



**UESB**  
UNIVERSIDADE ESTADUAL  
DO SUDOESTE DA BAHIA



**XIII Colóquio Nacional  
VI Colóquio Internacional  
DO MUSEU PEDAGÓGICO - UESB**  
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

**15 a 18  
outubro  
2019**

## **JORNADAS DE JUNHO DE 2013: ENQUADRAMENTO E CONSTRUÇÃO DE REALIDADES NO JORNAL NACIONAL**

Aline Moreira Ferraz e Almeida  
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), Brasil  
Endereço eletrônico: [alineinfolink@gmail.com](mailto:alineinfolink@gmail.com)

### **INTRODUÇÃO**

Jornadas, protestos, manifestações, acontecimentos são alguns dos termos frequentemente usados para tentar explicar o mar de gente que assomou às ruas do Brasil em junho de 2013. Uma passeata em São Paulo reuniu no dia 6 de junho, aproximadamente, 2 mil pessoas, contra o aumento das tarifas no transporte público. Originalmente, os manifestantes tinham como pauta reverter o aumento no preço das passagens de ônibus, de R\$ 3 (três reais) para R\$ 3,20 (três reais e vinte centavos). Aos poucos, a pauta se ampliou. A frase “não é por R\$ 0,20”, escrita em muros da capital paulista, deixava claro o desejo de extrapolar a reivindicação original. A violência policial – cujo ápice ocorreu no dia 13 de junho, quando a PM de São Paulo atacou manifestantes no cruzamento da Avenida da Consolação com a Rua Maria Antônia, deixando mais de 150 feridos<sup>1</sup> – despertou a solidariedade de pessoas que, até então, não tinham se envolvido com o movimento. Essa adesão possibilitou a ampliação da convocatória para as marchas seguintes e, ao mesmo tempo, tornou os protestos mais diversos do ponto de vista ideológico.

No dia 20 de junho de 2013, o ápice dos protestos, quando 1,25 milhão de insatisfeitos foram gritar nas ruas, o telejornal da Rede Globo dedicou aos protestos praticamente a íntegra da sua edição. Já nas edições anteriores, o que se viu foi também a exclusividade e o destaque do noticiário para as manifestações de rua. Este trabalho se propõe a refletir, a partir de metodologias da análise do discurso, sobre as formas utilizadas pelo Jornal Nacional na apresentação de matérias relativas a essas manifestações. Em última instância, o trabalho tem por objetivo desvendar o papel da mídia no enquadramento dos fatos sociais e na construção de realidades.

<sup>1</sup>Segundo a Agência Estado, em 30/06/2013, [www.ultimosegundo.com.br](http://www.ultimosegundo.com.br).



## METODOLOGIA

O trabalho buscou analisar as estratégias discursivas utilizadas pelo Jornal Nacional para o enquadramento dos fenômenos sociais associados às manifestações de junho de 2013. O *corpus* sobre o qual se estruturou a análise foi constituído por reportagens exibidas no referido jornal

A pesquisa se iniciou com a revisão de literatura sobre as chamadas “jornadas de junho de 2013”, no Brasil, buscando contemplar formas distintas de apresentação e explicação sobre o fenômeno abrangido pela expressão. No momento seguinte, buscou-se discutir o papel e as estratégias da grande mídia e, em especial, do Jornal Nacional, no processo de produção de notícias. O terceiro passo foi dedicado ao desvendamento das estratégias discursivas utilizadas pela grande mídia para o enquadramento dos fenômenos sociais e para a construção de realidades. O presente trabalho tem por foco o resultado da análise das informações veiculadas na edição do dia 20 de junho do Jornal Nacional. Amparada pela Teoria Semiolinguística do Discurso (CHARAUDEAU, 2008), que compreende os atos discursivos realizados pelos sujeitos enunciadorees, durante um ato de comunicação, como produtores de significados. A teoria de análise de discurso tomada como parâmetro para a análise pressupõe, ainda, que os atos de comunicação ocorrem em uma determinada situação social, regulada por um contrato comunicativo, e resultam, segundo Patrick Charaudeau (2008), de escolhas associadas aos modos de organização do discurso: enunciativo, descritivo, narrativo ou argumentativo.

Foram fundamentais, também, para a abordagem do corpus documental, as teorias de Veiga (2002) sobre o fenômeno do telejornalismo. De acordo com este autor, em um telejornal há três tipos de regras: as técnicas, as estéticas e as ideológicas. As primeiras dizem respeito às técnicas “do tempo, das imagens ao vivo, das notícias de agências internacionais, da entonação e da postura do apresentador”. Já as estéticas, incluem “a beleza física, as cores das roupas e a maquiagem dos apresentadores, o cenário, o plano de fundo, dentre outras”. Por fim, as ideológicas, “uso de determinadas imagens, expressões e palavras” (VEIGA, 2002, p. 40).



## RESULTADOS E DISCUSSÕES

O ano de 2013 entrará para a História do Brasil como o ano das “Manifestações de Junho”. A narrativa daqueles eventos, bem como a interpretação sobre os fatos ocorridos naquele período, no entanto, não será unívoca. De fato, as narrativas sobre as mobilizações de massa ocorridas, em várias cidades brasileiras, entre junho e julho de 2013, ainda estão em disputa.

André Singer sugere a hipótese de que as manifestações teriam sido, simultaneamente, a expressão de uma classe média tradicional inconformada com diferentes aspectos da realidade nacional e um reflexo do que se denomina como "novo proletariado": trabalhadores, em geral jovens, que conseguiram emprego com carteira assinada na década Lulista (2003-2013), mas que padeceram com baixa remuneração, alta rotatividade e más condições de trabalho. Na compreensão de Singer, o junho brasileiro provocou um verdadeiro abalo sísmico.

Seguramente, as manifestações impactaram a imprensa brasileira e foram apropriadas, de forma peculiar pelos veículos da grande imprensa. No processo de produção de notícias, a mídia comercial seleciona, classifica, ordena e ressignifica os discursos e imagens disponíveis, de modo a enquadrar os acontecimentos e construir realidades apropriadas à visão de mundo dos seus produtores, editores e patrocinadores. Essa grande mídia cria os meios para caracterizar, identificar e relatar um fato no instante de transformá-lo em notícia. Dentre esses recursos por ela utilizados está a projeção de estereótipos, na tentativa de auxiliar o público no processo de reconhecimento e interpretação da realidade. Os estereótipos são artifícios de linguagem que ajudam na compreensão do conteúdo, sem que seja necessária a contextualização a cada referência. A problemática comunicacional está em desvendar como a mídia utiliza e constrói novos estereótipos. A generalização e interligação, em um mesmo enunciado, de palavras como “baderna” e “manifestantes” contribuem para elaboração de sentidos pejorativos.

A análise do discurso permite “compreender os efeitos de sentido gerados pelos sujeitos sociodiscursivos em suas práticas languageiras” (CORRÊA-ROSADO, 2014, p. 1). Esses efeitos de sentido só podem ser compreendidos considerando as relações entre



os sujeitos, os aspectos materiais de produção do discurso e o contexto sócio-histórico em que o ato de comunicação ocorre.

## CONCLUSÕES

Na cobertura dos fenômenos sociais a mídia oferece ao público versões da realidade, construídas a partir dos procedimentos de seleção, classificação, reformulação e ressignificação dos acontecimentos. No caso do telejornal, o enquadramento e a produção de realidades revela uma dupla identidade. A primeira é a que dá o direito à palavra ao locutor e que funda sua legitimidade de ser comunicante no estatuto e no papel que lhe é atribuído na situação de comunicação. A segunda identidade, a do enunciador, se constrói a partir das coerções da situação de comunicação que se impõe ao locutor e das estratégias escolhidas. Discutir os pertencimentos identitários dos sujeitos no processo de comunicação configurado na mídia televisiva é a chave interpretativa para a elucidação das representações configuradas como imaginários sociodiscursivos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mídia Televisiva; Manifestações de Junho de 2013; Jornal Nacional.

## REFERÊNCIAS

CHARAUDEAU, P. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, M. A. L.; GAVAZZI, S. (Org.). *Da língua ao discurso: reflexões para o ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2008. p. 11-30.

CORRÊA-ROSADO, L. C. Teoria Semiolinguística: alguns pressupostos. *Memento*. v. 5, n 2, p. 1-18, 2014.

SINGER, André. Brasil, junho de 2013: classes e ideologias cruzadas. *Novos Estudos/Cebrap*, n. 97, p. 23-40, nov. 2013,

VEIGA, Z. *Telejornalismo e violência social: a construção de uma imagem*. Curitiba: Pós-Escrito, 2002.