

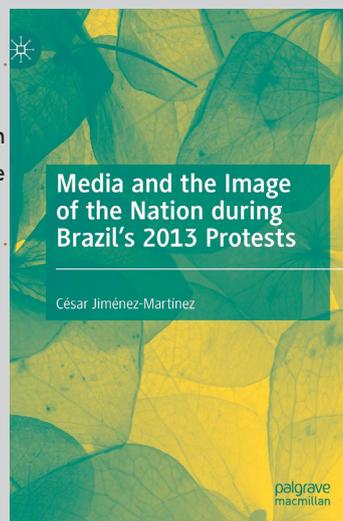
# VISIBILIDADE MEDIADA E DISPUTA DE PODER NOS PROTESTOS DE JUNHO DE 2013 NO BRASIL

MEDIATED VISIBILITY AND POWER RELATIONS IN THE PROTESTS OF JUNE 2013 IN BRAZIL

VISIBILIDAD MEDIADA Y LUCHA DE PODER EN LAS PROTESTAS DE JUNIO 2013 EN BRASIL

.....  
Livro Resenhado

JIMÉNEZ-MARTÍNEZ, César. Media and the Image of the Nation during Brazil's 2013 Protests. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan, 2020.



## Ana Cristina Suzina

■ Leverhulme Early Career Fellow na Loughborough University London, Reino Unido. Doutora em Ciências Políticas e Sociais pela Université Catholique de Louvain, Bélgica. Seus trabalhos mais importantes são: *The Evolution of Popular Communication in Latin America* (2021, ed., prelo), *Special Issue: The legacy of Paulo Freire. Contemporary reflections on participatory communication and civil society development in Brazil and beyond* (2020, co-ed).

■ E-mail: a.suzina@lboro.ac.uk

**RESUMO**

O livro analisa processos de construção, disputa e transformação da visibilidade mediada, a partir do estudo de caso da onda de protestos de Junho de 2013, no Brasil. A partir de análises de conteúdo de produções sobretudo noticiosas do período e de entrevistas com diversos atores sociais, interessados e ativos na (re)construção da imagem do Brasil, o autor conduz reflexões que discutem a visibilidade da nação, as estratégias e as condições de mediação dessa visibilidade. O livro traz discussões relevantes sobre as dinâmicas do jornalismo contemporâneo e as relações de poder presentes nesse campo.

**PALAVRAS-CHAVE:** JORNADAS DE JUNHO; VISIBILIDADE MEDIADA; MÍDIA; PROTESTO.

**ABSTRACT**

**Abstract:** The book analyses processes of construction, dispute and transformation of mediated visibility, based on the case study of the June 2013 wave of protests in Brazil. Based on content analysis of mainly news productions of the period and interviews with several social actors, interested and active in the (re) construction of Brazil's image, the author conducts reflections that discuss the nation's visibility, strategies and conditions of mediation of that visibility. The book brings relevant discussions about the dynamics of contemporary journalism and the power relations in this field.

**KEYWORDS:** JUNE JOURNEYS; MEDIATED VISIBILITY; MEDIA; PROTEST.

**RESUMEN**

El libro analiza los procesos de construcción, disputa y transformación de la visibilidad mediada, a partir del estudio de caso de la ola de protestas de junio de 2013 en Brasil. A partir del análisis de contenido de producciones principalmente noticiosas del período y entrevistas con varios actores sociales, interesados y activos en la (re) construcción de la imagen de Brasil, el autor realiza reflexiones que discuten la visibilidad de la nación, estrategias y condiciones de mediación de esa visibilidad. El libro trae discusiones relevantes sobre la dinámica del periodismo contemporáneo y las relaciones de poder en este campo.

**PALABRAS CLAVE:** JORNADAS DE JUNIO; VISIBILIDAD MEDIADA; MEDIOS; PROTESTA.

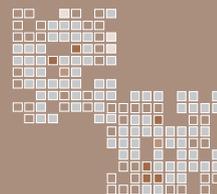


Em 2018, Celso Amorim, ex-ministro de Relações Exteriores do Brasil, destacou, em um evento em Bruxelas, que a imagem do Brasil no exterior é um dos aspectos mais importantes da gestão governamental e, portanto, um dos terrenos mais sensíveis. Em 2019, em outro evento no Parlamento Europeu, a ex-presidenta brasileira, Dilma Rousseff, enfatizou a necessidade de mais pesquisas para entender o papel da mídia durante os protestos de 2013 e as convulsões políticas subsequentes. A discussão proposta pelo jornalista chileno e doutor em comunicação, César Jiménez-Martínez, em seu livro *Media and the Image of the Nation during Brazil's 2013 Protests* (A mídia e a imagem da nação durante os protestos de 2013 no Brasil, tradução livre), cruza esses dois campos para refletir sobre a participação de distintos atores sociais na construção, disputa e transformação da imagem da nação brasileira, particularmente durante esse período de intensa mobilização social no país.

A obra, que é resultado de uma pesquisa de doutorado na London School of Economics and Political Science, está organizada em sete capítulos de leitura clara e fluída. O trabalho está fundamentado na análise de 797 notícias impressas, audiovisuais e digitais, majoritariamente publicadas em Junho de 2013, e de 64 entrevistas com membros do governo brasileiro, jornalistas, midiativistas e especialistas em marketing político. Entre os aspectos de destaque, o livro revela aspectos de colonialidade do pensamento arraigados na estrutura do jornalismo, tanto o dominante quanto o alternativo e o estrangeiro – e, em associação com isso, a posição permanentemente tutelada do Brasil diante das potências mundiais. Por outro lado, a obra aponta aspectos da precariedade da prática do jornalismo no Brasil e no mundo, sugerindo a necessidade de medidas protetivas para que o setor desempenhe seu papel de maneira mais íntegra.

O primeiro capítulo situa o leitor internacional – o livro está publicado em inglês – sobre o contexto das Jornadas de Junho, para introduzir a questão da potencial influência de protestos sobre a (re)configuração da imagem da nação. Os conceitos de imagem e de nação são discutidos a partir da perspectiva da influência da mídia, com destaque para uma reflexão sobre como “ser visto pelo mundo” significa predominantemente “ser mostrado por mídias” (p.8).

O segundo capítulo apresenta o enquadramento teórico do livro, avançando sobre uma conceituação da ideia de nação e sobre a agência de distintos atores sobre um processo de constante renegociação e transformação do que representa a nação. Apesar de não haver uma discussão explícita sobre isso, a questão da colonialidade se apresenta já nesse momento. Jiménez-Martínez relembra que a ideia de nação, sobretudo na América Latina, é na verdade fruto da iniciativa, frequentemente violenta, de autoridades e elites que trata(ra)m de constituir nações modernas – isto é, espelhadas nos modelos Ocidentais – nos territórios ocupados pelos colonos europeus. O autor destaca o aumento da complexidade dessa

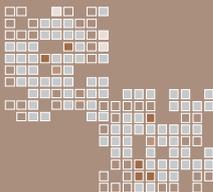


análise na medida em que mais plataformas de expressão de imagens da nação se tornam disponíveis por meio da expansão de tecnologias e mídias.

Essa reflexão leva à formulação da abordagem analítica tridimensional que foi empregada na pesquisa, com o intuito de ir além de examinar o que é mostrado pela mídia, e discutir também seus “comos” e porquês”. As três dimensões são apresentadas como: 1) a nação visível, referindo-se à nação que é mostrada na esfera mediática nacional, alternativa e estrangeira; 2) as estratégias de mediação da visibilidade, que indicam como diferentes táticas são empregadas para conciliar, tornar visível ou ampliar a visibilidade de indivíduos, eventos ou narrativas, com o objetivo de atingir objetivos definidos; e 3) as condições de mediação da visibilidade, que dizem respeito às circunstâncias ou fatores que influenciam a maneira como a visibilidade mediada de certas imagens ou relatos é facilitada ou bloqueada.

O capítulo 3 explicita o diálogo entre essa matriz teórico-analítica e o estudo de caso em si. Jiménez-Martínez trabalha com o recorte de mídias informativas, quer dizer, as que produzem notícias, pela compreensão geral de que estas operacionalizam fatos que ilustram a realidade concreta de uma nação, diferente de obras artísticas e de entretenimento que se concentram ou incluem ficção em suas narrativas. As três categorias definidas pelo autor são: 1) mídias nacionais ou “narradoras da nação”, constituídas pela mídia hegemônica corporativa; 2) mídias alternativas ou “empreendedoras de visibilidade”, definidas como indivíduos e organizações operando fora do aparelho do Estado e das mídias hegemônicas, que buscam questionar o “poder sagrado” de controlar o regime de visibilidade; e 3) mídias estrangeiras ou “agentes de novas visibilidades”, a partir do caráter relacional e negociável da visibilidade (ancorado na compreensão de que a ideia de nação é fundamentalmente internacional). Interessante notar como, nesta passagem, mídias hegemônicas dominantes estrangeiras servem como parâmetro tanto para mídias nacionais hegemônicas e alternativas sobre “como o mundo nos vê”, revelando outro aspecto da colonialidade do pensamento, notada pelo autor com uma breve referência ao conceito de “colonialidade do poder”, de Aníbal Quijano (p.63).

O capítulo 4 se concentra na dimensão analítica de “nação visível”, definida como “a versão do Brasil” a partir da imagem construída no conjunto das notícias examinadas. A análise é apresentada a partir da perspectiva de enquadramento, como descrita por Sandrine Boudana e Robert M. Entman. Jiménez-Martínez identificou quatro tipos de enquadramentos na cobertura jornalística das Jornadas de Junho: 1) Um Brasil harmonioso, a partir do Estado; 2) Proteção da Ordem Social, a partir da mídia dominante; 3) Desmascarando o Brasil, a partir da mídia alternativa; e 4) O povo contra seus governantes, a partir da mídia estrangeira.

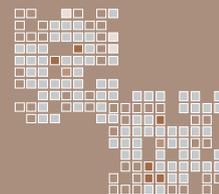


O enquadramento de Proteção da Ordem Social observa como diferentes mídias dominantes cobriram os protestos em seus momentos iniciais como rupturas da ordem, atos de vandalismo e destruição do espaço público. A narrativa salienta a divisão entre “nós”, brasileiros ordeiros, e “eles”, os vândalos. A descrição precisa da virada de narrativa na cobertura dos protestos é muito interessante. No dia 13 de junho, Folha de SP, O Estado de SP e Rede Globo pedem mais atitude da parte da polícia para conter os protestos. Nessa mesma noite, a polícia responde a esse clamor com bastante violência (sentindo-se empoderada ou protegida pelo discurso mediático?). No dia seguinte, as manchetes exibiam o resultado com cidadãos e jornalistas feridos. Jiménez-Martínez também observa como a mudança da narrativa mantém o enquadramento de proteção da ordem social, mas a responsável pelo caos passa a ser a presidenta Dilma Rousseff. A análise ainda sugere que o sucesso das mídias alternativas foi dependente de sua repercussão nas mídias dominantes. O autor também destaca como a cobertura internacional não se distanciou muito, por um lado, de imagens estereotipadas de um país exótico, feliz, sensual e violento e, por outro lado, da simplificação, com o enquadramento global do protesto nivelando por baixo similaridades com diferentes manifestações em outras partes do mundo.

O capítulo 5 discute as Estratégias de Mediação da Visibilidade, usadas pelos atores para desafiar, negociar ou reforçar tanto os enquadramentos como a legitimidade dos outros atores. Segundo a análise, autoridades, ativistas e jornalistas empregaram estratégias surpreendentemente semelhantes: “em diferentes momentos, os atores tanto reforçaram quando questionaram relações de poder, dependendo do que eles consideraram mais interessante para suas próprias agendas” (p.110). Jiménez-Martínez destaca o jogo de poder por detrás dessas estratégias. O desejo expressado e o compromisso assumido por todos os atores de tornar “a verdade” visível ou construir “a visibilidade correta” revelam igualmente a maneira como cada um se posiciona como portador dessa verdade.

O autor discute como os atores são ambivalentes na maneira como se apropriam de espaços que, em outras situações, eles próprios condenam, sem considerar sua capacidade de agência. Ao problematizar essa certa ambivalência, não se discute a capacidade dos menos favorecidos de encontrar brechas em que podem usar o poder do outro em seu favor. A reflexão de comunicadores populares brasileiros sobre a urgência de “ocupar a mídia”, como eu identifiquei em minhas próprias pesquisas, é mais do que uma estratégia e revela sua busca por inverter narrativas e mesmo desestruturar espaços. Trata-se de um aspecto que precisa ser considerado para evitar chamar desiguais de ambivalentes, mantendo-os numa posição de inferioridade em relação a seus pares.

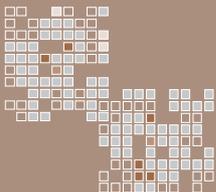
O capítulo 6 analisa as Condições de Mediação da Visibilidade, descritas como as



circunstâncias que definem os enquadramentos e as estratégias de definição de visibilidade. O autor fala de quatro condições que se relacionam com a maneira como os entrevistados entendem a natureza da mídia (p.141): institucional, “organizações definidas por rotinas institucionais comuns”; normativa, “entidades em que propósitos éticos, sociais e políticos entram em conflito”; tecnológica, “tecnologias”; e comercial, “corporações lucrativas”. Essa análise permite observar o papel da e as relações com a mídia para além da determinação tecnológica, destacando como as percepções dos atores orientam sua ação, no que constitui um quadro analítico útil e pertinente para pesquisas nesse campo. Muito interessante notar como o vínculo entre os protestos contra o aumento do preço do transporte público em São Paulo e os protestos contra os eventos esportivos globais se estabelece na narrativa jornalística, respondendo a uma conveniência compartilhada que reforça a proeminente agência dos atores.

O aspecto normativo confirma o poder dos donos das corporações de mídia no Brasil. Jiménez-Martínez destaca que, a partir da virada editorial do dia 13 de junho, “os conglomerados de mídia retiveram e mesmo reforçaram suas perspectivas críticas em relação ao governo de Dilma Rousseff, usando as Jornadas de Junho como evidência de suas falhas de administração” (p.152). O autor discute “estruturas político-econômicas mais amplas” (p.165), ao descrever como jornalistas brasileiros se apresentam como vítimas de inevitáveis imperativos de mercado e abordar a situação dos jornalistas estrangeiros, sobretudo os freelancers, ante o problema intensificado pela busca de histórias que “vendem jornais” e “chamam clicks”. Em ambos os casos, o poder econômico prevalece sobre a acuidade editorial e revela a precariedade do jornalismo e dos jornalistas como um fator determinante da possibilidade de coberturas editoriais mais diversas e aprofundadas. Ao destacar a frustração e sentimento de impotência de jornalistas, Jiménez-Martínez resume que “a percepção, entre os entrevistados, era de que a resistência e a ruptura manifestadas pelas Jornadas de Junho precisavam ser moldadas e transformadas em commodity para poder circular facilmente pelas geralmente invisíveis estruturas da mídia” (p.166). O autor conclui que o balanço entre estrutura e agência foi favorável para a estrutura, o que é muito revelador.

Nas conclusões, a análise exagera ao dizer que os protestos colocaram fim a uma imagem positiva construída durante os anos anteriores. O país efetivamente entrou em uma crise econômica, política e social ampla que é suficiente para uma ruptura em sua imagem internacional. Responsabilizar os protestos por isso, ainda que parcialmente, se soma ao veredicto da ambivalência como dois aspectos que poderiam ter sido mais bem ponderados ao se considerar a desigualdade não como contexto, mas como um fator preponderante. Por outro lado, o autor acerta ao concluir sua reflexão destacando a necessidade de ponderar



políticas de visibilidade (a capacidade de grupos marginalizados alcançarem visibilidade mediada) e economias de visibilidade (a visibilidade se tornando fim em si mesma), valorizando desigualdades estruturais, assimetrias de poder e a crescente mercantilização do jornalismo como aspectos fundamentais para compreender as dinâmicas atuais neste campo.

