divulgar a informação.

A circulação livre e imediata de informações, uma das características dos movimentos ambientados na rede, são acrescidas de vozes dos mais diversos segmentos sociais e de espaços e realidades distintas, através da mobilização e organização de formas de protesto individuais ou coletivos.

Para Recuero (2000), a comunicação mediada pelo computador, ao reconfigurar os espaços e redefinir os antigos conceitos de comunicação, tem na participação popular e na interatividade contribuições fundamentais para o fortalecimento da democracia.

O ciberativismo, baseado nos conceitos de partilha e no sentimento de pertencimento a um determinado grupo, encontra na rede o espaço mais apropriado para a organização e mobilização de indivíduos que estejam engajados em uma causa comum. A partir da mobilização dos usuários na rede, os movimentos têm a possibilidade de, enfim, ganharem as ruas para exercer pressão sobre os órgãos ou entidades aos quais designam suas demandas.

Nesta perspectiva, o Oriente Médio e o Norte da África foram tomados, no início de 2011, por uma série de manifestações e protestos, internacionalmente conhecidos como “Primavera Árabe”. Contra os governos totalitários e as precárias condições políticas, sociais e econômicas as quais eram submetidas as populações destas regiões, os manifestantes encontraram no ambiente virtual, de forma particular nas redes sociais, local fecundo de agregação e organização de protestos pró-democracia.

De forma geral, os protestos tinham como objetivo derrubar os regimes autoritários e corruptos instalados na região, distantes de qualquer compromisso com o povo e suas carências. Uma parcela reprimida da população, submetida a condições de vida precárias – onde se somam o desemprego, baixos índices salariais, fome, pobreza, inflação e concentração de renda – encontrou em suas insatisfações políticas e econômicas o estopim para as manifestações.

Articulando-se através da Internet, os manifestantes tomaram as ruas em diversos países, entre eles a Tunísia, o Egito, a Líbia, o Iêmen, a Síria e o Barein. Em um ano, quatro ditadores foram destituídos de seus governos e milhares de civis foram mortos em confrontos.

A “Primavera Árabe” elucidada, de forma prática, o poder de mobilização e as possibilidades de organização ofertadas pelo ciberativismo. Ainda que milhares de pessoas tenham se mobilizado através da internet alimentadas pela esperança de perpetuação de um regime democrático e de melhores condições de sobrevivência, a queda dos regimes autoritários não garantiu a plena incorporação das instituições, algo que deu margem para que grupos terroristas ganhassem campo de atuação em função da descentralização do poder.

Ainda em 2011, na Espanha, uma série de protestos foram organizados, utilizando as redes sociais como forma de mobilizar os manifestantes. O movimento, popularmente conhecido como Indignados da Espanha ou 15M, nome que faz referência a 15 de maio, data da primeira manifestação, obteve inicialmente o apoio de mais de 200 entidades e protestava pacificamente por mudanças políticas e sociais. Os Indignados foram impulsionados pela crise econômica de 2008, e tiveram o nome inspirando na obra de Stéphane Hessel, *Indignez-vous!*, que propõe que se utilize da indignação para a construção do mundo futuro. Alguns manifestantes empunhavam, simbolicamente, o livro durante os protestos.

A crise econômica reduziu a representatividade dos partidos, aumentou a descrença popular com relação aos políticos, causou elevação do desemprego e tornou ainda mais precárias as condições de saúde e moradia. Com a proximidade do período eleitoral, uma manifestação foi marcada para o dia 15 de maio, reivindicando uma democracia mais representativa, tendo como base o poder popular. Assim, sob a inspiração das manifestações

árabes, movimentos sociais diversos organizados a partir das redes sociais passaram a ocupar praças em todo país, tornando o espaço público um local de manifestação e interação entre os ativistas.

Ao ocupar as praças, locais públicos que tradicionalmente propiciam o encontro entre populares, os manifestantes metaforizaram o conceito de democracia. Mobilizados sob o slogan “Ninguém nos representa”, os ativistas negavam os partidos políticos e contestavam a representatividade dos sistemas democráticos.

No que diz respeito à ocupação das praças como local preferencial pelos manifestantes, estes locais sempre tiveram uma função comum, independentemente de sua localização geográfica, a de ser palco de manifestação, protesto, reivindicações, marchas, concentrações, tornando-se o *locus* do exercício da cidadania (GOHN, 2014, p.91).

Um fato comum nas manifestações contemporâneas, nos diferentes locais que aconteceram, é o uso do espaço público para realizá-las em praças, parques, ruas ou avenidas emblemáticas para a memória da população local, e lugar estratégico de acesso – perto de estações de metrô, por exemplo. Em alguns casos, a praça não é somente local de acolhimento das manifestações – ela é o fato político que impulsiona os protestos, como no caso da Praça Taksim, em Istambul/Turquia. David Harvey destaca que o uso da praça como espaço público é mais importante que o fluxo de comunicação pela internet, por meio do uso de novas tecnologias pelos manifestantes. Ele denomina esse fato como “união dos corpos no espaço público (GOHN, 2014, p.92).

Apesar de possuírem focos distintos, as manifestações árabes e os indignados espanhóis têm em comum a insatisfação com o sistema econômico mundial e a retomada dos espaços públicos pelos que deles devem desfrutar: os cidadãos. Além disso, ambas as manifestações têm em comum o ambiente no qual se configuraram, a rede.

Gohn (2014) destaca que saber se comunicar via rede se transformou em uma ferramenta essencial para a organização de ações coletivas. A autora esclarece que o celular e as diversas formas de mídias móveis transformaram-se em armas de luta, ferramentas de ciberativismo que se incorporam aos perfis dos ativistas nas mais diferentes redes.

Segundo Castells (*apud* Gohn, 2014), movimentos como a Primavera Árabe e o grupo *Anonymous* são parte de um movimento que não é político e sim social. Estes movimentos, que tem sua origem na Internet, mas que não são essencialmente digitais, somente se tornam visíveis quando tomam as ruas. Eles podem sair das ruas, mas não desaparecem, continuam a se articular via rede e, apesar de não terem líderes nem programação fixa, tem a capacidade de resistir e de renascer a qualquer momento.

A Internet configura-se como um meio pelo qual os indivíduos, movidos por causas e interesses comuns, se organizam, debatem, editam e recebem informações, interagem e têm a possibilidade de reconfigurar os espaços por eles partilhados. O ciberativismo, ao

propiciar o encontro virtual de manifestantes, permite que a união destes sujeitos seja transferida do ambiente virtual para as ruas.

Desta forma, é possível destacar a complementariedade entre os dois ambientes, o virtual e o real, e as possibilidades de pressão e modificação do cenário político e social que as mobilizações podem efetuar.

O Brasil experimentou recentemente o a força das redes sociais como forma de articulação, difusão de conteúdos informativos e mobilização de manifestantes. As reivindicações e os reflexos destas manifestações ocorridas em junho de 2013 serão assunto do próximo capítulo.

4. JUNHO DE 2013: O MÊS EM QUE O BRASIL FOI ÀS RUAS

A partir de 2010, uma onda de manifestações se espalhou por diversos continentes. Desde o mundo árabe, passando pelos Estados Unidos até chegar à Europa, foi possível observar um grande número de manifestantes tomando o espaço público como forma de protesto e reivindicação. Em 2013, o Brasil experimentou uma série de protestos que se espalharam pelas capitais e pelo interior de boa parte do país.

Para que seja possível compreender as Manifestações que tiveram início em junho de 2013, é importante entender os eventos que as precedem e que as deram origem. No dia 2 de junho foi decretado o aumento das tarifas de ônibus, metrô e trens em São Paulo, acrescendo em vinte centavos o valor da tarifa que até então era de R\$ 3,00.

Ricci e Arley (2014) explicam que os reajustes estavam programados para janeiro, mas a pedido do governo federal, como uma forma de conter os índices da inflação, os mesmos foram adiados. Como parte do acordo, o governo isentou as empresas de transporte de impostos como o PIS/PASEP e o COFINS, conforme ressaltam os autores. Iasi (2013) vê com estranheza o fato de o reajuste ter sido adiado para o período em que o país sediaria a Copa das Confederações. Para o autor, a classe política, confiando na passividade dos movimentos sociais, imaginava que a população estaria entretida torcendo pela seleção e não repararia nos pequenos grupos de jovens que protestariam contra o aumento no valor dos coletivos.

Quatro dias depois do anúncio do reajuste, em 6 de junho, o Movimento Passe Livre (MPL) mobilizou, também em São Paulo, um grupo de aproximadamente 2 mil pessoas que se posicionavam contra a recente elevação no valor pago no transporte coletivo. Gohn (2014) destaca que este primeiro protesto aconteceu em pontos-chave para a circulação e visibilidade na cidade, partindo da região central e indo até a Avenida Paulista. Conforme a autora, já neste primeiro ato ocorreram depredações, fechamento de estações de metrô e pichações a prédios símbolo da capital, como o Museu de Arte de São Paulo (MASP). Destaca-se também nesta primeira manifestação o confronto com a polícia, que utilizou bombas de gás lacrimogêneo e balas de borracha para conter os manifestantes. A imprensa atribuiu a liderança do ato ao MPL e a jovens ligados a alas radicais de partidos esquerdistas como o PSTU, o PSOL e o PCO.

No dia 7, o MPL conseguiu dobrar a adesão aos protestos, reunindo um número estimado em 5 mil pessoas, que se concentraram no Largo da Batata, seguindo até a Avenida Faria Lima. Ricci e Arley (2014) enfatizam a reação do governador Geraldo Alckmin, que

exigia ação enérgica da polícia para conter os manifestantes. Gohn (2014) destaca que as autoridades estaduais e municipais fizeram declarações que condenavam os protestos e impuseram como condição para o diálogo com os manifestantes a mudança de estratégia do movimento e a renúncia à violência.

O terceiro ato, organizado no dia 11 de junho, foi marcado pelo acirramento das tensões entre a polícia e os manifestantes. Entre os números relatados, Gohn (2014) afirma que 19 pessoas foram detidas, entre elas jornalistas. Aproximadamente 100 pessoas ficaram feridas, incluindo manifestantes, profissionais de imprensa e policiais, além da depredação de bancos, vitrines e estações de metrô. Ao todo, 87 ônibus foram queimados ou apedrejados e, segundo a autora, um dos membros do MPL relatou durante o ato que o movimento tinha perdido o controle da situação, que tomou características de revolta popular.

No dia 13 foi organizado o quarto ato na capital paulista, reunindo cerca de 20 mil pessoas. Gohn (2014) destaca que as manifestações ocorridas nesse dia marcam a virada do olhar da sociedade, da opinião pública, que passa não só a apoiar os manifestantes, mas a se une a eles no protesto. Até então os manifestantes eram tratados pela mídia com uma única terminologia: vândalos. Viana (2013) traduz o discurso disseminado por boa parte dos veículos midiáticos e defendido por parcelas significativas da população quando ocorreram os primeiros atos em São Paulo. Segundo ele, “rezava o *script* que manifestação só é pacífica quando não atrapalha, do contrário é violência” (VIANA, 2013, p.53).

As manifestações do dia 13 ficaram marcadas como as mais violentas até então, envolvendo forte repressão da polícia, que atacou até mesmo os jornalistas que cobriam o protesto. Foram detidas 234 pessoas e a repercussão da truculência policial rapidamente se espalhou pelas redes sociais. (RICCI & ARLEY, 2014, p.20). Gohn (2014) comenta que o uso da força policial contra os manifestantes provocou repulsa e revolta na população, gerando reflexos em entidades nacionais e internacionais a exemplo da Anistia Internacional, da ONG Repórteres Sem Fronteiras e da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo, que fizeram críticas a ação policial.

Em pesquisa divulgada pelo Datafolha, revelou-se que 55% dos paulistanos apoiavam os protestos e 78% consideravam que a violência policial era desproporcional, como relembra Gohn (2014). A autora comenta ainda que além do despreparo policial, o quarto ato foi marcado pela incapacidade dos poderes constituídos de dialogar com lideranças dos manifestantes. A ausência de diálogo entre a polícia e os manifestantes fez com que a violência fosse a única linguagem aflorada no momento.

Conforme destacam Ricci e Arley (2014), no domingo, 16 de junho, as manifestações já haviam se espalhado por diversas partes do país, tendo como pauta central os gastos públicos com a Copa das Confederações, ocorrida nesse mesmo período, e com a Copa do Mundo de 2014. Observa-se que à pauta inicial, relativa à qualidade e à tarifa do transporte público, foram agregadas novas reivindicações.

Os protestos ganharam as ruas de diversas capitais e cidades situadas no interior do país a partir do dia 17 de julho. Neste mesmo dia, foi organizada a quinta grande manifestação em São Paulo. Estima-se que um grupo de 65 mil pessoas compareceu ao ato do dia 17, em São Paulo, e que outras 215 mil tenham se distribuído por 12 capitais brasileiras, sendo que o Rio de Janeiro contabilizou 100 mil destes manifestantes. A expressividade que os protestos adquiriram fez com que as falas proferidas pelo campo político assumissem um tom diferente do que se ouvia num primeiro momento. As manifestações, antes criminalizadas, passaram a ser vistas como legítimas, algo próprio da democracia. Os manifestantes deixaram de ser tratados como meros baderneiros e a ação policial foi abrandada (GOHN, 2014, p.28-29).

O sexto protesto paulistano ocorreu no dia 18 de junho, no qual se reuniu um número bastante expressivo de manifestantes nas ruas. Gohn (2014) comenta que, apesar de ter tido um início pacífico, o protesto teve seu fim marcado pela volta da Tropa de Choque às ruas, estimulada pelos saques a lojas comerciais, por tentativa de arrombamento da sede da Prefeitura e a uma série de depredações na região central da cidade. Os manifestantes também se concentraram em frente à residência do prefeito Fernando Haddad, em um dia onde a presença de *Black Blocs* foi registrada por todos os meios de comunicação. Além de terem se espalhado por todo Brasil, as manifestações geraram uma onda de solidariedade em países da Europa e nos EUA.

Uma nova pesquisa foi realizada no dia 18 pelo Datafolha e registrou que 77% dos entrevistados se diziam favoráveis aos protestos, sendo apenas 18% contra. Para 51% das pessoas, as ações policiais foram desproporcionais e 67% acreditavam ser o aumento das passagens o principal motivo das manifestações. A pesquisa revelou ainda que 38% dos manifestantes atribuíam às manifestações à corrupção e 35% aos políticos.

Os números divulgados revelaram significativa descrença nos poderes públicos, na classe política e nos partidos⁵. As redes sociais foram avaliadas como instituição de prestígio por 72% dos entrevistados, seguida da imprensa (70%) e da Igreja Católica (34%).

⁵ A divergência entre os números divulgados na PMB (2015) e na pesquisa realizada pelo Datafolha devem-se ao fato de terem sido realizadas em períodos diferentes.

Os dados demonstram a crise de legitimidade dos poderes constituídos e o protagonismo das redes sociais e da vigilância da imprensa como os lugares onde se ancoram as esperanças da população (GOHN, 2014, p.30).

Com a revogação do aumento das tarifas do transporte público em São Paulo e em várias cidades do país, o sétimo protesto organizado na capital paulista ocorreu no dia 20 de junho, dia em que mais de um milhão de pessoas saíram às ruas de todo país. O ato, que seria a celebração da vitória da pauta que deu origem às manifestações, foi protagonizado pela violência do confronto entre militantes de esquerda, que foram às ruas portando bandeiras e vestindo camisetas que revelavam suas filiações partidárias e demais militantes. O conflito aconteceu porque muitos eram integrantes do MPL, idealizadores dos primeiros protestos, enquanto boa parte dos manifestantes, que se juntaram ao movimento mais tarde, se diziam “antipartidos”. O acirramento do confronto culminou na expulsão dos militantes e membros do MPL que estavam participando das manifestações.

Como consequência dos acontecimentos do dia 20, o MPL anunciou, no dia 21 de junho, que não iria convocar novas manifestações. A presidenta Dilma Rousseff anunciou neste mesmo dia que seria elaborado um projeto direcionado à melhoria dos serviços públicos. Gohn (2014) ressalta que o foco da cena midiática era, nesse momento, o Governo Federal, que teve queda de 57% para 30% em sua avaliação em apenas três semanas. Em nova pesquisa, o Datafolha apontou que as manifestações atingiram o maior índice de aprovação, sendo vistas como legítimas por 81% dos brasileiros.

O mês de junho encerrou-se com várias manifestações contra a Copa das Confederações, realizadas principalmente nas cidades onde aconteciam os jogos. O Brasil ganhou a Copa, e a bandeira contra o evento refluíu naquele momento. 1.301 detenções foram realizadas em junho, em 15 capitais do país. Dessas, a Polícia Civil abriu 273 inquéritos sob suspeita de dano ao patrimônio público, lesão corporal e formação de quadrilha. Em São Paulo foram presas 218 pessoas em junho (GOHN, 2014, p.32).

Sob a perspectiva de Rolnik (2013), as manifestações de junho podem ser entendidas como um terremoto que perturbou a ordem de um país que parecia viver em prosperidade e paz, no entanto, com os primeiros protestos, emergiram uma infinidade de agendas mal resolvidas e contradições. A autora pontua que o sismo provocado pelas manifestações introduziu “fissuras na perversa aliança entre o que há de mais atrasado/excludente/prepotente no Brasil e os impulsos de mudança que conduziram o país na luta contra a ditadura e o processo de redemocratização” (ROLNIK, 2013, p.8). Essa aliança seria representante de um entrave para o desenvolvimento de um país próspero e cidadão.

As manifestações de massa mudaram o cotidiano das cidades brasileiras e pegaram governantes, políticos de todos os partidos, imprensa e até mesmo cientistas sociais, de surpresa. Isso aconteceu pela rapidez com que tomaram o país, pelo número de pessoas que foram mobilizadas e pela diversidade de temas evocados (VAINER, 2013, p.35). A dimensão que as manifestações atingiram é algo que nem mesmo seus idealizadores poderiam imaginar.

O MPL, idealizador dos primeiros protestos de junho em São Paulo, é um movimento que teve origem em 2003, mas que se tornou mais conhecido em 2005, no Fórum Social Mundial, em Porto Alegre. O movimento define-se como apartidário, independente e horizontal, caracterizando-se pela ausência de lideranças definidas, dando a todos os membros a mesma voz e poder de decisão. A principal linha de ação do MPL está centrada na luta pelo transporte gratuito e de qualidade, sem as intervenções da iniciativa privada.

No período posterior à tomada das ruas em junho de 2013, o MPL declarou que as manifestações sempre foram muito mais amplas que o movimento e nunca foi intenção da organização se apropriar delas. Os membros do MPL destacam ainda a eclosão de atos em cidades e regiões do país que nunca tiveram contato com qualquer atividade do coletivo.

A insatisfação relativa à qualidade e ao reajuste tarifário do transporte público, pauta que levou o MPL às primeiras mobilizações na capital paulista, foram o estopim para que reivindicações diversas e até mesmo contraditórias ganhassem espaço nas ruas. Os manifestantes clamavam por melhorias na prestação de serviços como saúde e educação, pediam a redução dos impostos, posicionavam-se contra os gastos públicos na realização dos megaeventos programados para o país (Copa das Confederações de 2013, Copa do Mundo de 2014 e Olimpíadas de 2016), além de mostrar indignação ante ao cenário político nacional.

Silva e Ziviani (2014) apontam que a diversidade de opiniões, reivindicações e pontos de vista dificultou as compreensões dos movimentos sociais. Nas ruas, fundiram-se movimentos tradicionais e organizados, movimentos desorganizados e uma multidão que até então não havia se envolvido em nenhum tipo de atividade combativa.

Vários tempos foram às ruas. Os tempos dos movimentos que surgiram por volta dos anos 1960, de luta por direitos civis como o LGBT e o das mulheres. Movimentos que surgiram nos anos 1990 ligados ao direito à cidade como o Movimento Passe Livre e também os movimentos que surgiram na cena das lutas contra o déficit habitacional. Grupos de ação direta ligados a movimentos anarquistas, como os *Black Blocs*, que foram trazidos para o Brasil. E grupos dispersos, como o que ficou conhecido como o dos “coxinhas”, que são principalmente jovens de classe média que foram às ruas para a “festa” ou para reivindicar privilégios e extinção de direitos coletivos (SILVA & ZIVIANI, 2014, p.7-8).

Para além do susto ocasionado pela adesão de milhares de pessoas às manifestações de rua, também houve o aparecimento de um novo sujeito político que estava

ausente há muitos anos, manifesto nos cidadãos que se reuniam nas ruas em protesto, em especial aqueles pertencentes às camadas médias da sociedade, conforme acrescenta Gohn (2014).

A classe média brasileira cultiva ressentimentos relativos à perda de seu poder na formação da opinião pública desde o período eleitoral de 2006. Até esse momento, os segmentos sociais mais abastados eram os alvos preferenciais das campanhas eleitorais e disseminavam suas convicções relativas ao campo político para as classes de menor poder aquisitivo, menos instruídas e informadas. Estudos revelam que a partir de 2006 houve uma diferenciação do perfil de voto do eleitorado menos abastado para o perfil das classes médias tradicionais. Neste momento, devido às políticas de transferência de renda, a formação da opinião pública deixou de se vincular aos valores e interesses dos segmentos de maior renda do país (RICCI & ARLEY, 2014, p.56).

Durante o desenrolar dos atos que se estenderam pelo mês de junho, foi possível observar, através da leitura de textos de acadêmicos, jornalistas e cidadãos comuns, uma preocupação relativa à possibilidade de apropriação das manifestações por grupos conservadores.

Embora o ideário das manifestações estivesse ligado a uma ideologia esquerdista, evidenciada através de demandas que sugeriam a igualdade de acesso aos serviços públicos e pela crítica às elites e à classe política, foi possível perceber que agrupamentos de extrema direita também marcavam posição nas ruas. Apesar de terem sido minoritários e marginais, a ação destes grupos em São Paulo fez com que os atos do MPL se deslocassem para a periferia da cidade, como relembram Ricci e Arley (2014). Além disso, é válido ressaltar que foi a partir da ação destes manifestantes que o MPL e militantes da esquerda foram expulsos dos atos do dia 20 na capital paulista, sob a alegação de que se tratava de um protesto “antipartido”.

Ricci e Arley (2014) destacam que a emergência de uma hegemonia conservadora no cenário nacional envolveu não apenas as classes mais favorecidas, mas também os segmentos que ascenderam em sua renda nos últimos anos. Segundo os autores, a onda conservadora em curso é composta por três movimentos: 1) o conservadorismo reativo das classes médias tradicionais, ressentidas pelo rebaixamento ocasionado pelo acesso das camadas populares a serviços que antes eram exclusivos aos segmentos de maior renda; 2) o conservadorismo das camadas menos abastadas que tiveram seu poder aquisitivo melhorado, que temerosas de voltar para a condição que ocupavam anteriormente, acabam reproduzindo os discursos e ideários das classes mais abastadas como referenciais de valores e padrão de

vida; 3) e finalmente, a onda cultural conservadora atua no desmonte da hegemonia de esquerda, a qual vem sendo consolidada no país desde os anos 1950.

Declarações de membros do MPL expressavam a insatisfação do movimento com as pautas conservadoras que irromperam no período das manifestações, descaracterizando as lutas originais, como recordam Ricci e Arley (2014). Gohn (2014) esclarece que a falta de uma definição estratégica e organizatória a nortear as manifestações elevou os riscos de apropriação por forças conservadoras da direita.

Secco (2013) aponta que a direita assumiu uma face dupla durante as manifestações, entre grupos que expulsavam uma esquerda desprevenida e “cidadãos de bem” que, trajados de verde e amarelo, aplaudiram a atitude. O autor comenta que a mudança ideológica dos protestos coincidiu com uma queda expressiva no número de manifestantes. Para Secco (2013), o movimento que a princípio era apartidário tornou-se antipartidário.

Na medida em que as manifestações cresciam em número, as novas vozes em cena traziam pautas diversas e até mesmo controversas. A falta de liderança e de delimitação das pautas acabou por acarretar um esvaziamento de sentido; um grande número de pessoas caminhava pelas ruas do país sem produzir reflexão sobre os questionamentos e reivindicações que ali levantavam. Ao fim de junho, o número de manifestantes refluíu e as manifestações perderam força.

O processo de conhecimento dos grupos que foram às ruas, da forma como se organizavam e se conectavam, é parte fundamental para que se busque entendimento sobre os eventos que colocaram o Brasil na rota das manifestações que se articularam ao redor do mundo, como se pretende elucidar no próximo tópico.

4.1 QUEM É ESSE POVO NAS RUAS: O PERFIL DOS MANIFESTANTES E A LÓGICA DE RETROALIMENTAÇÃO ENTRE AS AÇÕES *ONLINE* E *OFFLINE*

Para quem foi às ruas em junho de 2013, seja por curiosidade ou afinidade ideológica com alguma das pautas evocadas pelas manifestações, foi possível perceber que era comum identificar grupos de jovens, que gritando cantos e palavras de ordem e portando cartazes que apresentavam suas reivindicações, enchiam as ruas nas mais variadas partes do país.

A geração tida como apática e despolitizada tomou as ruas como um enxame, ainda que com demandas difusas. As pautas surgiam muitas vezes no processo de construção dos cartazes, confeccionados no calor das ruas, onde cada manifestante tinha a possibilidade

de levar sua própria reivindicação. Ricci e Arley (2014) explicam que a alegria juvenil, expressa nos enxameamentos das ruas em todo país, foram um elemento constitutivo das manifestações.

Augusto de Franco, citando David Ugarte, explicitou o conceito de *swarming*: “enxameamentos cívicos levando a grandes manifestações de massa podem ser observados caso haja possibilidade de conexão em tempo real (por telefone móvel ou e-mail, por exemplo), em horas ou até minutos. Fenômenos típicos das redes, mas que não dependem das tecnologias, apoiam-se na interação e conectividade. Como todo enxame, não se sabe ao certo como surgiu e por qual motivo se dispersou, mas o fenômeno é reconhecido e é esperado que se repetisse em algum momento futuro. Relaciona-se com a noção de comunidade provisória, fortemente articulada com a identidade afetiva e com a convocação horizontalizada (RICCI e ARLEY, 2014, p.33).

Quando a manifestação foge ao padrão daquelas que são comumente organizadas pelos movimentos sociais tradicionais, como no caso das que ocorreram em junho no Brasil, sem líderes verticais, sem a admissão de bandeiras partidárias, e contra palavras de ordem, traçar o perfil dos manifestantes torna-se complicado, como explica Gohn (2014).

Pesquisas como a divulgada pelo Ibope no período das manifestações auxiliam na identificação e compreensão dos grupos que foram às ruas e os motivos que os levaram a ocupá-las. Realizada no dia 20 de junho, data de maior adesão aos protestos nas capitais de sete estados, entre eles São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Pernambuco, Ceará e Bahia, a pesquisa ouviu 2002 manifestantes (50% homens e 50% mulheres) com idade igual ou superior a 14 anos.

Os números divulgados apontam como principais razões das manifestações, com base nas respostas obtidas dos entrevistados, o transporte público (37,6%) e o ambiente político nacional (29,9%), conforme dados completos disponíveis no ANEXO A.

No que tange o perfil dos entrevistados, os dados do Ibope apontam que a média de idade dos manifestantes era de 14 a 24 anos (43%), seguida das faixas etárias entre 25 a 29 anos (20%). Com relação à escolaridade, 49% tinha colegial completo ou ensino superior iniciado e 43% possuía curso superior completo. Quanto a média salarial, 30% têm renda familiar superior de dois até cinco salários mínimos e 23% têm renda acima de 10 salários mínimos; outros 15% declararam renda familiar de até 2 salários mínimos. Gohn (2014) aponta que, a partir dos dados relativos à renda familiar dos entrevistados, é possível afirmar que os mais pobres e periféricos não estiveram presentes de forma expressiva, isto é, não integraram a massa que tomou as ruas.

Em relação à função remunerada, 76% dos manifestantes ouvidos disseram que trabalhavam e 52% estudavam. Para Gohn (2014), os dados relativos à ocupação revelam a complexidade da vida social brasileira. A autora afirma que a linearidade proposta pela

sequência de vida-estudo-trabalho-aposentadoria não cabe mais como explicação da realidade, tendo em vista que grande parte dos brasileiros concilia o trabalho aos estudos. Ainda que os estudantes tenham representado uma parcela expressiva no início dos protestos, o perfil dos manifestantes se diversificou à medida que os atos ganharam maior número de adeptos, como destaca a autora.

Sobre as formas de mobilização, 77% dos manifestantes aderiram aos atos por meio de convocação via *Facebook*, enquanto 13% disseram não ter se mobilizado através das redes, ao passo que 75% admitiram ter convocado outras pessoas para as manifestações por meio das redes sociais.

A faixa etária predominante entre os manifestantes conjugada aos dados relativos às formas de mobilização nos leva a crer que a articulação dos atos através das redes não se deu somente em função das possibilidades de disseminação de conteúdos de forma rápida, barata e eficiente, mas também por se tratar de um meio com o qual os manifestantes estavam habituados.

Os eventos que convocavam os sujeitos às manifestações via *Facebook* auxiliaram na divulgação do local e horário dos atos, das principais pautas defendidas e até mesmo na cobertura dos protestos a partir de vídeos, fotos e textos compartilhados pelos próprios usuários. Nos dizeres de Alzamora *et al* (2014), os eventos ambientados no *Facebook* foram determinantes para as manifestações, mas elas se edificaram a partir de conexões *online* e *offline*. Os autores adotam a perspectiva de que os eventos de junho mantiveram uma face nas redes, como no caso do *Facebook*, e outra nas ruas, não sendo possível reduzi-los a qualquer uma dessas instâncias.

Os protestos são aqui compreendidos como dispositivo composto por linhas heterogêneas, que podem se relacionar tanto à configuração midiática, das quais o *Facebook* é exemplo, quanto à conformação sociocultural e política das ruas. Ruas e mídias constituem, assim, uma mesma rede na qual as manifestações se teceram (ALZAMORA *et al.*, 2014, p.41).

A comunicação via rede se tornou fundamental para a articulação de ações coletivas. As formas em que ela se estabelece vão além dos computadores e da internet, tendo nos celulares e em diferentes tipos de mídias móveis novas, possibilidades de registro instantâneo que podem se configurar como arma de luta nas ações que geram reações em resposta (GOHN, 2014, p.141). Os atos de junho de 2013 ratificam as afirmações da autora. O compartilhamento de vídeos que retrataram a ação violenta da polícia pelos próprios manifestantes evidenciou imagens que os veículos midiáticos tradicionais não possuíam. Embora muitas vezes fossem amadoras, demonstravam os acontecimentos pelo lado de dentro, o que permitia a compreensão dos fatos por aqueles que não compareceram. Este tipo

registro, além de se constituir como uma narrativa dos movimentos, foi capaz de gerar uma onda de solidariedade e identificação com aqueles que estavam nas ruas.

Presentes no processo de convocação e de mobilização dos manifestantes, as redes forjaram comunidades entrelaçadas pela identidade e pelo afeto. As convocações não eram realizadas por uma liderança específica, mas fundavam-se na horizontalidade, na identidade e na confiança entre quem convidava e quem recebia o convite, conforme enunciam Ricci e Arley (2014). Para os autores, as relações minimalistas de confiança são explicativas pelo fato de que cada cartaz apresentado por um indivíduo ou por um pequeno grupo constituía uma manifestação em si, com reivindicações que transitavam entre a tarifa zero, a causa LGBT, em relação ao padrão FIFA da saúde pública, contra os governantes e/ou qualquer outra pauta insurgente.

A predominância das redes não se deu somente nas formas de convocação e organização para os atos, figurando também como principal fonte de informação sobre os eventos. A mídia, que inicialmente criminalizava e identificava os manifestantes como vândalos e perturbadores da ordem pública, mudou seu discurso ao longo dos dias, passando a tratar as manifestações como pacíficas, apresentando apenas focos esporádicos de violência e vandalismo protagonizados por grupos diminutos.

Embora apanhada de surpresa, como a maioria dos brasileiros, a mídia acabou tendo papel central no desenrolar das manifestações de rua ocorridas em todo país. Nos primeiros dois dias o tom era de repúdio total. Editoriais de grandes jornais pediam uma ação enérgica das autoridades para pôr fim aos protestos. No rádio e na TV os jovens que saíam às ruas, sem atos de violência, eram chamados de vândalos. A Polícia Militar de São Paulo atendeu aos pedidos da mídia e desfechou uma série de ações cruéis, combinando truculência com despreparo. Atingiu a todos que estavam na rua, inclusive jornalistas trabalhando. A resposta também foi dada nas ruas de São Paulo, com passeatas que não eram vistas desde a queda do Presidente Collor. De uma bandeira restrita ao preço das passagens dos transportes públicos, as manifestações ganharam corpo com os milhares de indignados que saíram às ruas para protestar contra a violência policial. A partir daí a mídia mudou o tom. De vândalos os manifestantes passaram a ser protagonistas de um “belo espetáculo democrático” (LEAL FILHO *apud* GOHN, 2014, p.72-73).

Conforme destaca Lima (2013), ainda que os jovens manifestantes se conectem, se informem, se divirtam e se expressem a partir das redes sociais, ainda são dependentes da velha mídia para alcançar a visibilidade pública, para que sejam incluídos no espaço de formação da opinião pública. O autor revela ainda que para além das notícias relacionadas às manifestações, a velha mídia aproveitou-se do momento para “desconstruir as inegáveis conquistas sociais dos últimos anos em relação ao combate à desigualdade, à miséria e à pobreza” (LIMA, 2013, p.92).

Por outro lado, as informações produzidas de forma individual ou coletiva circularam e atingiram grande visibilidade na rede, sendo consumidas em larga escala a partir

das mídias digitais. Por conta disso, acabaram por pautar a mídia tradicional, que por sua vez pautou parte das reivindicações que eram expostas em cartazes, em uma lógica de transmissão (vertical) e compartilhamento (horizontal) que é denominada por Jenkins como cultura de convergência (ALZAMORA *et al*, 2014, p.44).

Nas palavras de Gohn (2014), os jovens que participaram das manifestações queriam, antes de tudo, ser escutados. Para eles, foi importante falar e denunciar o desrespeito aos cidadãos e expressar as demandas de interesse de toda sociedade. A autora explica que os jovens manifestantes de junho fizeram eclodir uma nova forma de organização política, expressando-se por meio da ocupação de praças e avenidas sem uma direção definida. Sobre a ocupação do espaço público como forma de pressão e reivindicação serão feitos apontamentos no próximo tópico.

4.2 A REIVINDICAÇÃO DA CIDADE: OS PROTESTOS COMO FORMA DE APROPRIAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO

Quando movimentos das mais variadas orientações tomam as ruas como forma de fazer visíveis suas bandeiras, normalmente são rechaçados pela polícia, pelo poder público e pela mídia, acusados de perturbar a ordem e atrapalhar o fluxo urbano. Por isso ocorre o estranhamento, o incômodo e o não entendimento em relação às multidões que se aglomeraram nas avenidas e praças ao redor do país, bem como as motivações que levaram estes sujeitos a trocar suas casas pelo calor das ruas.

Vainer (2013) destaca que as manifestações ocorridas em junho de 2013 conseguiram unificar descontentamentos, lutas, reivindicações e anseios, algo que era objetivo de militantes, organizações populares e setores do movimento social urbano há muito tempo. Ao citar Mao Tse-Tung (1930), o autor afirma que uma pequena fagulha pode incendiar uma pradaria e que os esforços que visam a compreensão dos processos em curso devem voltar os olhos não para a fagulha que deu início ao incêndio, mas para as condições da pradaria, que poderiam explicar a razão de propagação do fogo. Vainer (2013) complementa dizendo que as pradarias metaforizam as nossas cidades e que os acontecimentos que se desdobraram em torno delas nos últimos anos prepararam-as para que se tornassem cenário, objeto e alvo das reivindicações de milhões de pessoas.

Ainda em 2013, o MPL esclareceu que o teor explosivo das manifestações apontava desde o princípio para as contradições que as produziram, imbricadas no sistema de transporte coletivo. Para o movimento, as catracas do transporte configuram-se como

barreiras físicas que discriminam, segundo critérios de concentração de renda, os que podem circular pela cidade e os que estão fadados à exclusão urbana. Para aqueles que são dependentes dos coletivos, o dinheiro que se gasta na condução é suficiente apenas para custear o deslocamento de casa, na periferia, para o trabalho, no centro.

A apropriação do espaço urbano pelos trabalhadores supera a luta que o MPL travou em seus primeiros anos, relativa ao passe livre estudantil. Os membros do coletivo admitem que a elevação das tarifas afeta a todos, não sendo restrita aos estudantes. Para o movimento, a luta relativa ao transporte tem a dimensão da cidade e não de um recorte específico de sua população.

Sob o ponto de vista de Maricato (2013), para os que acompanham a realidade das cidades brasileiras, as manifestações que impactaram o país em 2013 não foram vistas com estranhamento. As razões objetivas e subjetivas que desencadearam os protestos estariam diretamente ligadas à condição de vida nas cidades.

Para além de todas as implicações trazidas pela agitação da vida urbana, a condição dos transportes é que acaba cedendo a maior dose de sacrifício para os cidadãos. O tempo médio que um trabalhador que mora na periferia de uma cidade como São Paulo gasta para chegar ao trabalho é superior a três horas de viagem, extraindo das camadas de renda mais baixa o preço da imobilidade (MARICATO, 2013, p.24).

Harvey (2013) aponta para o fato de vivermos em cidades divididas, fragmentadas e tendentes ao conflito, socialmente divididas entre as elites financeiras e as grandes porções de trabalhadores de baixa renda, marginalizados e desempregados. O desenvolvimento desigual do ambiente urbano traça um cenário que favorece o conflito social, conforme argumenta o autor.

Ainda que o transporte público tenha figurado como bandeira inicial e entre as principais pautas das manifestações, questões relativas aos investimentos urbanos ligados à realização de megaeventos no país também se tornaram alvo dos protestos. Vainer (2013) destaca que os megaeventos (Copa do Mundo de 2014, Copa das Confederações de 2013 e Olimpíadas de 2016) imprimiram fortes transformações no cenário das nossas cidades. As intervenções promoveram uma limpeza étnica e social nas áreas que receberam investimentos, expulsando a população mais pobre dessas regiões de forma hostil e arbitrária.

A questão urbana, neste sentido, figurou como o substrato das manifestações. O agravamento da crise dos grandes centros urbanos, os altos custos de moradia, a violência e os gastos e intervenções governamentais nas obras relativas aos megaeventos funcionaram como um catalisador da insatisfação popular (RICCI & ARLEY, 2014, p.133).

Entre as motivações que levaram à insurgência do povo nas ruas, figura uma insatisfação relativa às condições de vida e às dificuldades de acesso a direitos básicos. Ocupar as ruas das cidades não é apenas um ato simbólico, uma interrupção momentânea do fluxo, mas a possibilidade de expor as demandas e necessidades que irromperam no cotidiano dos manifestantes.

O cenário urbano assistiu e acolheu as mudanças sociais em curso. Praças e avenidas configuraram-se como representações simbólicas do capital. Estes espaços físicos e simbólicos do capital, o coração financeiro das cidades, símbolos e ícones do capitalismo, tornaram-se alvos da apropriação dos manifestantes em protesto (GOHN, 2014, p.142). Cabe ressaltar que apropriação pacífica destes espaços pode causar incômodo, mas as intervenções e a depredação de edificações símbolo dos espaços urbanos é amplamente condenada, inclusive pelos próprios manifestantes, como foi possível observar nos atos de junho.

Na via oposta da ocupação pacífica dos espaços públicos por boa parte dos manifestantes de junho, atuaram grupos como o *Anonymous* e os *Black Blocs*, que assumiram o protagonismo entre os focos de resistência e na reação violenta à repressão policial. Gohn (2014) comenta que o *Anonymous* é um grupo que se originou nos Estados Unidos no início deste século, formado por centenas de coletivos que usam as redes e as tecnologias digitais para disseminação de discursos e convocação de participações diretas. Ao citar Machado (2013), Gohn (2014) enfatiza que o *Anonymous* foi decisivo para que informações relativas aos protestos se espraiassem na articulação da solidariedade ao movimento em seu período inicial. Juntamente aos *Black Blocs*, o coletivo dominou a cena dos conflitos durante as manifestações.

Os *Black Blocs* são identificados como um grupo com vinculações anarquistas que teve origem na Alemanha, na década de 1980. O grupo não possui organização formal, hierarquizada ou centralizada e usam roupas pretas para cobrir o rosto e garantir o anonimato de seus membros, conforme destacam Silva *et al* (2014).

Nas palavras de Gohn (2014), os *Black Blocs* representam uma das parcelas das manifestações de junho, mudando a cena das mesmas. Criminalizados pela mídia, argumentam que depredação não é violência, mas uma forma de intervenção simbólica que atinge a propriedade privada, considerada como o cerne do capitalismo.

Em meio a tantos grupos e tantas vozes que se apropriaram e apresentaram suas demandas no espaço público em junho, ficou evidente que, em meio a uma infinidade de pautas, a efervescência das manifestações se ancorou em questões relativas à qualidade de

vida da população e à crise de representação política, como será evidenciado no tópico posterior.

5. A COMUNICAÇÃO E O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DAS NOTÍCIAS: O FAZER JORNALÍSTICO COMO LEITURA SOCIAL DA REALIDADE

O ambiente social está imerso na comunicação. E não apenas no contexto midiático-informativo. As novas tecnologias permitem que se estabeleçam trocas de mensagens em diferentes suportes em tempo real e sem limitações geográficas. Da mesma forma, o acesso à informação foi potencializado pela facilidade de acesso aos conteúdos disseminados pelos meios de comunicação, que tiveram que se adaptar ao fluxo intenso e imediatista sugerido pelo atual cenário, profundamente atravessado pela virtualidade.

Informar significa, em seu sentido etimológico, “dar forma a”. Toda informação pressupõe um suporte, traços materiais (meio de difusão da mensagem: tinta, ondas sonoras, pontos luminosos, etc) e um código através do qual a informação é elaborada, conforme enuncia Martino (2008). Para o autor, os traços materiais, organizados a partir de um determinado código, permitem que o receptor reaja aos conteúdos elaborados pelo emissor.

O contato com os conteúdos informativos é algo comum, faz parte da vivência social. Desta forma, a comunicação tem uma existência sensível, é do domínio do real, forjada como fato concreto do cotidiano, exposta de forma quase exaustiva na sociedade contemporânea (FRANÇA, 2008, p.39). Embora a comunicação não tenha sido descoberta na modernidade, ela foi problematizada e complexificada ao longo dos séculos, o que permitiu o surgimento de múltiplas formas e modulações na sua realização, como destaca França.

Hohlfeldt (2008) enfatiza que há uma relação íntima entre a comunicação e os desenvolvimentos sociais. A comunicação não permite apenas a troca de mensagens, mas concretiza uma série de funções, entre as quais é possível citar a circulação de informações e a construção de consensos de opinião – destacando-se a sua participação em processos persuasivos e na formação de identidades.

O contato amplo e constante entre o ambiente social e os conteúdos comunicacionais gera uma relação de familiaridade entre os sujeitos e os agentes do campo da comunicação. É comum que se responda ao “boa noite” do apresentador do telejornal noturno, assim como se pode ter a sensação de que se conhece os modos de funcionamento e produção jornalísticos.

As primeiras vertentes teóricas sobre o jornalismo acabaram por produzir uma visão reducionista da imprensa. Traquina (2001) traça um panorama de algumas teorias. A primeira delas, de acordo com o autor, é a Teoria do Espelho, na qual o jornalismo seria um

retrato fiel da realidade e os jornalistas observadores neutros da vida social. Apenas reproduziriam os fatos como se fosse possível capturar os acontecimentos em sua forma integral. Tal visão surgiu no final do século XIX e consolidou-se no início do século XX relacionada ao modelo hegemônico de imprensa nos Estados Unidos. Era preciso criar a ideia de que os jornais estavam distantes da construção de visões de mundo e procuravam apenas ser um canal mediador entre o mundo e o cidadão. Tal argumento visava a legitimar e dar credibilidade aos jornais que estavam em busca do lucro. Desde o início até os dias atuais, mesmo sendo questionados, os jornais procuram vender a imagem de isenção, imparcialidade e objetividade.

Esta dissertação, contudo, prioriza as teorias que analisam o jornalismo a partir da perspectiva construcionista, nas quais se considera que os jornais são atores sociais que participam ativamente da construção social da realidade (BERGER & LUCKMANN, 1985). Segundo os autores, o homem, por um lado, é produto do meio social e, ao nascer, quando encontra um mundo organizado e institucionalizado, ainda no processo de socialização, precisa aprender a incorporar conjuntos de regras de um mundo complexo lhe é apresentado. Berger e Luckmann (1985) ressaltam, no entanto, que a relação do indivíduo com o mundo é dialética, ou seja, ao mesmo em tempo que se configuram como produtos, também se caracterizam como produtores da ordem social. Ao se tornarem adultos, optam por determinadas profissões e assumem posições estratégicas, isto é, podem adotar posturas mais conservadora sobre certos assuntos, ou em conjunto com outros indivíduos, lutar para alterar a ordem social. Estas disputas, nesta perspectiva, perpassam mecanismos de linguagem e configuram-se automaticamente como relações de poder nas quais a comunicação é o fio condutor dos processos. Por isso, a centralidade da mídia como forma de construção social da realidade é importante para compreender fenômenos sociais.

A partir da visão de Berger e Luckmann (1985), é possível remeter a um novo paradigma da comunicação de que os indivíduos não são meros receptores acríticos das mensagens midiáticas, mas que se apropriam do que recebem e criam uma visão crítica do mundo. Desta forma, transformam a notícia a partir das suas visões de mundo e das relações sociais que estabelecem no seu cotidiano. É neste sentido que o trabalho apresenta algumas perspectivas contemporâneas do fazer jornalístico que tratam a imprensa como uma importante peça na construção de sentidos sociais. A base deste arcabouço teórico são as teorias do agendamento, a teoria do *newsmaking* e, principalmente, as teorias sobre o enquadramento, que revelam de que forma os fatos são recortados e selecionados, e para além disso, ganham ênfase em alguns aspectos em detrimento de outros. Entende-se que isso pode

ocorrer em função de escolhas editoriais, por ações dos próprios jornalistas e até mesmo por aspectos relacionados às rotinas de produção e critérios de noticiabilidade. Isso revela a complexidade do fazer jornalístico compreendido como resultado de um conjunto de variáveis que atuam para transformar acontecimentos em notícias.

A partir de tal complexidade, entende-se que sobre a lógica operacional do jornalismo existem inúmeras teorias que tentam explicar o processo de construção das notícias. Alguns teóricos acreditam que a comunicação possui um poder de agendar a vivência e os diálogos travados na vida social, conforme sugere a hipótese do agendamento ou *agenda setting*. Ferreira (2008) esclarece que o agendamento está fundado na hipótese de que os veículos de comunicação impõem os temas que serão inseridos na agenda do público. As visões de mundo e os diálogos travados entre sujeitos seriam fruto da agenda estipulada pela mídia.

Nessa perspectiva teórica, os sujeitos compõem sua visão de mundo por meio da agenda estipulada pela mídia ao longo do tempo em que são expostos a ela. Ao contrário da teoria hipodérmica, a *agenda setting* não atribui à comunicação a capacidade de impor ao público o que pensar sobre um determinado tema, embora seja capaz de influenciar, a médio ou longo prazo, sobre o que se pensar e falar, agindo como construtora da agenda social e individual (HOHLFELDT, 2008, p. 191). A influência do agendamento midiático depende, entretanto, do grau de exposição do receptor aos seus produtos, da relevância e interesse do tema em questão e do tipo de mídia em que é veiculado.

De forma análoga, a hipótese do *newsmaking* enfatiza o potencial de transformação dos eventos cotidianos em notícia. Hohlfeldt (2008) explica que, no horizonte do *newsmaking*, inserem-se os estudos do *gatekeeping* ou filtragem da informação que, segundo o autor, diferencia-se da censura por estar vinculada às rotinas de produção da informação. Desta maneira, os meios de comunicação trabalhariam em uma lógica específica, “que escapa aos ditames e interesses do receptor, que se expressam nas exigências de produção e expressão informacional [...] que predetermina o contexto de interpretação e valorização dos fatos” (HOHLFELDT, 2008, p. 207).

A partir deste olhar, as notícias seriam construídas respeitando a critérios de noticiabilidade que envolvem, entre outros fatores, a relevância do tema e o potencial que este possui de penetrar e impactar a sociedade. Desta forma, os fatos noticiados são previamente selecionados e apresentados para o público seguindo a critérios relativos à rotina de produção da informação.

Embora existam outras diversas teorias que vertebram os estudos de jornalismo, este trabalho adota como ponto de convergência as perspectivas apontadas pela Teoria do Enquadramento. A partir das reflexões que são ofertadas por esse modelo teórico, pretende-se compreender de que forma as manifestações ocorridas em junho de 2013 foram enquadradas pela *Folha de S. Paulo*, conforme será tratado nos tópicos seguintes.

5.1 ENQUADRAMENTOS: A ATUAÇÃO DA MÍDIA COMO ATOR SOCIAL

No processo de construção das notícias, cabe ao jornalista apurar os fatos, recortá-los e enquadrá-los, com o intuito de torná-los compreensíveis ao público. Desta forma, estes profissionais atuam como mediadores entre os inúmeros fatos que ocorrem cotidianamente e o receptor, selecionando os acontecimentos que possuem maior relevância. Ao estabelecer critérios que determinam que algo deve ou não ser noticiado, o jornalista trabalha como um construtor da realidade, enquadrando-a de forma que ela se torne socialmente compreensível.

Diferentemente da teoria do espelho (Traquina, 2001), que representa uma visão idealizada do jornalismo imparcial, capaz de transmitir a verdade assim como o espelho reflete uma imagem, a teoria do enquadramento supõe que o jornalista interfere e recorta o conteúdo que será por ele noticiado, sem a imparcialidade sugerida pela teoria do espelho.

Segundo Sádaba (2007), para a teoria do enquadramento, o jornalista, ao cobrir um acontecimento, tende a influenciar o modo como o mesmo será noticiado. A autora elenca algumas características individuais do jornalista que podem interferir no processo de construção da notícia, tais como a etnia, o sexo, a idade, a educação recebida, o lugar onde ele estudou jornalismo, as experiências profissionais e as crenças que ele possui.

Além disso, a autora destaca que as fontes utilizadas pelos jornalistas também exercem influência sobre a realidade por ele construída. Através da escolha das fontes é possível dar à notícia um encaminhamento que a faça compatível com os interesses dos jornalistas e dos veículos que representam. Motta (2010) explica o conceito de *frame*, que pode ser traduzido como enquadramento:

Frames, marcos ou enquadramentos constituem os modos através dos quais se cataloga e se vive a experiência da realidade. Molduras que permitem definir as situações de interação e da experiência. Esses marcos não definem apenas os significados da vida cotidiana, estabelecem também os modos apropriados de participar delas (MOTTA, 2010, p.139).

Motta (2010) ressalta que os enquadramentos fazem com que um acontecimento seja passível de ser compreendido. Ao citar Colling (2000), o autor explica que, ao enquadrar um fato, seleciona-se e destaca-se alguns aspectos da realidade no texto comunicativo. Desta

forma, informações podem ser incluídas ou excluídas no processo de construção das notícias, em um esforço jornalístico de torná-las compreensíveis para os receptores.

Sádaba (2007) destaca que no processo de produção de notícias os jornalistas também sofrem interferência das normas editoriais, das rotinas de trabalho e dos métodos jornalísticos, os quais podem determinar que os fatos sejam enquadrados seguindo a critérios de noticiabilidade.

O enquadramento predominantemente utilizado pelos veículos midiáticos no jornalismo político é, segundo Motta (2010), o *frame* dramático (narrativo). O autor esclarece que, ao estabelecer ordenamentos narrativos para a realidade, os jornalistas têm a possibilidade de contar uma história e estabelecer uma linha argumentativa que torna os fatos mais facilmente compreensíveis para o leitor. As narrativas jornalísticas seriam não somente representações, mas apresentações da realidade.

Sob a perspectiva do autor, o jornalismo político tende a utilizar enquadramentos dramáticos lúdicos, incorporando expressões como “guerra”, “batalha”, “duelo”, “quebra-cabeça”, porque esses *frames* permitem enquadrar os enfrentamentos políticos buscando torná-los mais claros para sua audiência.

A política, neste sentido, constitui-se como um complexo jogo de poder em que seus agentes passam por processos de formação de alianças, enfrentamentos, convergências e divergências. A produção de enquadramentos dramáticos permite que se apreenda as complexas relações que permeiam o campo político e que elas sejam relatadas ao público de forma didática. Relatar os fatos de forma lúdica facilita a assimilação por parte dos leitores devido ao fato de esses *frames* serem parte da cultura do senso comum (MOTTA, 2010, p.158).

Ao enquadrar um acontecimento, o jornalista apresenta-o aos leitores, os quais não são totalmente passivos aos conteúdos por eles recebidos. A teoria do construtivismo supõe que os indivíduos são capazes de reagir aos conteúdos aos quais são expostos, possibilitando que eles elaborem e organizem seu próprio conhecimento (BERGER & LUCKMANN, 1985).

Para Sádaba (2007), é na perspectiva construtivista que os sujeitos são capazes de interpretar a realidade social, não agindo apenas como meros espectadores. Desta forma, a interpretação individual possibilitaria atribuir novos significados aos fatos noticiados aos receptores.

Entman (*apud* Motta, 2010), define o enquadramento como parte inerente à construção das notícias. Para ele, o enquadramento prepararia, através da associação entre as

informações contidas no texto e o repertório do público, a resposta da audiência. O autor considera ainda que o enquadramento seria uma marca de poder.

Foucault (2003) concebe o poder como algo inexistente. Para ele, o que existe são relações de poder estruturadas em rede, o qual não pode ser retido nas mãos de alguns sujeitos. Para o autor, todos os indivíduos exercem poder e também sofrem as ações do mesmo. Se sob o ponto de vista foucaultiano, o poder não é algo que se detém, mas que se exerce. A atividade jornalística é vista por muitos como uma forma de exercício de poder, uma vez que os veículos midiáticos teriam a possibilidade de estabelecer influência em relação à sociedade.

Vale dizer que os veículos de comunicação têm a capacidade de selecionar o que será ou não noticiado. Albuquerque (2010) explica que o papel da imprensa é por vezes descrito como o de um cão de guarda que atua na defesa dos direitos coletivos, de forma que ela assumiria a função de um Quarto Poder.

Lima (2007) explica que o conceito de jornalismo como ‘Quarto Poder’ teve origem no contexto das revoluções liberais, na Inglaterra, no século XVIII. De acordo com a concepção liberal, o jornalismo deveria exercer a função de contrapoder em relação aos poderes Legislativo, Executivo e Judiciário.

Segundo Traquina (2001), a imprensa seria uma espécie de sentinela da democracia. Para ele, os meios de comunicação possuem uma função dual, devendo proteger os sujeitos dos abusos de poder dos governantes e ao mesmo tempo mantê-los informados e dar voz a suas reivindicações, firmando-se como uma ferramenta essencial para o exercício dos direitos dos cidadãos. Como guardião da sociedade, o jornalismo visaria o bem-estar coletivo.

Entretanto, Lima (2007) ressalta que, na medida em que os veículos midiáticos se transformaram em grandes conglomerados multimídia, o papel de ‘Quarto Poder’ atribuído à imprensa pelos liberais, que conceitua o jornalismo como livre, desvinculado de interesses econômicos e defensor dos direitos dos cidadãos, tornou-se uma ilusão.

Ao buscar o lucro, os proprietários dos veículos de comunicação se afastariam da responsabilidade de conceder as informações de forma justa e significativa aos cidadãos, conforme explica Traquina (2001). O autor aponta ainda que os jornalistas devem exercer suas funções levando em conta os assuntos que são importantes para a sociedade em detrimento de interesses específicas. Ele argumenta que as estratégias de construção das notícias devem propiciar ao cidadão a compreensão e a avaliação crítica dos conteúdos a ele ofertados.

Os enquadramentos produzidos pela mídia são determinados por fatores que extrapolam a natureza real dos fatos. A seleção dos conteúdos noticiados é um processo que passa pelas características individuais dos jornalistas e pela visão editorial de cada veículo de comunicação. Isso significa que um mesmo acontecimento pode ser relatado sob pontos de vista diferentes. A realidade é apresentada de forma fragmentada pelos veículos de comunicação que irão enquadrá-la seguindo a critérios que atendam aos interesses comerciais e particulares de cada um deles.

No tópico posterior, serão apresentadas a metodologia utilizada como suporte para a análise proposta neste trabalho, bem como as categorias elaboradas no processo.

5.2 METODOLOGIA E *CORPUS* DE ANÁLISE DAS NOTÍCIAS VEICULADAS PELA *FOLHA DE S. PAULO*

Na análise apresentada no tópico posterior serão observados os enquadramentos das notícias referentes às manifestações de junho de 2013, veiculadas na capa da *Folha de S. Paulo* no período de 07 a 21 de junho (ANEXO B). Como suporte para a compreensão e para o mapeamento destes enquadramentos, será utilizada a Análise de Conteúdo, sob a ótica de Laurence Bardin (1977).

Bardin (1977) esclarece que a metodologia da Análise de Conteúdo (AC) pode ser aplicada a todas as formas de comunicação, independente da natureza do seu suporte. A técnica consiste em um conjunto de aparatos metodológicos que objetivam a descrição do conteúdo das mensagens por meio de procedimentos objetivos e sistemáticos, que podem apresentar natureza quantitativa ou qualitativa, de maneira que permitam inferir aspectos relativos às condições de produção e recepção destas mensagens.

Sobre a abordagem qualitativa ou quantitativa na AC, Bardin (1997) esclarece que a análise qualitativa é caracterizada pela inferência, que é fundada na presença do índice (tema, palavra, personagem) e não sobre a frequência de sua aparição, que seria um indicador quantitativo.

O processo de descrição dos conteúdos das mensagens implica no tratamento das informações nelas contidas. Bardin (1977) afirma que a AC pode ser tanto uma análise dos significados, como no caso da análise temática, quanto dos significantes, a exemplo da análise léxica. A autora explica que a AC é uma técnica investigativa que se elabora através de uma descrição sistemática e objetiva, que tem por finalidade a compreensão do conteúdo manifesto nas mais diversas formas de comunicação.

Entre as unidades de análise das quais dispõe os analistas que utilizam da AC como método, esta análise configura-se como categorial. Este tipo de análise pretende tomar a totalidade de um texto através da classificação e categorização de seus elementos constitutivos, observando a frequência de presença ou ausência de itens de sentido. O processo de categorização dos elementos implica na investigação do que cada um deles tem em comum, fornecendo uma representação simplificada dos dados brutos.

Para que seja possível averiguar os enquadramentos dados às Manifestações ocorridas em junho de 2013, será apresentada no tópico seguinte uma análise descritiva das notícias publicadas pela *Folha de S. Paulo*, no período anteriormente mencionado. De forma a facilitar a interpretação dos dados coletados, foram elaboradas cinco categorias de análise:

(1) Enquadramentos das Manifestações – apresenta-se nesta categoria um quadro sinóptico em que são inseridos os títulos, data de publicação, editoria e a valência de cada unidade de análise. A análise da valência dos dados segue os parâmetros enunciados pelo grupo de pesquisadores do Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (Doxa), do Instituto de Estudos Sociais e Políticos do Rio de Janeiro (IESP-UERJ), no qual é possível avaliar se as manifestações foram noticiadas de forma positiva, negativa, neutra ou equilibrada. Além disso, uma segunda tabela expõe os termos que apareceram de forma mais recorrente durante o período analisado;

(2) Manifestações: enredos e personagens – a partir desta categoria, expõe-se de que forma os conteúdos relativos às manifestações foram predominantemente publicados, como as reivindicações dos manifestantes foram apresentadas, enfim, a forma como a narrativa sobre os atos foi construída;

(3) Dimensão espetacular – por meio do conceito de espetáculo enunciado por Gomes (2004), investiga-se em que medida as narrativas sobre o evento se construíram a partir de recursos como o drama, a novidade e o inusitado;

(4) Rede noticiosa – a partir desta categoria, destaca-se quais foram os indivíduos que tiveram lugar de fala na cobertura da *Folha*;

(5) O jornal como ator político – busca-se nesta categoria os posicionamentos do veículo, salientando de que forma julgou e sentenciou os eventos.

Acredita-se que, a partir da proposta metodológica de aliar a Análise de Conteúdo sugerida por Bardin (1977) aos enquadramentos e valências das publicações da *Folha de S. Paulo*, seja possível tecer um panorama geral acerca dos discursos que prevaleceram durante a cobertura das manifestações de junho de 2013.

5.3 ANÁLISE DA COBERTURA DAS MANIFESTAÇÕES DE JUNHO DE 2013 NA FOLHA DE S. PAULO

Para que seja possível compreender de que forma os eventos que tomaram as ruas do país em junho de 2013 foram enquadrados pela *Folha de S. Paulo*, serão analisados os conteúdos de cada notícia veiculada pelo jornal no período de 7 a 21 de junho de 2013.

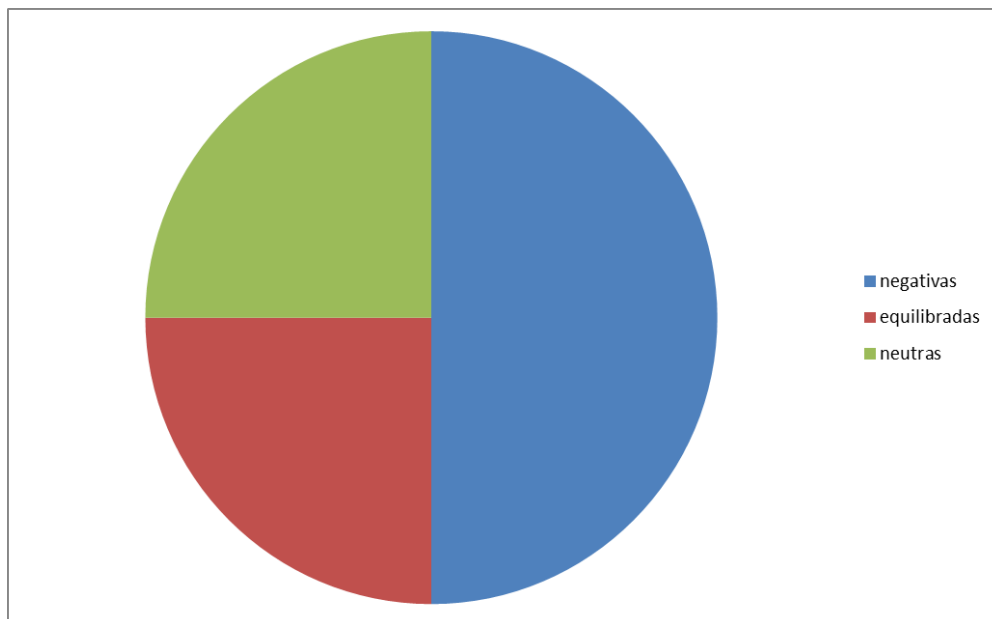
A jornal *Folha de S. Paulo* é considerado país, com tiragem média superior a 320 mil exemplares. A história do grupo *Folha* teve início em 1921, com a criação do jornal *Folha da Noite*. Posteriormente, surgiram os jornais *Folha da Manhã* e *Folha da Tarde*. Em janeiro de 1960, os três títulos da empresa se fundem, dando origem ao jornal *Folha de S. Paulo*.

O veículo declara que sua política editorial é pautada por um jornalismo crítico, apartidário e pluralista. Embora declare-se apartidária, a *Folha* habitualmente tem suas discussões vertebradas em uma ótica de centro-direita.

Para este trabalho, estabeleceu-se como recorte de analítico as matérias de capa referentes às manifestações veiculadas entre os dias 7 e 21 de junho de 2013, que correspondem às publicações posteriores ao primeiro ato, em 6 de junho, e ao ato que aglutinou o maior número de pessoas em todo país, no dia 20 do mesmo mês.

Ao todo, foram analisadas oito matérias que foram destaque na capa da *Folha*. A princípio, a narrativa predominante era a de criminalização dos eventos e dos manifestantes que dele participaram. Neste período em que as manifestações ainda contavam com uma adesão inferior, o enquadramento predominante apresentava-as de forma negativa. Conforme os protestos passaram a ganhar apoio de diferentes esferas da sociedade, as publicações também receberam enquadramentos novos – ora neutros, ora equilibrados. No ápice das manifestações, em que milhões de pessoas foram às ruas e os confrontos se acirraram, o enquadramento empregado pelo veículo voltou a ser negativo, como se observa no Gráfico I.

Gráfico I – Enquadramento das notícias a partir da valência



Fonte: elaboração própria

No Gráfico 1, apresenta-se a porcentagem de enquadramentos evidenciados durante a cobertura. Em azul, observa-se que 50% das matérias analisadas possuem valência negativa; em verde estão indicadas as matérias que correspondem à valência neutra (25%); em vermelho encontram-se as publicações de valência equilibrada (25%). No próximo tópico será apresentada a análise descritiva das notícias, considerando a data de publicação, o título, o *lead*, o conteúdo e a valência de cada uma das unidades de análise.

5.3.1 A cobertura da *Folha de S. Paulo*

No dia 7 de junho de 2013 foi publicada pela *Folha de S. Paulo* a primeira notícia referente às manifestações ocorridas no dia anterior, intitulada “Protesto contra aumento de ônibus tem confronto e vandalismo em SP”. O *lead* traz informações sobre o confronto entre a PM e os manifestantes, assim como se relata que os atos levaram à interdição de várias vias e a ocorrências de vandalismo na região central. O texto alude ainda à quebra de placas e a pichações de muros e ônibus no centro da capital paulista. Os manifestantes foram identificados como estudantes ligados ao MPL e a alas radicais de partidos políticos.

No que diz respeito ao reajuste no valor dos coletivos, informa-se que este foi realizado considerando valores abaixo da inflação. Além de anunciar que haveria uma manifestação marcada para o dia 7 de junho, ressalta-se que no primeiro ato estiveram presentes 2 mil pessoas, sendo registradas 15 detenções e 3 feridos. Destaca-se que a

prefeitura de São Paulo e o Metrô lamentaram pelo fato de as manifestações terem tomado proporções violentas, assim como os próprios organizadores dos atos, em função da impossibilidade de controle da multidão.

A publicação veiculada no dia 8 junho intitula-se “Novo ato contra tarifas faz até colégio fechar mais cedo”. No *lead* aparecem relatos de que o segundo dia de protestos interditou várias vias e causou tensão em áreas nobres da cidade. O texto afirma ainda que os protestos acarretaram o fechamento de estabelecimentos comerciais, empresas e que um colégio dispensou seus alunos e funcionários.

Informa-se que o ato teve 5 horas de duração, causando um congestionamento de 226 quilômetros, a terceira maior lentidão do ano de 2013 até aquele momento. A ocupação da Avenida Paulista foi marcada por atos de vandalismo, porém com menor intensidade do que os do dia anterior. O número de manifestantes foi superior ao registrado no primeiro ato, tendo reunido 5 mil pessoas nas principais vias da capital. Houve novos confrontos entre a polícia e os manifestantes, que conforme a notícia, foram organizados pelo MPL, composto por estudantes e manifestantes de partidos de extrema esquerda.

No dia 12 de junho, a *Folha* publicou uma notícia de intitulada “Protesto mais violento contra tarifa tem confrontos em série e vandalismo em SP”. O *lead* indica que as ruas da capital estavam em clima de guerra durante o mais violento dos protestos contra o aumento da tarifa dos coletivos. Foram destacados os confrontos entre os manifestantes e a polícia, que teria reagido com balas de borracha, bombas de efeito moral e gás de pimenta aos ataques perpetrados pelos manifestantes, munidos com paus e pedras. Relata-se ainda que ônibus foram incendiados e lojas, estações de metrô e bancos sofreram com depredações.

A *Folha* destaca ainda que teria presenciado a ação de um PM que tentava impedir a pichação do Tribunal de Justiça. O policial, ao ser agredido pelo grupo de manifestantes, apontou para eles uma arma. Afirma-se ainda que os atos foram novamente organizados pelo MPL que, embora tenha se posicionado como apartidário, contou com a participação de grupos de esquerda e anarquistas. Segundo a publicação, os organizadores, que se dizem contrários à violência dos manifestantes e da polícia, admitem ter perdido o controle das manifestações e que os confrontos foram resultado da revolta da população, representada pelos cerca de 5 mil manifestantes que compareceram ao ato. São enumerados os confrontos que levaram ao fechamento da Estação da Sé e uma série de atos de vandalismo que teriam sido realizados depois das dez horas da noite.

A publicação do dia 14, intitulada “Novo protesto tem reação violenta da PM”, informa no *lead* que o quarto protesto foi marcado pela repressão violenta da PM que deixou

feridos manifestantes, jornalistas (7 deles da *Folha*) e pessoas que não tinham nenhuma relação com os atos.

O texto relata na sequência que o confronto teve início em razão da intenção dos manifestantes de subir a Avenida Consolação em direção à Avenida Paulista, na qual a polícia havia feito um bloqueio. Ainda segundo a notícia, a Tropa de Choque teria iniciado os ataques de forma gratuita, o que fez com que os motoristas que transitavam pelas vias a abandonassem seus carros.

Atenta-se para a ocorrência de novas depredações e para o número maior de pessoas feridas e detidas, 100 e 192, respectivamente. O prefeito Fernando Haddad (PT) comentou que os atos do dia 13 teriam sido marcados pela violência policial, enquanto o governador Geraldo Alckmin (PSDB) relatou que a polícia não toleraria a violência, a depredação e a obstrução das vias. Fernando Grella, secretário de Segurança, justificou que a PM agiu para garantir a ordem.

No dia 18 de junho, a notícia publicada teve seu título resumido em uma palavra: “CONTRA”. O *lead* ressalta a multiplicidade de pautas das manifestações e sua oposição à políticos como Dilma Rousseff, Fernando Haddad, Geraldo Alckmin, Sérgio Cabral, José Sarney, Marco Feliciano, pautas gerais como corrupção, violência, saúde, educação e transporte público, instituições como os partidos e a FIFA, além de eventos como a Copa do Mundo.

Em seguida, destaca-se que as manifestações contra o aumento da tarifa que tiveram início no dia 6 de junho em São Paulo se espalharam por todo país e se tornaram um protesto contra tudo e contra todos. Os atos do dia 17 ocorreram em 12 capitais, reunindo 215 mil pessoas nas ruas, configurando-se como a maior mobilização ocorrida no país desde o impeachment de Collor em 1992, conforme informou o jornal.

Afirmou-se ainda que sedes que simbolizam o poder foram alvo dos manifestantes em cinco capitais. No Rio de Janeiro, local onde aconteceram os protestos mais violentos, o prédio da Assembleia Legislativa foi invadido; o Congresso Nacional foi ocupado em Brasília bem como a sede do governo de São Paulo, o Palácio dos Bandeirantes, que também sofreu uma tentativa de ocupação, contida pela Polícia Militar.

O texto apresenta dados sobre o número de manifestantes em São Paulo, onde 65 mil pessoas foram às ruas, e divulga a pesquisa do Datafolha que aponta para o fato de que 85% dos manifestantes não apresentavam preferências partidárias. Por fim, Dilma Rousseff, Fernando Henrique Cardoso e Lula são apresentados como fontes indiretas, fazendo declarações sobre as manifestações em tom conciliador.

Intitulada como “Ataque à Prefeitura e saques a lojas marcam novo protesto em São Paulo”, a publicação do dia 19 de junho traz em seu *lead* afirmações relativas ao caos e à violência ocasionada pelos protestos. Afirma-se que os manifestantes atacaram a sede da Prefeitura, saquearam lojas, depredaram prédios públicos e o relógio que fazia a contagem regressiva para a Copa.

Conforme o texto veiculado pela *Folha*, membros do MPL, acompanhados de outros manifestantes, tentaram conter um grupo que intentava invadir a Prefeitura com chutes e pedras, demonstrando uma divisão entre aqueles que participavam dos atos. Relata-se ainda que os servidores que estavam no prédio acompanhavam a tentativa de invasão apavorados e que o prefeito, Fernando Haddad, que se encontrava em reunião com Dilma e Lula, não estava na prefeitura no momento em que o prédio se tornou alvo dos manifestantes.

Posteriormente, o texto elucida que, frustrados por não conseguirem invadir a sede do governo municipal, manifestantes queimaram uma van da TV Record, depredaram bancos e saquearam lojas. A notícia aponta ainda para a ação demorada da PM, que demorou cerca de três horas para agir. A Secretaria de Segurança Pública do Estado teria justificado o comportamento da polícia como uma estratégia para evitar que pessoas não ligadas aos atos de vandalismo fossem feridas. Após a intervenção dos militares, 30 manifestantes foram detidos.

Conforme afirma a *Folha*, o ato seguiu pacífico até a Avenida Paulista, mas houve depredações no fim da noite. Na rua Augusta, os policiais reagiram com bombas para conter os manifestantes. Informa-se também que Haddad admitiu a possibilidade de suspender o aumento da tarifa, mas que para isso seria necessário aumentar impostos. A publicação veicula uma nova pesquisa do Datafolha na qual se revelou que a descrença dos paulistanos nos três poderes era a maior em duas décadas e que o apoio dos cidadãos aos protestos havia se elevado.

Em 20 de junho, a *Folha* veiculou a matéria intitulada “Quem vai pagar?”. No *lead*, destaca-se que, após treze dias de protestos, ora violentos, ora pacíficos, Alckmin e Haddad cederam à pressão e reduziram a tarifa para seu antigo valor, três reais. O reajuste vigorava desde o dia dois de junho e, a exemplo de São Paulo, o Rio de Janeiro e outras seis capitais também baixaram o valor das passagens.

Em seguida, a *Folha* sugere duas perguntas referentes à redução da tarifa do transporte público: “quem vai conter a onda de manifestações pelo país?”. A pergunta é seguida pela informação de que o MPL afirmou que as manifestações ao redor do país continuariam com pautas relativas à tarifa zero e à reforma agrária. O segundo

questionamento diz indaga “Quem pagará a conta?”. Conforme é possível perceber, os termos mais utilizados durante a cobertura da *Folha* no período das manifestações foram “deprecação”, “violência”, “confrontos” e “vandalismo”. Associados ao contexto em que eram aplicados, davam aos manifestantes e às manifestações vieses desfavoráveis. A utilização de termos como “guerra” e “ataques” também contribuem para dar aos eventos um tom característico de ambientes hostis.

5.3.2 Enquadramento das manifestações

Com o intuito de verificar o enquadramento das notícias veiculadas pelo jornal *Folha de S. Paulo*, conforme mencionado anteriormente, foram coletadas e analisadas oito notícias referentes às manifestações de 2013, as quais receberam o destaque de capa no veículo de comunicação. O recorte compreende o período entre os dias 7 e 21 de junho, quando o protesto teve grande força e repercussão na mídia nacional e internacional. Elencam-se abaixo (QUADRO 1) os dados básicos das notícias estudadas, entre os quais estão dispostos o título, a data de publicação, a editoria e a valência (negativa, positiva, neutra ou equilibrada).

No que se refere ao conceito de valência, a partir das pesquisas desenvolvidas pelo Doxa, consideram-se as seguintes diferenciações:

- (1) Valência Positiva – são aquelas notícias em que são encontrados argumentos que sejam favoráveis às manifestações de junho, além de trazer temas e fontes que reforçam este enquadramento;
- (2) Valência Negativa – refere-se às matérias em que, entre os argumentos, fontes e temas trabalhados, há uma predominância no enfoque negativo e depreciativo dos protestos;
- (3) Valência Neutra – trata-se de notícias que procuram se limitar à descrição dos fatos, evitando um viés interpretativo, em que há conotação positiva ou negativa em relação às manifestações;
- (4) Valência Equilibrada – neste caso, as matérias trazem argumentos, fontes e temáticas, que procuram relatar a complexidade das manifestações a partir de pontos positivos e negativos.

Quadro I – Enquadramento das notícias sobre as Manifestações de Junho de 2013

Título das Notícias	Data	Editoria	Valência
Protesto contra aumento de ônibus em tem conflito e vandalismo em SP	07/06/2013	Cotidiano	Negativa
Novo ato contra tarifas faz até colégio fechar mais cedo	08/06/2013	Cotidiano	Negativa
Protesto mais violento contra tarifa tem confrontos em série e vandalismo em SP	12/06/2013	Cotidiano	Negativa
Novo protesto tem reação violenta da PM	14/06/2013	Cotidiano	Equilibrada
CONTRA	18/06/2013	Cotidiano	Neutra
Ataque à Prefeitura e saques a lojas marcam novo protesto em São Paulo	19/06/2013	Cotidiano	Equilibrada
Quem vai pagar?	20/06/2013	Cotidiano	Neutra
Violência se espalha pelo país	21/06/2013	Cotidiano	Negativa

Fonte: elaboração própria

Analisando-se apenas os títulos de cada matéria extraída da capa das edições da *Folha* anteriormente citadas, é possível notar que todos eles apresentavam e apontavam para aspectos negativos relacionados às manifestações. Já no que diz respeito ao conteúdo de cada matéria, o enquadramento dado aos eventos de junho apontam para valências que variam entre negativas, neutras e equilibradas.

No primeiro momento, o veículo tratou as manifestações e os manifestantes em tom negativo, passando por valências equilibradas e neutras no decorrer das manifestações, coincidindo com o momento em que elas começaram a agregar um maior número de manifestantes, de pautas e sustentação por parte da sociedade. Há uma quebra nesse ciclo com publicação do dia 21 de junho, em uma notícia que faz referência aos atos que contaram com o maior número de manifestantes nas ruas, o que culminou em atos de radicalização e violência, conforme a *Folha* explicitou na matéria que informava sobre as manifestações do dia 20.

Durante o período analisado, foi possível notar a recorrência de alguns termos que podem aferir e explicitar valores negativos às manifestações e aos que dela participaram. São apresentados abaixo (QUADRO 2) os termos que se repetiram no intervalo já indicado.

Quadro 2 – Recorrências lexicais na cobertura da *Folha de S. Paulo* sobre as Manifestações de Junho de 2013

Recorrências Lexicais	Aparições	Percentual
Depredação	21	15%
Violência	20	14%
Confrontos	16	12%
Vandalismo	12	9%
Guerra/ataques	10	7%
Feridos	09	7%
Invasão	09	7%
Agressão	08	6%
Detidos	08	6%
Confusão	05	4%
Saques	04	3%
Revolta	04	3%
Radicalismo	03	2%
Medo	03	2%
Repressão	03	2%
Desespero	02	1%
Total	137	100%

Fonte: elaboração própria

Ao analisar as escolhas lexicais acionadas pela *Folha de S. Paulo* para fazer a cobertura das manifestações de junho de 2013, observa-se que o enquadramento é negativo e carregado de palavras com forte carga simbólica, dando a conotação de um clima de guerra. Elas criam uma versão dos fatos em que o patrimônio público e privado das grandes cidades estava sendo destruído por vândalos, conforme se verifica nos dados do Quadro 2.

Os termos mais utilizados durante a cobertura da *Folha* no período das manifestações foram: “depredação”, com 21 recorrências (15% do total), “violência” que teve 20 aparições (14%), “confrontos”, com 16 recorrências (12%), “vandalismo”, com 12 citações (9%), “Guerra/Ataques”, com 10 recorrências (7%), “feridos” e “invasão”, ambos com 9 recorrências e (7% para cada termo). Associados ao contexto em que eram aplicados, davam aos manifestantes e às manifestações vieses desfavoráveis. A utilização de termos como “guerra” e “ataques” também contribuem para dar aos eventos um tom característico de ambientes hostis.

5.3.3 Manifestações: enredos e personagens

Embora seja possível observar que os enquadramentos relativos às manifestações transitaram entre negativos, equilibrados e neutros, as narrativas produzidas não as abordaram em nenhum momento de forma positiva. Aos primeiros atos foi atribuída a interdição de importantes vias da capital paulista, causando grandes engarrafamentos e atrapalhando o fluxo da cidade. Além disso, é ressaltado em mais de um momento que a alta dos valores pagos pelo transporte coletivo foi dada numa cotação abaixo da inflação. Essa afirmação contribui para deslegitimar o movimento, que alegava que o acréscimo de vinte centavos causaria impactos negativos na vida de muitos trabalhadores que dependem do transporte público.

Entre os personagens apresentados ao longo da cobertura da *Folha*, os membros do MPL foram figuras recorrentes não apenas como organizadores dos protestos, mas também quando tiveram seu protagonismo associado a uma “esquerda radical”, a grupos “anarquistas”, isto é, no momento em que seu ideário apartidário foi contestado por abrigar militantes de esquerda no movimento.

A Polícia Militar também figurou como personagem contumaz ao longo do período analisado. As ações da PM por vezes são retratadas como abusivas, mas na maioria dos casos, mesmo que de forma indireta, eram justificadas pela ação violenta dos manifestantes.

A classe política também recebe destaque no decorrer da cobertura. Para além das pautas que envolviam as questões relativas ao valor da qualidade e do valor do transporte público, temas ligados à corrupção e à queda de representatividade dos partidos políticos também foram recorrentes.

Parcelas da população que não se envolveram de forma direta nos atos também foram contempladas pela *Folha*. A estas eram atribuídos adjetivos como “assustadas” e “apavoradas”, como no caso do colégio que liberou seus alunos mais cedo e dos comerciantes que baixaram as portas de seus estabelecimentos por temer a ação violenta dos manifestantes.

Dentre todas as matérias analisadas, foi possível perceber o predomínio de uma narrativa que buscava deslegitimar o movimento. Até mesmo quando os manifestantes se envolviam em confrontos com a PM, os mesmos eram justificados pela quebra da ordem e pelo vandalismo.

Apesar do enquadramento negativo em relação aos manifestantes, deve-se ressaltar que houve uma mudança de papéis. Se até então os cidadãos eram considerados

coadjuvantes da vida política, acionados basicamente nos períodos eleitorais, em junho de 2013 eles se tornaram protagonistas de uma onda de protestos que abalou o funcionamento das instituições políticas, que perderam credibilidade e tiveram que repensar suas estratégias e ações.

Conforme explica Miguel (2003), o capital político não está igualmente distribuído na sociedade, já que a população estaria na base da pirâmide e o poder concentrado nos líderes. No entanto, no caso das manifestações, o enredo foi modificado e os personagens inverteram as suas posições. De coadjuvantes, os manifestantes passaram a ser os protagonistas ao ocupar as ruas e reivindicar novas formas de funcionamento das instituições públicas. Os líderes políticos, por sua vez, perderam capital político e foram, inclusive, rechaçados quando não se tornaram os vilões responsáveis pelos problemas apontados na agenda ampla e difusa dos protestos.

Estabelecendo um diálogo com os teóricos, é importante remeter às contribuições de Rodrigues (2002). As manifestações de junho de 2013 demonstram claramente que a mídia se tornou o campo de mediação social. Ao ocuparem as vias públicas dos grandes centros urbanos, os protestos ganharam visibilidade. Se num primeiro momento, foram enquadrados de forma negativa, aos poucos, foram conquistando o apoio e a adesão dos cidadãos, fazendo com que a própria imprensa mudasse o enfoque dos fatos. Neste caso, a partir dos argumentos de Rodrigues (2002), pode-se afirmar que a visibilidade trouxe legitimidade ao movimento, fazendo com que os próprios atores políticos institucionais passassem a tratar os manifestantes como indivíduos organizados em busca de melhores condições de vida.

A cobertura da *Folha de S. Paulo*, ao longo do mês de junho, se viu obrigada a alterar o enquadramento dos protestos em função da legitimidade e adesão que as manifestações ganharam em todo o país. Percebem-se, claramente, as funções estratégicas do discurso midiático, apontadas por Rodrigues (2002). No início, o jornal busca evidenciar o argumento do confronto, da exacerbação das diferenças – de um lado, os vândalos colocando em risco a segurança dos cidadãos, do outro lado, a Polícia Militar e os governos agindo de forma correta no sentido de manter a ordem. Mas, com a força do movimento e a adesão de novos setores da sociedade, passou-se a utilizar a função de compatibilização – neste caso, o jornal procurou mostrar que, mesmo com posicionamentos diferentes, tanto manifestantes e governos estavam juntos na busca de soluções para os problemas existentes no país, culminando, inclusive, na redução da tarifa de ônibus.

5.3.4 Dimensão espetacular: o drama, a novidade e o inusitado

De acordo com as concepções de Gomes (2004), acontecimentos extraordinários possuem maior potencialidade de se transformarem em notícia, sendo que quanto menos provável e mais inesperado for um evento, mais interessante ele se torna. As manifestações que se estenderam ao longo do mês de junho de 2013 e tomaram o país de forma surpreendente. Não era esperado e houve alguma demora para que se compreendesse os motivos que levaram um número tão grande de pessoas às ruas. Logo se percebeu que não era só pelos vinte centavos. A capa do dia 19 de junho trouxe um comentário de um dos colunistas da *Folha* afirmando que ninguém estava entendendo nada. O fato é que esses eventos surpreenderam a classe política, a imprensa e a sociedade em geral devido ao potencial de mobilização e à diversidade de pautas que passaram a ser acionadas.

Estes eventos são comumente abordados de forma dramática pelo sistema informativo, que tende a acionar características gerais da composição de representações, compondo enredos, personagens e buscando efeitos dramáticos através das publicações articuladas, conforme salienta Gomes (2004). Assim, a dramatização e a espetacularização dos fatos são as estratégias utilizadas para mobilizar a atenção do público.

A dimensão dramática e espetacular dada às manifestações pela *Folha* pode ser evidenciada no tratamento destinado aos eventos e aos manifestantes que se fizeram presentes nos atos. A chamada de capa da publicação do dia 8 de junho, referente ao segundo dia de protestos, informa sobre o medo que os manifestantes causaram no restante da população, pichando ônibus e interditando vias.

Ao longo da cobertura, expressões como “medo”, “confrontos”, “guerra”, “revolta”, “desespero”, “confusão”, dão às publicações um tom dramático e ofertam ao leitor a sensação de que reinava o caos durante as manifestações. Em outro momento, relata-se que um policial que havia sido agredido por um grupo de manifestantes levantou-se do chão sangrando e apontou uma arma para um grupo, fazendo com que eles se dispersassem.

A mudança dos enquadramentos produzidos pela *Folha* se dá na etapa em que os protestos começam a aglomerar um maior número de pessoas nas ruas e a ganhar apoio popular. A criminalização dos manifestantes, que anteriormente eram tratados como vândalos, dá lugar a novas narrativas que irrompem em um cenário inusitado de aceitação social destes eventos. A publicação do dia 18 destaca que aquelas centenas de milhares de pessoas representavam a maior onda de protestos políticos desde os “caras pintadas”, que reivindicavam o *impeachment* do ex-presidente Fernando Collor, em 1992. O caos, o

vandalismo e as depredações passam a ser atribuídos a pequenos grupos que não estariam diretamente ligados ao movimento e que não representavam o caráter geral das manifestações.

A publicação do dia 21 trata com estranheza o fato de que o maior dos protestos ocorreu após a redução das tarifas, reivindicação inicial dos movimentos que integravam os eventos. Apresentam-se evidências do inusitado, das ruas em chamas após uma vitória dos manifestantes, e o leitor é levado a crer que assim como afirmaram na capa desta mesma edição, “a coisa desandou”.

Trazendo argumentos teóricos e conceituais dos autores trabalhados ao longo da dissertação, Gomes (2004) trata do aumento do fluxo de informações que circula na sociedade. No caso das manifestações, houve um aumento exacerbado de mensagens, compartilhadas entre os manifestantes, mas que se estendeu por todo o terreno social. Isso está relacionado à própria mudança nos hábitos de consumo de mídia, conforme aponta a PBM (BRASIL, 2014). Os protestos, segundo Gohn (2014), foram organizados e impulsionados pela mobilização via rede.

Além disso, as manifestações intensificaram o desejo de rompimento com os modelos tradicionais de política. Miguel e Biroli (2010) enfatizam que a mídia se configura como a principal arena de contato entre a elite política e os cidadãos e é responsável por substituir os esquemas políticos tradicionais, reduzindo o peso dos partidos políticos. No caso dos protestos de junho, ficou evidente a rejeição aos partidos e aos políticos, que sequer foram aceitos durante os atos.

Ao partir das contribuições de Manin (1995), observa-se que os protestos de 2013 focaram na aversão aos partidos políticos, o que é uma das características da democracia de público. Nesse sentido, constata-se uma postura contraditória, já que, mesmo sendo atos políticos, intitulavam as manifestações como apolíticas, apartidárias, mas que, em sua essência, revelaram-se como a negação da própria política. Isso porque a democracia representativa baseia-se, necessariamente, na confiança estabelecida entre representantes e representados e no fortalecimento das instituições (MANIN, 1995).

5.3.5 Rede noticiosa: as fontes

Antes que sejam apresentados os dados coletados referentes a esta categoria, é necessário lembrar que para este trabalho interessam as matérias apresentadas em destaque nas capas da *Folha de S. Paulo* no período de 7 a 21 de junho de 2013.

Chama a atenção o fato de que, dentro das unidades analisadas, não foi ouvido nenhum manifestante de forma direta. O MPL, apontado como idealizador e principal organizador dos movimentos, funciona como porta-voz dos manifestantes, que permanecem sem fala durante todo período analisado.

Abaixo estão compilados os títulos, datas e fontes acionadas por cada uma das publicações analisadas, como se observa a seguir (QUADRO 3).

Quadro 3 – Fontes acionadas na cobertura da *Folha de S. Paulo* sobre as manifestações de junho de 2013

Título	Data	Fontes
Protesto contra aumento de ônibus em tem conflito e vandalismo em SP	07/06/2013	Prefeitura de São Paulo, PM, Metrô e MPL
Novo ato contra tarifas faz até colégio fechar mais cedo	08/06/2013	PM, Hélio Toscano (diretor do colégio) e Ana Barion (mãe de aluno)
Protesto mais violento contra tarifa tem confrontos em série e vandalismo em SP	12/06/2013	PM, MPL e relato de um jornalista da <i>Folha</i>
Novo protesto tem reação violenta da PM	14/06/2013	MPL, Fernando Haddad, Geraldo Alckmin e Fernando Grella (Secretário de Segurança)
CONTRA	18/06/2013	Datafolha, Dilma, Lula e FHC
Ataque à Prefeitura e saques a lojas marcam novo protesto em São Paulo	19/06/2013	Secretaria de Segurança, Haddad e Datafolha
Quem vai pagar?	20/06/2013	MPL, Alckmin, Haddad e PM
Violência se espalha pelo país	21/06/2013	Antônio Patriota (chanceler) e Datafolha

Fonte: elaboração própria

Como é possível observar a partir das informações compiladas no QUADRO 3, as fontes que foram ouvidas de forma regular durante a cobertura foram a Polícia Militar, membros do Movimento Passe livre, além de fontes oficiais governamentais ligadas à Prefeitura de São Paulo, ao governo estadual paulista e ao governo federal. Quando foi dado espaço de fala para membros da sociedade, estes não estavam envolvidos nas manifestações. Ao contrário, eram pessoas que haviam sido por elas prejudicadas. Como se tratam de matérias que estavam em destaque na capa do veículo em cada uma das datas propostas, deve-se ressaltar que as mesmas apresentam os eventos de forma sucinta, traçando um panorama de como se sucederam. De qualquer forma, é possível perceber as tendências gerais da cobertura da *Folha*, que, no caso específico da escolha das fontes, não deu voz ao povo que foi às ruas.

A escolha pelas fontes primárias está relacionada à perspectiva construcionista do jornalismo (BERGER & LUCKMANN, 1985), mais especificamente à Teoria Estruturalista.

Traquina (2001) explica que a imprensa luta contra a tirania do tempo e, para garantir o fechamento dos jornais, são utilizados a se organizar no tempo e no espaço. Para isso, criam uma rede de fontes que dão suporte para as diferentes editorias. Conforme explica Traquina (2001), há uma dependência cada vez maior dos jornalistas em relação aos “definidores primários”. No caso das manifestações, aparecem com ênfase a Polícia Militar e representantes dos governos. Isso, segundo o autor, reforça a visão de mundo das instituições sociais consolidadas ao dar voz, preferencialmente, a fontes ligadas à lógica estrutural da sociedade.

5.3.6 O jornal como ator político

Durante o período analisado, foi possível observar a mudança de posicionamento da *Folha* ao longo das manifestações. As primeiras manifestações receberam o tratamento que usualmente os grandes veículos de comunicação costumam dar a esses eventos, que impedem o fluxo de pessoas e veículos, danificam o patrimônio público e privado e reúnem grupos que, ao demonstrar sua insatisfação, cometem atos de violência e vandalismo. Esse discurso foi adotado até a publicação do dia 14, na qual as acusações de violência migraram da figura dos manifestantes para a PM. A repressão policial causou revolta em setores da sociedade que passaram a apoiar e participar ativamente nos protestos. Gohn (2014) relembra que 78% dos paulistanos reprovavam a violência policial e 55% apoiavam as manifestações de rua. Os enquadramentos dados às manifestações coincidem, portanto, com o estágio em que elas recebem maior apoio e adesão popular.

Sobre o posicionamento político do veículo, é possível observar em vários momentos críticas indiretas aos partidos de esquerda e também à classe política de modo geral. Ainda nas primeiras manifestações, destacou-se que o MPL, idealizador dos protestos, era composto por estudantes ligados à esquerda radical e ao anarquismo. Na etapa de maior adesão popular, foi possível perceber que os julgamentos do veículo eram semelhantes aos de algumas parcelas da sociedade, representadas por grupos de extrema direita que demonizavam a presença de militantes da esquerda nos eventos, o que culminou na expulsão de alguns deles dos atos.

Relacionando a cobertura das manifestações à discussão teórica, pode-se afirmar, conforme argumenta Motta (2010), que os enquadramentos fazem com que um acontecimento seja passível de ser compreendido. No entanto, o autor destaca que, ao enquadrar um fato, selecionam-se alguns aspectos e os enfatizam em detrimento dos outros. No caso dos

protestos, como ficou evidente nos dados empíricos, a *Folha de S. Paulo*, por uma decisão editorial, optou por um enquadramento negativo e buscou criminalizar os atos, dando legitimidade, inclusive, à postura agressiva e violenta da Polícia Militar. Somente depois de verificar que havia uma grande adesão aos protestos, o jornal amenizou o tom depreciativo em relação aos manifestantes.

Além disso, Motta (2010) afirma que, no jornalismo político, prevalece o *frame* dramático (narrativo), utilizando expressões como “guerra”, “confronto”, “deprecação”, “violência”. A própria escolha da editoria “Cotidiano” e não “Política” ou “Poder” e das recorrências lexicais (Quadro 2) mostram a carga simbólica priorizada pela cobertura da *Folha*. As manifestações foram enquadradas como um acontecimento isolado referente ao cotidiano dos indivíduos e não a partir de uma dimensão política.

Percebe-se na cobertura do jornal a emergência de relações de poder alicerçadas em tipos de enquadramentos que privilegiam narrativas orientadas por políticas editoriais que determinam o que é cabível de ser ou não de ser noticiado. O espaço privilegiado de divulgação e informação de que dispõe o jornal é utilizado como palco para a afirmação de concepções que são determinadas não apenas por diretrizes do veículo, mas também por processos construção das notícias que envolvem as percepções dos jornalistas e os interesses comerciais da mídia. Tendo em vista o caráter discursivo das manifestações e o eco gerado pela repercussão dos atos de junho, este trabalho analisa no próximo capítulo a apropriação das manifestações pela classe política em espaços de visibilidade onde estes atores constituem em boa medida o seu capital político.

Neste sentido, vale dizer que o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) é um espaço privilegiado de divulgação das diretrizes partidárias em períodos de campanha. Como espaço institucionalizado, visa garantir a isonomia entre os partidos e os candidatos, considerando-se os tempos de televisão angariados pelas coligações partidárias. Desta forma, o HGPE, além de sinalizar o período eleitoral e alguns traços dos laços políticos estabelecidos nas campanhas, também se apresenta como importante ferramenta de visibilidade política e, não obstante, de disputa simbólica entre os atores do campo. Tendo em vista essas relações, a análise do HGPE constitui-se como uma leitura das disputas de poder que ocorrem em função dos discursos sobre as manifestações de junho de 2013 pela classe política.

6 PROPAGANDA POLÍTICA E HGPE: A APROPRIAÇÃO DO AMBIENTE MIDIÁTICO PELOS ATORES POLÍTICOS

Tendo em vista a centralidade e o alcance da mídia televisiva em nossa sociedade, os partidos e candidatos têm no HGPE a possibilidade de articular discursos que apresentam os agentes políticos em disputa sob uma ótica favorável aos olhos dos telespectadores. Deve-se fazer uma ressalva de que na eleição de 2010, quando Dilma Rousseff (PT) foi eleita presidente da República pela primeira vez, a mídia massiva tinha uma penetração muito maior e, conseqüentemente, mais poder simbólico. Em 2014, mesmo mantendo-se como a mídia preferida dos cidadãos, conforme dados da Pesquisa Brasileira de Mídia (BRASIL, 2014), não se pode desconsiderar o impacto que a internet e as redes sociais tiveram, atuando como uma mídia complementar aos meios de comunicação massivos.

Independente do meio acionado, é no espaço midiático que se configura a principal forma de contato entre políticos e eleitores. Neste sentido, o discurso político sofreu transformações e se adaptou às formas estabelecidas pelos meios de comunicação de massas. Com isso, os agentes políticos tendem a orientar suas ações pensando no impacto que elas terão na mídia (MIGUEL & BIROLI, 2010, p.9-10). No caso do Brasil, como foi mencionado anteriormente, a maior parte dos recursos de campanhas majoritárias para Presidência da República, por exemplo, é destinada à produção dos programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE).

A esfera política se utiliza do poder de penetração da mídia, principalmente da televisiva, como estratégia para a formação de consensos entre os eleitores e de disseminação da imagem e dos discursos de seus agentes. Dessa forma, Gomes (2004) ressalta que nas sociedades democráticas a disputa pela obtenção de um consentimento da maioria tem a propaganda como um dos seus elementos fundamentais. A propaganda, segundo o autor, consiste na exposição pública da opinião dos sujeitos, tendo como finalidade o convencimento de um grupo de pessoas.

Para Gomes (2004), a propaganda política tem se aproximado cada vez mais da publicidade comercial, tendo em vista os processos de adaptação da política aos mecanismos de produção da mídia. Desta forma, as peças são construídas objetivando a visibilidade, respeitando as formas dramáticas, emocionais e espetaculares. Devido à necessidade de se incorporar às linguagens midiáticas, o campo político recorre aos serviços de consultores especializados para que as estratégias de campanha sejam traçadas e, conseqüentemente, para que a imagem de seus atores políticos seja construída.

Albuquerque (2005) argumenta que o modelo brasileiro de propaganda política se fundamenta na concessão de tempo aos partidos políticos pelo Estado para que seja possível tornar públicas as suas agendas, ideias, princípios e valores. O acesso aos projetos de governo de um determinado candidato e aos ideais de um partido, por meio das instâncias de mediação, permite que o eleitor obtenha mais informações relativas ao campo político e, a partir dos conteúdos recebidos, faça a escolha de seus representantes.

Nesta perspectiva, a propaganda pode induzir a uma confusão entre a imagem do político e a imagem da coisa pública. As propagandas institucionais veiculadas pelo Estado se apresentam mais como uma propaganda de pessoas e grupos de interesse do que como oferta de informação política que serve ao interesse público (GOMES, 2004, p.209).

Trata-se, conforme argumenta Leal (2002), de uma nova ambiência eleitoral, que gera uma campanha mais personalista e com um papel fundamentalmente estratégico atribuído à mídia.

O que chamamos aqui de nova ambiência eleitoral, descrita por autores como Wattenberg, Popkin e Holbrook, tem três características principais: supervalorização da figura do candidato; eleitor com racionalidade de baixa informação, auto-centrado e propenso à aceitação de atalhos informativos, que facilitem a decisão através do processamento de informações prévias; e campanhas com capacidade limitada de garantir vitórias, obrigando os atores políticos à consideração de outras estratégias de conexão eleitoral e de comunicação mais duradouras (LEAL, 2002, p. 74).

Assim como a publicidade, a propaganda política ambientada na mídia também trata de “vender” os candidatos, como explica Gomes (2004). A visibilidade destes agentes não leva especificamente em conta aquilo que o homem político realmente é, tendo em vista que eles são “vendidos” a partir das qualidades conotadas pela imagem projetam no público/eleitor.

A imagem dos atores políticos passa a ser gerenciada com o intuito de ressaltar as características que os diferenciem em meio a seus adversários. A orientação político-partidária de um candidato cede espaço aos aspectos visuais a ele atribuídos. A propaganda orienta a imagem destes agentes para o consumo do público, assim como o discurso é planejado para preencher demandas manifestadas pelos espectadores.

No período que antecede as eleições, o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) torna-se uma alternativa para que partidos e candidatos articulem suas campanhas no espaço midiático. Segundo a concepção de Aldé e Figueiredo (2010), o HGPE é uma peça fundamental para a democracia brasileira. Para os eleitores, o horário eleitoral gratuito marcaria o início do “tempo da política”, em que se inicia a disputa entre os candidatos e a mobilização de votos.

Regulamentado em 1962, o HGPE é exibido em blocos a parte da grade normal da programação televisiva e radiofônica, na qual cada partido recebe uma cota de tempo concedido de acordo com a dimensão de suas bancadas parlamentares federais, estaduais ou municipais. Panke e Tesseroli (2014) alertam que, embora tenha sido regulamentado na década de 60, o HGPE somente veio a se consolidar após o período de redemocratização do país.

Miguel (2002), por sua vez, destaca a importância de se reconhecer a mídia como um fator central da vida política contemporânea. Além de ampliarem a visibilidade dos agentes políticos, os meios de comunicação expõem e tornam acessíveis os discursos da esfera política aos olhos do eleitorado. Para Albuquerque (2002), o HGPE combina características únicas, unindo a eficácia comunicativa à gratuidade do acesso à televisão.

A eficácia comunicativa da propaganda política na televisão se explica em grande medida pelo lugar privilegiado que a televisão ocupa na vida social do país (o que leva alguns autores a caracterizá-lo como uma sociedade *media-centric*) e é favorecida pela ampla liberdade no uso dos recursos comunicativos da comunicação que, com exceções pontuais, tem sido contemplada pelas diversas legislações eleitorais desde 1985 (ALBUQUERQUE, 2002, p. 323).

O HGPE marca o início da transmissão das campanhas de candidatos a cargos públicos nas redes abertas de rádio e televisão. É neste momento que as primeiras estratégias das coligações ganham contorno aos olhos do eleitorado, que tem a possibilidade de estar mais atento à vida política do país.

A partir da veiculação midiática das campanhas, a classe política apresenta-se para o público, dando a ele a alternativa de pensar em quem votar. Os políticos, neste sentido, devem traçar os caminhos que o aproximem do eleitor, que o façam parecer uma alternativa melhor do que os candidatos concorrentes.

Portanto, a disputa eleitoral envolve estratégias de persuasão que se encerram em debates onde se discute a situação do mundo atual (se ele está bom ou ruim) e as comparações entre os mundos futuros apresentados pelas campanhas. A partir destes apontamentos, pode-se decidir sobre quem é o mais habilitado a garantir a realização das propostas em um cenário futuro (FIGUEIREDO *et al*, 1997, p.14).

Os autores ressaltam que o objetivo maior dos partidos e dos candidatos é o poder, mas para este objetivo, é necessário conquistem os votos do eleitorado. Desta forma, as campanhas eleitorais são pensadas com o intuito de persuadir o maior número possível de sujeitos. Utilizando-se de uma retórica argumentativa ficcional, os atores políticos estruturam seus discursos mostrando um mundo ruim, mas que pode tornar-se bom (no caso de partidos e

candidatos de oposição), ou um mundo que está bom e que ficará ainda melhor, (estratégia normalmente utilizada pela situação).

Tendo em vista a capacidade de penetração da televisão nos lares brasileiros, a presentificação dos agentes do campo político neste ambiente durante o HGPE pode ser fundamental para a mobilização de votos e para a obtenção de informações políticas por parte dos eleitores. O HGPE é uma das principais alternativas para que todos os partidos e candidatos ganhem visibilidade no espaço midiático gratuito que, para Albuquerque (1996), oferta aos atores políticos a possibilidade de apresentar sua própria versão da campanha e da realidade política, independentemente do poder econômico de cada um.

Gomes (2004) ressalta que o HGPE garante o trânsito democrático dos sujeitos políticos mesmo que o meio em que sua campanha esteja sendo divulgada apresente interesses contrários aos que são por eles manifestos. Durante o período de exibição dos programas eleitorais, permite-se que o eleitor conheça a identidade dos candidatos envolvidos na disputa, os projetos de governo e possíveis marcas de personalidade que podem auxiliar no processo de escolha daquele que melhor representa os interesses de uma parcela da população.

Partidos e coligações têm no HGPE um espaço em que a elite política pode criar cenários, apresentar propostas e elaborar os perfis de seus candidatos (PANKE & CERVI, 2011, p.391). Os autores comentam ainda que, até o início da campanha eleitoral, a esfera civil acessa informações referentes ao campo político em espaços públicos e as leva para a sua esfera privada. Durante o HGPE, a lógica inverte-se, de modo que as informações políticas surgem no espaço privado e são levadas para o debate público, permitindo que os eleitores possam fazer comparações entre os candidatos em disputa.

Durante o período de exibição do HGPE, a exposição dos candidatos para o público aumenta. Os atores políticos buscam construir um discurso que provoque mais simpatia e credibilidade entre os eleitores. Segundo Miguel e Biroli (2010), ocupar espaço na mídia é importante para que os que almejam posições mais importantes no campo político obtenham êxito, mas a visibilidade destes candidatos deve ser gerida com os devidos cuidados, cuidando para que as esferas privadas de suas vidas não sejam expostas ao público sob a forma de escândalo.

Faz-se necessária a produção de uma imagem que conceda credibilidade ao ator político, isto é, que cativa o eleitor. O espaço de divulgação midiática torna-se palco de encenação de discursos e veiculação de imagens e visões de mundo, as quais se configuram como síntese materializada do exercício de poder. Na definição de Foucault (2003), não é possível repressar o poder, tendo em vista que o seu exercício consiste no estabelecimento de

estratégias. Relembrando a perspectiva de Schwartzberg (1977), o poder assume os traços do indivíduo que o exerce como uma encarnação representada e guardada sobre a sua imagem na qual se conserva toda a sua potência.

A partir dessas concepções, podemos inferir que a presentificação dos agentes políticos no ambiente midiático não facilita apenas na propagação de seus discursos e ideologias, mas também os confere poder. Isso significa que a esfera política utiliza o ambiente comunicacional como espaço de construção e gestão da imagem de seus agentes, ainda que eles não estejam em campanha.

Desta forma, faz-se necessário compreender o papel desempenhado pela mídia neste cenário, em que a produção de diferentes enquadramentos para a política e seus atores pode apontar para dimensões distintas de poder.

Nos próximos tópicos será apresentada a análise dos programas televisivos veiculados no HGPE de 2014, tendo como foco os quatro principais candidatos à presidência no primeiro turno das eleições – Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB), Marina Silva (PSB) e Luciana Genro (PSOL) –, e dos que avançaram para o segundo turno, representados pelas candidaturas do PT e PSDB.

6.1 METODOLOGIA E *CORPUS* DE ANÁLISE DOS CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA NO HGPE

A partir do aporte metodológico da Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977), conforme foi explicado no capítulo anterior, esta pesquisa também se dispôs a classificar e categorizar o objeto de análise e os elementos que o constituem. Neste sentido, analisa-se as campanhas televisivas veiculadas durante o HGPE no processo eleitoral de 2014, compreendendo tanto o primeiro quanto o segundo turno.

Foram investigadas as peças veiculadas pelos candidatos que obtiveram um número superior a 1 milhão de votos na primeira etapa eleitoral, em que Dilma Rousseff (PT) obteve 41,61% dos votos, Aécio Neves (PSDB) 33,53%, Marina Silva (PSB) 21,32% e Luciana Genro (PSOL) 1,55%, bem como os programas exibidos por Dilma e Aécio no segundo turno.

A disputa eleitoral de 2014 culminou na reeleição da presidente Dilma Rousseff (PT), que obteve 51,65% dos votos válidos e venceu o candidato Aécio Neves (PSDB), com 48,35%. É válido ressaltar que há uma polarização entre PT e PSDB que se estende desde 1994, ano no qual o cenário da disputa foi protagonizado por Fernando Henrique Cardoso

(PSDB) e Luiz Inácio Lula da Silva (PT). A reeleição de Dilma em 2014 se deu por meio de uma disputa acirrada, tendo a então presidenta enfrentado durante sua campanha fortes críticas por parte dos meios de comunicação que, salvo algumas exceções, disseminavam uma série de denúncias relativas ao governo e aos seus aliados.

Foram mobilizadas três categorias de análise que contribuem para o entendimento das formas e contextos em que as manifestações ganharam destaque no discurso dos presidentiáveis acima citados. São elas:

- (1) Apropriação das manifestações pelos atores políticos - Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB), Marina Silva (PSB) e Luciana Genro (PSOL);
- (2) Enquadramentos das manifestações a partir das visões ideológicas de direita e de esquerda;
- (3) Dimensão espetacular – os personagens acionados por cada candidato e a dramatização.

Desta forma, faz-se necessário compreender o papel desempenhado pela mídia neste cenário, em que a produção de diferentes enquadramentos para a política e seus atores pode apontar para dimensões distintas de poder.

Nos próximos tópicos será apresentada a análise dos programas televisivos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral de 2014, tendo como foco os quatro principais candidatos à presidência no primeiro turno das eleições, Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB), Marina Silva (PSB) e Luciana Genro (PSOL), e dos dois presidentiáveis que avançaram para o segundo turno, representados pelas candidaturas do PT e PSDB.

Também disponibilizamos no Apêndice 1 o perfil dos eleitores de cada candidato. Acredita-se que estas informações podem auxiliar na compreensão da forma como cada um dos presidentiáveis se comportou durante o HGPE, em especial no que diz respeito às manifestações de junho de 2013.

6.2 AS MANIFESTAÇÕES DE JUNHO DE 2013 NO DISCURSO DOS PRESIDENCIÁVEIS NOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DO HGPE DE 2014: UMA ANÁLISE DESCRITIVA

A transmissão televisiva do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE)

teve início no dia 19 de agosto e sua última exibição antes do primeiro turno ocorreu no dia 2 de outubro. Após o resultado da primeira etapa do processo eleitoral, ocorrida em 5 de outubro, o HGPE retornou com as campanhas dos candidatos eleitos para o segundo turno, Dilma Rousseff (PT) e Aécio Neves (PSDB), no dia 11 de outubro, estendendo-se até o dia 24 do mesmo mês.

Nesta análise foram observadas as formas pelas quais os quatro principais presidenciáveis – Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB), Marina Silva (PSB) e Luciana Genro (PSOL) – apropriaram-se da temática relativa às manifestações e em que medida o assunto esteve presente nos discursos destes atores. Para isso, utiliza-se a Análise de Conteúdo categorial (BARDIN, 1977) como suporte metodológico. Além das peças veiculadas no primeiro turno do período eleitoral, serão também pesquisados os programas exibidos no segundo turno pelos candidatos do PT e PSDB. É válido ressaltar que foram analisados os programas televisivos exibidos no período da noite durante a transmissão do HGPE.

6.1.1 As manifestações nos programas do HGPE de Dilma Rousseff (PT) – primeiro e segundo turnos

A candidata petista disputava a reeleição presidencial no processo eleitoral de 2014. O mote de sua campanha foi estruturado por meio de discursos que apontavam para a figura de Dilma como a melhor alternativa para dar continuidade aos projetos e implementar as mudanças as necessárias a um “governo novo com ideias novas”.

O primeiro programa em que a candidata trouxe as manifestações como tema foi veiculado no dia 13 de setembro de 2014. Antes de tratar da temática das jornadas de junho, a acessibilidade à internet foi o conteúdo introdutório. A rede, que foi de fundamental importância na realização dos protestos, é caracterizada por Dilma como o principal canal de informação, lazer e participação cidadã. Entretanto, a candidata admite que a internet no Brasil tem que melhorar em vários aspectos, como preço, velocidade de conexão e alcance.

Ao estabelecer um diálogo com os autores trabalhados ao longo da dissertação, pode-se afirmar que a questão da internet é vista de forma complexa. Ainda que 105 milhões de brasileiros tenham acesso à internet, há uma parcela significativa de excluídos digitais. Lemos (2004) cita que contribuem para os mecanismos excludentes gerados pela comunicação em rede o custo agregado dos equipamentos, incluindo computadores, linhas e provedores que permitam o acesso ao ambiente virtual. Neste programa, Dilma promete

solucionar parte desse problema através do programa “Banda larga para todos”. Ela compromete-se a levar redes de fibra ótica para 90% dos municípios brasileiros.

O programa da candidata menciona também o Marco Civil da Internet, que teve como proposta lutar por uma rede mais democrática e transparente. Ressalta-se que o Brasil se colocava àquele momento como o primeiro país do mundo a oferecer a proteção à liberdade de expressão aos usuários da rede, garantindo a plenitude dos direitos humanos e civis.

No tocante às manifestações, Dilma apareceu em um encontro com lideranças dos movimentos da juventude, que havia sido realizado no dia 07 de setembro. A candidata destacou a importância e o simbolismo de promover a conversa com jovens que representam várias posições em movimentos sociais no dia da Independência do Brasil.

Pablo Capilé, do Coletivo Fora do Eixo, foi um dos personagens que recebeu destaque no programa. Segundo o jovem, junho de 2013 representou uma explosão que não era despolitizada. Ele ressaltou que as manifestações não foram protestos para negar a essência da política. Em seguida, Andréia Cristina, da juventude do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), destacou que durante as jornadas de junho foi possível unificar os movimentos sociais do Brasil em torno da reforma do sistema político.

Ao fazer uma análise teórica das manifestações, Silva e Ziviani (2014) destacam que nas ruas ocupadas em junho de 2013 fundiram-se movimentos tradicionais e organizados, movimentos desorganizados, e até mesmo uma multidão não acostumada a qualquer tipo de atividade combativa.

O secretário nacional da juventude da Central Única dos Trabalhadores (CUT) complementou dizendo que as manifestações colocaram em cheque o sistema político brasileiro. Andréia Cristina posicionou-se novamente e disse que a juventude estava mostrando que tinha opinião sobre as questões do país e que desejavam participar das decisões políticas.

Em meio ao diálogo, Dilma disse que a sua presença no mundo era justificada por meio de suas crenças, daquilo em que ela acreditava. Em um relato pessoal, a candidata afirmou que acreditava que a revolução socialista dependia de militar 24 horas por dia e que deixar de exercer a militância poderia acarretar no não acontecimento da revolução. Ela disse que acordava de manhã e pensava: “sou uma revolucionária, amanhã está tudo resolvido”. A seguir, ela explicou que enxergava um pouco disso nas manifestações de junho e que este era um dos motivos que despertaram seu interesse nos eventos.

Alfredo Santos apresentou novamente a sua opinião, dizendo que era preciso ter um processo a partir da participação popular na política. Para ele, o plebiscito teria o papel de

envolver a sociedade no debate da constituinte e da reforma política.

Dilma afirmou estar convicta de que a feitura de um plebiscito, referendo ou consulta popular representava um passo imenso para transformar politicamente o país, tendo em vista não somente o que seria alvo da escolha do povo, mas o próprio ato de participar destas escolhas. Andréia, representante da juventude do MST, disse que Dilma era uma inspiração para a juventude, que enxergava na fotografia da candidata durante um de seus depoimentos no período da ditadura um coração valente, um símbolo e um coração com o qual os jovens se identificavam.

A candidata petista explicou que era necessário ter a capacidade de lutar. Segundo ela, se você tem a capacidade de lutar pelo que acredita, uma parte do caminho está feito. Dilma encerrou chamando os jovens para a luta, dizendo: “depende de você, depende de você, depende de cada um de nós mudar esse país”.

No dia 16 de setembro, as manifestações voltaram a ser alvo no programa de Dilma. Nesta peça, o combate à corrupção, uma das pautas que mais esteve em voga durante as manifestações de junho de 2013, ganhou destaque. Foi apresentado o combate à corrupção nos governos de Lula e Dilma e o fato de a Polícia Federal e o Judiciário serem instituições que funcionavam de forma independente de interferências governamentais, com o os quais o governo contribuía nas investigações em curso.

As manifestações foram retratadas a partir da reexibição do trecho do programa do dia 13 de setembro de 2014, em que Dilma promoveu um encontro com as lideranças de movimentos da juventude. Uma nova menção relativa aos eventos de junho foi observada apenas num programa do segundo turno. Na peça veiculada no dia 13 de outubro de 2014, repetiu-se a exibição do encontro de Dilma com representantes de lideranças jovens dos movimentos sociais, como já havia ocorrido em outros dois programas do primeiro turno do período eleitoral.

Acrescidas às vozes anteriormente manifestas, foram agregados novos jovens que manifestaram seu apoio à candidata petista, como Marcus Faustini, da Agência de Redes da Juventude, que disse continuar acreditando em Dilma; e Mateus Aragão, do movimento Eu Amo Baile Funk, que justificava o seu voto relatando que Dilma teria a sensibilidade necessária para escutar o que os jovens tinham a dizer.

6.1.2 As manifestações nos programas do HGPE de Aécio Neves (PSDB) – primeiro e segundo turnos

O candidato tucano apresentou-se durante seus programas como a grande alternativa de mudança para o país. Se no primeiro turno sua campanha se dividiu entre ataques às candidatas Dilma Rousseff (PT) e Marina Silva (PSB), tendo avançado para o segundo turno, Aécio concentrou seu tempo de TV aos ataques ao governo e, por consequência, à figura que o representava na disputa, a então presidente Dilma Rousseff.

As manifestações foram apresentadas como temática pela primeira vez no programa exibido no dia 27 de setembro de 2014. A peça foi iniciada com a informação de que a razão havia voltado, indicando que Aécio estava tecnicamente empatado com Marina. Além disso, o candidato foi apresentado como o “voto útil para vencer o PT”, *slogan* que foi repetido de forma exaustiva durante toda campanha.

Em seguida, Aécio lembrou que no ano anterior os brasileiros foram às ruas para pedir mudanças e que estas, no entanto, não ocorreram. Segundo o candidato, o povo deu a Dilma e ao PT a oportunidade de fazer o que deveria ser feito, mas a ineficiência do governo impediu que as mudanças ocorressem. Aécio seguiu o seu discurso com novos ataques à Dilma e ao PT, condenando-os por oferecer serviços de péssima qualidade, pela ineficiência de praticamente todas as áreas do governo e pela corrupção. Para ele, a forma de fazer política dos petistas estaria destruindo nossos valores e deseducando o Brasil.

Aécio apontou que a mudança estava nas mãos dos eleitores e afirmou que a corrupção e a incompetência não estavam roubando apenas os hospitais, escolas e estradas (citando aqui, indiretamente, três das principais reivindicações das manifestações – saúde, educação e transporte), mas também a tranquilidade e a alegria do povo brasileiro. Repetiu-se a vinheta que colocava Aécio como “o voto útil para vencer o PT”.

No programa exibido no dia 30 de setembro de 2014, Aécio repetiu o mesmo discurso relativo às manifestações apresentado no programa anterior (27/09), em que afirmava que as mudanças pedidas pelo povo nas ruas não foram atendidas pelo governo. Aécio acrescentou que a força capaz de transformar a indignação em esperança e os sonhos em realidade residia em cada eleitor. A vinheta que colocava o candidato como alternativa para vencer o PT foi novamente acionada ao final do programa.

As manifestações voltaram a aparecer na campanha televisiva de Aécio no segundo turno, no programa exibido no dia 21 de outubro de 2014. Em um programa dedicado a falar sobre as mudanças que o candidato pretendia implementar no país, as jornadas de junho foram citadas na voz da atriz Rosa Maria Murtinho: “A gente não quer mudar? Não fomos para rua no ano passado, o Brasil inteiro, por mudança? Então agora é a hora! Aproveita, porque a mudança de verdade, como a gente quer, é Aécio”. No programa,

exibido no dia 23 de outubro, a fala de Rosa Maria Murtinho foi reexibida e novamente Aécio apresentou-se como a alternativa para vencer o PT e fazer as mudanças necessárias para melhorar o Brasil.

6.1.3 As manifestações nos programas do HGPE de Marina Silva (PSB)

Marina Silva assumiu a candidatura pelo PSB após o falecimento de Eduardo Campos (PSB) em um acidente aéreo na cidade de Santos no dia 13 de agosto de 2014, dias antes do início do HGPE. Marina, que até então seria vice de Campos, tornou-se a candidata oficial do partido e assumiu a “Nova Política” como mote de sua campanha. A expressão, que foi amplamente utilizada pela candidata no período eleitoral, parecia tentar capturar o espírito manifesto nas jornadas de junho de 2013 e o clamor por mudanças que foi reivindicado nas ruas, sugerindo uma nova forma de se fazer política.

Tão difusa quanto as pautas das manifestações, a “Nova Política” da candidata foi criticada durante todo o processo eleitoral devido à dificuldade de compreender a lógica em que o termo se baseava. Ao declarar apoio à candidatura de Aécio (PSDB) no segundo turno das eleições de 2014, Marina foi ainda mais criticada e apontada por trair uma das premissas da “Nova Política”, que residiria na negação a alianças de ocasião.

Apesar de todo clamor por mudança ensejado pela campanha de Marina, a temática relativa às manifestações apareceu apenas uma vez durante todo período de exibição do HGPE. Ainda que tenha afirmado em programas anteriores o compromisso de dialogar com a juventude, com a classe trabalhadora e com os movimentos sociais, Marina dedicou às jornadas de junho apenas um breve comentário na peça veiculada no dia 25 de setembro. Na fala da candidata, o povo foi às ruas em junho para pedir por saúde, educação, transporte, segurança, habitação, saneamento, emprego, trabalho e respeito. Marina reafirma o desejo de estabelecer um diálogo com o povo e unir o Brasil.

6.1.4 As manifestações nos programas do HGPE de Luciana Genro (PSOL)

Dentre todos os candidatos analisados, Luciana Genro foi quem possuía bandeiras mais progressistas em sintonia com uma parte da agenda das manifestações, como a defesa da união entre pessoas do mesmo sexo e a legalização do aborto e das drogas. A candidata ganhou a simpatia do público jovem e não por acaso foi quem mais se referiu e utilizou as manifestações durante o período eleitoral.

Nos programas analisados no primeiro turno, de 19 de agosto a 02 de outubro de 2014, Luciana não utilizou das imagens dos jovens manifestantes ocupando o Congresso Nacional em junho de 2013 como *background* em apenas um deles. Nesta ocasião, em 28 de setembro, foram exibidas como pano de fundo as cenas de um comício do PSOL no Rio de Janeiro.

No programa que inaugurou as transmissões do HGPE de 2014, em 19 de agosto, Luciana recorreu a vídeos dos manifestantes ocupando as ruas durante as manifestações de junho de 2013, cantando “oooh, o povo acordou!”. Em seguida, a candidata falou sobre a má qualidade dos serviços públicos.

A peça exibida no dia 21 de agosto é iniciada com novas imagens relativas às manifestações e novamente foram apresentados manifestantes que cantavam que o povo havia acordado. A presidenciável disse que as manifestações ocorridas em junho de 2013 foram maiores que qualquer partido ou sindicato, configurando-se como uma expressão da força do povo. Para Luciana, os eventos de 2013 iam além dos vinte centavos e a capacidade de mobilização deixou a classe política temerosa. Ela ressaltou que promessas foram feitas e não cumpridas por pessoas que agora queriam usar as eleições para deixar tudo como estava.

No programa do dia 26 de agosto de 2014 foram exibidas novas imagens das manifestações novamente ao som dos manifestantes cantando o despertar do povo e mostrando cartazes que pediam a democratização da mídia e o fim do oligopólio. É neste clima que Luciana teceu críticas ao pouco espaço que sua candidatura recebeu na Rede Globo.

No dia 11 de setembro, a candidata disse que uma democracia real deveria ser construída com o povo organizado e mobilizado. Em seguida, foram novamente apresentadas imagens das manifestações, sempre ao som de “o povo acordou”. Luciana encerrou incentivando a luta por direitos e disse que o povo poderia contar com a ajuda do PSOL.

Na peça exibida no dia 13 de setembro, Luciana atacou as medidas que poderiam ser tomadas pelas três principais candidaturas – Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB) e Marina Silva (PSB) – prevendo o aumento nas contas de luz e gasolina logo após o período eleitoral, além de outras medidas de austeridade que visavam agradar ao mercado. A candidata disse que não era justo que estas medidas fossem tomadas, o que prejudicaria o cidadão. Por isso, os protestos foram necessários. Para finalizar, imagens dos eventos de junho de 2013 fechavam o programa

A juventude foi tema do programa apresentado no dia 16 de setembro. Foram expostas as opiniões de jovens que falavam sobre a degradação política brasileira. Além disso, mostrou-se uma série de depoimentos de vários representantes da juventude que participaram

das manifestações de 2013. Luciana disse que ela também participou das jornadas de junho e que a juventude cumpriu um grande papel indo às ruas para rejeitar o sistema político atual. A candidata afirmou que a sua campanha era fiel às demandas da mobilização histórica de 2013, na luta por direitos, contra a violência policial e por uma democracia real.

Com a proximidade das eleições, em 20 de setembro, Luciana apresentou os motivos para os eleitores darem a ela o seu voto, fortalecendo as propostas de campanha que se fundamentavam em uma vida mais digna e igualitária para todos. O programa foi finalizado com novas imagens das manifestações, ao som de “o povo acordou”.

No dia 23 de setembro de 2014, a peça foi iniciada com cenas das manifestações. Os cantos de “o povo acordou” foram mantidos durante a fala da candidata, que destacou a necessidade do fim do arrocho salarial aplicado contra os servidores públicos brasileiros.

No programa exibido no dia 30 de setembro, Luciana afirmou que as demandas de junho de 2013 poderiam ser atendidas se o governo tivesse coragem de enfrentar os interesses dos bancos e milionários. A candidata disse que a eleição tinha dois turnos e que o primeiro deles era o momento de dar um voto realmente útil, o voto que seria capaz de fortalecer as bandeiras levantadas nos protestos e as das minorias. Encerrou-se com cenas da ocupação da Câmara em Brasília, em que novamente os manifestantes entoavam que “o povo acordou”.

Na última exibição antes do primeiro turno, em 02 de outubro, Luciana agradeceu pelo apoio recebido e disse que com a ‘força do povo’ era possível mudar o país. O programa foi finalizado com novas imagens das manifestações e mais uma vez ao som de “o povo acordou”.

6.2 ANÁLISE QUALITATIVA: AS MANIFESTAÇÕES DE JUNHO DE 2013 E AS APROPRIAÇÕES ENQUANTO ESTRATÉGIAS ELEITORAIS E DISCURSIVAS PELOS PRESIDENCIÁVEIS

Nos tópicos posteriores, foram estabelecidas categorias de análise que têm como finalidade auxiliar no esclarecimento relativo às formas de apropriação das manifestações por cada um dos candidatos em questão.

6.2.1 A apropriação das manifestações pelos atores políticos

As manifestações de junho de 2013 foram abordadas sob diferentes aspectos por cada um dos presidentes – Dilma (PT), Aécio (PSDB), Marina (PSB) e Luciana (PSOL).

As retóricas por eles utilizadas podem ser enquadradas pelo viés da oposição ou da situação, conforme esta pesquisa se propõe a discutir.

Figueiredo *et al* (1997) explicam que as formas de persuasão durante uma campanha envolvem estratégias em que os candidatos da situação tendem a apresentar que o mundo atual está bom e que isso é reflexo do bom desempenho de sua administração e que, caso haja a possibilidade de dar continuidade aos projetos através da permanência no poder, será construído um futuro ainda melhor.

A oposição, por sua vez, tende a construir seus discursos tomando por base um mundo atual que está ruim e que isto é reflexo da incapacidade de gestão do atual governo. Tenta-se convencer o eleitor de que o candidato opositor seria o mais apto a implantar um projeto de futuro para o país e para seus cidadãos, conforme explicam os autores.

Por meio das comparações entre os mundos futuros apresentados pelas campanhas, o eleitorado tem a possibilidade decidir sobre quem seria mais habilitado a garantir a realização das propostas de um futuro que seja melhor para todos.

Neste sentido, a candidata Dilma Rousseff (PT), representante da situação em disputa pela reeleição, empregou tanto os discursos relativos à continuidade de projetos, principalmente àqueles relativos às causas sociais, como o Bolsa Família e o Minha Casa, Minha Vida, mas também se valeu da retórica da mudança em vários momentos de sua campanha, que utilizava como slogan a “governo novo, ideias novas”.

O apelo por mudança apareceu de forma massiva durante as manifestações e isso explica o fato de ter se inserido nos discursos dos presidentiáveis. A candidata petista, ao propor mudanças que tornem o país ainda melhor para os brasileiros, vai de encontro a uma das pautas que mobilizou os grupos que foram às ruas em junho de 2013.

Ao falar sobre as jornadas de junho, Dilma assumiu a postura de democrata e disse achar os eventos interessantes. A candidata foi além e incentivou os jovens com quem se reuniu num encontro com as lideranças de movimentos sociais a lutar por seus ideais, a lutar para mudar o país. A participação popular por meio de assembleias consultivas ou plebiscitos, que também foi levantada no período das manifestações, foi defendida por Dilma, que assumiu que este seria um passo importante para a transformação do país. Durante todo o HGPE, considerando os dois turnos, as manifestações de junho de 2013 foram tema de três programas, sendo dois deles no primeiro turno e um no segundo.

Já Aécio Neves (PSDB) assumiu a postura de oposição conforme enunciado por Figueiredo *et al* (1997), apontando para as falhas cometidas pela candidata da situação a qual não seria capaz de garantir um país melhor para os brasileiros. Além disso, Aécio colocava-se

como o político capaz de conduzir o Brasil para um futuro mais próspero. Em diversos programas, foi utilizada a vinheta: “Aécio, o voto útil para vencer o PT”.

Em relação às manifestações, o tucano ressaltou que o povo foi às ruas em 2013 para pedir mudanças, porém elas não foram implementadas pelo governo petista. Ele aproveitou-se da temática das jornadas de junho para desferir ataques ao governo e à candidata que representava a situação. Além disso, os temas levantados durante os protestos (corrupção, transporte, saúde e educação) foram citados de forma direta e indireta, em todos os casos como forma de criticar a ineficiência do governo Dilma.

Aécio também utilizou da voz de uma atriz publicamente conhecida, no caso, Rosa Maria Murtinho, para inserir o mote manifestações e mudanças. A atriz argumentou que os jovens que foram às ruas pedir por mudanças em 2013 deveriam ver em Aécio a melhor alternativa para mudar o Brasil.

Marina Silva (PSB) teve como uma das peças chave de sua campanha a “Nova Política”, criticando a polarização partidária existente no país, envolvendo principalmente o PT e o PSDB e propondo uma nova forma de se fazer política. A candidata foi quem menos se valeu das manifestações como retórica de campanha, mencionando-as apenas uma vez. Marina falou brevemente em algumas das pautas que surgiram durante as jornadas de junho, como saúde, transporte, educação e segurança, afirmando que estaria disposta a dialogar com o povo e unir o Brasil.

Apesar de ter utilizado discursos e propostas que visavam a uma aproximação com jovens, movimentos sociais e trabalhadores em momentos anteriores, a candidata do PSB não articulou fala referente às manifestações na tentativa de atingir os participantes ou até mesmo ao governo.

Luciana Genro (PSOL) foi, entre os presidenciáveis sobre quais se empenhou esta pesquisa, quem mais utilizou as manifestações de junho de 2013 como retórica de campanha. Além de utilizá-las como forma de atacar o governo de Dilma e os demais candidatos que protagonizavam a disputa, Luciana valeu-se das jornadas como uma forma de se aproximar da população mais jovem, principalmente daqueles que estiveram envolvidos nos protestos e que representavam a parcela mais expressiva de seu eleitorado.

A candidata do PSOL utilizou amplamente imagens das manifestações tanto para compor o cenário em que se apresentava durante a exibição do HGPE quanto para ilustrar suas propostas. O discurso de oposição às práticas do governo foi amplamente empregado e valeu-se por muitas vezes das jornadas de junho como suporte elucidativo da incompetência e falta de vontade do governo em fazer as mudanças que o país de fato precisaria.

6.2.2 Enquadramentos a partir das visões ideológicas de esquerda e direita

Conceitos relativos à esquerda e à direita estão frequentemente presentes nos debates que envolvem o campo político. Oliveira (2004) esclarece que o critério normalmente utilizado para conceituar as duas ideologias, segundo a linha argumentativa de Bobbio (1995), é a postura que a sociedade assume acerca do ideal de igualdade. Esta igualdade, conforme defende a democracia social, que está presente nos discursos esquerdistas, envolveria não apenas a paridade de direitos de liberdade, mas também direitos sociais como a educação e a saúde. Oliveira ressalta ainda que por estes motivos a democracia social seria mais igualitária que a democracia liberal.

A respeito da realidade brasileira, Oliveira (2004) destaca que a diferenciação entre direita e esquerda deve ser relacionada à possibilidade de ampliação dos direitos sociais para os cidadãos, conforme defendem os grupos de esquerda. A direita, por outro lado, defenderia um Estado menos interventor e uma maior abertura do mercado. O autor explica ainda que a questão da participação popular nas tomadas de decisão da classe política, levantada durante as manifestações, é uma das bandeiras defendidas pela esquerda. A partir destes conceitos, pretende-se apontar de que formas os eixos ideológicos se encaixam os discursos dos presidencialistas a respeito das manifestações.

Os enquadramentos das manifestações a partir da observação dos programas de Dilma Rousseff (PT) no HGPE apontam para uma conversão aos eixos ideológicos de esquerda. A candidata procurou dialogar com os movimentos sociais durante a exibição e incentivou que eles continuassem lutando e se mobilizando, ou seja, legitimando as jornadas de junho. Além disso, Dilma propôs a participação popular na política como uma forma de conquistar maiores mudanças para o país.

Já o candidato Aécio Neves (PSDB) teve um discurso relativo às manifestações que pode ser enquadrado mais à direita do espectro ideológico. O tucano utilizou-se das jornadas de junho como uma forma de atacar o governo de Dilma e se colocar como um nome viável para a sua opositora. Seu discurso foi fundamentado na lógica de que se os manifestantes foram às ruas como forma de protesto não faria sentindo dar seu voto à presidente que estava em exercício durante o período.

Aécio não mencionou a possibilidade de criação de assembleias populares consultivas ou a qualquer outra forma de participação do povo nas decisões políticas tomadas no país. Ao criticar a ineficiência do Estado, de forma indireta, o tucano estava posicionando-

se como os defensores de um aparato estatal mais enxuto. Portanto, a ideia de que o mercado deve ser priorizado ficou implícita, tanto é que o candidato mencionou o seu programa executado à frente do governo de Minas Gerais, conhecido como Choque de Gestão, que é justamente o enxugamento da máquina administrativa e, conseqüentemente, menos gastos sociais e com políticas públicas.

Marina Silva (PSB) teve seu discurso relativo às manifestações mais centrado no eixo esquerdista. Apesar de ter se manifestado favorável a uma maior abertura do mercado durante a campanha, aproximando-se de um discurso de direita, Marina, no que concerne às jornadas de junho de 2013, posicionou-se favorável ao diálogo com o povo, uma das premissas mais preconizadas pela esquerda, que é a ênfase na participação popular.

Luciana Genro (PSOL), ao mencionar as manifestações de junho, algo que ocorreu diversas vezes durante a sua campanha, evocou discursos e bandeiras típicos da esquerda. Luciana defendeu uma democracia real que seria viabilizada por meio da mobilização e da organização do povo em nome de conquistas de direitos que atingiriam a todos. Além disso, a candidata do PSOL fez críticas a Dilma, Aécio e Marina por proporem medidas de austeridade contra os trabalhadores para agradar ao mercado, aproximando-os da direita liberal no espectro ideológico.

Ainda que Dilma (PT) e Marina (PSB) pertençam a siglas tradicionalmente de esquerda, quem melhor representou os discursos deste eixo foi Luciana Genro (PSOL). Por defenderem posições mais moderadas na atuação do Estado, Dilma e Marina podem ser enquadradas como de centro-esquerda, enquanto Luciana assume posições claramente socialistas.

6.4.3 A dimensão espetacular: personagens acionados e dramatização

Conforme a definição de Rubim (2003), a espetacularização é capaz de acionar simultaneamente uma multiplicidade de dimensões, sejam elas emocionais, sensoriais, valorativas ou cognitivas. Nesse sentido, o espetacular deve ser encarado como uma construção social e discursiva. O autor destaca ainda que a dramaticidade é um dos recursos utilizados pelos atores políticos na busca pela atenção do público para o espetáculo que se encena.

No que diz respeito aos personagens evocados pelos agentes do campo político, Schwartzberg (1977) explica que os políticos incorporam e moldam imagens que representem a um conjunto de traços produzidos com a intenção de agradar e atrair a atenção

do espectador, sem a necessidade de atrelar esses papéis ao real. Gomes (2004) elucida que, embora não haja o compromisso de se reproduzir a realidade através do personagem que se cria, é preciso que aparentar fazê-lo. Deve-se envolver o público de forma a conduzi-lo à produção de efeitos emocionais. Neste sentido, tem mais valor para os atores políticos o que eles parecem ser e não o que de fato são.

Dilma Rousseff (PT) escolheu como palco das manifestações de junho em sua campanha um encontro com as jovens lideranças dos movimentos sociais. A escolha é simbólica pela data escolhida para o evento – 7 de setembro, dia da independência do Brasil – pela representatividade dos personagens evocados, que simbolizam parte da juventude que se organizou e foi às ruas em 2013 e pelo fato de Dilma ter trazido seu histórico de envolvimento nas causas sociais e revolucionárias para a cena.

A candidata petista não assumiu somente a imagem da presidenta democrata, capaz de enxergar a legitimidade das manifestações, classificando-as como interessantes, como também encarnou ela mesma o papel de militante revolucionária ao expor episódios de seu passado. Além disso, foram relatados episódios de sua vida no período em que a candidata lutava contra a ditadura, por meio do depoimento de uma das jovens que apareceu no programa dizendo que, ao ver a foto de Dilma dando depoimento no período ditatorial, enxergou nela um coração valente. Esta expressão, inclusive, esteve presente tanto nos *jingles* quanto nos *slogans* da campanha petista - um símbolo e um coração com o qual os jovens se identificavam com um discurso à esquerda.

O discurso, primeiramente, teve o intuito de comover o público a partir da exploração de traços personalistas com a figura de Dilma Rousseff, militante de esquerda, que foi presa, torturada por seus algozes. Está explícito, neste caso, o recurso ao caráter teatral e dramático da política na mídia (GOMES, 2004). Além disso, ao se revelar como uma personagem, Dilma pode gerar no eleitor laços de identificação – tanto é que uma jovem declarou abertamente ter empatia pela petista e pelo seu passado de lutas.

Por outro lado, Aécio Neves (PSDB) encarnou o papel do líder valoroso – aquele que seria capaz de livrar o Brasil do PT e de toda a desordem que o partido trouxe com ele. O tucano utilizou-se dos protestos de junho como enredo da tragédia escrita pelos petistas em seu período de gestão, acusando-os de conduzir o país a um panorama de corrupção e falta de valores. Aécio apelou para a dramaticidade dizendo que a administração do PT não roubou apenas recursos, mas também a tranquilidade e a alegria do povo brasileiro.

Marina Silva (PSB) evocou as principais pautas das manifestações – saúde, segurança, transporte, educação, entre outras – como uma forma de se aproximar seus

discursos e propostas daqueles que de alguma forma participaram das manifestações.

Luciana Genro (PSOL) assumiu a imagem da líder capaz de dialogar com o povo, em especial com a juventude. As cenas das manifestações estampavam o cenário de sua campanha e ilustravam as bandeiras com as quais a candidata se comprometia. As jornadas de junho foram ainda utilizadas como forma de atacar não apenas o governo e a candidatura de Dilma, mas também como recurso dramático e elucidativo das propostas elaboradas por Marina e Aécio que sangrariam o bolso da classe trabalhadora.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Junho de 2013 será sempre lembrado como o mês em que o Brasil foi às ruas. Alguns se lembrarão dos 20 centavos, outros dirão que havia algo muito maior do que o aumento das tarifas por trás das manifestações, que o povo tomou as cidades para mostrar sua insatisfação com a classe política. Talvez seja sensato dizer que houve de ambas as perspectivas. A diversidade de pautas e de grupos que se aglomeraram nas ruas não permite visões unânimes.

Os meses através dos quais se estendeu esta pesquisa permitiram tecer algumas interpretações sobre os eventos de junho de 2013. Ainda que tenham se iniciado a partir das reivindicações do Movimento Passe Livre (MPL) com relação ao valor e à qualidade do transporte público, os protestos foram aos poucos sendo tomados por grupos que, enxergando a insatisfação popular, no que diz respeito à classe política e às instituições, insuflaram bandeiras conservadoras e não mediram ataques ao governo, à esquerda e aos que por ela militam.

O antipartidarismo, tão evidenciado durante os atos de junho, revelou-se como uma aversão a toda ideologia esquerdista, como se evidenciou na expulsão de militantes de siglas da esquerda durante os protestos protagonizados em São Paulo.

Ainda que as jornadas de junho de 2013 representem uma vitória da cidadania, mobilizando milhões de pessoas que lutavam por mais direitos em todo território nacional, houve um inegável fortalecimento da direita e de suas bandeiras num momento posterior às manifestações.

A mídia desempenhou um papel fundamental não somente no sentido de construir informações a respeito dos eventos de junho, mas também na formação de quadros interpretativos sobre os mesmos. Nos capítulos anteriores foram evidenciados traços que permitem observar a compreensão das manifestações ocorridas em junho de 2013 sob a ótica de um dos maiores veículos impressos em circulação no Brasil, a *Folha de S. Paulo*. No período de 7 a 21 de junho, somaram-se oito matérias que apresentaram diferentes enquadramentos e valências.

Tanto os eventos em si quanto os manifestantes foram apresentados, a princípio, de forma marginal. Tudo aparentava ser mais um ato de grupos de estudantes esquerdistas protestando e tumultuando as ruas. O estranhamento veio com a permanência desses jovens nas ruas por um período superior ao que se poderia imaginar e com a aquiescência de setores

médios da sociedade, que passaram a também ocupar o espaço urbano, reconhecendo-se como parte afetada por ele.

A mudança no enquadramento dos eventos pelo veículo foi sintoma não somente da mobilização de um grande número de pessoas das mais diversas classes sociais, mas também da cobertura massiva da Internet. Enquanto os meios tradicionais criminalizavam o movimento, as redes cobriam o calor das ruas em tempo e em quadros que expressavam o que de fato estava acontecendo nos eventos.

Ainda sobre a mudança postural da *Folha*, as valências também revelam que os eventos receberam um tom mais negativo logo no início da cobertura, transitando num momento posterior entre atribuições equilibradas ou neutras.

Os enquadramentos produzidos pela mídia, sob a perspectiva de Gitlin, podem ser entendidos como recursos que possibilitam a organização de um discurso mediante a práticas que envolvem a seleção, a ênfase e a exclusão de informações que acabam por constituir determinadas interpretações sobre os fatos, conforme salienta Porto (2007).

Os quadros interpretativos produzidos pela *Folha* direcionavam para uma leitura negativa das manifestações, embora os discursos de criminalização do movimento tenham refluído um pouco ao longo da cobertura. Durante todo o período, a esquerda foi, direta ou indiretamente demonizada, grupos de manifestantes tachados sob a alcunha do vandalismo, além da não concessão de espaço de fala aos grupos que se aglomeravam nas ruas.

No que diz respeito ao Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), cada um dos candidatos – Dilma (PT), Aécio (PSDB), Marina (PSB) e Luciana (PSOL) - destacou traços referentes às manifestações que tomaram as ruas do Brasil em 2013 que pudessem fortalecer seus argumentos de campanha. Nenhum dos candidatos, sejam eles oposição ou situação, enquadrou as manifestações sob um viés negativo.

A candidata à reeleição Dilma Rousseff, em cujo governo se protagonizaram as manifestações, assumiu a postura de líder democrata, que compreende e apoia as manifestações populares e a luta por direitos. Ainda que seu governo tenha sido alvo de críticas em vários dos protestos ambientados em 2013, ela não retira deles sua legitimidade.

Entre divergências de nível pragmático ou ideológico, Aécio, Marina e Luciana se utilizaram das jornadas de junho como uma forma de ataque ao governo e de crítica a sua ineficiência administrativa. Se no momento da efervescência das manifestações que se estenderam durante o mês de junho de 2013 a classe política foi tomada de surpresa, na etapa das campanhas veiculadas por meio do HGPE em 2014 foi possível perceber que cada eixo produziu determinadas reflexões a respeito delas e se apropriou de suas bandeiras de

diferentes formas como recurso fortalecedor de sua candidatura ou como via para o enfraquecimento de seus adversários.

As manifestações de junho de 2013 foram apropriadas pelas retóricas de campanha que se dividiam entre os cenários criados pela situação e oposição, que conforme explicam Figueiredo *et al* (1997), tendem a construir seus discursos tendo por base um mundo futuro que seja desejável para o eleitorado. Dilma, candidata à reeleição, que, portanto, representava a situação, apropriou-se das jornadas de junho como algo positivo, que acrescentava ao governo, já que poderia aprimorar a sua gestão a partir do que foi reivindicado nas ruas. A oposição apropriou-se das manifestações como uma forma de contestação ao que o governo estava deixando de fazer, acusando a gestão petista de ser ineficiente. Os protestos também foram apropriados de acordo com o perfil ideológico de cada candidato. No espectro ideológico, Aécio (PSDB) alinhou-se a um discurso mais liberal (de um Estado pouco eficaz), Dilma (PT) e Marina (PSB) a discursos típicos da centro-esquerda e Luciana (PSOL) ao eixo de esquerda.

No momento anterior às jornadas de junho, teóricos e agentes do campo político estavam muito voltados para o papel ocupado pela mídia massiva na sociedade, principalmente no que concerne à televisão, tanto na construção da imagem dos governantes e dos partidos quanto nas campanhas eleitorais. O período eleitoral de 2014 e as manifestações de 2013 parecem apontar para uma transição em que a mídia massiva se mantém hegemônica, conforme indicam os dados divulgados pela Secom, embora a internet esteja cada vez mais presente no cotidiano e na vida política. Isso implica em pensar que as relações entre comunicação, política e poder não se estabelecem apenas a partir dos meios massivos, encontrando terreno também nas mídias digitais, conforme estudos futuros poderão evidenciar.

Cabe ainda uma observação a respeito do protagonismo da figura do jovem tanto na cobertura da *Folha* quanto no HGPE. Entretanto, os papéis a eles designados são extremamente opostos. A juventude, que compôs o número mais expressivo presente nas jornadas de junho, foi majoritariamente representada de forma marginal pela *Folha de S. Paulo*, enquanto no HGPE assumiu em variados momentos o centro da cena, uma parcela do eleitorado com a qual todos os candidatos analisados – Dilma (PT), Aécio (PSDB), Marina (PSB) e Luciana (PSOL) – intencionavam dialogar.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, A. **A batalha pela presidência: o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral na campanha de 1989.** Tese de Doutorado (Ciências Humanas: Ciências Políticas), Escola de Comunicação/UFRJ, Rio de Janeiro, 1996.
- _____. Advertising ou propaganda? O audiovisual político brasileiro numa perspectiva comparativa. In **Alceu**, Rio de Janeiro: v.5, n.10, p. 215-227 jan./jun. 2005.
- _____. As três faces do Quarto Poder. In: Miguel, L. F; Biroli, F. (orgs). **Mídia, representação e democracia.** São Paulo: Editora Hucitec, p. 92-104, 2010.
- _____; DIAS, M. Propaganda política e a construção da imagem política no Brasil. In **Revista Civitas**, Porto Alegre, n.2, dezembro de 2002.
- ALZAMORA, G. *et al.* Os eventos do Facebook no dispositivo protesto. In: Silva, R. H. A (org.). **Ruas e redes – dinâmica dos protestos BR.** Belo Horizonte. Editora Autêntica, 2014.
- AZEVEDO, F. A; CHAIA, V. L. O Senado nos editoriais dos jornais paulistas (2003-2004). In: Luís Felipe Miguel e Flávia Biroli (orgs). **Mídia, representação e democracia.** São Paulo: Editora Hucitec, p. 105-137, 2010.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1977.
- BERGER, P; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade.** Petrópolis: Editora Vozes, 1985.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico.** Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 2004.
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** – Brasília: Secom, 2015.
- CASTELLS, M. O papel da sociedade civil global – A crise da democracia, governança global e a emergência. In: **Por uma governança global democrática.** São Paulo: Instituto Fernando Henrique Cardoso (iFHC), 2005.
- COSTA, J; SOARES, S. Desigualdade social, vulnerabilidade e reconhecimento: uma introdução da teoria social pós-crítica. In: **Política & Trabalho** – Revista de Ciências Sociais. João Pessoa: n.33, out., 2010.
- DAGNINO, E. Movimentos sociais e a emergência de uma nova noção de cidadania. In: Dagnino, E (org). **Anos 90 - Política e sociedade no Brasil.** São Paulo: Ed. Brasiliense, p. 103-115, 1994.
- _____. Sociedade civil, participação e cidadania: de que estamos falando? In: Mato, D (org). **Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización.** Universidad Central de Venezuela. Caracas: FACES, p. 95-110, 2004.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo.** São Paulo: Contraponto, 1992.

FEENSTRA, R; COUTO, D. Democracia Monitorada: Internet e o potencial do jornalismo cidadão. In Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Política (Compólitica). **Anais...** Rio de Janeiro, 2011.

FIGUEIREDO, M. *et al.* Estratégias eleitorais em eleições majoritárias: uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral. In XXI Encontro Anual da ANPOCS. **Anais...** Caxambu, 1997.

_____; ALDÉ, A. Intenção de voto e propaganda política: efeitos e gramáticas da propaganda eleitoral. In: **Mídia, representação e democracia**. Miguel, L. F; Biroli, F (orgs). São Paulo: Editora Hucitec, p. 25-46, 2010.

FRANÇA, V. V. O objeto da comunicação - a comunicação como objeto. In: Hohlfeldt, A; Martino, L. C; França, V (orgs). **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder**. São Paulo: Editora Graal, 2003.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

GOHN, M. G. **Movimentos sociais e redes de mobilização civis no Brasil contemporâneo**. Petrópolis: Editora Vozes, 2013.

_____. **Manifestações de junho de 2013 no brasil e praças dos indignados no mundo**. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.

_____; BRINGEL, B. **Movimentos sociais na era global**. Petrópolis: Editora Vozes, 2012

GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Editora Paulus, 2004.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Editora Tempo Brasileiro, 2003.

HARVEY, D. A liberdade da cidade. In **Cidades rebeldes**. São Paulo: Editora Boitempo, 2013.

HOHLFELDT, A. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em Comunicação. In Hohlfeldt, A; Martino, L. C; França, V (orgs). **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

IASI, M. L. A rebelião, a cidade e a consciência. In **Cidades rebeldes**. São Paulo: Editora Boitempo, 2013.

LEAL, P. R. F. A nova ambiência eleitoral e seus impactos na comunicação política. **Lumina**. Juiz de Fora, vol. 5, n.2, p. 67-77, 2002.

LEMOS, A. Cidade Ciborgue. In **Galáxia** - Revista Transdisciplinar de Comunicação, Semiótica e Cultura. São Paulo: PUC-SP, n. 8, 2004.

LÉVY, P. **O que é o Virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996.

LIMA, V. A. CR-P: novos aspectos teóricos e implicações para a análise política. In: **Comunicação & Política**. Rio de Janeiro: n.3, 1995.

_____. Sete teses sobre mídia e política no Brasil. São Paulo: Revista USP, n.61, mar./mai., p. 48-57, 2004.

_____. A ilusão do quarto poder. In **Teoria e debate**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.

_____. Mídia, rebeldia urbana e crise de representação. In **Cidades rebeldes**. São Paulo: Editora Boitempo, 2013.

MANIN, B. As metamorfoses do governo representativo. In: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo, 1995.

MARICATO, E. É a questão urbana, estúpido! In **Cidades rebeldes**. São Paulo: Editora Boitempo, 2013.

MARTINO, L. C. De qual comunicação estamos falando? In: Hohlfeldt, A; Martino, L. C; França, V (orgs). **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

MAQUIAVEL, N. O Príncipe. In Weffort, F. (org). **Os clássicos da política**. São Paulo: Editora Ática, 2002.

MOTTA, L. G. Enquadramentos lúdico-dramáticos no jornalismo: mapas culturais para enquadrar narrativamente os conflitos políticos. In Miguel, L. F; Biroli, F. (orgs). **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: Editora Hucitec, 2010.

MIGUEL, L. F. Os meios de comunicação e a prática política. In: **Lua Nova**. São Paulo: n.55-56, 2002.

_____. Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o Congresso brasileiro. In **Revista Sociologia Política**. Curitiba: n.20, 2003.

_____; BIROLI, F. Comunicação e política: um campo de estudos e seus desdobramentos no Brasil. In: Miguel, L. F; Biroli, F. (orgs). **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: Editora Hucitec, p.7-25, 2010.

MORAES, D. Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticos na Internet. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo: vol. 23, n.2, jul./dez., 2000.

_____. **O ativismo digital**. Disponível em: <[http:// www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html)>. Acesso em: 9 out. 2015.

_____. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**. São Cristóvão: vol.9, n.2, 2007.

OLIVEIRA, L. A. As estratégias retóricas na construção dos mundos de natureza ficcional da política - um estudo comparativo das campanhas de Belo Horizonte e Salvador na eleição

municipal de 2000. Tese de doutorado (Ciências Humanas: Ciências Políticas) - Instituto de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

PANKE, L; CERVI, E. Análise da comunicação eleitoral: uma proposta metodológica para os estudos do HGPE. In **Contemporânea** – Revista de Comunicação e Cultura. Salvador: vol.9, n.03, set./dez., 2011.

_____; TESSEROLI, F. C. Personalismo em Primeiro Lugar – Estudo sobre o HGPE durante o 2º turno em Curitiba. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**. São Paulo: ano 17, n.17, jan./dez, p. 77-93, 2013.

PEREIRA, M. Internet e mobilização política – os movimentos sociais na era digital. In Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Política (Compólitica). **Anais...** Rio de Janeiro: abr., 2011.

PERUZZO, C. Internet e democracia comunicacional: entre os entraves, utopias e o direito à Comunicação. In MARQUES DE MELLO, J.; SATHLER, L. **Direitos à comunicação na sociedade da informação**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2005.

_____. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Revista Galáxia**. São Paulo: n.17, 2009.

PORTO, M. P. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência**. Rio de Janeiro: Editora e-papers, 2007

PRIMO, A. Interfaces potencial e virtual. In: **FAMECOS**. Porto Alegre: n.10, jun., 1999.

_____; RECUERO, R. A terceira geração da hipertextualidade. **Revista da Faculdade de Comunicação Cásper Líbero**. São Paulo: Cásper Líbero, 2006.

RECUERO, R. **A internet e a nova revolução na comunicação mundial**. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/revolucao.htm>>. Acesso em: 24 nov. 2015.

RICCI, R; ARLEY, P. **Nas ruas** – a outra política que emergiu em junho de 2013. Belo Horizonte: Editora Letramento, 2014.

RODRIGUES, A. D. **Estratégias de Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1990.

_____. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: MOIULLAUD, M. *et al* (Orgs). **Jornal Do sentido à forma**. Brasília: Editora UNB, p.217-234, 2002.

ROLNIK, R. As vozes das ruas: as revoltas de junho e suas interpretações. In **Cidades rebeldes**. São Paulo: Editora Boitempo, 2013.

ROSSINI, P. Das redes para as ruas: mídias sociais como novas “armas” na luta por reconhecimento? In **C&S**. São Bernardo do Campo: v. 36, n.1, p. 301-325, jul./dez., 2014.

RUBIM, A.A.C. Espetáculo, política e mídia. In: França, V. *et ali* (orgs). **Livro do XI Compós 2002: estudos de comunicação, ensaios de complexidade**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SÁDABA, T. **Framing: El encuadre de las noticias**. Buenos Aires: Editora La Crujía, 2007.

SCHERRER-WARREN, I. Das Mobilizações às redes de movimentos sociais. In: **Sociedade e Estado**, Brasília: v. 21, n.1, p. 109-130, jan./abr., 2006.

SCHWARTZENBERG, R. **O estado espetáculo: ensaio sobre e contra o star system em política**. São Paulo: Círculo do Livro, 1977.

SECCO, L. As Jornadas de Junho. In **Cidades rebeldes**. São Paulo: Editora Boitempo, 2013.

SILVA, R. H; ZIVIANI, P. **Ruas e redes – dinâmica dos protestos BR**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2014.

SILVEIRA, S. Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo. **Revista USP**, São Paulo: n.86, p.28-39, jun./ago., 2010.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade – Uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

TRAQUINA, N. **O Estudo do Jornalismo no Século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

VAZ, P. As esperanças democráticas e a evolução da Internet. In **Revista Famecos**. Porto Alegre: n.24, julho de 2004.

VAINER, C. Quando a cidade vai às ruas. In **Cidades rebeldes**. São Paulo: Editora Boitempo, 2013.

VIANA, S. Será que formulamos mal a pergunta?. In **Cidades rebeldes**. São Paulo: Editora Boitempo, 2013.

WEBER, M. H.; ABREU, C. R. Debate político-eleitoral na televisão: jogo de cena e dispositivo estratégico. In Miguel, L. F; Biroli, F. (orgs). **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: Editora Hucitec, p. 152-195, 2010.

APÊNDICE A - PERFIL DOS ELEITORES SEGUNDO O IBOPE

Com o objetivo de traçar o perfil dos eleitores de cada um dos quatro presidenciais aos quais esta pesquisa se refere, foram consultadas as bases de dados do Datafolha e do Estadão. Além disso, é válido salientar que o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) divulgou ainda em junho de 2014 uma pesquisa que revela informações gerais sobre o perfil dos eleitores. Afirma-se que o número de eleitores aumentou 5% em quatro anos e que as mulheres compõem a maioria da população eleitoral.

O TSE revelou ainda que a proporção de eleitores mais jovens, na faixa etária entre 16 e 17 anos, é a menor em vinte anos, dado que pode indicar a falta de interesse dos eleitores mais jovens pela política. Em contrapartida, o número de eleitores com idade superior 45 anos aumentou nos últimos quatro anos.

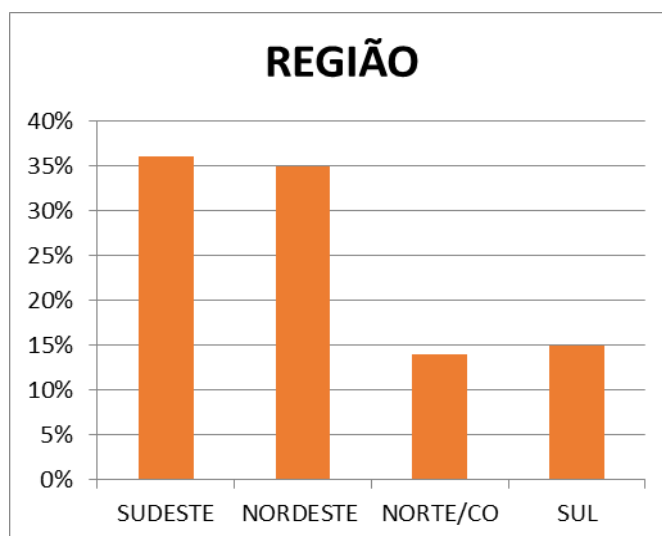
No que diz respeito à proporção de eleitores por região, a pesquisa revela que o Sudeste concentra o maior número de eleitores (43,44%), seguido pelas regiões Nordeste (26,80%), Sul (14,79%), Norte (7,57%) e Centro-Oeste (7,17%).

A seguir, serão evidenciados os dados que revelam o perfil dos eleitores de cada um dos candidatos aos quais esta pesquisa se dedica, tomando por base pesquisas divulgadas em outubro de 2014 pelo Estado de S. Paulo. No entanto, deve-se fazer uma ressalva quanto aos dados referentes à candidata Luciana Genro. As pesquisas do jornal Estado de S. Paulo, que serviram de base, do, concentraram-se nos candidatos considerados competitivos na época e que apareciam com mais de 5% das intenções de voto, portanto englobando Dilma, Aécio e Marina Silva. Em função disso, o perfil dos eleitores de Luciana Genro foi realizado com base nos dados divulgados pelo Instituto Datafolha.

Perfil dos eleitores de Dilma Rousseff

A distribuição dos eleitores de Dilma por região, conforme indica a pesquisa, concentra-se em maior número na região Sudeste (36%), seguido pelo Nordeste (35%), Norte/Centro Oeste (15%) e Sul (14%).

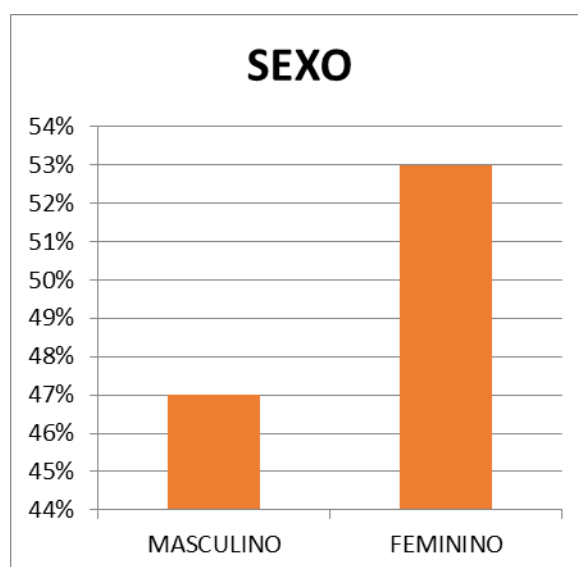
Gráfico 2 – Eleitores de Dilma por região



Fonte: elaboração própria

Em relação ao sexo, as mulheres são maioria, contabilizando 53% contra 47% dos homens.

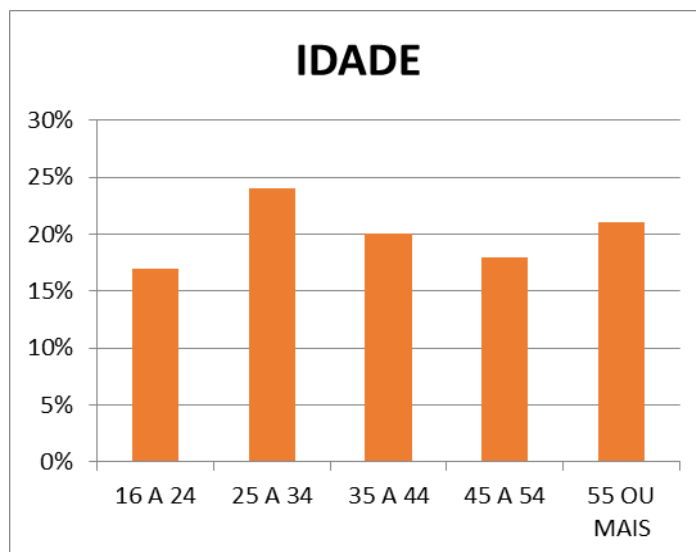
Gráfico 3 – Perfil dos eleitores de Dilma por sexo



Fonte: elaboração própria

No que diz respeito à média de idade, 24% estão na faixa entre 25 e 34 anos, 21% têm idade igual ou superior a 55 anos, 20% de 35 a 44 anos, 18% de 45 a 54 anos e 17% possuíam entre 16 e 24 anos.

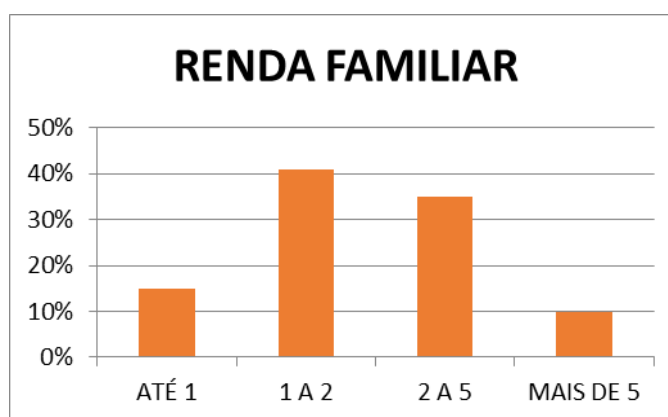
Gráfico 4 – Perfil dos eleitores de Dilma por idade



Fonte: elaboração própria

A renda familiar predominante entre os eleitores da candidata petista varia entre um e dois salários mínimos, somando uma parcela de 41%, enquanto outros 35% tem renda média entre dois e cinco salários mínimos, seguidos de uma parcela de 15% que declara renda de um salário mínimo e de outros 10% que ganham mais que cinco salários.

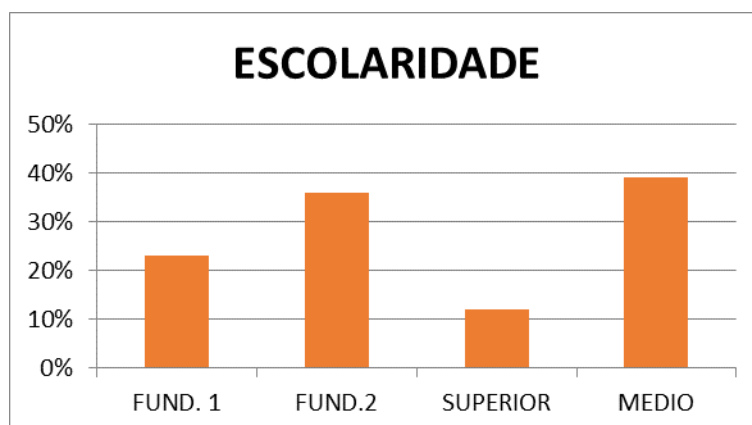
Gráfico 5 – Perfil dos eleitores de Dilma por renda familiar



Fonte: elaboração própria

Quanto à escolaridade, 39% possuem ensino médio completo, 26% fundamental II, 23% fundamental I, e apenas 11% concluíram o ensino superior.

Gráfico 6 – Perfil dos eleitores de Dilma por escolaridade

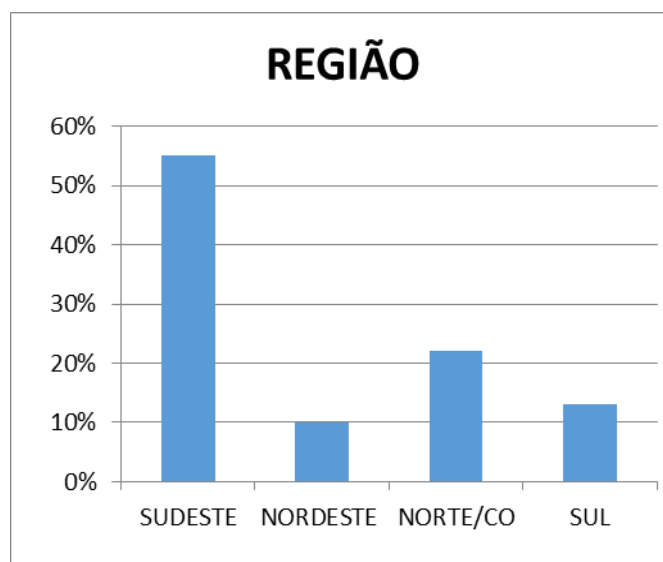


Fonte: elaboração própria

Perfil dos eleitores de Aécio Neves

O candidato Aécio Neves (PSDB) concentra maior número de eleitores no Sudeste (55%), seguido pelo Sul (22%), Norte/Centro Oeste (12%), Nordeste (10%).

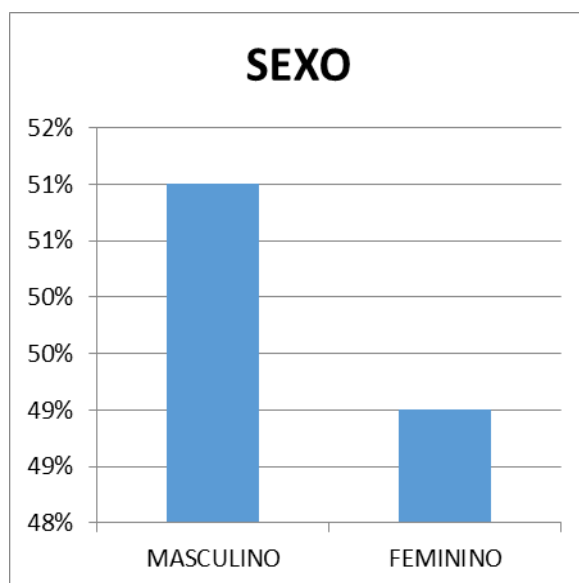
Gráfico 7 – Perfil dos eleitores de Aécio por região



Fonte: elaboração própria

No que tange o sexo, os homens ainda são maioria (51%), sendo 49% cabe às mulheres.

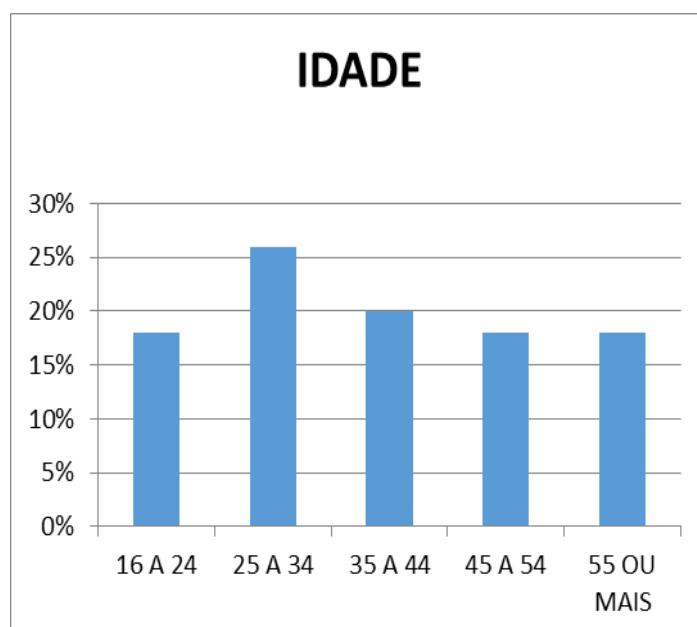
Gráfico 8 – Perfil dos eleitores de Aécio por sexo



Fonte: elaboração própria

A média de idade predominante varia entre 25 e 34 anos (26%), 20% têm entre 35 e 44 anos, e há empate nas faixas etárias de 16 a 24 anos e 45 a 54 anos e para os que têm idade superior ou igual a 55 anos, contabilizando 18% para cada.

Gráfico 9 – Perfil dos eleitores de Aécio por idade

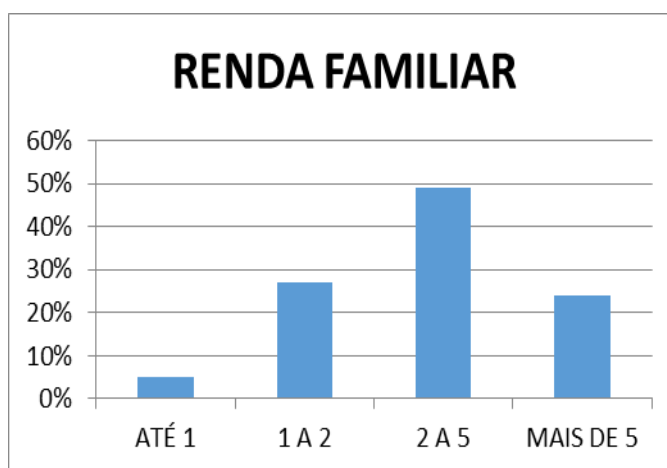


Fonte: elaboração própria

O candidato tucano tem um maior número de eleitores nas faixas de renda que variam de dois a cinco salários mínimos (44%), seguidos dos que declaram renda familiar de

um a dois salários mínimos (27%), sendo outros 24% situados acima de cinco salários mínimos, enquanto 5% dos eleitores têm renda média de até 1 salário mínimo.

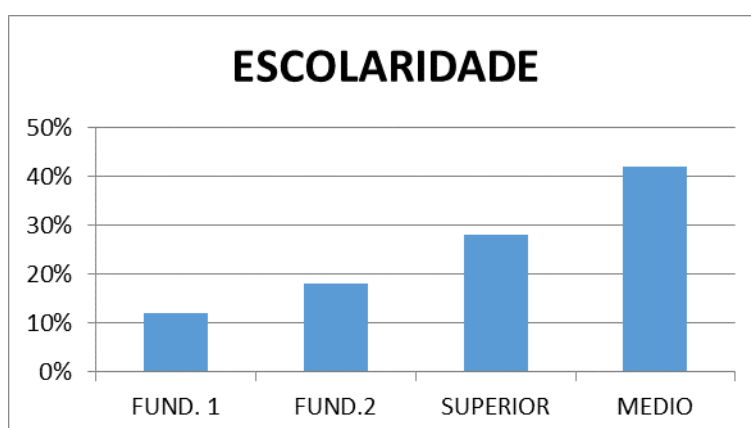
Gráfico 10 – Perfil dos eleitores de Aécio por renda familiar



Fonte: elaboração própria

A respeito da escolaridade, 42% dos eleitores afirmam ter concluído o ensino médio, 28% possuem ensino superior, 18% fundamental II e 12% fundamental I.

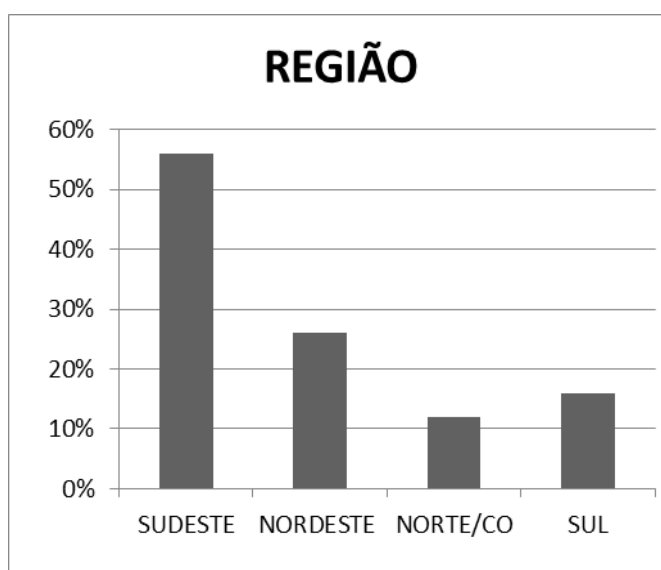
Gráfico 11 – Perfil dos eleitores de Aécio por escolaridade



Fonte: elaboração própria

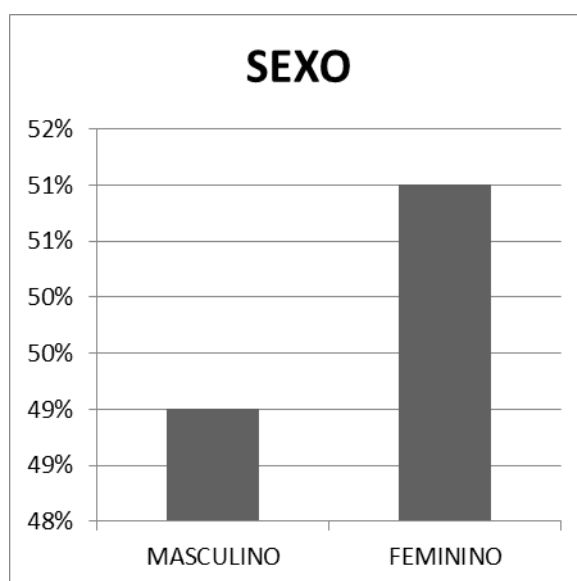
Perfil dos eleitores de Marina Silva

Os eleitores de Marina (PSB) concentram-se em maior escala na região Sudeste (46%), vindo o Nordeste em seguida (26%), Norte/Centro Oeste (16%) e Sul (11%).

Gráfico 12 – Eleitores de Marina por região

Fonte: elaboração própria

As mulheres preenchem a maior parcela entre os eleitores (51%), contra 49% dos homens.

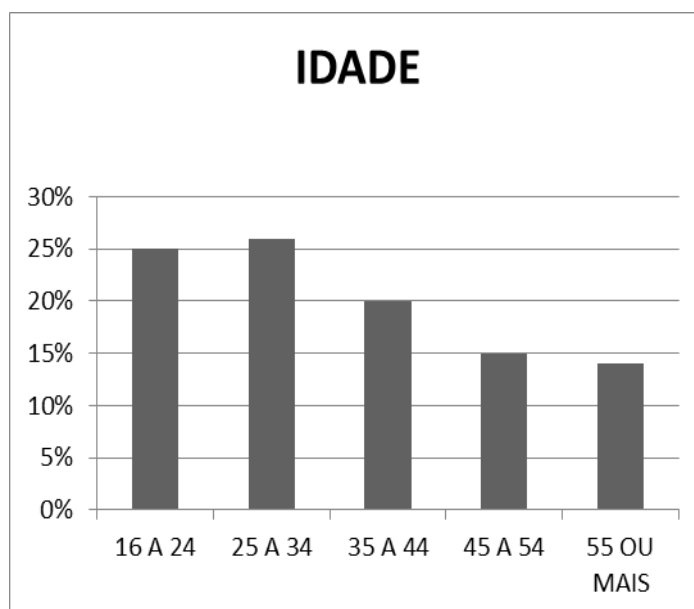
Gráfico 13 – Eleitores de Marina por sexo

Fonte: elaboração própria

Os jovens com idade média de 24 a 35 anos somam 26% dos eleitores de Marina, seguido por 25% que possuem de 16 a 24 anos, 15% tem de 45 a 54 anos e 14% possuem

idade igual ou superior a 55 anos.

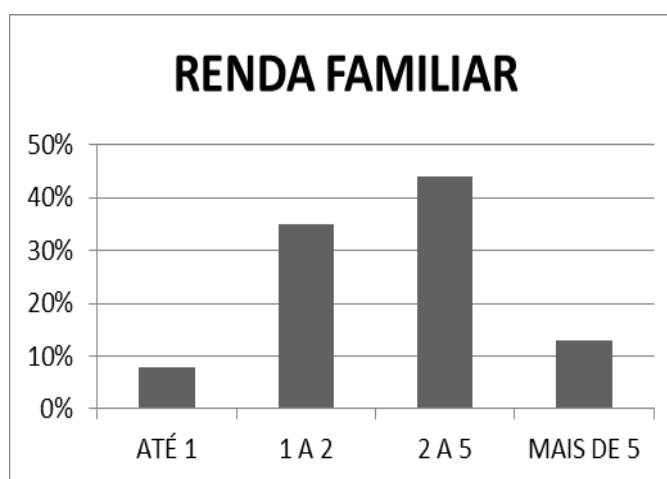
Gráfico 14 – Eleitores de Marina por idade



Fonte: elaboração própria

A maior parcela do eleitorado da candidata declara renda familiar de dois a cinco salários mínimos (44%), enquanto outros 35% dizem receber de um a dois salários, 13% possuem rendimentos superiores a cinco salários mínimos e 8% recebem até um salário mínimo.

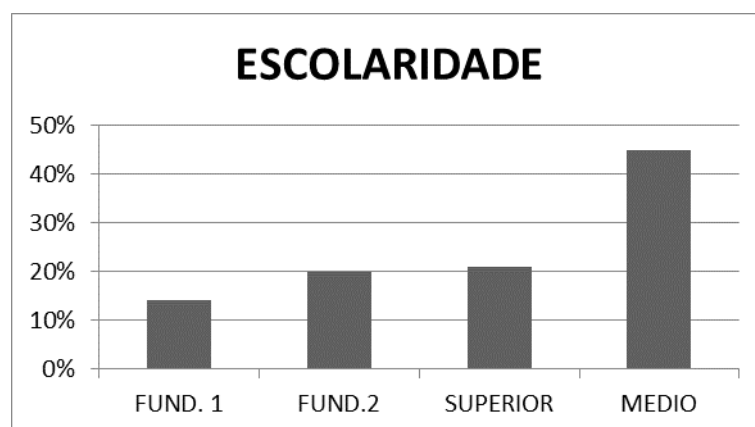
Gráfico 15 – Eleitores de Marina por renda familiar



Fonte: elaboração própria

A escolaridade predominante entre o eleitorado da candidata é dos que declaram ter concluído o ensino médio (46%), enquanto outros 21% tem curso superior, 20% fundamental II e 14% fundamental I.

Gráfico 16 – Eleitores de Marina por escolaridade



Fonte: elaboração própria

Perfil dos eleitores de Luciana Genro

Na pesquisa veiculada pelo *Estadão* não existem dados referentes ao perfil dos eleitores de Luciana Genro (PSOL). Entretanto, ao se efetuar uma busca, foram encontradas referências às características gerais do eleitorado, conforme indica o Datafolha em pesquisa também realizada no período de outubro de 2014. Ainda que não seja tão completa quanto a dos demais candidatos, é possível fazer inferências a partir dos números relatados.

A maioria dos eleitores de Luciana são jovens que possuem ensino superior completo e renda familiar acima de 5 salários mínimos. O Datafolha ouviu eleitores de todas as regiões do país e aponta que a maior parte do eleitorado da candidata se concentra nas capitais.

ANEXO A – PERFIL DOS MANIFESTANTES SEGUNDO O IBOPE

Com o objetivo de traçar um perfil dos participantes dos protestos, o Ibope ouviu 2002 manifestantes com idade igual ou superior a 14 anos em 8 capitais brasileiras no dia 20 de junho de 2013. Os resultados são apontados a baixo conforme os dados disponibilizados no portal do Fantástico.

1- Razões das Manifestações – Quais são as razões que levaram você a participar das manifestações?

- Transporte público: 37,6%
- Ambiente político: 29,9%
- Saúde: 12,2%
- Contra a PEC 37: 5,5%
- Educação: 5,3%
- Gastos com a Copa do Mundo / das Confederações: 4,5%
- Reação à reação violenta da PM: 1,3%
- Justiça / Segurança pública: 1,3%
- Por direitos e democracia: 0,6%
- Administração pública: 0,8%
- Outras causas específicas com menos de 1%: 0,8%
- Nenhum: 0,01%
- Não respondeu: 0,2%

2- Perfil dos entrevistados

Sexo:

- Masculino: 50%
- Feminino: 50%

Idade:

- 14 a 24 anos: 43%
- 25 a 29 anos: 20%

- 30 a 39 anos: 18%
- 40 ou mais: 19%

Escolaridade

- Até o colegial iniciado: 8%
- Colegial completo ou ensino superior iniciado: 49%
- Superior completo: 43%

Em relação à renda:

- 15% têm renda familiar até 2 salários mínimos
- 30% têm renda familiar acima de 2 até 5 salários mínimos
- 26% têm renda familiar acima de 5 até 10 salários mínimos
- 23% têm renda familiar acima de 10 salários mínimos
- 6% não responderam

Em relação a função remunerada:

- 76% trabalham
- 24% não trabalham
- 52% estudam
- 48% não estudam

3- Participação em outras manifestações – Antes das manifestações iniciadas no começo do mês de junho você já tinha participado de algum outro protesto?

- Sim: 54%
- Não: 46%

4- Como soube dos protestos de quinta (20/06)?

- Amigos e colegas: 28%
- Base do movimento: 3%
- Facebook: 62%
- Familiares: 3%
- Internet – outros meios: 29%
- Jornais impressos: 4%

- Jornais online: 3%
- Rádio: 4%
- TV: 14%
- Twitter: 1%

5- Como se mobilizou – Você se mobilizou para as manifestações através das redes sociais?

- Facebook: 77%
- Twitter: 1%
- Os dois: 8%
- Não se mobilizou através das redes: 13%

6- Resultados dos protestos – Você acha que essas manifestações vão conseguir promover as mudanças que você reivindica?

- Sim: 94%
- Não: 6%

7- Política - Quando se trata de política, você diria que tem:

- Muito interesse: 61%
- Interesse médio: 28%
- Pouco interesse: 6%
- Nenhum interesse: 5%
- Não sabe / não respondeu: 0%

Você se sente representado por algum político brasileiro:

- Sim: 17%
- Não: 83%

Você acha que algum partido político representa você?

- Sim: 4%
- Não: 96%

Você é filiado a algum sindicato, entidade de classe ou entidade estudantil?

– Sim: 14%

– Não: 86%

Disponível em: <http://especial.g1.globo.com/fantastico/pesquisa-de-opiniao-publica-sobre-os-manifestantes/>

Acesso em: 24/12/2015

ANEXO B – CORPUS DE NOTÍCIAS ANALISADAS POR ESTE TRABALHO

PROTESTO CONTRA AUMENTO DE ÔNIBUS TEM CONFRONTO E VANDALISMO EM SP - 07/06/2013

Disponível em: <http://acervo.folha.uol.com.br/fsp/2013/06/07/15/>

Acesso em: 18/10/2015

Em protesto contra a elevação das tarifas de ônibus, metrô e trens em São Paulo, manifestantes entraram em confronto com a Polícia Militar, interditaram vias e provocaram cenas de vandalismo ontem à noite na região central.

O ato levou à interdição de vias como a 23 de maio, Nove de Julho e Paulista na hora de pico. Estações de metrô foram depredadas e fecharam.

No centro e na Paulista, quebraram placas, picharam muros e ônibus, atearam fogo e causaram danos a um shopping e ao MASP.

Os manifestantes são ligados ao Movimento Passe Livre, liderado por estudantes e alas radicais de partidos.

Eles marcaram novo protestos para hoje às 17h no largo do Batata, em Pinheiros.

O reajuste das tarifas de ônibus, metrô e trens, de R\$ 3,00 para R\$ 3,20, vale desde domingo e ficou bem abaixo da inflação. A alta dos ônibus foi de 6,7% contra 15,5% do IPCA. O aumento foi decidido pelo prefeito de São Paulo, Fernando Haddad (PT) e pelo governador Geraldo Alckmin (PSDB).

O ato, diz a PM, reuniu cerca de 2.000 pessoas – os organizadores falavam em 6.000. Eles saíram em passeata às 18h do centro até a Paulista.

Houve ao menos quinze detidos, incluindo Altino de Melo Prazeres, presidente do Sindicato dos Metroviários. Segundo a polícia, dois PMs e um manifestante se feriram.

A PM usou balas de borracha e bombas de gás.

O Metrô disse lamentar os “fatos violentos” e que estuda responsabilizar os responsáveis. A assessoria de Haddad afirmou que “a prefeitura entende a manifestação”, mas lamenta que “ela tenha tomado proporções violentas”.

Organizadores argumentaram que não era possível controlar toda multidão.

NOVO ATO CONTRA TARIFA FAZ ATÉ COLÉGIO FECHAR MAIS CEDO - 08/06/2013

Disponível em: <http://acervo.folha.uol.com.br/fsp/2013/06/08/15/>

Acesso em: 18/10/2015

O segundo dia de protestos contra a elevação das tarifas de ônibus, trens e metrô em São Paulo voltou a interditar vias importantes e provocar tensão em áreas nobres – a ponto de um colégio particular encerrar as aulas mais cedo.

Após cenas de vandalismo anteontem na região central, uma nova passeata levou comerciantes a baixarem as portas, empresas a dispensarem funcionários e uma escola de Pinheiros a convocar os pais para buscar os alunos antes.

Durante mais de cinco horas, os manifestantes saíram do largo do Batata e chegaram a bloquear vias como a Faria Lima e a Marginal Pinheiros, agravando os congestionamentos que atingiram 226 km, terceira maior lentidão do ano.

Eles também voltaram a ocupar faixas da avenida Paulista e a repetir cenas de vandalismo, como a pichação de ônibus e pontos – sem a mesma intensidade da destruição do dia anterior.

A PM jogou bombas de gás para dispersar os manifestantes da marginal Pinheiros, onde eles ocuparam as duas vias, sentido Castelo Branco.

No percurso do ato, estabelecimentos como a Pizzaria Braz e restaurante Ruella e América baixaram as portas. Segundo a PM, as manifestações de ontem reuniram em torno de 5.000 pessoas.

O reajuste das tarifas de ônibus, metrô e trens, de R\$ 3,00 para R\$ 3,20, vale desde domingo e ficou bem abaixo da inflação. A alta dos ônibus foi de 6,7% contra 15,5% do IPCA. O aumento foi decidido pelo prefeito de São Paulo, Fernando Haddad (PT) e pelo governador Geraldo Alckmin (PSDB).

O protesto foi organizado pelo Movimento Passe Livre, liderado por estudantes e alas radicais de partidos de extrema esquerda.

Eles prometeram um novo protesto para terça, às 15h na Paulista.

Hélio Marcos Toscano, diretor do colégio Palmares, de Pinheiros, contou que decidiu antecipar em uma hora a saída dos alunos pelo temor de que cenas de confronto do dia anterior se repetissem.

“Como não tínhamos segurança da dimensão de que isso poderia tomar, resolvemos garantir a tranquilidade dos pais e alunos”, afirmou.

A fonoaudióloga Ana Barion, 39, só conseguiu buscar a filha de nove anos às 17h, pouco antes do protesto. “Fiquei preocupada. Protestar é justo, quebrar tudo não”.

PROTESTO MAIS VIOLENTO CONTRA A TARIFA TEM CONFRONTOS EM SÉRIE E VANDALISMO EM SP - 12/06/2013

Disponível em: <http://acervo.folha.uol.com.br/fsp/2013/06/12/15/>
Acesso em: 20/10/2015

As ruas da região central de São Paulo viveram ontem um clima de guerra durante o mais violento de todos os protestos contra a elevação da tarifa de coletivos, que durou mais de 5 horas.

O ato resultou em uma série de confrontos entre a polícia e manifestantes e cenas de vandalismo de maior proporção que nos protestos anteriores, na semana passada.

O dia terminou com 20 detidos, ônibus parcialmente incendiados, vitrines quebradas e ao menos duas estações de metrô depredadas.

Os manifestantes lançaram pedras e paus contra a PM, que atirou balas de borracha, bombas de efeito moral e gás de pimenta. Segundo a polícia, grupos atiraram até coquetéis molotov.

A Folha presenciou agressão contra um PM que tentava evitar que o prédio do Tribunal de Justiça fosse pichado. Cercado, ele apontou uma arma para os manifestantes.

O ato foi organizado pelo Movimento Passe Livre, que se diz apartidário. Mas contou com a participação de partidos políticos de esquerda e movimentos anarquistas.

O grupo se diz contrário à violência e admite que não conseguiu controlar os manifestantes. Em sua avaliação, o confronto foi resultado de uma “revolta popular” e da violência excessiva da PM.

A polícia estimou em mais de 5.000 manifestantes. A guarda civil metropolitana afirmou serem 2.500.

O grupo protesta contra a alta nas passagens, mas tem como bandeira a gratuidade no transporte público.

NOVO PROTESTO TEM REAÇÃO VIOLENTA DA PM - 14/06/2013

Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidiano/113957-novo-protesto-tem-reacao-violenta-da-pm.shtml>
Acesso em: 21/10/2015

O quarto dia de protestos em São Paulo foi marcado pela ação repressiva da PM, que deixou feridos manifestantes, jornalistas – sete deles da Folha – e pessoas que não tinham qualquer relação com os atos.

O confronto teve início quando manifestantes tentaram subir a Consolação, em direção à avenida Paulista, onde havia um bloqueio policial. Sem ter sido agredida, a Tropa de

Choque cercou os manifestantes e atirou bombas de efeito moral e balas de borracha. Assustados, os motoristas abandonaram os carros.

Depois, os manifestantes repetiram as cenas de depredação dos protestos anteriores, danificando ônibus e uma agência bancária. Ao todo, 192 manifestantes foram detidos. Segundo o Movimento Passe Livre, cem pessoas ficaram feridas.

O prefeito Fernando Haddad disse que o ato de ontem foi marcado pela violência policial. O governador Geraldo Alckmin disse que a PM não vai tolerar “depredação, violência e obstrução das vias públicas. O Secretário de Segurança Pública, Fernando Grella, afirmou que a polícia atuou para “garantir a ordem”, mas ordenou que a Corregedoria apure relatos de abuso.

CONTRA - 18/06/2013

Disponível em: <http://acervo.folha.uol.com.br/fsp/2013/06/18/15/>
Acesso em: 22/10/2015

Dilma, Alckmin, Haddad, Cabral, Sarney, Feliciano, partidos políticos, polícia, corrupção, violência, saúde, educação, cotas, inflação, Fifa, Copa do Mundo e, é claro, transporte público.

As manifestações que ganharam corpo em São Paulo desde o último dia 6 contra o reajuste das tarifas de transporte público tomaram o país ontem e se tornaram um protesto contra tudo e contra todos.

Houve atos em 12 capitais, que reuniram ao menos 215 mil pessoas, segundo estimativas oficiais, na maior mobilização desde os atos que culminaram no impeachment de Fernando Collor, em 1992.

Sedes de poder viraram alvo em cinco capitais. No Rio, onde houve o protesto mais violento, o prédio da Assembleia Legislativa foi invadido. Em Brasília, o teto do Congresso foi ocupado. Manifestantes tentaram ocupar o Palácio dos Bandeirantes, sede do governo paulista, mas foram contidos pela PM.

Em São Paulo, ao menos 65 mil participaram do ato, segundo o Datafolha. Desses, 84% não tem preferência partidária. Haverá novo protesto hoje, às 17h.

O dia também teve declarações em tom conciliador de políticos em relação aos protestos, como da presidente Dilma e dos ex-presidentes FHC e Lula.

ATAQUE À PREFEITURA E SAQUES A LOJAS MARCAM NOVO PROTESTO EM SÃO PAULO - 19/06/2013

Disponível em: <http://acervo.folha.uol.com.br/fsp/2013/06/19/15/>

Acesso em: 25/10/2015

São Paulo voltou a viver ontem uma noite de caos e protestos violentos. Manifestantes atacaram a sede da Prefeitura, saquearam lojas, depredaram prédios públicos e privados e o relógio que faz a contagem regressiva para a Copa, na avenida Paulista.

A confusão começou depois de participantes cercarem a prefeitura, no centro. Um grupo tentou invadir o prédio com chutes e pedras e derrubar a porta principal com grades utilizadas para cercar o local.

Integrantes do Movimento Passe Livre e outros manifestantes tentaram conter o grupo, demonstrando uma divisão entre os participantes dos atos. Servidores que estavam do lado de dentro do prédio acompanhavam apavorados a tentativa de invasão.

No momento do ataque, às 18:50, Haddad estava fora da prefeitura. Ele fora ao encontro do ex-presidente Lula e da presidente Dilma em busca de uma solução para a crise.

Sem conseguir entrar, os manifestantes incendiaram uma van da TV Record e passaram a depredar bancos e saquear lojas de roupas, joias e eletrodomésticos. O Theatro Municipal, onde estava acontecendo um espetáculo, foi cercado e pichado.

A PM demorou cerca de três horas para agir. Segundo a Secretaria de Segurança, isso aconteceu para evitar que as pessoas sem ligação com os atos de vandalismo fossem feridas. Após a intervenção da polícia, 30 foram detidos.

De manhã, Haddad admitiu a possibilidade de suspender o ajuste da tarifa, mas disse que, para isso, poderia aumentar impostos. Segundo o Datafolha, a descrença do paulistano nos Três Poderes é a maior em uma década. O apoio aos protestos cresceu.

QUEM VAI PAGAR? - 20/06/2013

Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidiano/114933-cai-a-tarifa-quem-vai-pagar.shtml>

Acesso em: 28/10/2015

Após 13 dias de protestos, que reuniram centenas de milhares de pessoas nas ruas de São Paulo em atos ora pacíficos ora violentos, o prefeito Fernando Haddad e o governador Geraldo Alckmin cederam à pressão e anunciaram a redução nas tarifas do transporte coletivo. O reajuste vigorava desde o dia 2 de junho. O Rio e outras 6 capitais também decidiram baixar as passagens.

A histórica redução vem acompanhada de duas perguntas. A primeira: a medida será capaz de conter a onda de manifestações no país? O Movimento Passe Livre, responsável

pelos atos, afirma que os protestos continuarão, agora pela tarifa zero e por causas como a reforma agrária. Durante a comemoração na avenida Paulista, o grupo confirmou manifestações marcadas para hoje.

A segunda: quem pagará a conta? Segundo Haddad e Alckmin, que enfrentaram problemas financeiros, o dinheiro virá do corte de investimentos. A conta será de cerca de 385 milhões de reais só em 2013. Isolado pelo governo federal, Haddad havia dito horas antes que reduzir a tarifa poderia ser populismo.

Segundo a polícia, 14 dos 69 detidos anteontem por depredações e saques no centro têm passagem por roubo, furto ou tráfico de drogas. Ontem, protestos fecharam cinco rodovias do estado.

VIOLÊNCIA SE ESPALHA PELO PAÍS - 21/06/2013

Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidiano/115081-violencia-se-espalha-pelo-pais.shtml>.

Acesso em: 30/10/2015

Mesmo após as reduções em série das tarifas de ônibus, principal reivindicação dos protestos que tomaram conta do país, novos atos levaram mais de 1 milhão de pessoas às ruas e resultaram em uma onda de violência e vandalismo em 13 capitais.

Ocorreram tentativas de ataque e invasão a órgãos dos Três Poderes em nove cidades. Ações de repúdio a partidos políticos foram recorrentes. Em Brasília, que contabilizou mais de 50 feridos, houve ameaça de invasão ao Palácio do Planalto e ao Congresso, depredação de órgãos como o Itamaraty e Banco Central e pichação de outros dois ministérios.

As manifestações atingiram cerca de cem cidades, sendo vinte e cinco capitais. Hoje há previsão de protestos em cerca de 60. O protesto no Rio reuniu cerca de 300 mil pessoas e terminou num grande confronto que se espalhou pelo centro e terminou com 60 feridos. Agressores chegaram a atacar um veículo blindado da PM, conhecido como “caveirão”. Em Ribeirão Preto, um homem morreu após ser atropelado por um carro que furava o bloqueio dos manifestantes.

O Exército reforçou a proteção ao Palácio do Planalto. O chanceler Antônio Patriota se disse “indignado”.

Em São Paulo, a comemoração pela redução da tarifa foi marcada por hostilidades entre manifestantes e membros de partidos políticos. Petistas foram expulsos do ato, que reuniu 110 mil pessoas, segundo o Datafolha.