



#ProtestosBR: Análise Comparativa do Discurso dos Veículos Jornalísticos

Raquel Recuero ¹

Resumo: Neste trabalho, discutimos as temáticas e o discurso reconstruído por seis veículos jornalísticos no Twitter, sobre os protestos de junho de 2013 no Brasil. Focando os veículos com maior número de retweets (@Estadao, @JornalOGlobo, @UOLNoticias, @Folha_com, @PortalR7 e @cartacapital), através de uma análise de contingência de cerca de 3 mil tweets únicos, discutimos a presença de um viés crítico com relação aos eventos, notadamente focando a tarifa como principal demanda e a violência contra os jornalistas como principal foco. Outros elementos encontrados focam eventos pontuais, a associação das manifestações com conceitos diversos, o foco no Rio e em São Paulo e o uso de hashtags.

Palavras-chave: Twitter; protestos; discurso; análise de contingência; análise temática.

1. Introdução

Em Junho de 2013 um dos maiores conjuntos de protestos do Brasil teve lugar. Inaugurado como um conjunto de ações pontuais do Movimento "Passe Livre", os protestos contra o aumento das tarifas de transporte público escalaram e espalharam-se pelo Brasil (Singer, 2013). Uma plêiade de demandas foi adicionada e as manifestações foram ampliadas em número de participantes e impacto. Fundamentalmente, a mídia social, e principalmente, o Twitter tiveram um papel relevante na narrativa e na convocação destes eventos (Singer, 2013; Saad Filho, 2013; Bastos, Recuero e Zago, 2014).

¹ Doutora em Comunicação e Informação (UFRGS, 2006). Professora e pesquisadora da Universidade Católica de Pelotas. Bolsista de produtividade do CNPq. Esta pesquisa conta com o apoio da FAPERGS, processo 12/1878-5.

Embora já tenhamos uma série de artigos discutindo esses eventos, neste artigo buscamos trabalhar com uma temática ainda pouco explorada. Já que o Twitter teve um papel tão central, queremos analisar, de forma comparativa, o discurso sobre os protestos dos veículos jornalísticos na ferramenta. A partir de um foco foucaultiano nos conceitos de discurso e formação discursiva (Foucault, 2009), com uma proposta de análise de contingência, buscamos na frequência e nas co-ocorrências dos léxicos, uma forma de compreender se há um discurso plural entre os veículos, que temáticas foram abordadas e como os protestos são descritos.

2. Os #ProtestosBR

Embora recentes, os eventos de Junho no Brasil já foram objeto de uma série de estudos. Análises mais amplas foram conduzidas por autores como Singer (2013). Ele discute os eventos, reconstruindo os acontecimentos e demarcando três momentos nos protestos. Para o autor, o primeiro momento caracteriza-se pelo objetivo específico da demanda em torno da redução da tarifa, focada na atuação do Movimento Passe Livre, de modo especial em São Paulo, que dura até o dia 13 de junho. Neste dia, a repressão violenta dos manifestantes pela polícia demarca o início de outra fase, quando os protestos se espalham pelo Brasil. O auge dos protestos acontece em manifestações subsequentes nos dias 17, 18, 19 e 20 de junho. Finalmente, a terceira etapa inicia-se no dia 21 de junho e demarca uma mobilização mais fragmentada, em torno de demandas mais diversas. Outra análise ampla foi também feita por Saad-Filho (2013) caracteriza os protestos contendo a uma pluralidade de demandas, incluindo aí "questões de serviço público e governo e preocupações com a corrupção"².

Análises com foco no papel dos sites de rede social na construção das narrativas e na mobilização durante os protestos também já foram realizadas. Henriques (2014) credita às tecnologias móveis um importante papel na construção e narrativa dos protestos. De modo semelhante, Bastos, Recuero e Zago (2014) focaram os tweets publicados durante os protestos e a localização de seus autores, discutindo a participação dos usuários geograficamente distantes dos eventos na mobilização e reverberação do que aconte-

² Tradução da autora para: "a wide range of demands about public service provision and governance, and concerns with corruption"

tecia. Finalmente, Zago, Recuero e Bastos (2014) compararam os discursos construídos pelos tweets dos diferentes atores participantes dos protestos, de forma bastante semelhante a que pretendemos fazer neste trabalho.

3. Twitter, Discurso e Jornalismo

O Twitter tem um papel relevante na construção das narrativas contemporâneas relacionadas a eventos emergentes como os protestos de Junho (Malini e Antoun, 2013). Esse papel deve-se à sua atuação como centro de difusão de informações, tanto pelas pessoas, nas ruas e fora delas; quanto pelos veículos jornalísticos. Apesar dessa pluralidade de emissores, entretanto, o foco narrativo desses eventos parece permanecer principalmente nos veículos (Lotan et al., 2011; Cha et al., 2010), dando-lhes uma considerável importância na reprodução dos discursos e no agendamento das temáticas que serão relevantes durante os eventos. A pesquisa a respeito do tema, assim, tem demonstrado que o veículos jornalísticos detêm ainda uma grande parcela da circulação de informações na ferramenta (Kwak et al. 2010), que é potencializada pela ação da audiência que reproduz, através de retweets essas postagens e amplifica a visibilidade dos discursos dos veículos (Zago e Bastos, 2013).

Neste trabalho, utilizamos a definição de discurso de Michel Foucault, onde este é compreendido como “o domínio geral de todas as afirmações, algumas vezes como um grupo individualizado de afirmações, outras vezes, como uma prática regulada que reflete um número de afirmações” (Foucault, 1999, p.80). O discurso é, para o autor, um conjunto de linguagem e prática, que constrói e governa um determinado tópico. Hall (1997) explicita que o discurso é visto como um sistema de representações para Foucault, imbuído de práticas que vão produzir o conhecimento sobre um determinado tema. Essas práticas são frequentemente associadas ao conceito de "formação discursiva", que reflete um conjunto ideológico ao qual os enunciados serão filiados (Foucault, 2009). Assim, discurso, poder e ideologia são indissociáveis dentro de um determinado contexto histórico.

Embora o espaço online tenha sido saudado por muito autores como libertador, os estudos que explicitamos aqui apontam de forma muito clara para uma dominação da visibilidade da audiência pelos veículos jornalísticos nas narrativas de eventos como os

protestos. Assim, tornam-se fundamental buscar compreender os sentidos que são construídos por esses veículos e seu impacto na construção dessas narrativas no Twitter.

4. Proposta Metodológica

Dissemos que, neste trabalho, nosso objetivo é analisar, de forma comparativa, as narrativas construídas pelos veículos jornalísticos, principalmente como foco nas temáticas e formações discursivas destacadas pelos mesmos. Não há, conforme a maioria dos autores (vide Hall, 1997) um "método" específico para a análise do discurso foucaultiana. Neste sentido, tomamos neste trabalho uma frente diferente. Como trabalhamos com uma quantidade de dados expressiva (o número total de tweets analisados é de 46.283, dos quais 3821 são tweets únicos), buscamos uma forma de construir essa análise buscando na frequência dos conceitos e na sua amarração os indicativos das formações discursivas. Utilizamos, assim, a análise de contingência (Osgood, 1959), que é uma das técnicas da Análise de Conteúdo (Krippendorf, 2012).

4.1 Dados

Para este trabalho, foram selecionados primeiramente, de um conjunto de dados de mais de 2 milhões de tweets sobre os protestos publicados entre os dias 13 e 20 de junho de 2013 (o momento do auge, de acordo com Singer, 2013). Para essa coleta, utilizamos o `yourTwrapperKeeper`³ e uma série de 35 palavras-chaves relacionadas aos protestos. Deste conjunto de dados, retiramos todos os retweets e os contabilizamos. A partir desta contagem, selecionamos os dez veículos jornalísticos com maior número de retweets (Tabela 1)⁴.

Tabela 1: Dez veículos com maior número de retweets

Veículo	RTs	Tweets
@Estadao	20991	1595
@JornalOGlobo	4114	430
@UOLNoticias	3827	391
@folha_com	3437	321

³ <https://github.com/540co/yourTwrapperKeeper>

⁴ A quantidade de retweets recebida foi utilizada para determinar o recorte dos veículos. Para a análise subsequente, entretanto, apenas os tweets únicos foram analisados.

@portalR7	3178	327
@g1	3125	251
@TerraAoVivo	2372	119
@TerraNoticiasBR	2190	158
@VEJA	1822	177
@cartacapital	1227	52

A gráfico seguinte (Figura 1) mostra a proporção de tweets únicos que foram retuitados dentro do conjunto de dados de cada um dos veículos selecionados e os re-tweets. Vemos que há uma distribuição entre tweets e retweets, onde há vários tweets que recebem um grande conjunto de retweets. Este dado mostra também que alguns veículos, com poucos tweets únicos, como a @cartacapital, obtiveram uma grande quantidade de retweets, aumentando a visibilidade de suas mensagens, enquanto outros, como o @jornalglobo e o @UOLNoticias tiveram poucos tweets únicos com grande quantidade de retweets, ou seja, obtiveram menos visibilidade.

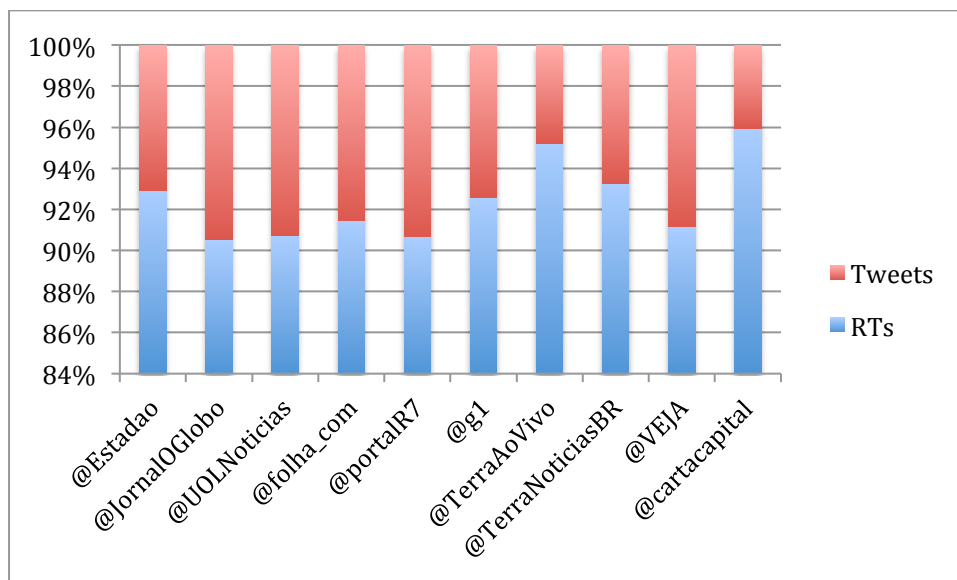


Figura 1: Percentual de tweets x retweets

Como por razões de espaço não é possível analisar o discurso dos dez veículos, optamos assim por analisar apenas seis. Os cinco primeiros da lista (@Estadao, @JornalOGlobo, @UOLNoticias, @Folha_com, @portalR7) e a @cartacapital, justamente porque apresenta um comportamento um pouco diferentes dos demais (com um

grande número de retweets em relação ao número total de tweets). Para a próxima etapa da análise, foram levados em conta apenas os tweets únicos dos veículos.

4.2 Proposta de Análise

A análise de conteúdo (AC) é um conjunto de técnicas de pesquisa para construir "inferências" a partir de textos para seus contextos de uso (Krippendorf, 2012, p.24). Trata-se de uma abordagem onde os textos são analisados a partir do conteúdo, que é classificado e reclassificado de forma a agrupar os dados e extrair, desses agrupamentos, elementos relevantes para a análise.

Neste trabalho, os procedimentos metodológicos foram os seguintes.

a) Amostra de Textos - Para este trabalho foram considerados como textos todos os tweets recolhidos na coleta de dados, que se constituem no corpus do trabalho.

b) Contextos - O contexto histórico dos tweets é aquele dos protestos que aconteceram no Brasil em junho de 2013 conforme estabelecemos nos capítulos anteriores.

c) Construtos Analíticos - O construto analítico, para Krippendorf (2012), constitui-se no modo de operacionalização do texto em relação ao contexto. Neste trabalho, nossos construtos serão os tweets e os léxicos utilizados. Para este procedimento usamos a frequência lexical do conjunto de dados, focada em elementos significativos, como substantivos e adjetivos, bem como uma lista de palavras a ser ignorada nos dados (constituída de pronomes, preposições e etc., considerados dados com menor peso semântico). Assim, retiramos dos dados uma lista das 100 palavras mais comuns, que foram agrupados em categorias similares, preservando as escolhas lexicais dos veículos (por exemplo, "protesto" e "protestos" ficam na mesma categoria, mas não "manifestação").

d) Análise de Relações - Aqui interessa-nos observar como os conceitos estão inter-relacionados na rede dos enunciados repetidos e reforçados pelos retweets recebidos. A partir da lista de frequência, procedeu-se, assim, à busca das co-ocorrências (conceitos que ocorrem juntos nos dados). Para esta análise, utilizamos os dados normalizados, de forma a desvelar as principais relações temáticas dos veículos. Para representar esses dados, utilizou-se o software Gephi⁵.

⁵ Software de visualização de redes - <https://gephi.org/>

5. O Discurso dos Veículos Jornalísticos

A seguir, analisaremos as temáticas e discursos mais frequentes nos veículos, levando em conta os processos de análise explicitados acima. Em cada grafo (figura que representa a rede de conceitos), as cores indicam módulos, a força da conexão é indicada pela espessura das arestas e a frequência do conceito, pelo tamanho do nó.

5.1 @Estadao

O veículo com maior número de retweets foi o @Estadao (Tabela 1). A visibilidade obtida pelo Estadão foi muito superior à dos demais veículos, com o maior número de retweets e tweets retuitados sobre os eventos. Na Figura 2, temos as principais temáticas abordadas pelo veículo a partir das co-ocorrências de conceitos. Dentre as principais temáticas, observamos: 1) a temática da redução da tarifa ao centro, em verde, indicando uma presença grande nos tweets do veículo; 2) a temática do protesto ao hino durante o jogo em Fortaleza, em vermelho; 3) a temática do protesto em SP, focada no número de manifestantes em verde; 4) a temática dos protestos do Rio e da violência no entorno do Maracanã (em roxo); 5) a temática dos protestos em Porto Alegre, fortemente relacionada ao número de detidos (em bege); 6) a temática dos protestos em Brasília, focada na invasão do Congresso Nacional (em turquesa); 7) a temática dos protestos no hotel da seleção, em Fortaleza (em azul); 8) a temática da necessidade da liberação de redes wi-fi para os manifestantes que se comunicavam ao vivo dos eventos (em azul); 9) a temática das ruas e avenidas bloqueadas pelos manifestantes (em azul, em cima).

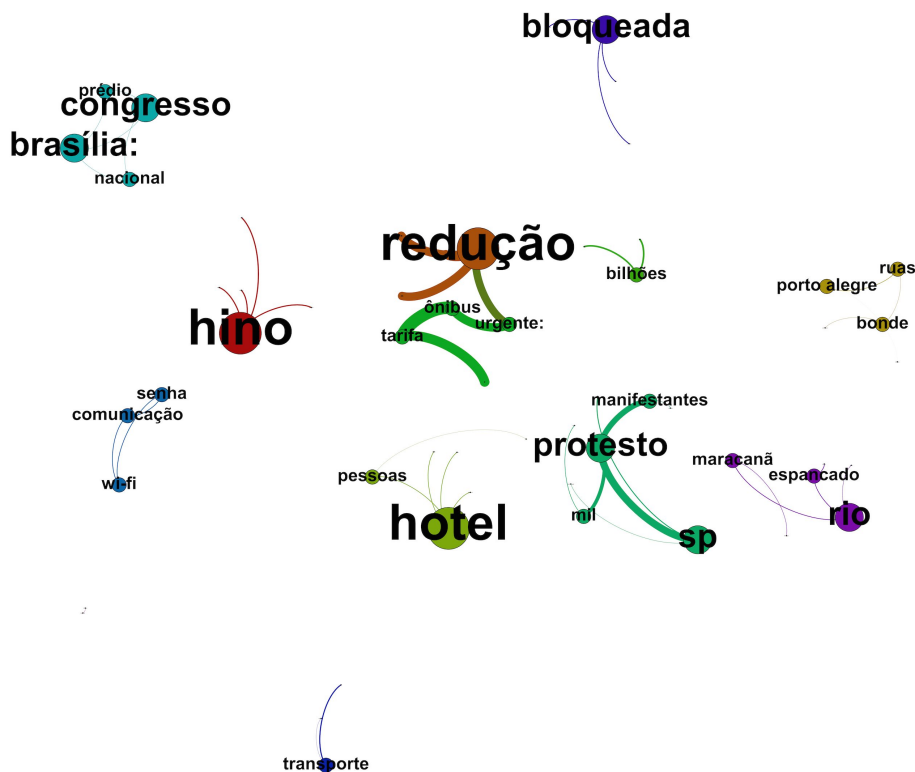


Figura 2: Grafo das temáticas e co-ocorrências do @Estadao. Uma imagem em tamanho maior pode ser obtida aqui: <https://www.dropbox.com/s/o3unqsj6esyofd/estadotudonorm.png>

Vemos, nesta primeira análise que o veículo escolheu dar destaque para o protesto que é associado a São Paulo e ao número de manifestantes, à redução da tarifa de transporte público como grande temática. Além disso, eventos localizados, como o protesto de Brasília, o hino cantado de costas, o bloqueio de ruas também são objeto das associações. Também há um foco no protesto de Porto Alegre, fortemente associado à violência.

5.2 @JornalOGlobo

O segundo veículo com maior número de retweets (embora esse número seja consideravelmente menor que o do @Estadao) foi o @JornalOGlobo. Na Figura 3 temos as 11 temáticas principais, a saber: 1) A temática central, em rosa, fala dos "protestos" no "rio", usando os conceitos de "tarifa", "passagem", "ônibus", "mil"; 2) A temática em azul escura, conectada a "redução", "preço" e "cuiabá", relacionada ao "G1"; 3) A

temática do protesto dos "torcedores", no jogo do "Brasil" com o "México" (rosa escuro); 4) A temática do "jornalista", "detido" e "vinagre" em verde claro; 5) A temática da "secretaria", "segurança", "abusos" na "paulista", que se refere à promessa da secretaria em apurar os abusos da PM; 6) A temática dos "fotógrafos", "feridos", "visão", que se refere ao fotógrafo que foi agredido com balas de borracha e perdeu a visão; 7) A temática refere-se ao "furgão", "incendiado", "record", "tv" e "foto", que foca o caso do furgão da tv record que foi incendiado (em amarelo); 8) a temática do "prefeito", "projeto", "R\$", que está relacionada ao projeto da prefeitura para reduzir a tarifa (acima, em azul escuro); 9) A temática do "protesto", relacionada a "SP" e ao "governo" (em laranja); 10) a temática da "copa", "fifa" e "confederações" (acima, em laranja).

Vemos que o veículo destacou os protestos, mas os associou principalmente ao Rio. Eventos pontuais, relacionados à copa das confederações também foram citados, como no veículo anterior. A violência está presente no destaque dado aos jornalistas feridos e aos "abusos" da polícia, bem como ao furgão incendiado. Note-se que a violência destacada é aquela que aconteceu contra os jornalistas e veículos jornalísticos.

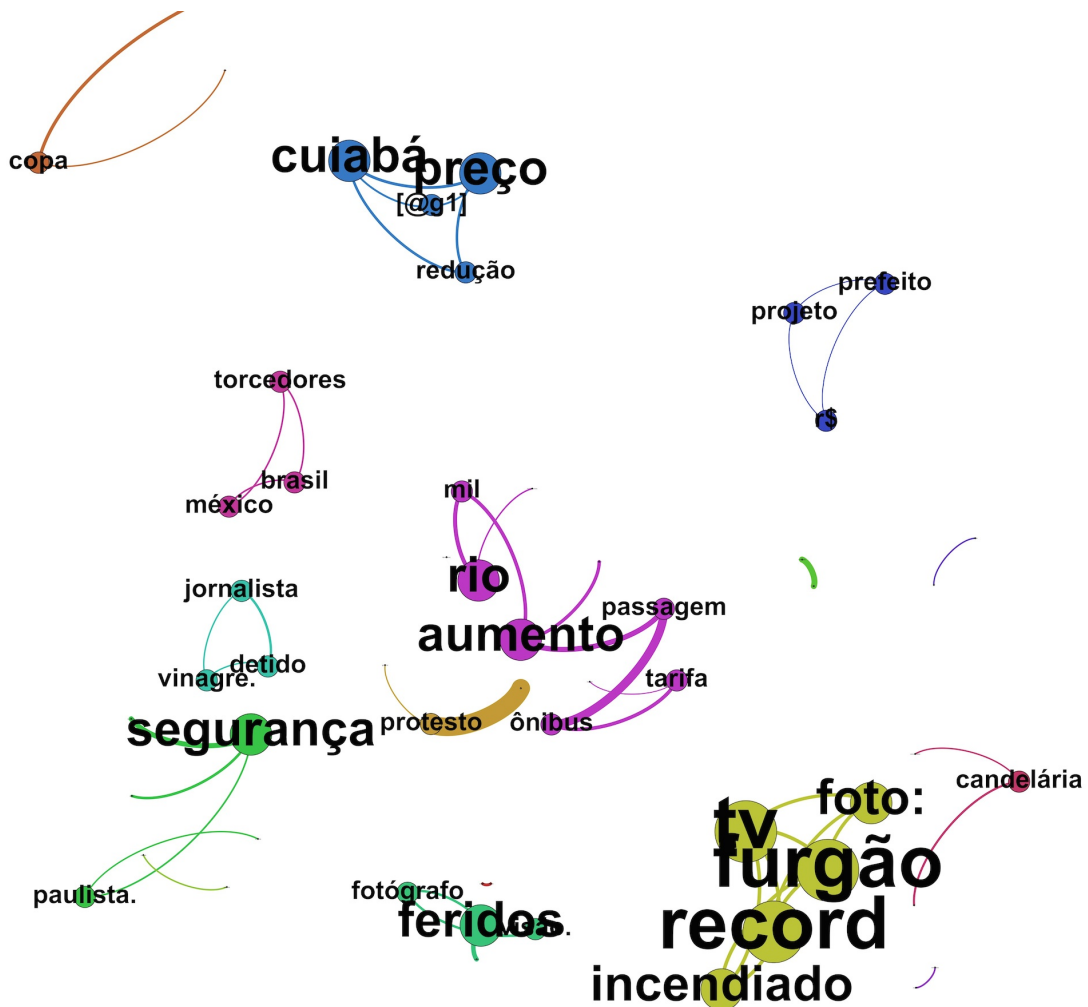


Figura 3: Grafo das temáticas e co-ocorrências do @JornalOGlobo. Uma imagem em tamanho maior pode ser obtida aqui: <https://www.dropbox.com/s/6gec25001p3b70l/oglobonorm.png>

5.3 @UOLNoticias

O terceiro veículo com maior número de retweets foi o @UOLNoticias. Na Figura 4 vemos as principais temáticas. Há a presença de 14 núcleos de conceitos, os quais exploraremos apenas os principais: 1) No núcleo central, em azul, vemos os conceitos relacionados a "redução", "tarifa", "imposto", "bombas; 2) No segundo núcleo central, em azul escuro, "polícia", "manifestantes", "#UOL", "protestos", "sp" e "brasil" (em ambos os conjuntos, vemos uma maior mistura de conceitos, não inteiramente relacionados a uma única temática); 4) O núcleo azul escuro, acima, relacionando "dilema", "presidente" e "#protestorj"; 5) O núcleo verde, acima, o primeiro que relaciona uma temática específica, "mulher", "rosto", "tiro" e "folha", relacionando a repórter que

tomou um tiro durante a cobertura dos protestos; 6) O núcleo azul claro, ao centro, relacionando "viatura", "vidro" e "quebra", ambos relacionados também a um evento específico; 7) O núcleo verde, abaixo, relacionando as temáticas a "ônibus", "r\$", "passagem" e "metrô"; 8) O núcleo central, em rosa escuro, com "público", "país" e "brasileiros".

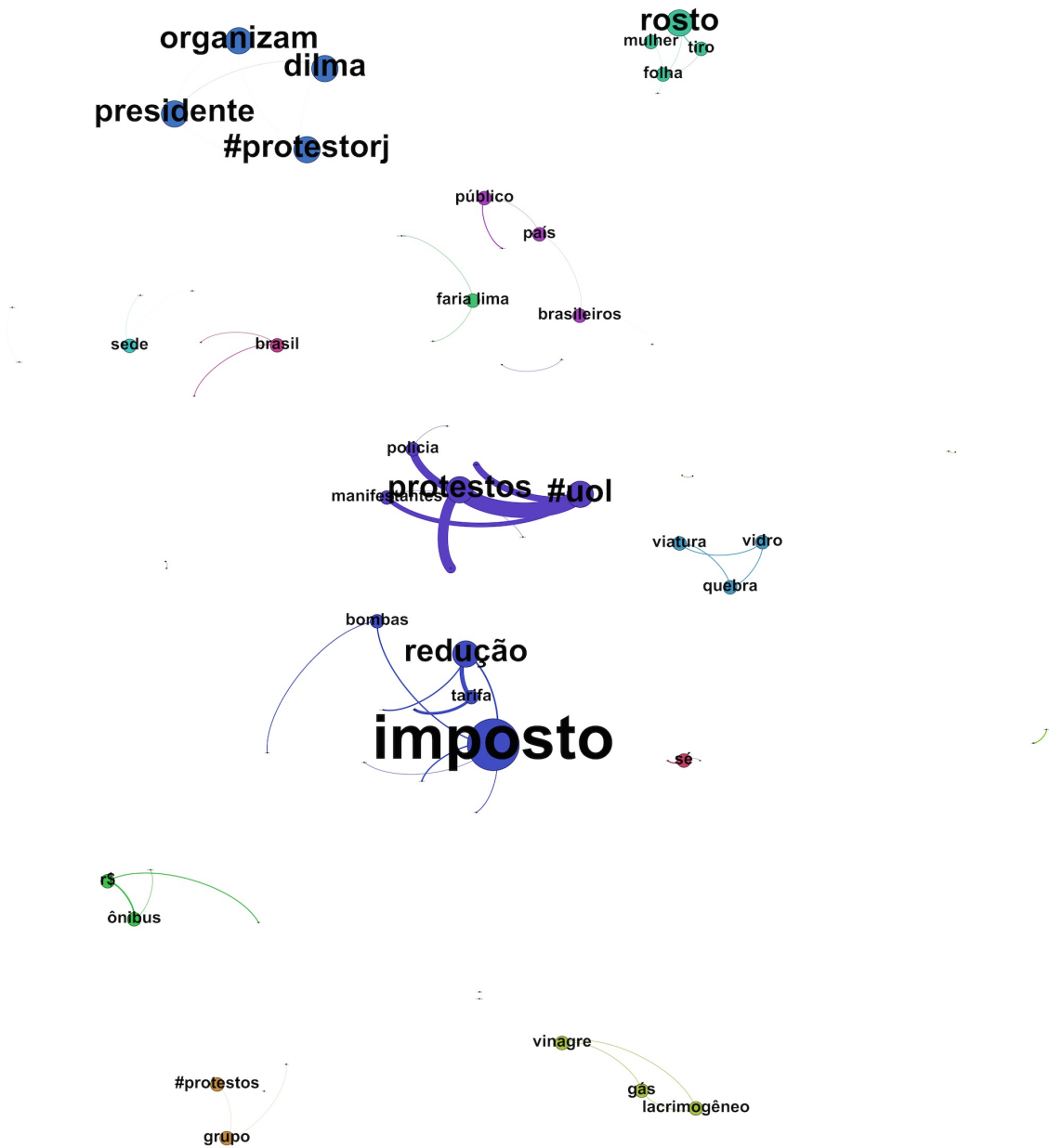


Figura 4: Grafo das Co-ocorrências e temáticas do @UOLNoticias. Uma imagem em tamanho maior pode ser obtida aqui: <https://www.dropbox.com/s/2h3oqm7radq7vba/uolnorm.png>

Neste conjunto de dados, é importante ressaltar que há uma maior interrelação entre os conceitos, uma menor concentração em temáticas específicas. Entre as principais diferenças dos dados anteriores está a presença de hashtags e a presença dos conceitos associados à presidenta, que até então não tinham aparecido.

No caso, vemos também a temática da redução da tarifa, mas associada à "bombas" e a violência dos protestos, que também é destacada relacionada à quebra de viaturas. A violência contra a imprensa também é destaque, bem como a questão do valor da passagem. É importante também destacar que é a primeira vez que o nome da presidente é associado aos eventos.

5.4 @Folha_com

O quarto conjunto de dados mais retuitados foram os da @Folha_com. Na Figura 5, temos 14 temáticas centrais. Analisaremos apenas as principais (maior frequência e número de co-ocorrências). 1) Ao centro, em verde, vemos a temática que proporcionalmente mais ocupou os tweets da @Folha_com, relacionada a "repórteres", "folha", "atingidos", "rosto", "tiros", "protesto", que relaciona o principal assunto que foi a violência contra repórteres da Folha. 2) A segunda temática relevante está ao centro, em verde, relacionando "vandalismo", "porto alegre", "ônibus" e "atos". Aqui, a temática do vandalismo foi fortemente associada aos protestos em Porto Alegre. 3) Ao centro ainda, em roxo, vemos "transporte", "público", "R\$" e "SP". Aqui, a temática associa a discussão do transporte público aos protestos de São Paulo. 4) No cluster azul, embaixo, vemos "país", "prefeitura", "crise" e "largo do batata". 5) Nos demais clusters, temos relações menos evidentes tais como "lula", "Dilma" e "Congonhas" (em laranja, abaixo); "palácio" e "Alckmin" (em roxo, também abaixo); "centenas" e "manifestantes" (em verde claro, também abaixo).

A cobertura da @Folha_com também destacou a violência contra os jornalistas de forma contundente. Além disso, a violência ("vandalismo" é a palavra que aparece) dos protestos em Porto Alegre também recebeu destaque. Outros conceitos como "destruição" e "balas" também aparecem. A temática do valor do transporte público aparece e também a presidenta Dilma e o ex-presidente Lula são associados de forma indireta aos protestos. Outro personagem que é citado é Geraldo Alckmin, governados de SP.

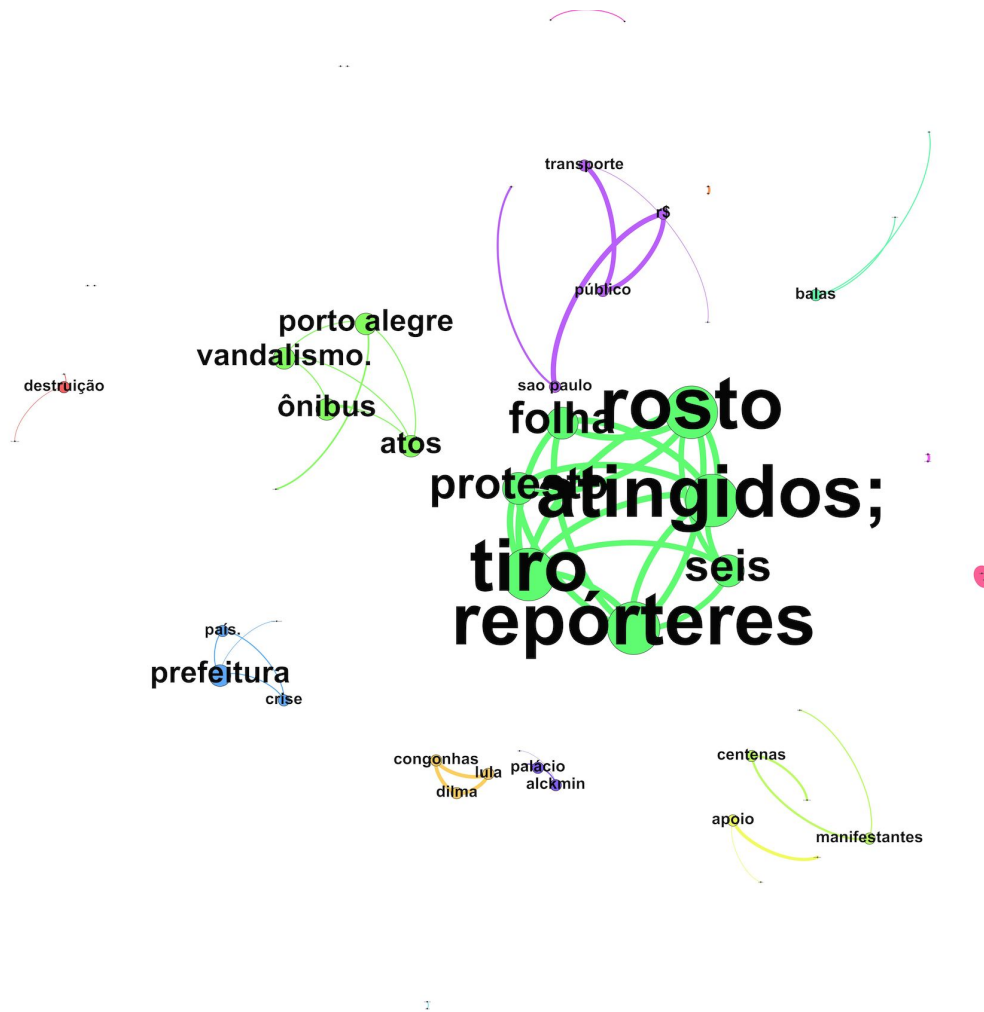


Figura 5: Grafo das co-ocorrências e temáticas da @Folha_com. Uma imagem em tamanho maior pode ser obtida aqui: <https://www.dropbox.com/s/7g5lix2jj08pm9f/folhanorm.png>

5.5 @PortalR7

Finalmente, no último conjunto de dados refere-se ao @PortalR7. Na Figura 6 observamos a ocorrência de 11 temáticas. 1) Vemos, dentre a principal, o destaque dado ao núcleo central, que compreende "Dilma", "Haddad", "Lula", "aeroporto" e "Congonhas" (cluster rosa). 2) Ao lado, vemos em amarelo "#protestosp", "manifestantes", "#r7", "sao paulo". 3) Ao centro, em azul, vemos "transporte", "ônibus", "tarifa", "aumento" e "passagem". 4) E acima, em azul escuro, o tema "passe livre", "movimento" e "amanhã".

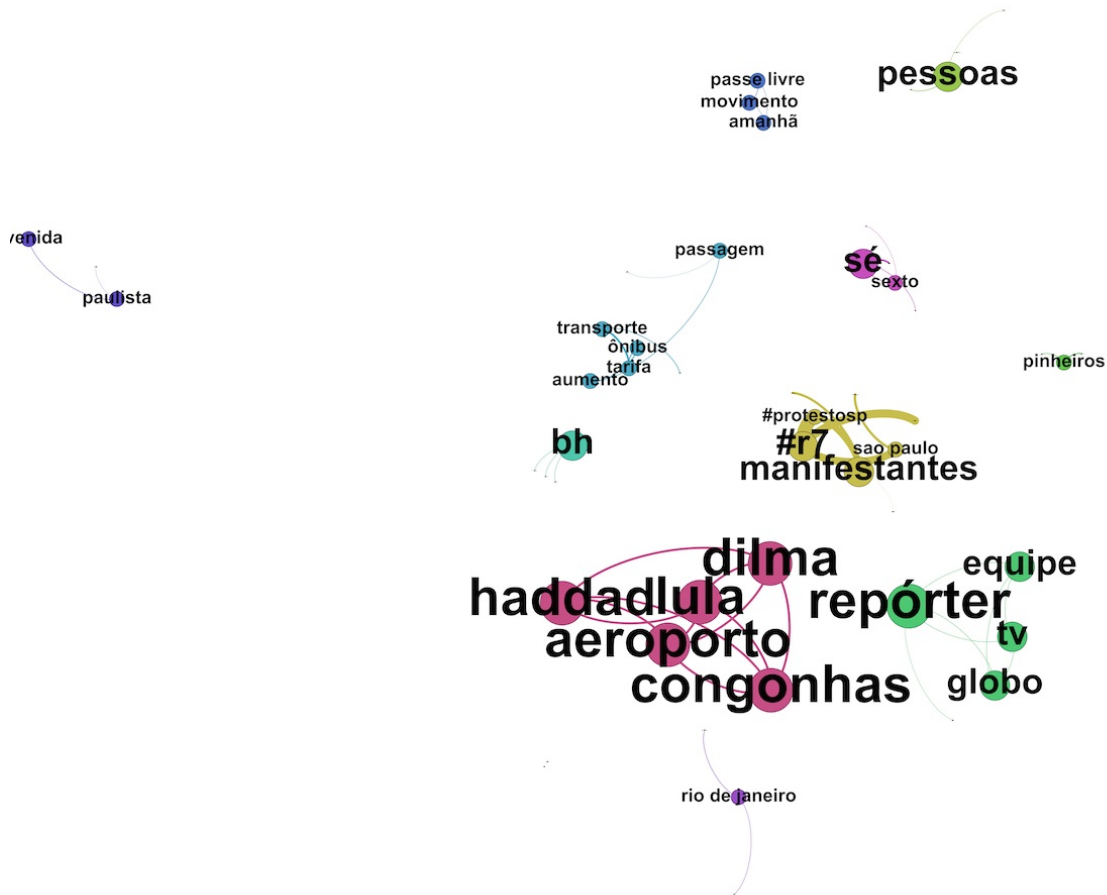


Figura 6: Grafo das co-ocorrências e temáticas associadas do @PortalR7. Uma imagem em tamanho maior pode ser obtida aqui - <https://www.dropbox.com/s/juz95l8pb2neog0/r7norm.png>

No @portalR7 temos uma centralização maior em torno de Fernando Haddad, Dilma e Lula, todos pertencentes ao mesmo partido (PT). Haddad é também o prefeito de São Paulo. Outro destaque é dado à equipe que foi agredida, ao número de manifestantes em SP, e à temática do aumento da tarifa.

5.6 @Cartacapital

A Carta Capital foi o último veículo entre os 10 mais retuitados. Entretanto, porque dos dez veículos com maior número de retweets é aquele que apresenta um comportamento um pouco diferenciado em termos de proporção, também está incluído na análise. Na Figura 7 temos as temáticas que mais apareceram nos tweets do veículo. Dentre as principais temáticas do veículo temos sete grandes núcleos. 1) O maior deles está

marcado em amarelo, ao centro e contém os conceitos "manifestações", "processo", "canto", "cidadania", "construção", "centro", "estádios". 2) O segundo, em azul, contém os conceitos "brasil", "alegre" (referência a porto alegre), "porto"(idem), "rio" e "manifestantes". Ao centro, em marrom, vemos "transporte", "público" e "tarifa". 3) Abaixo, em roxo, "avenida", "paulista", "#vemprarua", "#protestosp". 4) Ao lado, em roxo, "condenados", "prisão", "mensalão", "comandante-geral" e "pm". 5) Acima, em rosa, outro núcleo com os conceitos "iguatemi", "salvador", "mil" e "região". 6) Acima em vermelho, "públicos", "privatização", "zero" e "grupo" e ao lado, em azul, "movimento", "passe" e "livre".

Neste caso, as manifestações são associadas à "cidadania". Os manifestantes são associados às diferentes localidades onde ocorreram protestos e a "polícia" é associada às prisões. Fernando Haddad é o único personagem citado, associado à prefeito.



Figura 7: Grafo das principais co-ocorrências e temáticas da @Cartacapital. Uma imagem maior do grafo pode ser obtida aqui - <https://www.dropbox.com/s/8w0lb9yqasrhtcr/cnorm.png>

5.7 Os Discursos da Mídia e as Temáticas dos Protestos

O mapeamento das temáticas mais frequentes e das associações mais comuns nos tweets dos veículos é capaz de desvelar algumas "formações discursivas" no sentido Foucaultiano. Trata-se de associações que são trazidas pelos tweets entre léxicos que

vão construir sentidos e percepções semânticas diferentes. Assim, vemos nos conceitos que aparecem na análise de contingência (Osgood, 1959) uma série de conjuntos de presenças e ausências, focos e desfocos que merece destaque.

Primeiramente, os conceitos "protestos", "polícia" e "manifestantes" aparecem como centrais em todos os casos, com exceção da @Folha_com, onde "protesto" e "tarifa" ocupam a posição central. A presença de atores como a presidenta Dilma Rousseff e o ex-presidente Lula de forma associada aos protestos apenas aparece nos tweets da @Folha_com, @UOLNoticias e do @PortalR7. Outro detalhe importante é a presença de "manifestações" associadas a "cidadania" unicamente nos tweets da @cartacapital. Ao observamos o conjunto das temáticas, alguns detalhes são mais evidentes. O primeiro deles é que a @cartacapital é a única a usar o termo "manifestação" em lugar de "protesto". Apesar de todos os demais veículos utilizarem "manifestantes", o foco central é sempre "protesto". Essas categorias indicam "formações discursivas" (Foucault, 2009; Hall, 1997) diferentes, usadas para fazer referência aos atores dos protestos.

Há, também, uma série de temáticas coincidentes. Por exemplo, vimos que em quatro, dos seis veículos a temática da violência nos protestos e de forma mais específica, da violência para com os jornalistas também foi central, especialmente na cobertura da @Folha_com. Apenas o @PortalR7 e a @cartacapital não destacaram essas temáticas. Essa associação indica outra temática frequente, que vai caracterizar os protestos como eventos violentos, reforçando um discurso negativo com relação às manifestações.

Além disso, outra temática central foi aquela do transporte público e das tarifas, que todos os veículos mencionaram. Quase todos os veículos concentram suas coberturas em São Paulo e Rio de Janeiro. Há menções a Porto Alegre (associada ao vandalismo pela @Folha_com e associada a protestos pelo @Estadao), e em veículos específicos, a Belo Horizonte (@PortalR7) e Brasília (@Estadao) e Cuiabá (@OGlobo). Fortaleza também aparece de forma menor. A @cartacapital é o único veículo que associa os manifestantes às variadas localidades. Essa "invisibilidade" das localidades é relevante porque conforme vimos em Singer (2013) e Saad Filho (2013), os protestos espalharam-se após o dia 13. É, assim, uma exclusão que apenas refere essas outras localidades quando associadas a eventos violentos.

Outra temática comum foi a presença dos manifestantes relacionando os eventos à copa das confederações, que se iniciou no dia 16, conforme vimos.

Outro detalhe importante é a inclusão de hashtags na cobertura, fato que aparece apenas de forma diferente nos diferentes veículos. Enquanto @PortalR7 e @UOLNoticias usam essas etiquetas como "assinaturas" dos tweets, a @Folha_com apropria as tags usadas nas narrativas mais amplas (como #protestosp). O @JornalOGlobo, entretanto, criou hashtags próprias (#coberturaoglobo) para sua narrativa. A @UOLNoticias também usou hashtags #protestosp e #protestorj. O uso dessas hashtags dá uma dimensão de maior visibilidade para os discursos construídos pelos veículos. Finalmente, apenas a @cartacapital usou hashtags imperativas que poderiam ser compreendidas como mais opinativas, como "#vemprarua". As hashtags também têm função discursiva, na medida em que amarram as narrativas construídas pelos veículos com aquelas das narrativas construídas pelos usuários do Twitter. Essa presença contribui significativamente para a ampliação da visibilidade da cobertura, conforme Zago e Bastos (2013).

A tabela a seguir (Tabela 2) apresenta um resumo das principais temáticas focadas pelos veículos.

Tabela 2: Resumo das temáticas observadas

Estado	JornalOGlobo	UOLNoticias	Folha_com	PortalR7	carta capital
tarifa	transporte	tarifa	violencia jornalistas	dilma haddad lula congo-nhas	manifestacoes canto cidadania
hino	violencia jornalistas	manifestantes	violencia manifestantes	protesto sp manifestantes sp	brasilia porto alegre manifestantes
números	abusos policia	dilma	transporte publico	tarifa	transporte publico tarifa
violencia manifestantes	violencia manifestantes	violencia jornalistas	crise	passe livre	policia prisoes
eventos	copa confederações	violencia manifestantes	lula e dilma		iguatemi salvador mil
avisos	tarifa		alckimin		
transporte público			números		

Porque os veículos recebem muitos retweets, amplificando a circulação de vários de seus tweets, conforme vimos (Zago e Bastos, 2013), além da importância da cobertura dos veículos (Lotan et al., 2011; Cha et al., 2010, Kwak et al., 2010), é importante

compreender como os veículos constróem os protestos. A presença da categoria violência e o grande destaque dado à violência contra os jornalistas é um exemplo dessa narrativa. Embora tenham sido eventos isolados, receberam um expressivo destaque dos próprios veículos.

Além disso, vimos que, ao contrário do que a literatura sobre os protestos coloca (Singer, 2013 e Saad-Filho, 2013), houve uma pluralidade de demandas a partir desse período de coleta e não mais um foco único na redução da tarifa. A maioria parte dos veículos, conforme observamos, entretanto, continua trazendo a redução da tarifa como categoria central na narrativa.

6. Conclusões

O presente estudo focou uma pesquisa exploratória focada em uma análise de contingência em torno de temas abordados pelos veículos jornalísticos durante a cobertura dos protestos de Junho de 2013 no Brasil. A partir de uma análise de contingência (Oosgood, 1959) focando as temáticas dos protestos de seis veículos daqueles que receberam mais retweets, observamos um conjunto de conceitos associados aos protestos, notadamente: a violência contra a imprensa, a questão do transporte público, a violência dos manifestantes e a copa das confederações. Além disso, foi importante observar que o veículo mais discordante das associações foi a @cartacapital, que trouxe elementos de formações discursivas diferentes dos demais veículos (como a associação das manifestações à cidadania).

Os resultados observados nesta breve análise apontam para o fato de que, embora pareça existir uma tendência a uma coincidência de temáticas e de associações na cobertura (por exemplo, na questão da violência, associada aos manifestantes), há veículos com discursos discordantes. Apesar disso, entretanto, a quantidade de retweets que este veículo recebeu é muito menor que a dos demais, implicando possivelmente, em uma circulação muito mais localizada e menos ampla. Com isso, apesar da pluralidade de discursos que a internet proporciona, conforme vários autores demarcam (vide, por exemplo, Malini e Antoun, 2013), o reforço de um discurso majoritário dos veículos jornalísticos, que viu os eventos de Junho sob uma ótica mais negativa, acaba reduzindo o impacto de discursos dissonantes.

Estudos futuros poderão ampliar esses indicativos analisando mais amplamente o impacto dos retweets na propagação dos discursos sobre eventos na internet. Além disso, também é importante explorar como essas práticas podem legitimar ou não esses discursos.

Referências

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2007.

BASTOS, Marco Toledo; RECUERO, Raquel da Cunha; ZAGO, Gabriela da Silva. Taking tweets to the streets: A spatial analysis of the Vinegar Protests in Brazil. **First Monday**, [S.l.], feb. 2014. ISSN 13960466. Available at: <<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/5227>>. Date accessed: 25 Jul. 2014. doi:10.5210/fm.v19i3.5227.

CHA, M.; HADDADI, H.; BENEVENUTO, F.; GUMMADI, K.P. Measuring user influence in Twitter: The million follower fallacy. *Proceedings of ICWSM'10*, 2010.

FOUCAULT, M. *A Ordem do Discurso*. Aula Inaugural no Collège de France. 02 de dezembro de 1970. São Paulo: Edições Loyola, 5ª edição, 1999.

_____. *A Arqueologia do Saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

HALL, S. *Foucault: Power, Knowledge and Discourse*. In: *Discourse Theory and Practice: A Reader* Edited by Margaret Wetherell, Stephanie Taylor, Simeon J Yates. London: Sage, 2001. (pp. 324 - 344)

HENRIQUES, Sandra. As Manifestações no Brasil e a formação de redes sociais móveis no contexto da sociedade atual. **Liinc em Revista**, v. 10, n.1, 2014. <http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/660>

HERMIDA, A. Tweets and Truth: Journalism as a discipline of collaborative verification. *Journalism Practice*, v. 6, n. 5-6, p. 659-668, 2012.

JAVA, A; SONG, X; FINN, T; TSENG, B. Why We Twitter: Understanding microblogging usage and communities. *Proceedings of the Joint 9th WEBKDD*, 2007.

LOTAN, Gilad; GRAEFF, Erhardt, ANANNY, Mike; GAFFNEY, Devin; PEARCE, Ian; BOYD, danah. The Revolutions Were Tweeted: Information flows during the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions. *International Journal of Communication*, v.5, 2011. Disponível em <<http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1246>>.

KWAK, H; LEE, C; PARK, H.; MOON, S. What is Twitter, a social network or a news media? Proceedings of WWW'10 - 19th International Conference on World Wide Web. Pp. 591- 600, 2010.

KRIPPENDORF, K. *Content Analysis, An Introduction to Its Methodology*. 3a Ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2012.

MALINI, F.; ANTOUN. H. **A Internet e a rua**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

OSGOOD, C. *The representational model and relevant research methods*. In: POOL, I. de S. Trends in Content Analysis, Urban, Univ. of Illinois Press, 1959.

SAAD FILHO, Alfredo. Mass Protests under ‘Left Neoliberalism’: Brazil, June-July 2013.

Critical Sociology 39(5) 657–669. DOI: 10.1177/0896920513501906.

<https://www.ids.ac.uk/files/dmfile/Saad-Filho2013CSMassProtestsunderLeftNeoliberalism.pdf>

SINGER, A. Brasil, junho de 2013: Classes e ideologias cruzadas. Novos estud. - CEBRAP, no.97, São Paulo, Nov. 2013. <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-33002013000300003>

SILVA, Francisco A. M.; CHRISTOFOLETTI, Rogerio. JORNALISMO EM 140 TOQUES: análise de três contas do Twitter no Brasil. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 22, p. 65-80, janeiro/junho 2010.

ZAGO, G.; BASTOS, M.T. Visibilidade de Notícias no Twitter e no Facebook: Análise comparativa das notícias mais repercutidas na Europa e nas Américas. *Brazilian Journalism Research*, v.9, n.1, 2013.

ZAGO, G. Da circulação à recirculação jornalística: filtro e comentário de notícias por interagentes no Twitter. XXI Encontro Anual da Compós. *Anais...* Juiz de Fora, MG: Compós, 2012.

Disponível em:
<<http://www.compos.org.br/pagina.php?menu=8&mmenu=0&fcodigo=1896>>. Acesso em: 5 fev. 2013.

ZAGO, G. RECUERO, R. e BASTOS, M. *Anais de Compós 2014*.