

JORNALISMO MÍDIA e PODER

o processo de impeachment e o contexto pós-Dilma

Revista Latino-americana de Jornalismo | **ÂNCORA**
V. 5 Nº 2 | JUL - DEZ | 2018 | ISSN 2359 - 375X
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo | UFPB



JORNALISMO, MÍDIA e PODER

O processo de *impeachment* e o contexto pós-Dilma

Editor Convidado | **Pedro NUNES**



ÂNCORA - Revista Latino-americana de Jornalismo é uma publicação acadêmica semestral, vinculada ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo - PPJ | UFPB. Objetiva o fomento da produção acadêmico-científica na área do jornalismo e suas interfaces no campo comunicacional e em áreas afins. Seu foco de abordagem temática está direcionado para publicações de artigos, relatos profissionais, artigos-resenha e entrevistas que retratem, de forma transdisciplinar, os ambientes, processos, linguagens, tecnologias, produtos e processos do jornalismo. Avaliação CAPES: **Qualis B1** [Educação] e **Qualis B4** [Comunicação e informação]. **As informações, opiniões e conceitos expressos nos artigos, relatos profissionais, resenhas ou entrevistas são de inteira responsabilidade dos autores/autoras.**

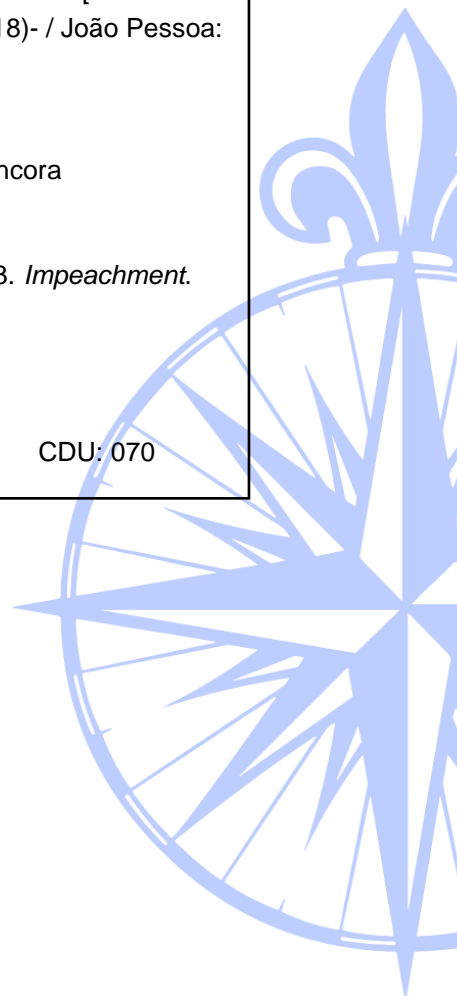
A revista eletrônica está disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora>

CATALOGAÇÃO NA FONTE

R454 Revista Latino-americana de Jornalismo - ÂNCORA [recurso eletrônico] – Ano 5, v.5; n.2; (jul /dez. 2018)- / João Pessoa: Editora do CCTA, 2018.
274p.
Modo de acesso:
<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora>
Semestral.
ISSN: 2359-375X
1. Jornalismo. 2. Cobertura Jornalística. 3. *Impeachment*.
4. Política. 5. Reportagem.
6. Entrevista.

UFPB/BC

CDU: 070



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

EDITORA CHEFE

Prof^a. Dr^a. Joana Belarmino de SOUSA
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

EDITOR ADJUNTO

Prof. Dr. José David CAMPOS Fernandes
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

EDITOR CONVIDADO

Prof. Dr. Pedro NUNES
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

CONSELHO EDITORIAL e de PEER REVIEW

Prof^a. Dr^a. Gloria de Lourdes Freire RABAY
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Prof. Dr. Pedro BENEVIDES

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Prof^a. Dr^a. Sandra Regina MOURA

Coordenadora do Programa de Pós-graduação em Jornalismo - UFPB

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Prof^a. Dr^a. Virginia SÁ BARRETO

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Prof^a. Dr^a. Zulmira Silva NÓBREGA

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

ESTAGIÁRIOS

José Allan Luna de OLIVEIRA | Assistente de Editoria | Jornalismo – UFPB

Luan Alexandre SILVA | Editoração | Jornalismo - UFPB

Matheus Wendell de MELO | Assistente de Editoria | Jornalismo – UFPB

Robson Martins da SILVA JÚNIOR | Editoração | Jornalismo – UFPB

• **Capa desta Edição** •

Pedro NUNES | Jornalismo – UFPB

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

• **Revisor** •

Cicero SILVA | Jornalista – DRT 3591/PB

DIRETÓRIOS, INDEXADORES E PLATAFORMAS DE AVALIAÇÃO

[DOAJ](#) - Suécia | [Latindex](#) - México | [Crossref](#) - USA/United Kingdom |
[OLCL WorldCat](#) - Estados Unidos | [Elektronische Zeitschriftenbibliothek](#) -
Alemanha | [MIAR](#) - Espanha | [REDIB](#) – Espanha | [DAIJ](#) - Indonésia | [SHERPA/RoMEO](#) -
Inglaterra | [ResearchBid](#) - Reino Unido | [Eurasian Scientific Journal Index](#) - República do
Cazaquistão | [UNIVERSAL IMPACT FACTOR](#) - Journal Impact Factor | [Crosscheck](#) | [Vérsila](#) -
USA | Brasil | [Directory of Research Journals Indexing](#) - Índia | [Journal TOCS](#) - Reino Unido

||| Brasil |||

[Sumários.org](#) | [Diadorim](#) | [SEER](#) | [IBICT](#) | [REVIScom](#)
[Periódicos UFPB](#) | [LivRe](#) | [Biblioteke Virtual](#) | [Google Acadêmico](#)

Programa de Pós-graduação em Jornalismo

Centro de Comunicação, Turismo e Artes | Universidade Federal da Paraíba
Campus Universitário I | Cidade Universitária, 58059-900, João Pessoa - Paraíba
(83) 3260-0000

Contato: revistaancoraufpb@gmail.com

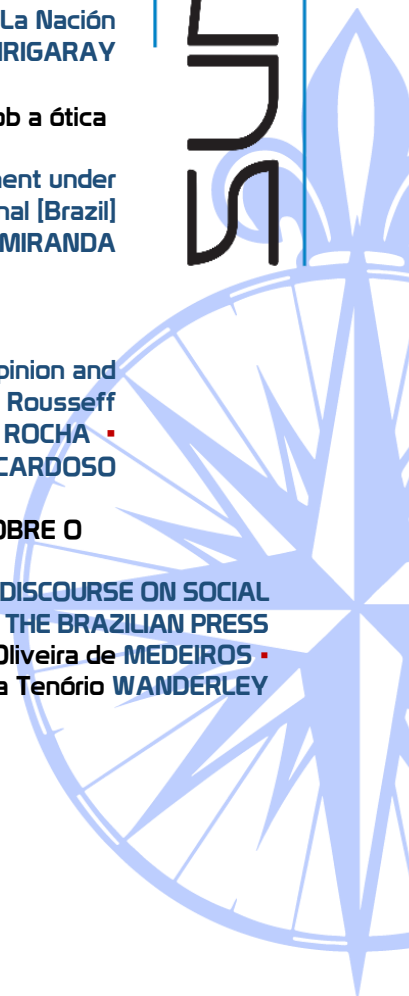
CONSELHO CIENTÍFICO

- Prof.ª. Dr.ª. Adelaide Alves DIAS**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Adilson Vaz CABRAL FILHO**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Adriana Cristina Omena dos SANTOS**
Universidade Federal de Uberlândia | Brasil
- Prof. Dr. Adriano Duarte RODRIGUES**
Universidade Nova de Lisboa | Portugal
- Prof. Dr. Adriano Lopes GOMES**
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Afonso de ALBUQUERQUE**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. Alexandre Almeida BARBALHO**
Universidade Estadual do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Alfredo VIZEU**
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Aline do Amaral Garcia STRELOW**
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Álvaro Nunes LARANGEIRA**
Universidade Tuiuti do Paraná | Brasil
- Prof. Dr. Amarildo Batista CARNICEL**
Pontifícia Universidade Católica de Campinas | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Ana Carolina ESCOSTEGUY**
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER**
Universidade Federal de Goiás | Brasil
- Dr.ª. Ana Lúcia MEDEIROS**
Pesquisadora (DCR – CNPq/FAPEQS – PB / UFPB | Brasil
- Prof. Dr. André BRASIL**
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. André VILLAS-BOAS**
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Andréa França MARTINS**
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Ângela Cristina Salgueiro MARQUES**
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Anita SIMIS**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Antônio Francisco Ribeiro de FREITAS**
Universidade Federal de Alagoas | Brasil
- Prof. Dr. Antônio FAUSTO NETO**
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Prof. Dr. Arlindo Ornelas FIGUEIRA NETO**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Armando Silva TELLEZ**
Universidad Externado de Colombia | Colômbia
- Prof.ª. Dr.ª. Beatriz BECKER**
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Bruno CAMPANELLA**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Cárilda EMERIM**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Carlos Arcila CALDERÓN**
Universidad de Salamanca | Espanha
- Prof. Dr. Carlos Eduardo FRANCISCATO**
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Prof. Dr. Carlos Frederico de Brito D'ANDREA**
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. Carlos PERNISA JUNIOR**
Universidade Federal de Juiz de Fora | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Christa Liselotte Berger Ramos KUSCHICK**
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Claudia Irene de QUADROS**
Universidade Federal do Paraná | Brasil
- Prof. Dr. Cláudio Cardoso de PAIVA**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Cosette Espindola de CASTRO**
Universidade Católica de Brasília | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Cremilda MEDINA**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Danilo ROTHBERG**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Demétrio de Azeredo SOSTER**
Universidade de Santa Cruz do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Denis Porto RENÓ**
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Denise COGO**
Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Denise da Costa Oliveira SIQUEIRA**
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Denise Tavares da SILVA**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Denise Correa ARAÚJO**
Universidade Tuiuti do Paraná | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Dóris Fagundes HAUSSEN**
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Dulcília Helena Schroeder BUITONI**
Faculdade Casper Líbero | Brasil
- Prof. Dr. Edgard Patrício de ALMEIDA FILHO**
Universidade Federal do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Edônio Alves do NASCIMENTO**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Edson Fernando DALMONTE**
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Eduardo MEDITSCH**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Eduardo VICENTE**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Edvaldo Pereira LIMA**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Elias Machado GONÇALVES**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Eliseo VERÓN**
In memoriam
- Prof. Dr. Ericson SAINT CLAIR**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Fernanda MARTINELLI**
Universidade de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Fernando Albano Maia de Magalhães ILHARCO**
Universidade Católica Portuguesa | Portugal
- Prof. Dr. Fernando Antonio CROCOMO**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Fernando Antônio Dias ZAMITH**
Universidade do Porto | Portugal
- Prof. Dr. Fernando Antônio RESENDE**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. Fernando Firmino da SILVA**
Universidade Estadual da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Fernando GONÇALVES**
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Fernão Vitor Pessoa de Almeida RAMOS**
Universidade Estadual de Campinas | Brasil
- Prof. Dr. Flávio Antônio Camargo PORCELLO**
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Francisco de ASSIS**
Centro Universitário Fiam-Faam | Brasil
- Prof. Dr. Francisco Gilson Rebouças PÔRTO JÚNIOR**
Universidade Federal do Tocantins | Brasil
- Prof. Dr. Francisco José Castilhos KARAM**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Francisco Laerte Juvêncio MAGALHÃES**
Universidade Federal do Piauí | Brasil
- Prof. Dr. Francisco Paulo Jamil Almeida MARQUES**
Universidade Federal do Paraná | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Gabriela BORGES**
Universidade Federal de Juiz de Fora | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Geane Carvalho ALZAMORA**
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. Gerson Luiz MARTINS**
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Gilberto ALEXANDRE SOBRINHO**
Universidade Estadual de Campinas | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Giovana Borges MESQUITA**
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Graça CALDAS**
Universidade Estadual de Campinas | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Graziela Soares BIANCHI**
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil
- Prof. Dr. Guido Lemos de SOUZA FILHO**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Heitor Costa Lima da ROCHA**
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Irene MACHADO**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Isabel Ferin CUNHA**
Universidade de Coimbra | Portugal
- Prof.ª. Dr.ª. Jacques Alkalai WAINBERG**
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Jairo FERREIRA**
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Prof. Dr. Jesús Miguel Flores VIVAR**
Universidad Complutense de Madrid | Espanha
- Prof. Dr. João Batista de ABREU JUNIOR**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. João CANAVILHAS**
Universidade Beira do Interior | Portugal
- Prof. Dr. João Carlos MASSAROLO**
Universidade Federal de São Carlos | Brasil
- Prof. Dr. João Guilherme BARONE Reis e Silva**
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. João SOMMA NETO**
Universidade Federal do Paraná | Brasil
- Prof. Dr. Jorge Alejandro GONZÁLEZ**
Universidad Nacional Autónoma de México | México
- Prof. Dr. Jorge CARDOSO FILHO**
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Jorge Kanehide IJUIM**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Jorge Pedro Almeida Silva e SOUSA**
Universidade Fernando Pessoa | Portugal
- Prof. Dr. Jorge Trinidad Ferraz de ABREU**
Universidade de Aveiro | Portugal
- Prof. Dr. José Antônio Marques MOREIRA**
Universidade Aberta (UAb) | Portugal
- Prof. Dr. José Carlos MARQUES**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Josenildo Luiz GUERRA**
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Prof. Dr. Juciano de Sousa LACERDA**
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof.ª. Dr.ª. Juliana Colussi RIBEIRO**
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil

CONSELHO CIENTÍFICO

- Prof. Dr. Juliano Maurício de CARVALHO**
 Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Júlio PINTO**
 Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. Koldo MESO**
 Universidad del País Vasco | Espanha
- Prof. Dr. Lauer Alves Nunes dos SANTOS**
 Universidade Federal de Pelotas | Brasil
- Profª. Drª. Lídia Oliveira SILVA**
 Universidade de Aveiro | Portugal
- Prof. Dr. Lionel Bossi GARAVAGLIA**
 Universidad do Chile | Chile
- Profª. Drª. Lívia Cirne de Azevêdo PEREIRA**
 Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof. Dr. Lorenzo Vilches MANTEROLA**
 Universidad Autónoma de Barcelona | Espanha
- Profª. Drª. Lorena Peret Teixeira TÁRCIA**
 Centro Universitário de Belo Horizonte | Brasil
- Profª. Drª. Lúcia Helena Vendrusculo POSSARI**
 Universidade Federal de Mato Grosso | Brasil
- Profª. Drª. Lúcia SANTA CRUZ**
 Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Profª. Drª. Luciana MIELNICZUK *In memoriam***
 Universidade Federal de Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Luciane Fassarella AGNEZ**
 Instituto de Educação Superior de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Luciano GUIMARÃES**
 Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Luís António Martins SANTOS**
 Universidade do Minho | Portugal
- Prof. Dr. Luís Mauro Sá MARTINO**
 Faculdade Cáspser Líbero | Brasil
- Prof. Dr. Luiz Custódio da SILVA**
 Universidade Estadual da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Luiz SIGNATES**
 Universidade Federal de Goiás | Brasil
- Profª. Drª. Magnolia Rejane Andrade dos SANTOS**
 Universidade Federal de Alagoas | Brasil
- Profª. Drª. Malgorzata KOLANKOWSKA**
 Escola Filológica de Wrocław | Polónia
- Profª. Drª. Manuela PENAFRIA**
 Universidade da Beira Interior | Portugal
- Profª. Drª. Marcel Vieira Barreto SILVA**
 Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo Didimo Souza VIEIRA**
 Universidade Federal do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo KISCHINHEVSKY**
 Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo Martínez HERMIDA**
 Universidad de Santiago de Compostela | Espanha
- Profª. Drª. Marcia BENETTI**
 Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Márcia Gomes MARQUES**
 Universidade Federal de Mato Grosso do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Márcia Guena dos SANTOS**
 Universidade Estadual da Bahia | Brasil
- Profª. Drª. Marcília Gomes Costa MENDES**
 Universidade Estadual do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Márcio Carneiro dos SANTOS**
 Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof. Dr. Márcio Ronaldo Santos FERNANDES**
 Universidade Estadual do Centro-Oeste | Brasil
- Prof. Dr. Marco Antonio BONITO**
 Universidade Federal do Pampa | Brasil
- Prof. Dr. Marcos AMÉRICO**
 Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Marcos Silva PALACIOS**
 Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Marcus RAMÚSYO**
 Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão | Brasil
- Profª. Drª. Maria Beatriz COLUCCI**
 Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Profª. Drª. Maria Benecine da Costa MACHADO**
 Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Maria Constanza Mujica HOLLEY**
 Pontifícia Universidad de Chile | Chile
- Profª. Drª. Maria Cristina GOBBI**
 Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Profª. Drª. Maria Elisabete ANTONIOLI**
 Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Profª. Drª. Maria José BALDESSAR**
 Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Profª. Drª. Maria Lúcia BECKER**
 Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil
- Prof. Dr. Mário CARLÓN**
 Universidad de Buenos Aires | Argentina
- Profª. Drª. Marta Regina MAIA**
 Universidade Federal de Ouro Preto | Brasil
- Prof. Dr. Mateus Yuri Ribeiro da Silva PASSOS**
 Faculdade Cáspser Líbero | Brasil
- Prof. Dr. Mauro de Souza VENTURA**
 Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Michele Goulart MASSUCHIN**
 Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof. Dr. Michele NEGRINI**
 Universidade Federal de Pelotas | Brasil
- Prof. Dr. Miguel WIÑAZKI**
 Universidad de San Andrés | Argentina
- Profª. Drª. Mirian Estela Nogueira TAVARES**
 Universidade do Algarve | Portugal
- Profª. Drª. Miriam Moema Figueira PINHEIRO**
 Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Profª. Drª. Mirna TONUS**
 Universidade Federal de Uberlândia | Brasil
- Profª. Drª. Monica MARTINEZ**
 Universidade de Sorocaba | Brasil
- Prof. Dr. Muniz SODRÉ**
 Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Natalia Raimondo ANSELMINO**
 Universidad Nacional de Rosario | Argentina
- Profª. Drª. Nelia Rodrigues DEL BIANCO**
 Universidade de Brasília | Brasil
- Profª. Drª. Patrícia Rebelo da SILVA**
 Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Paulo Eduardo Silva Lins CAJAZEIRA**
 Universidade Federal do Cariri | Brasil
- Prof. Dr. Pedro Nunes Filho**
 Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Pollyana Ferrari TEIXEIRA**
 Pontifícia Universidade Católica de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Rafael de Luna FREIRE**
 Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Raquel RECUERO**
 Universidade Católica de Pelotas | Brasil
- Profª. Drª. Regina GOMES**
 Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Profª. Drª. Regiane Miranda de Oliveira NAKAGAWA**
 Universidade Federal do Recôncavo da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Ricardo Ferreira FREITAS**
 Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Rodrigo do Espírito Santo da CUNHA**
 Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Prof. Dr. Rogério Luiz COVALESKI**
 Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Profª. Drª. Rosana Cabral ZUCOLO**
 Centro Universitário Franciscano | Brasil
- Profª. Drª. Rosana de Lima SOARES**
 Universidade de São Paulo | Brasil
- Profª. Drª. Rossana Viana GAIA**
 Instituto Federal de Alagoas | Brasil
- Prof. Dr. Sebastião Carlos de Moraes SQUIRRA**
 Universidade Metodista de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Sebastião Faustino PEREIRA FILHO**
 Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Sérgio Arruda de MOURA**
 Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro | Brasil
- Prof. Dr. Sérgio Luiz GADINI**
 Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil
- Profª. Drª. Silvana LOUZADA**
 Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Silvano Alves Bezerra da SILVA**
 Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Profª. Drª. Simone Maria ROCHA**
 Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Profª. Drª. Sonia Aguiar LOPES**
 Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Profª. Drª. Sonia Virginia MOREIRA**
 Universidade Estadual do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Suely Maria Maux DIAS**
 Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Suzana KILPP**
 Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Profª. Drª. Suzana Oliveira BARBOSA**
 Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Profª. Drª. Taciana de Lima BURGOS**
 Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Thiago SOARES**
 Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Prof. Dr. Valdecir BECKER**
 Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Valquíria Aparecida Passos KNEIPP**
 Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Profª. Drª. Veronica STIGGER**
 Fundação Armando Álvares Penteado | Brasil
- Profª. Drª. Virginia Pradelina da Silveira FONSECA**
 Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Viviane BORELLI**
 Universidade Federal de Santa Maria | Brasil
- Profª. Drª. Zélia Leal ADGHIRNI**
 Universidade de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Walter Teixeira LIMA JUNIOR**
 Universidade Metodista de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Washington José de SOUZA FILHO**
 Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Wellington José de Oliveira PEREIRA**
 Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Wilson da Costa BUENO**
 Universidade Metodista de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Wilton GARCIA**
 Universidade de Sorocaba | Brasil
- Prof. Dr. Yuji GUSHIKEN**
 Universidade Federal do Mato Grosso | Brasil

- 9** **EDITORIAL**
JORNALISMO, MÍDIA E PODER: o processo de *impeachment* e o contexto pós-Dilma
JOURNALISM, MEDIA AND POWER: The impeachment process and the post-Dilma context
Pedro **NUNES** ▪ Joana Belarmino de **SOUSA**
- 17** **EIXO TEMÁTICO | Thematic Dossier | Dossier Temático | Dossier thématique**
RITUAIS MIDIÁTICOS DE UM *IMPEACHMENT*: os mecanismos de agendamento discursivo na folha de S. Paulo (Brasil) e no Diário de Notícias (Portugal)
RITUALS OF IMPEACHMENT: the mechanisms of discursive procedure in Folha de S. Paulo (Brazil) and in Diário de Notícias (Portugal)
Adriano Lopes **GOMES** ▪ Carla **BAPTISTA** ▪ Cid Augusto da Escossia **ROSADO**
- 35** **LA COBERTURA DE LA DESTITUCIÓN DE DILMA ROUSSEFF EN LOS DIARIOS COLOMBIANOS: un análisis de El Tiempo y El Espectador**
THE COVERAGE OF DILMA ROUSSEFF'S IMPEACHMENT IN COLOMBIAN NEWSPAPERS: an analysis of El Tiempo and El Espectador
Juliana **COLUSSI** ▪ Diego García **RAMÍREZ** ▪ Leonardo Magalhães **FIRMINO**
- 51** **A MANIPULAÇÃO IMAGÉTICA: estudo de caso sobre o processo de *Impeachment* da presidenta Dilma Rousseff nos jornais *Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *Clarín* e *La Nación***
LA MANIPULACIÓN IMAGÉTICA: un estudio de caso sobre el proceso de *Impeachment* de la presidenta Dilma Rousseff en los periódicos *Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *Clarín* y *La Nación*
Lila **LUCHESSI** ▪ Denis **RENÓ** ▪ Fernando **IRIGARAY**
- 62** **TEXTO, IMAGEM E EDIÇÃO: os passos do *impeachment* sob a ótica discursiva do *Jornal Nacional* [Brasil]**
TEXT, IMAGE AND EDITING: the steps of the impeachment under the discursive optic of the *Jornal Nacional* [Brazil]
Sérgio Arruda de **MOURA** ▪ Mozarth Dias de Almeida **MIRANDA**
- 81** **O *IMPEACHMENT* DO JORNALISMO: clima de opinião e manipulação ideológica no golpe contra Dilma Rousseff**
THE IMPEACHMENT OF JOURNALISM: climate of opinion and ideological manipulation in the coup against Dilma Rousseff
Alfredo **VIZEU** ▪ Heitor Costa Lima da **ROCHA** ▪ Laís Cristine Ferreira **CARDOSO**
- 100** **O *IMPEACHMENT* DE DILMA ROUSSEFF E O DISCURSO SOBRE O APAZIGUAMENTO SOCIAL NA IMPRENSA BRASILEIRA**
THE IMPEACHMENT OF DILMA ROUSSEFF AND THE DISCOURSE ON SOCIAL APPEASEMENT IN THE BRAZILIAN PRESS
Daniel Dantas **LEMOS** ▪ Lucas Oliveira de **MEDEIROS** ▪ Bianca Pessoa Tenório **WANDERLEY**



- 116** SEM PODER, EXPLOSIVA E FORA DO BARALHO: discursos sobre a presidenta Dilma Rousseff em capas de revistas jornalísticas
NO POWER, EXPLOSIVE AND OUT OF THE DECK: speeches about President Dilma Rousseff in journalistic magazines covers
 Marcília Luzia Gomes da Costa MENDES ▪ Francisco Vieira da SILVA
- 127** **IMPEACHMENT, EMOÇÕES E CONFLITOS: a emergência da raiva nos comentários da página da revista *Veja* no Facebook**
IMPEACHMENT, EMOTIONS AND CONFLICTS: the emergency of anger in coments on the page of *Veja* magazine on the facebook
 Maria das Graças Pinto COELHO ▪ Geilson Fernandes de OLIVEIRA
- 145** JORNALISMO E AS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO NO GOVERNO DILMA ROUSSEFF (2011-2014)
JOURNALISM AND COMMUNICATION POLICIES IN GOVERNMENT DILMA ROUSSEFF (2011-2014)
 Luiz Custódio da SILVA ▪ Maria de Lourdes SOARES ▪ Adriana Crisanto MONTEIRO
- 172** A CONDUÇÃO COERCITIVA DE LULA: *framing* e jogos de memória na *Folha de S. Paulo*
LULA'S BENCH WARRANT: framing and memory games at Folha de São Paulo
 Adriano Charles da Silva CRUZ
- 188** JORNALISMO TRANSMÍDIA E OS QUIZZES ELEITORAIS BRASILEIROS EM 2018
TRANSMEDIA JOURNALISM AND THE BRAZILIAN ELECTORAL QUIZZES IN 2018
 João Carlos MASSAROLO ▪ Gustavo PADOVANI
- 206** JORNALISMO E AS CRÔNICAS DO GOLPE (Felipe Pena, 2017). Resenha Expandida
JOURNALISM AND THE CHRONICLES OF COUP D'ETAT (Felipe Pena, 2017)
 Cláudio Cardoso de PAIVA
- 221** ENTREVISTA | INTERVIEW
 "ESTIVADOR DE SAPATILHAS": Felipe Pena exuma as fraturas do jornalismo brasileiro no período pós-golpe
 "SNEAKER CARRIER": Felipe Pena exhumes the fractures of Brazilian journalism in the post-coup period
 Felipe PENA
- 249** PAUTA LIVRE | **Free Theme Journalism** | Temas Libres en el Periodismo
 JORNALISMO E INTERESSE PÚBLICO: uma análise da agência câmara notícias a partir da categorização de fatos
JOURNALISM AND PUBLIC INTEREST: an analysis of the agency news camera from the categorization of facts
 Edgard PATRÍCIO ▪ Leidyanne VIANA

JORNALISMO, MÍDIA e PODER: o processo de *impeachment* e o contexto pós-Dilma

JOURNALISM, MEDIA AND POWER: the impeachment process and the post-Dilma context

A Revista Latino-americana de Jornalismo – **ÂNCORA** disponibiliza a sua nona edição [V.5 N.2] tendo como dossiê temático um conjunto de contribuições acadêmicas transdisciplinares que versam sobre **JORNALISMO, MÍDIA e PODER: o processo de *impeachment* e o contexto pós-Dilma**. Trata-se de uma composição textual interpretativa com olhares argutos, meticolosos e aprofundados de pesquisadores e pesquisadoras que integram diferentes universidades do Brasil, Argentina, Portugal e Colômbia. Essas diferentes vozes plurais e singulares se debruçaram particularmente sobre as complexidades que envolveram o processo de *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff no tocante ao viés narrativo de determinadas coberturas jornalísticas produzidas pela grande imprensa e, em alguns casos, sobre reverberações desses acontecimentos noticiosos nas redes sociais. A grande imprensa teve um papel preponderante neste espetáculo político alimentado por fatos cotidianos envolvendo instituições dos poderes constituídos da república, como o Legislativo, o Judiciário e o Ministério Público. Os artigos e a entrevista do presente dossiê iluminam de modo analítico essas fraturas expostas relacionadas ao contexto do processo democrático, quanto ao papel do jornalismo em períodos de crise política, e, ainda, o comportamento da imprensa e as problematizações necessárias ao Executivo, Legislativo e Judiciário e outros fios desencapados que provocaram curtos-circuitos e apagões na democracia brasileira.

Desse modo, é importante enfatizar que os últimos seis anos [2013 – 2018] colocaram a política brasileira no centro do mundo e da imprensa dos vários continentes. Acontecimentos megaspetaculares mobilizaram forças do Estado, do parlamento e da sociedade, oportunizando mudanças profundas, no âmbito dos governos, na reconfiguração do parlamento e nas contraditórias decisões emanadas do sistema judiciário, em suas variadas instâncias.

EDITORIAL

O marco inicial de tais acontecimentos foi a onda de protestos ocorridos entre maio e julho de 2013, organizados com o fôlego das redes sociais, mobilizando segmentos múltiplos da sociedade, em manifestações difusas, muitas vezes marcadas por atos de violência e de vandalismo, canalizando causas e reivindicações de amplo espectro.

No centro dessas contestações, tanto na vida real como na esfera virtual, estava a luta pelo #ForaPT, envolvendo uma campanha ostensiva contra a presidenta Dilma, o ex-presidente Lula e o fim do governo petista, narrativa que vinha sendo alimentada pelas denúncias de casos de corrupção apresentadas desde o primeiro governo Lula, nomeados pejorativamente, na imprensa e no parlamento, como “Mensalão” e “Petrolão”.

2014, igualmente, não foi um ano fácil. A Copa do Mundo e as eleições presidenciais marcaram os debates, os embates e a crescente hostilidade de parte significativa da sociedade, engolfada em disputas polarizadas contra e a favor do governo, situação que ganhou um novo e explosivo condimento: a deflagração da Operação Lava Jato, que, em tese, pretendia combater a corrupção, apesar de sua clara seletividade e da precipitada e insistente intenção de criminalizar o Partido dos Trabalhadores. Contudo, o cenário turbulento não foi suficiente para retirar o PT da disputa. Dilma Rousseff foi reeleita com pouco mais de três milhões de votos de diferença em relação ao seu adversário, o candidato Aécio Neves (PSDB-MG)¹.

O resultado eleitoral, entretanto, foi posto em xeque pelo candidato derrotado. Logo, em dezembro de 2015, o deputado Eduardo Cunha (PMDB-RJ), presidente da Câmara dos Deputados com várias acusações da Justiça em seus ombros, lia em plenário o pedido de *impeachment* da presidenta Dilma.

A partir daí os acontecimentos sucederam-se de forma acelerada. Com o teatro político-jurídico de uma *mise-en-scène* real, veio o impedimento da presidenta, e, na Justiça, aceleraram-se os processos de acusação do ex-presidente Lula, cujos trâmites deram-se em velocidade recorde, permitindo sua condenação em segunda instância e sua consequente prisão, em março do corrente ano, quando despontava como favorito na disputa eleitoral de 2018.

¹ De acordo com os dados oficiais, divulgados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), Dilma Rousseff obteve 54.501.118 votos (51,64% dos votos válidos) e seu oponente Aécio Neves conseguiu 51.041.155 votos (48,36% dos votos válidos). Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2014/Dezembro/plenario-do-tse-proclama-resultado-definitivo-do-segundo-turno-da-eleicao-presidencial>>. Acesso em: 12 nov. 2018.

O volume das narrativas produzidas sobre os acontecimentos narrados aqui, de forma sintética, é incalculável. Cada um dos episódios, e suas consequências, foi dissecado, comentado e interpretado em perfis de *Facebook* e *Twitter*; em *blogs* e portais; em debates públicos ou privados; em *podcasts*; em produções realizadas pela chamada imprensa alternativa e por influenciadores sociais.

As universidades, porém, nos mais variados campos do conhecimento, reuniram um acervo de grandes proporções, e de matizes diversas, para explicar esse cenário político; interpretar suas narrativas (jurídica, política, midiática); compreender as reações sociais; escutar e trazer à luz a opinião da imprensa internacional acerca dos episódios e de seus funestos impactos na frágil democracia brasileira.

Teríamos vivido um “golpe jurídico-parlamentar-midiático”, conforme preconizaram os políticos das esquerdas, além de juízes apoiadores da política do Partido dos Trabalhadores e segmentos intelectuais significativos da sociedade brasileira? Os acontecimentos teriam se precipitado com a força corrosiva que os determinou, não fosse o chamado “estado de exceção” imposto pela Operação Lava Jato, com amplo apoio da grande imprensa corporativa e seus tentáculos em forma de monopólios e oligopólios?

Âncora persegue essas questões, e muitas outras, que aparecem nesse debate. Quando este dossiê temático foi proposto, no início de 2018, não se afigurava como possível o novo cenário vivido atualmente no País. As últimas eleições rechaçaram a candidatura do Partido dos Trabalhadores, na figura do professor Fernando Haddad. Elegeu-se a proposta de extrema direita do candidato Jair Bolsonaro (PSL)². A partir de janeiro de 2019 o país será comandado por ditames advindos de um autoritarismo que pretende conjugar teocracia, militarismo e traços neoconservadores em uma “política liberal”. Alguns pensadores já postulam, inclusive, que nesse período de ocupação do governo Temer (por força da deposição jurídico-parlamentar da ex-presidenta Dilma Rousseff), particularmente no processo de transição para o novo governo, pode-se identificar indícios, ou marcas visíveis, do que denominamos de Estado de exceção. Nesse direcionamento o pesquisador Jaldes Menezes, em *A Hegemonia como Contrato*, defende que um Estado desta natureza

[...] pode casar muito bem com golpes parlamentares, a exemplo do aplicado por Temer, um golpe ‘líquido’, por dentro da aparente ‘normalidade’ institucional do sistema político. [...] A exceção, inclusive no âmbito jurídico, trabalha com uma lógica política de

² Partido Social Liberal.

amigo/inimigo, formulada durante a crise da República de Weimar que resultou na ascensão do nazismo, pelo jurista alemão de direita, Carl Schmitt.³

Os artigos versam sobre essas novas questões inerentes à conjuntura política brasileira pós-golpe, e indiretamente tocam em assuntos voltados para liberdade de imprensa, censura, insegurança jurídica, formas de arbítrio, crise da democracia e do próprio jornalismo. Além destes temas, que aparecem de forma subjacente, há, ainda, um fluxo corrente de contranarrativas e experiências diferenciais desenvolvidas no campo do jornalismo independente que, particularmente, não foram contempladas no presente dossiê e que, igualmente, requerem olhares sistemáticos e análises mais direcionadas por parte de investigações posteriores.

No campo acadêmico o pensamento crítico está em risco. Por isso, afigura-se de suma relevância o debate aqui proposto. Se antes objetivávamos recuperar uma amostra das leituras críticas, da pesquisa e da investigação que puderam ser realizadas com respeito à cobertura jornalístico-midiática desses episódios, a atualidade pede que olhemos para esse cenário descrito em perspectiva, não apenas para que recuperemos os fios explicativos dessa história recente, mas também para que possamos nos situar no presente com uma crítica vigorosa aos processos autoritários e uma denúncia incisiva aos desvios da imprensa brasileira, do seu papel de guardiã e defensora da democracia, de agente indispensável e fundamental de defesa da cidadania e da justiça social.

Pesquisadores brasileiros e internacionais submeteram resultados de pesquisas investigativas sobre esses fenômenos, com ênfase na cobertura midiática noticiosa e constituição das novas relações de poder. Os contributos edificam um extenso dossiê, onde os eixos das análises estão apoiados nas narrativas jornalísticas dos variados veículos e linguagens midiáticas.

A primeira leva de investigações focaliza o episódio do *impeachment*. Nos artigos que finalizam o dossiê aparecem questões que abordam a prisão do ex-presidente Lula e o resultado das eleições presidenciais.

Abre o dossiê o artigo **RITUAIS MIDIÁTICOS DE UM IMPEACHMENT: os mecanismos de agendamento discursivo na Folha de S. Paulo (Brasil) e no Diário de Notícias (Portugal)**, onde

³ MENEZES, Jaldes. O novo Estado de Exceção. In: MENEZES, Jaldes. **A hegemonia como contrato**: ensaios sobre política e história. João Pessoa: Editora do CCTA, 2018. p. 142-3.

autores da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, da Universidade Estadual do Rio Grande do Norte e da Universidade Nova de Lisboa juntaram-se para realizar um estudo comparado acerca da cobertura do *impeachment* da presidenta Dilma nos dois periódicos. Conforme adiantam,

o artigo analisa os dias que antecederam e sucederam ao episódio do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff como um evento discursivo, sujeito às condições de produção de sentido, objetivando identificar as vozes emergentes sob as diretrizes simbólicas que campearam os textos em dois periódicos distintos, sendo um nacional, a *Folha de S. Paulo*, e outro internacional, o *Diário de Notícias*, para fins de comparação.

O segundo artigo foca-se na semana de votação do *impeachment* da presidenta Dilma, em abril de 2016, investigando a cobertura dos jornais colombianos *El Tiempo* e *El Espectador*. Intitulado **LA COBERTURA DE LA DESTITUCIÓN DE DILMA ROUSSEFF EN LOS DIARIOS COLOMBIANOS: un análisis de El Tiempo y El Espectador**, o artigo reúne o pesquisador colombiano Diego García Ramirez e seus co-partícipes brasileiros, Juliana Colussi e Leonardo Magalhães Firmino. A teoria de base para a investigação é a hipótese do agendamento.

A MANIPULAÇÃO IMAGÉTICA: estudo de caso sobre o processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff nos jornais *Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *Clarín* e *La Nación* dá título ao terceiro artigo apresentado ao dossiê, reunindo os pesquisadores argentinos Lila Luchessie (Universidad Nacional de Rosario) e Fernando Irigaray (Universidad Nacional de Río Negro), conjuntamente com o investigador brasileiro Denis Renó (Universidade Estadual Paulista). Este artigo investiga a narrativa proposta pelas imagens fotográficas daqueles periódicos, com respeito à constituição de uma opinião sobre o *impeachment* da presidenta Dilma.

TEXTO, IMAGEM E EDIÇÃO: os passos do *impeachment* sob a ótica discursiva do *Jornal Nacional* (Brasil), artigo sob a responsabilidade de Sérgio Arruda de Moura e Mozarth Dias de Almeida Miranda, da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro e do Centro Universitário Redentor Brasil, respectivamente, analisa o discurso que resulta da intervenção da edição de texto e imagem em reportagem do *Jornal Nacional*, de 21 de outubro de 2015, que tem como tema o episódio da entrega da denúncia de irregularidade do governo Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados.

Já o quinto artigo, reunindo os autores Alfredo Vizeu, Heitor Costa Lima da Rocha e Laís Cristine Ferreira Cardoso, da Universidade Federal de Pernambuco, traz um título forte, forjado pela concepção de *clima de opinião*. **O IMPEACHMENT DO JORNALISMO: clima de opinião e manipulação ideológica no golpe contra Dilma Rousseff** investiga evidências de como o *Jornal do Commercio* construiu um clima de opinião favorável ao golpe parlamentar que derrubou a ex-presidente Dilma Rousseff. O *corpus* do trabalho foi a cobertura das manifestações sobre o *impeachment* da ex-presidenta. A análise confirma a hipótese de uma distorção sistemática das notícias, visando legitimar a cassação, através de um clima de opinião com a ameaça de isolamento dos apoiadores da presidenta.

Trazendo o tema **O IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF E O DISCURSO SOBRE O APAZIGUAMENTO SOCIAL NA IMPRENSA BRASILEIRA**, o artigo seguinte reúne os autores Daniel Dantas Lemos, Lucas Oliveira de Medeiros e Bianca Pessoa Tenório Wanderley, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, na proposta de analisar, sob a perspectiva da teoria mimética de René Girard, conforme exposta por Michael Kirwan e Richard Golsan, enunciados que manifestam um dos discursos que operaram justificativas para o processo de impedimento da presidenta do Brasil, Dilma Rousseff, com vistas ao apaziguamento da sociedade.

O jornalismo de revista comparece como tema central no artigo **SEM PODER, EXPLOSIVA E FORA DO BARALHO: discursos sobre a presidenta Dilma Rousseff em capas de revistas jornalísticas**, reunindo os investigadores Marcília Luzia Gomes da Costa Mendes, da Universidade Estadual do Rio Grande do Norte, e Francisco Vieira da Silva, da Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O trabalho reflete sobre a construção discursiva da presidenta Dilma nas capas de três revistas de circulação nacional. O eixo teórico/central é a análise de discurso de extração francesa. A pesquisa encontra discursos desvantajosos com respeito à figura da presidenta e à sua competência para o cargo, revelando misoginia e preconceito de gênero.

Maria das Graças Pinto Coelho e Geilson Fernandes de Oliveira, em artigo intitulado **IMPEACHMENT, EMOÇÕES E CONFLITOS: a emergência da raiva nos comentários da página da revista *Veja* no *Facebook***, analisam as conversações estabelecidas através dos comentários produzidos em postagens da revista *Veja*, em interação com matéria publicada em 31 de agosto de 2016 (“URGENTE: Dilma sofre

impeachment e PT sai do governo após 13 anos”). Neste trabalho os pesquisadores concluem que

[as] reflexões empreendidas demonstram a irrupção de emoções e sentimentos em conflito, haja vista a produção de dissensos que se instauram a partir das conversações, evocando o sentido de disputa acerca do processo de *impeachment*.

JORNALISMO E AS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO NO GOVERNO DILMA ROUSSEFF dá título ao nono artigo desse dossiê, em pesquisa sob a responsabilidade dos investigadores Luiz Custódio da Silva, da UEPB, Maria de Lourdes Soares e Adriana Crisanto Monteiro, ambas da UFPB. O artigo traz à tona discussões sobre políticas públicas de comunicação, jornalismo, poder e democracia, no período do primeiro governo de Dilma Rousseff.

Adriano Charles da Silva Cruz, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, produziu o artigo **A CONDUÇÃO COERCITIVA DE LULA: *framing* e jogos de memória na *Folha de S. Paulo***, o qual explora a repercussão através da imprensa do episódio da condução coercitiva do ex-presidente Lula. O *corpus* analítico da investigação é um conjunto de textos de opinião, publicado na *Folha de S. Paulo*, sobre o assunto.

O tema das eleições de 2018 comparece no dossiê através de estudo inovador, sob o título **JORNALISMO TRANSMÍDIA E OS QUIZZES ELEITORAIS BRASILEIROS EM 2018**. A investigação é da responsabilidade de João Carlos Massarolo e Gustavo Padovani, da Universidade Federal de São Carlos. Neste trabalho pretende-se problematizar a lógica da montagem dos questionários no formato de *quiz*, disponibilizados nas plataformas eleitorais, buscando-se, assim, verificar a lógica de escolhas implementadas dentro de seus dispositivos.

O pesquisador Felipe Pena, da Universidade Federal Fluminense, encerra magistralmente o dossiê em dois espaços: o primeiro resulta de resenha primorosa da sua obra *Crônicas do Golpe* realizada pelo professor Cláudio Cardoso de Paiva, da Universidade Federal da Paraíba. No segundo espaço é o próprio Felipe quem dialoga com a **Revista Âncora**, através de entrevista que conjuga, numa linguagem coloquial, saberes intelectuais, opinião e reflexões inadiáveis sobre a prática jornalística e a cobertura política dos últimos seis anos em nosso país.

A seção Pauta Livre **Âncora** disponibiliza o artigo dos pesquisadores Edgar Patrício e Leidyane Viana, da Universidade Federal do Ceará, cujo título é **JORNALISMO E INTERESSE PÚBLICO: uma**

análise da Agência Câmara Notícias a partir da categorização de fatos. Este artigo objetiva avaliar o interesse público na produção noticiosa da *Agência Câmara Notícias*, utilizando como base teórica os estudos do interesse público no jornalismo.

Conforme frisamos no início desse editorial, as pesquisas realizadas sobre os últimos seis anos nas universidades brasileiras têm aumentado de forma significativa – mesmo agora, em 2018, é certo que muitos trabalhos ainda se acham em fase de realização. Temos consciência de que apresentamos para os leitores de **Âncora** apenas uma pequena amostra dessa vasta produção investigativa. Interpretar esses acontecimentos, que tanto impactaram a democracia e a política do país, é uma tarefa primordial do pensamento acadêmico-científico e jornalístico.

Socializar alguns desses resultados, através da nossa Revista, permite-nos alargar o espaço do debate e da produção de registro da memória de tais episódios, aliada às competentes análises que ora compartilhamos.

Que este número de **Âncora** possa consolidar-se como um importante documento narrativo do presente – com seus paradoxos, suas indagações, suas inflexões políticas, econômicas e culturais. O jornalismo brasileiro reclama por mudanças!

Boa leitura.

Pedro NUNES | Editor Convidado

Joana Belarmino de SOUSA | Editora Geral



JORNALISMO, MÍDIA e PODER: o processo de *impeachment* e o contexto pós-Dilma

JOURNALISM, MEDIA AND POWER: the impeachment process and the post-Dilma context

A Revista Latino-americana de Jornalismo – **ÂNCORA** disponibiliza a sua nona edição [V.5 N.2] tendo como dossiê temático um conjunto de contribuições acadêmicas transdisciplinares que versam sobre **JORNALISMO, MÍDIA e PODER: o processo de *impeachment* e o contexto pós-Dilma**. Trata-se de uma composição textual interpretativa com olhares argutos, meticolosos e aprofundados de pesquisadores e pesquisadoras que integram diferentes universidades do Brasil, Argentina, Portugal e Colômbia. Essas diferentes vozes plurais e singulares se debruçaram particularmente sobre as complexidades que envolveram o processo de *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff no tocante ao viés narrativo de determinadas coberturas jornalísticas produzidas pela grande imprensa e, em alguns casos, sobre reverberações desses acontecimentos noticiosos nas redes sociais. A grande imprensa teve um papel preponderante neste espetáculo político alimentado por fatos cotidianos envolvendo instituições dos poderes constituídos da república, como o Legislativo, o Judiciário e o Ministério Público. Os artigos e a entrevista do presente dossiê iluminam de modo analítico essas fraturas expostas relacionadas ao contexto do processo democrático, quanto ao papel do jornalismo em períodos de crise política, e, ainda, o comportamento da imprensa e as problematizações necessárias ao Executivo, Legislativo e Judiciário e outros fios desencapados que provocaram curtos-circuitos e apagões na democracia brasileira.

Desse modo, é importante enfatizar que os últimos seis anos [2013 – 2018] colocaram a política brasileira no centro do mundo e da imprensa dos vários continentes. Acontecimentos megaspetaculares mobilizaram forças do Estado, do parlamento e da sociedade, oportunizando mudanças profundas, no âmbito dos governos, na reconfiguração do parlamento e nas contraditórias decisões emanadas do sistema judiciário, em suas variadas instâncias.

EDITORIAL

O marco inicial de tais acontecimentos foi a onda de protestos ocorridos entre maio e julho de 2013, organizados com o fôlego das redes sociais, mobilizando segmentos múltiplos da sociedade, em manifestações difusas, muitas vezes marcadas por atos de violência e de vandalismo, canalizando causas e reivindicações de amplo espectro.

No centro dessas contestações, tanto na vida real como na esfera virtual, estava a luta pelo #ForaPT, envolvendo uma campanha ostensiva contra a presidenta Dilma, o ex-presidente Lula e o fim do governo petista, narrativa que vinha sendo alimentada pelas denúncias de casos de corrupção apresentadas desde o primeiro governo Lula, nomeados pejorativamente, na imprensa e no parlamento, como “Mensalão” e “Petrolão”.

2014, igualmente, não foi um ano fácil. A Copa do Mundo e as eleições presidenciais marcaram os debates, os embates e a crescente hostilidade de parte significativa da sociedade, engolfada em disputas polarizadas contra e a favor do governo, situação que ganhou um novo e explosivo condimento: a deflagração da Operação Lava Jato, que, em tese, pretendia combater a corrupção, apesar de sua clara seletividade e da precipitada e insistente intenção de criminalizar o Partido dos Trabalhadores. Contudo, o cenário turbulento não foi suficiente para retirar o PT da disputa. Dilma Rousseff foi reeleita com pouco mais de três milhões de votos de diferença em relação ao seu adversário, o candidato Aécio Neves (PSDB-MG)¹.

O resultado eleitoral, entretanto, foi posto em xeque pelo candidato derrotado. Logo, em dezembro de 2015, o deputado Eduardo Cunha (PMDB-RJ), presidente da Câmara dos Deputados com várias acusações da Justiça em seus ombros, lia em plenário o pedido de *impeachment* da presidenta Dilma.

A partir daí os acontecimentos sucederam-se de forma acelerada. Com o teatro político-jurídico de uma *mise-en-scène* real, veio o impedimento da presidenta, e, na Justiça, aceleraram-se os processos de acusação do ex-presidente Lula, cujos trâmites deram-se em velocidade recorde, permitindo sua condenação em segunda instância e sua consequente prisão, em março do corrente ano, quando despontava como favorito na disputa eleitoral de 2018.

¹ De acordo com os dados oficiais, divulgados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), Dilma Rousseff obteve 54.501.118 votos (51,64% dos votos válidos) e seu oponente Aécio Neves conseguiu 51.041.155 votos (48,36% dos votos válidos). Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2014/Dezembro/plenario-do-tse-proclama-resultado-definitivo-do-segundo-turno-da-eleicao-presidencial>>. Acesso em: 12 nov. 2018.

O volume das narrativas produzidas sobre os acontecimentos narrados aqui, de forma sintética, é incalculável. Cada um dos episódios, e suas consequências, foi dissecado, comentado e interpretado em perfis de *Facebook* e *Twitter*; em *blogs* e portais; em debates públicos ou privados; em *podcasts*; em produções realizadas pela chamada imprensa alternativa e por influenciadores sociais.

As universidades, porém, nos mais variados campos do conhecimento, reuniram um acervo de grandes proporções, e de matizes diversas, para explicar esse cenário político; interpretar suas narrativas (jurídica, política, midiática); compreender as reações sociais; escutar e trazer à luz a opinião da imprensa internacional acerca dos episódios e de seus funestos impactos na frágil democracia brasileira.

Teríamos vivido um “golpe jurídico-parlamentar-midiático”, conforme preconizaram os políticos das esquerdas, além de juízes apoiadores da política do Partido dos Trabalhadores e segmentos intelectuais significativos da sociedade brasileira? Os acontecimentos teriam se precipitado com a força corrosiva que os determinou, não fosse o chamado “estado de exceção” imposto pela Operação Lava Jato, com amplo apoio da grande imprensa corporativa e seus tentáculos em forma de monopólios e oligopólios?

Âncora persegue essas questões, e muitas outras, que aparecem nesse debate. Quando este dossiê temático foi proposto, no início de 2018, não se afigurava como possível o novo cenário vivido atualmente no País. As últimas eleições rechaçaram a candidatura do Partido dos Trabalhadores, na figura do professor Fernando Haddad. Elegeu-se a proposta de extrema direita do candidato Jair Bolsonaro (PSL)². A partir de janeiro de 2019 o país será comandado por ditames advindos de um autoritarismo que pretende conjugar teocracia, militarismo e traços neoconservadores em uma “política liberal”. Alguns pensadores já postulam, inclusive, que nesse período de ocupação do governo Temer (por força da deposição jurídico-parlamentar da ex-presidenta Dilma Rousseff), particularmente no processo de transição para o novo governo, pode-se identificar indícios, ou marcas visíveis, do que denominamos de Estado de exceção. Nesse direcionamento o pesquisador Jaldes Menezes, em *A Hegemonia como Contrato*, defende que um Estado desta natureza

[...] pode casar muito bem com golpes parlamentares, a exemplo do aplicado por Temer, um golpe ‘líquido’, por dentro da aparente ‘normalidade’ institucional do sistema político. [...] A exceção, inclusive no âmbito jurídico, trabalha com uma lógica política de

² Partido Social Liberal.

amigo/inimigo, formulada durante a crise da República de Weimar que resultou na ascensão do nazismo, pelo jurista alemão de direita, Carl Schmitt.³

Os artigos versam sobre essas novas questões inerentes à conjuntura política brasileira pós-golpe, e indiretamente tocam em assuntos voltados para liberdade de imprensa, censura, insegurança jurídica, formas de arbítrio, crise da democracia e do próprio jornalismo. Além destes temas, que aparecem de forma subjacente, há, ainda, um fluxo corrente de contranarrativas e experiências diferenciais desenvolvidas no campo do jornalismo independente que, particularmente, não foram contempladas no presente dossiê e que, igualmente, requerem olhares sistemáticos e análises mais direcionadas por parte de investigações posteriores.

No campo acadêmico o pensamento crítico está em risco. Por isso, afigura-se de suma relevância o debate aqui proposto. Se antes objetivávamos recuperar uma amostra das leituras críticas, da pesquisa e da investigação que puderam ser realizadas com respeito à cobertura jornalístico-midiática desses episódios, a atualidade pede que olhemos para esse cenário descrito em perspectiva, não apenas para que recuperemos os fios explicativos dessa história recente, mas também para que possamos nos situar no presente com uma crítica vigorosa aos processos autoritários e uma denúncia incisiva aos desvios da imprensa brasileira, do seu papel de guardiã e defensora da democracia, de agente indispensável e fundamental de defesa da cidadania e da justiça social.

Pesquisadores brasileiros e internacionais submeteram resultados de pesquisas investigativas sobre esses fenômenos, com ênfase na cobertura midiática noticiosa e constituição das novas relações de poder. Os contributos edificam um extenso dossiê, onde os eixos das análises estão apoiados nas narrativas jornalísticas dos variados veículos e linguagens midiáticas.

A primeira leva de investigações focaliza o episódio do *impeachment*. Nos artigos que finalizam o dossiê aparecem questões que abordam a prisão do ex-presidente Lula e o resultado das eleições presidenciais.

Abre o dossiê o artigo **RITUAIS MIDIÁTICOS DE UM IMPEACHMENT: os mecanismos de agendamento discursivo na Folha de S. Paulo (Brasil) e no Diário de Notícias (Portugal)**, onde

³ MENEZES, Jaldes. O novo Estado de Exceção. In: MENEZES, Jaldes. **A hegemonia como contrato**: ensaios sobre política e história. João Pessoa: Editora do CCTA, 2018. p. 142-3.

autores da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, da Universidade Estadual do Rio Grande do Norte e da Universidade Nova de Lisboa juntaram-se para realizar um estudo comparado acerca da cobertura do *impeachment* da presidenta Dilma nos dois periódicos. Conforme adiantam,

o artigo analisa os dias que antecederam e sucederam ao episódio do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff como um evento discursivo, sujeito às condições de produção de sentido, objetivando identificar as vozes emergentes sob as diretrizes simbólicas que campearam os textos em dois periódicos distintos, sendo um nacional, a *Folha de S. Paulo*, e outro internacional, o *Diário de Notícias*, para fins de comparação.

O segundo artigo foca-se na semana de votação do *impeachment* da presidenta Dilma, em abril de 2016, investigando a cobertura dos jornais colombianos *El Tiempo* e *El Espectador*. Intitulado **LA COBERTURA DE LA DESTITUCIÓN DE DILMA ROUSSEFF EN LOS DIARIOS COLOMBIANOS: un análisis de El Tiempo y El Espectador**, o artigo reúne o pesquisador colombiano Diego García Ramirez e seus co-partícipes brasileiros, Juliana Colussi e Leonardo Magalhães Firmino. A teoria de base para a investigação é a hipótese do agendamento.

A MANIPULAÇÃO IMAGÉTICA: estudo de caso sobre o processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff nos jornais *Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *Clarín* e *La Nación* dá título ao terceiro artigo apresentado ao dossiê, reunindo os pesquisadores argentinos Lila Luchessie (Universidad Nacional de Rosario) e Fernando Irigaray (Universidad Nacional de Río Negro), conjuntamente com o investigador brasileiro Denis Renó (Universidade Estadual Paulista). Este artigo investiga a narrativa proposta pelas imagens fotográficas daqueles periódicos, com respeito à constituição de uma opinião sobre o *impeachment* da presidenta Dilma.

TEXTO, IMAGEM E EDIÇÃO: os passos do *impeachment* sob a ótica discursiva do *Jornal Nacional* (Brasil), artigo sob a responsabilidade de Sérgio Arruda de Moura e Mozarth Dias de Almeida Miranda, da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro e do Centro Universitário Redentor Brasil, respectivamente, analisa o discurso que resulta da intervenção da edição de texto e imagem em reportagem do *Jornal Nacional*, de 21 de outubro de 2015, que tem como tema o episódio da entrega da denúncia de irregularidade do governo Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados.

Já o quinto artigo, reunindo os autores Alfredo Vizeu, Heitor Costa Lima da Rocha e Laís Cristine Ferreira Cardoso, da Universidade Federal de Pernambuco, traz um título forte, forjado pela concepção de *clima de opinião*. **O IMPEACHMENT DO JORNALISMO: clima de opinião e manipulação ideológica no golpe contra Dilma Rousseff** investiga evidências de como o *Jornal do Commercio* construiu um clima de opinião favorável ao golpe parlamentar que derrubou a ex-presidente Dilma Rousseff. O *corpus* do trabalho foi a cobertura das manifestações sobre o *impeachment* da ex-presidenta. A análise confirma a hipótese de uma distorção sistemática das notícias, visando legitimar a cassação, através de um clima de opinião com a ameaça de isolamento dos apoiadores da presidenta.

Trazendo o tema **O IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF E O DISCURSO SOBRE O APAZIGUAMENTO SOCIAL NA IMPRENSA BRASILEIRA**, o artigo seguinte reúne os autores Daniel Dantas Lemos, Lucas Oliveira de Medeiros e Bianca Pessoa Tenório Wanderley, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, na proposta de analisar, sob a perspectiva da teoria mimética de René Girard, conforme exposta por Michael Kirwan e Richard Golsan, enunciados que manifestam um dos discursos que operaram justificativas para o processo de impedimento da presidenta do Brasil, Dilma Rousseff, com vistas ao apaziguamento da sociedade.

O jornalismo de revista comparece como tema central no artigo **SEM PODER, EXPLOSIVA E FORA DO BARALHO: discursos sobre a presidenta Dilma Rousseff em capas de revistas jornalísticas**, reunindo os investigadores Marcília Luzia Gomes da Costa Mendes, da Universidade Estadual do Rio Grande do Norte, e Francisco Vieira da Silva, da Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O trabalho reflete sobre a construção discursiva da presidenta Dilma nas capas de três revistas de circulação nacional. O eixo teórico/central é a análise de discurso de extração francesa. A pesquisa encontra discursos desvantajosos com respeito à figura da presidenta e à sua competência para o cargo, revelando misoginia e preconceito de gênero.

Maria das Graças Pinto Coelho e Geilson Fernandes de Oliveira, em artigo intitulado **IMPEACHMENT, EMOÇÕES E CONFLITOS: a emergência da raiva nos comentários da página da revista *Veja* no *Facebook***, analisam as conversações estabelecidas através dos comentários produzidos em postagens da revista *Veja*, em interação com matéria publicada em 31 de agosto de 2016 (“URGENTE: Dilma sofre

impeachment e PT sai do governo após 13 anos”). Neste trabalho os pesquisadores concluem que

[as] reflexões empreendidas demonstram a irrupção de emoções e sentimentos em conflito, haja vista a produção de dissensos que se instauram a partir das conversações, evocando o sentido de disputa acerca do processo de *impeachment*.

JORNALISMO E AS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO NO GOVERNO DILMA ROUSSEFF dá título ao nono artigo desse dossiê, em pesquisa sob a responsabilidade dos investigadores Luiz Custódio da Silva, da UEPB, Maria de Lourdes Soares e Adriana Crisanto Monteiro, ambas da UFPB. O artigo traz à tona discussões sobre políticas públicas de comunicação, jornalismo, poder e democracia, no período do primeiro governo de Dilma Rousseff.

Adriano Charles da Silva Cruz, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, produziu o artigo **A CONDUÇÃO COERCITIVA DE LULA: *framing* e jogos de memória na *Folha de S. Paulo***, o qual explora a repercussão através da imprensa do episódio da condução coercitiva do ex-presidente Lula. O *corpus* analítico da investigação é um conjunto de textos de opinião, publicado na *Folha de S. Paulo*, sobre o assunto.

O tema das eleições de 2018 comparece no dossiê através de estudo inovador, sob o título **JORNALISMO TRANSMÍDIA E OS QUIZZES ELEITORAIS BRASILEIROS EM 2018**. A investigação é da responsabilidade de João Carlos Massarolo e Gustavo Padovani, da Universidade Federal de São Carlos. Neste trabalho pretende-se problematizar a lógica da montagem dos questionários no formato de *quiz*, disponibilizados nas plataformas eleitorais, buscando-se, assim, verificar a lógica de escolhas implementadas dentro de seus dispositivos.

O pesquisador Felipe Pena, da Universidade Federal Fluminense, encerra magistralmente o dossiê em dois espaços: o primeiro resulta de resenha primorosa da sua obra *Crônicas do Golpe* realizada pelo professor Cláudio Cardoso de Paiva, da Universidade Federal da Paraíba. No segundo espaço é o próprio Felipe quem dialoga com a **Revista Âncora**, através de entrevista que conjuga, numa linguagem coloquial, saberes intelectuais, opinião e reflexões inadiáveis sobre a prática jornalística e a cobertura política dos últimos seis anos em nosso país.

A seção Pauta Livre **Âncora** disponibiliza o artigo dos pesquisadores Edgar Patrício e Leidyane Viana, da Universidade Federal do Ceará, cujo título é **JORNALISMO E INTERESSE PÚBLICO: uma**

análise da Agência Câmara Notícias a partir da categorização de fatos. Este artigo objetiva avaliar o interesse público na produção noticiosa da *Agência Câmara Notícias*, utilizando como base teórica os estudos do interesse público no jornalismo.

Conforme frisamos no início desse editorial, as pesquisas realizadas sobre os últimos seis anos nas universidades brasileiras têm aumentado de forma significativa – mesmo agora, em 2018, é certo que muitos trabalhos ainda se acham em fase de realização. Temos consciência de que apresentamos para os leitores de **Âncora** apenas uma pequena amostra dessa vasta produção investigativa. Interpretar esses acontecimentos, que tanto impactaram a democracia e a política do país, é uma tarefa primordial do pensamento acadêmico-científico e jornalístico.

Socializar alguns desses resultados, através da nossa Revista, permite-nos alargar o espaço do debate e da produção de registro da memória de tais episódios, aliada às competentes análises que ora compartilhamos.

Que este número de **Âncora** possa consolidar-se como um importante documento narrativo do presente – com seus paradoxos, suas indagações, suas inflexões políticas, econômicas e culturais. O jornalismo brasileiro reclama por mudanças!

Boa leitura.

Pedro NUNES | Editor Convidado

Joana Belarmino de SOUSA | Editora Geral



RITUAIS MIDIÁTICOS DE UM *IMPEACHMENT*: os mecanismos de agendamento discursivo na *Folha de S. Paulo* (Brasil) e no *Diário de Notícias* (Portugal)

RITUALS OF IMPEACHMENT: the mechanisms of discursive procedure in *Folha de S. Paulo* (Brazil) and in *Diário de Notícias* (Portugal)

Adriano Lopes GOMES¹

Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil

Carla BAPTISTA²

Universidade Nova de Lisboa | Portugal

Cid Augusto da Escossia ROSADO³

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte | Brasil

Resumo

Este artigo analisa os dias que antecederam e sucederam ao episódio do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff como um evento discursivo, sujeito às condições de produção de sentidos, objetivando identificar as vozes emergentes sob as diretrizes simbólicas que campearam os textos em dois periódicos distintos, sendo um nacional, a *Folha de S. Paulo*, e outro internacional, o *Diário de Notícias* para fins de comparação. Adota conceitos da *agenda-setting* e da análise do discurso em seu arcabouço teórico e em seus procedimentos metodológicos para mapear os dados. As reflexões apontam para a representação de derrota antecipada de uma presidente, assinalada por um desgaste agendado pela mídia e as questões que envolvem ideologia e poder.

Palavras-chave

Cobertura jornalística; *Impeachment*; Agendamento; Discurso jornalístico; Brasil.

Abstract

This article analyzes the days right before and after the impeachment procedure of Brazilian President, Dilma Rousseff' (2016) as a discursive event, subjected to the conditions of sense production, pursuing to identify and to compare the emergent voices and the symbolic directives in two different daily journals. A Nacional one, *Folha de S. Paulo* and Internacional, *Diário de Notícias*. The found information will be mapped and interpreted using the *agenda-setting* concepts as well as Discourse Analysis to a theoretical framework methodological procedures. The results of this research, points out to an anticipation of the downfall of the president, scheduled by the media, and issues that involve ideology and power.

Keywords

News Coverage; *Impeachment*; *Agenda-setting*; Journalistic discourse; Brazil.

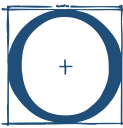
RECEBIDO EM 29 DE AGOSTO DE 2018
ACEITO EM 18 DE OUTUBRO DE 2018

¹ JORNALISTA. Pós-doutor pela Universidade Nova de Lisboa (Portugal). Doutor e Mestre em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Professor do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Contato: adrianoufrn@gmail.com.

² JORNALISTA. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa. Mestre em Estudos Africanos pelo ISCTE. Professora do Departamento de Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (Portugal). Investigadora do ICNOVA. Contato: carlamariabaptista@gmail.com.

³ JORNALISTA. Doutorando e Mestre em Estudos da Linguagem pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Contato: cidaugusto@gmail.com.

Introdução

 *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff foi um dos temas políticos da história recente brasileira mais agendados pela imprensa e acompanhados pela mídia internacional. Durante os oito meses em que o processo pautou os periódicos e as emissoras de rádio e televisão, enquanto opiniões diversas dividiam os espectros de análises nas redes sociais e portais noticiosos da *internet*, a mídia seguia os passos dos trâmites entre o Congresso Nacional e o Senado Federal para o desenrolar dos fatos que se consolidaram em agosto de 2016. Ao elaborar uma reflexão como esta, vem-nos à mente de imediato: vamos analisar questões do *impeachment* ou do golpe de Estado? Como se sabe, o *impeachment* é a destituição de um executivo acusado e julgado por crimes de responsabilidade, pelos quais são confiscados os seus direitos políticos. Já o golpe, propriamente dito, seria a negação de tais fatos, havendo, portanto, um ato ilegal de afastamento do acusado, comprometendo, assim, o exercício da democracia. Acreditamos que, pela obscuridade do processo na ritualidade jurídica divergente até o presente, será conveniente neste artigo adotarmos os dois termos: *impeachment* e golpe.

É uma evidência dizer-se que Portugal e Brasil partilham uma história e uma língua comuns e que esse aspecto influencia o valor noticioso dos temas relacionados com o Brasil. É mais discutível concluir se tem reflexos numa cobertura jornalística sistemática e coerente. A pesquisa acadêmica sobre o tema ainda é escassa e muito parcial, sendo a maioria das teses realizadas em torno das representações jornalísticas de determinados grupos sociais brasileiros (mulheres, imigrantes etc.). O acompanhamento da situação política e social está sujeita aos mesmos constrangimentos dos restantes países, e sofreu com a diminuição de recursos colocados a serviço do noticiário internacional. Tende a sintonizar-se com a atualidade e não tem uma presença constante, apesar das imensas permeabilidades que existem entre as duas sociedades, traduzidas nas partilhas culturais (a música, as telenovelas, o carnaval) e desportivas (sobretudo o futebol). As notícias sobre acontecimentos políticos e sociais também são relevantes e a sua visibilidade tem variado em função dos ciclos econômicos.

Num período histórico mais recuado, até 1964, o Brasil foi país de acolhimento para muitos opositores portugueses que aí se exilaram, fugindo da ditadura de Salazar. A partir dessa data, ano inicial da ditadura militar brasileira, que durou 21 anos, e após a queda do regime de

Marcelo Caetano em abril de 1974, foi Portugal que recebeu muitos brasileiros perseguidos pelo regime militar que vigorou até 1985.

A mesma descoincidência tem caracterizado a evolução econômica dos dois países e, em consequência, seus fluxos migratórios. Segundo o último relatório do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras - Portugal (SEF), em 2016 o número de brasileiros residentes em Portugal foi de 81.251, sendo de longe a maior comunidade imigrante (Cabo Verde é a segunda nacionalidade mais representada e conta apenas com 36.578 residentes). Da mesma forma, os portugueses também são a maior comunidade imigrante no Brasil. O fluxo migratório foi crescente entre 1997 e 2008, ano em que a crise financeira mundial e a crise da dívida europeia levaram Portugal a uma forte recessão, enquanto o Brasil parecia dar sinais de *decoupling*⁴, tornando-se a sétima maior economia do mundo (segundo o relatório de 2017 do FMI, caiu para a 8ª posição). A partir de 2016 a economia portuguesa entrou em expansão (moderada), o Brasil sofreu os impactos de uma gigantesca crise política e da maior contração econômica desde 1947 e é possível que os fluxos migratórios voltem a ser positivos para Portugal. A terceira onda de imigrantes brasileiros que procuram este país é mais diversificada e inclui perfis ditos qualificados, por possuírem um nível elevado de letramento e formação profissional. Não é o nosso foco analisar estes aspectos, porém eles são contextualmente relevantes para compreender a cobertura jornalística do *impeachment* que retirou Dilma Rousseff da presidência.

Discurso, ideologia e poder

A imprensa livre é imprescindível à manutenção da democracia. No Brasil, além de assegurar a liberdade de expressão como direito fundamental, a Constituição Federal (CF) abre capítulo específico para garantir a plenitude da informação jornalística, salvaguardando-a de “[...] toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.”. Tal proteção não tem origem na visão romântica de uma atividade “neutra”, “imparcial”, divorciada de interesses. Ao contrário, reconhece-a como um campo crivado por ideologias e com potencial para interferir na realidade, especialmente quando o País enfrenta momentos de instabilidade, a exemplo dos episódios que levaram à cassação da presidente Dilma Rousseff.

⁴ O sentido refere-se à retomada do crescimento do Brasil, ou seja, dissociava-se ou afastava-se da recessão.

Textos sobre o embate entre as forças que se digladiavam nos intramuros da República chegavam à população por dois vieses básicos: “golpe” ou “impeachment”, a depender da posição do veículo ou do jornalista, bem como da distância dos fatos, o que, sem dúvida, repercutiu na forma do público enxergar o processo e as personagens envolvidas.

A notícia, nessa perspectiva, é a resignificação da realidade em discursos forjados a partir de complexos fluxos de poder e encadeamentos ideológicos que congregam valores empresariais, valores do redator e valores inerentes ao campo profissional. Daí, tão importante quanto defender a liberdade de imprensa é investigar o contexto da produção midiática e sua repercussão social.

Não à toa, ao defender o valor da imprensa livre para a democracia, Traquina (2001, p. 187) pergunta: “Quem vigia o Quarto Poder?” Os atores da mídia devem encarar suas “responsabilidades sociais”, diz ele, “[...] participantes activos da construção da realidade”, bem como os “[...] precisam envolver-se [...] e não esconder-se por trás de uma crítica generalizada.” (TRAQUINA, 2001, p. 189).

Vigilância não se confunde com censura. Refere-se à observação crítica do papel dos veículos de comunicação diante da realidade, como se pretende ao investigar a carga simbólica, as influências ideológicas, políticas e econômicas que se escondem nas entrelinhas, além das palavras ditas ou escritas sobre o “golpe” ou o *impeachment*. Para tanto, vê-se como de grande utilidade o diálogo entre os estudos da linguagem e a comunicação, com o objetivo de se observar a ideologia e o poder no discurso da mídia no tocante ao episódio, tendo em conta aspectos históricos e sociais.

No campo da linguagem apoiamo-nos na análise do discurso a partir das observações de Orlandi, nas concepções bakhtinianas de ideologia e no conceito de poder esboçado em Foucault. Da área da Comunicação, na teoria da *agenda-setting* somada às proposições de poder de Thompson e à visão de Traquina sobre a postura ideológica da mídia. Os esforços da análise do discurso tentam responder, conforme Orlandi (2001, p. 20-21), não apenas “o que o texto quer dizer”, preocupação dos analistas de conteúdo, mas, e principalmente, “como” esse texto funciona, além de “[...] compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história.” (ORLANDI, 2003, p. 15).

O jornal impresso é um meio especial para isso, por congrega a história e a palavra, esta compreendida como “fenômeno ideológico por

excelência” e, portanto, “o modo mais puro e sensível de relação social” (BAKHTIN, 2004, p. 36); e aquela vista na condição de registro de posturas e de momentos discursivos, “como trama de sentidos, pelos modos como eles são produzidos” (ORLANDI, 1996, p. 77).

Ideologia, em linhas gerais, é o conjunto heterogêneo e instável de crenças adquirido pelo indivíduo por meio de trocas simbólicas perceptíveis ou não, ocorridas em interação com as várias dimensões do outro, que lhe permite enxergar, explicar, refletir ou rejeitar a realidade. Bobbio (*et al*, 1986, p. 585) divide-a em dois sentidos: o fraco, cujo domínio é o da ordem pública, com o escopo de orientar condutas políticas coletivas; e o forte, com berço no marxismo, visto como “falsa consciência das relações de domínio entre as classes”.

A ideologia encontra em Marx o sentido negativo da dominação a partir da falsa percepção da realidade de classe. Segundo ele, as ideias majoritárias serão sempre as dos grupos que detêm o poder sobre o capital, pois o controlador da produção econômica controlará a produção intelectual (MARX; ENGELS, 1965).

O “falso” ideológico é dicotômico. Por um lado, indica “[...] o estágio no qual as condições reais de poder contribuem para forjar (e para deformar) a representação-aceitação do poder e dos valores.” (BOBBIO *et al*, 1986, p. 596). Por outro, estende-se à “falsa motivação”, que consiste na interpretação e justificação “dos comportamentos de comando e os comportamentos de obediência” (BOBBIO *et al*, 1986, p. 595).

Autor marxista, Bakhtin mantém a visão de “falsa consciência” ligada à ideologia oficial, mas desenvolve a concepção de “ideologia do cotidiano”. Enquanto a ideologia oficial, no dizer de Miotello (*apud* BRAIT, 2005, p. 169), tenta “[...] implantar uma concepção única de produção de mundo [...]”, a do cotidiano “[...] brota e é constituída nos encontros casuais e fortuitos, no lugar do nascedouro dos sistemas de referência, na proximidade social com as condições de produção e reprodução da vida.”.

Não existe, nessa perspectiva, ideologia pronta a ser implantada na cabeça das pessoas pelas elites dominantes dos meios de produção econômica e simbólica, pois ela se constrói no cotidiano, nas trocas dialógicas, nos signos em movimento na base social.

A consciência individual, diz Bakhtin (2004, p. 34), é um fato socioideológico e, assim sendo, “[...] adquire forma e existência nos signos criados por um grupo organizado no curso de suas relações sociais.”.

O jornal impresso é um produto ideológico coletivo, promove o cruzamento constante entre ideologia oficial e ideologia do cotidiano e está sempre integrado a múltiplas realidades sociais. Além disso, conforme Traquina (2005, p. 126), os jornalistas têm um “ethos próprio” que determina como eles se sentem envolvidos pela ideologia e pelo poder na caracterização do seu ofício.

Mesmo abrindo espaço para a manifestação de atores sociais, o jornalista atua sobre essas vozes, selecionando trechos e posicionando-os conforme critérios subjetivos e arbitrários, frutos da formação cultural e da ideologia profissional. Tais aspectos não podem ser ignorados no noticiário sobre o golpe de 2016, como também não se pode deixar de analisar os fluxos e refluxos da ideologia e do poder no processo que Thompson (2004, p. 12) classifica de “organização social do poder simbólico”. Há de se observar as forças emanadas de vários segmentos, entre as quais as dos proprietários das empresas de informação, dos profissionais do setor, com suas variadas formações humanísticas, das fontes de informação, dos anunciantes, com suas expectativas mercadológicas, e do próprio Estado.

Para Foucault (1999) também não podem ser negligenciados as regras do direito, entendidas como regimento geral das sociedades e dos poderes, e o discurso da verdade, pois “[...] somos submetidos pelo poder à produção da verdade e só podemos exercer o poder mediante a produção da verdade.” (FOUCAULT, 1999, p. 28-29). As verdades, nessa perspectiva, são padrões estabelecidos como tais pelos ditames gerais do direito, pela força das tradições e pelas normas particulares de cada segmento, entrelaçados numa trama de poder.

Examine-se o jornalismo, no qual circulam as verdades da lei, da cultura, da gramática, dos manuais de redação, dos códigos de ética, dos postulados da ciência, da vontade das pessoas perseguida nas pesquisas de opinião pública, transformando-o num centro de poder crivado por poderes que interage com outros centros de poder, perpassando-os e sendo por eles atravessado.

A mídia detém ainda o poder do “agendamento”, termo cunhado por McCombs e Shaw, em 1972, para designar a suposta influência exercida pela informação mediada na vida das pessoas, fenômeno que já havia sido sugerido por teóricos que os antecederam, mas ainda sem denominação.

O estudo evoluiu e se chegou tanto à certeza de que a mídia afeta a sociedade quanto à de que sociedade afeta a mídia, pautando assuntos e enfoques. O agendamento é uma avenida de mão dupla, sinalizada por

paradigmas culturais, religiosos, pelo conhecimento de mundo, pela abrangência e credibilidade do veículo e por outros fatores.

O processo inclui a seleção, o enquadramento e a incidência das notícias, sempre com motivações externas ao fato, sejam elas de caráter econômico, de ordem ideológica consciente ou inconsciente, do grau de proximidade com o objeto da notícia, do relacionamento do repórter consigo e com o mundo, das imbricações do poder.

A construção da notícia realiza-se, portanto, em teias de ideologia e poder com a possibilidade, como diz Walter Lipmann (*apud* TRAQUINA 2005), de ligar os acontecimentos à formação da representação destes na mente das pessoas por meio do enquadramento do que se projeta para o debate público.

É com este olhar que iremos nos debruçar na análise do discurso midiático dos dois jornais que ancoram nosso *corpus*, quais sejam a *Folha de S. Paulo* (Brasil) e o *Diário de Notícias* (Portugal), sob a égide da construção de uma agenda delimitada circunstancialmente em cinco edições: 29, 30 e 31 de agosto, e 1 e 2 de setembro de 2016, em cujo enquadramento está a fase histórica mais delicada do *impeachment* de Dilma Rousseff.

***Folha de S. Paulo*: fluxos de uma agenda midiática**

A *Folha de S. Paulo* (FSP) decorreu da fusão de três grandes outros periódicos pertencentes a um mesmo grupo liderado pelos empresários Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho: *Folha da Noite*, *Folha da Tarde* e *Folha da Manhã*. Surgiu em 1º de janeiro de 1960 como um dos principais jornais brasileiros de maior circulação no país e assumiu o protagonismo editorial em vários episódios históricos do Brasil, esboçando um nítido posicionamento ideológico em suas páginas. Nesse sentido, merece destaque o golpe militar de 1964, que daria início a um período conturbado na história do Brasil por vinte e um anos (1964-1985). Enxergar esse viés ideológico precedente será útil para viabilizar as análises dos dados mais adiante.

Para fins de uma apreciação longitudinal, iremos nos deter nos rituais do *impeachment* em seus últimos momentos centrais que consolidaram o fato, seccionando o *corpus* em cinco edições: dois dias antes do episódio, o dia propriamente dito e os dois dias que o sucederam. Acreditamos que, assim, teremos condições de observar como os periódicos em relevo neste trabalho comportaram-se em seus processos de formação discursiva

objetivando agendar um tema que traz em sua intimidade a natureza política, partidária e ideológica. A questão do *impeachment* ganhou diversas formas de juízo nas seções que assinalam a FSP, desde as reportagens em várias editoriais até artigos que refletem nitidamente o posicionamento da empresa. Para não nos alongarmos nas análises iremos salientar apenas a editoria de “poder”, em cujas páginas concentram maior número de matérias políticas.

A edição do dia 29 de agosto de 2016 expõe na capa a participação de Dilma Rousseff em sessão no Senado, ocasião em que ela iria apresentar a defesa das acusações de crime de responsabilidade fiscal. A manchete assim expressa: “Antes de ir ao Senado, Dilma se diz ‘segura’ e ‘aliviada’”, ao lado de uma foto central em que aparece segurando a mão do ex-presidente Lula. Na capa o que nos chama a atenção é o fato de a FSP já assumir as “irregularidades do governo” como ato consumado, antes mesmo da votação do Congresso Nacional⁵. Na página A5 a FSP analisa com inegável parcialidade os preparativos de Dilma para a sessão no Senado. Primeiramente, a foto que ilustra a matéria é da ex-presidente pedalando uma bicicleta, fazendo menção à sua principal acusação – as chamadas “pedaladas fiscais” –, em atividade física descontraída, como se o clima fosse de “alívio” para ela, conforme assinala o texto, não obstante a tensão de que possivelmente era vítima em face de um julgamento considerado duvidoso. Depois, vai esboçar um comportamento personalista com expressões denunciatórias como: “A obsessão por afastar o contraditório teve reflexo direto na perda de condições para governar ao longo do seu segundo mandato, dizem os seus auxiliares”⁶.

Mais adiante, aquela mesma matéria vai ressaltar que Dilma passou a se afastar de pessoas que discordavam dela e cercar-se apenas daqueles que diziam “sim” para as suas ordens, e que tinham “[...] medo dos seus ataques de fúria quando confrontada e que não puderam evitar que esse comportamento fizesse ruir também o seu relacionamento com o Congresso.”. Em seguida, evidencia tons de ironia até encerrar o texto com a seguinte declaração de Dilma, fora de um contexto que permitisse melhor juízo: “Eu nunca mais vou fazer isso”⁷. Com base nesse conteúdo, é de se apreender que o periódico expõe uma presidente cúmplice com Lula (a foto a denuncia), àquela altura às voltas com acusações de corrupção. O fato, aqui, é o *impeachment*. O tema agendado é a culpabilidade de Dilma

⁵ No título, a FSP diz: “Após **irregularidades do governo**, Senado decide futuro de Dilma” (Grifos nossos. Edição 31.925, de 29/08/2016).

⁶ Página A5 (Edição 31.925, de 29/08/2016), 5º parágrafo.

⁷ Página A5 (Edição 31.925, de 29/08/2016), último parágrafo.

inserindo-a em um cenário simbólico fragmentado de distorções e personalismo.

Conforme Wolf (2003, p. 150), uma informação fragmentada fornece uma representação da política

[...] como uma arena em que se sucedem continuamente falsas mudanças imprevistas, em que os temas desviam-se mutuamente da atenção das pessoas sem que se possa entender direito qual será a sua conclusão.

Esse é um dos efeitos a longo prazo promovidos pela mídia, ou seja, quando os meios de comunicação começam a dar um realce fragmentado da notícia, a rigor constrói uma sensação de verdade, possibilitando um novo olhar intencional da realidade refratária. Como a palavra é o signo ideológico por excelência, no dizer de Bakhtin (2004), nesse dispositivo midiático há implicações de ideologia e poder imbricados na tematização da notícia.

Na edição do dia 30 de agosto de 2016 o que merece destaque é o discurso de Dilma Rousseff proferido no dia anterior no plenário do Senado Federal, no qual procura se defender das acusações. Ocupando duas páginas, algumas passagens do discurso são assinaladas com destaque em amarelo e, ao lado, comentadas em box pela FSP. Com o intuito de esclarecer o leitor, o posicionamento do periódico salta aos olhos ao interpretar a fala da então presidente afastada com palavras que evidenciam certa tendência editorial. Parece submeter a elocução de Dilma Rousseff a uma arena de lutas, em cujo confronto há uma notória polarização discursiva na qual, por questões do espaço aurático e inatingível exercido pelo periódico, termina por ser a palavra final. Para citar alguns trechos: com a sua sistemática tentativa de se defender das acusações, evocando o TCU para legitimar os procedimentos, Dilma anuncia que “[...] nunca levantaram qualquer problema técnico ou apresentaram a interpretação que passaram a ter depois que assinei estes atos [...]”, o que é rebatido pela FSP com o seguinte comentário: “Não há precedentes de mudanças da meta fiscal tão drásticas e abruptas como as promovidas por Dilma em 2014 e 2015”. Quando a presidente se refere à edição de decretos de crédito suplementar, afirmando que “seguiu todas as regras legais”, a FSP comenta que tais decretos foram editados quando o governo “[...] deveria estar cortando despesas [...]” numa espécie de embate semântico.

Esse julgamento incide sobre questões de prioridade estabelecidas pelo governo de Dilma Rousseff para honrar compromissos com programas sociais. No trecho em que fala sobre os contratos de prestação de serviços entre a União e as instituições financeiras públicas o jornal assume que se tratou, sim, de crime de responsabilidade fiscal, as chamadas “pedaladas fiscais”. Nas duas análises que faz sobre o discurso de Dilma a FSP a coloca na condição de alguém que não reconhece os próprios erros, “[...] bem ao estilo de Dilma de reconhecer falhas publicamente [...]”⁸. Ainda faz uma comparação com a carta-testamento escrita pelo presidente Getúlio Vargas antes de se suicidar. Neste interim, a rigor, trata-se de dois momentos de despedida: do presidente Getúlio, que se suicidou, e da presidente Dilma, que recebia o *impeachment*. Admitimos como inoportuna e despropositada a comparação tétrica com a carta-testamento, uma vez que em nenhum momento Dilma declarou estar se despedindo da política ou de cometer atos extremos contra a própria vida, não obstante reconhecer que o *impeachment* representava a morte da democracia. Ao contrário, ela mesma se coloca como injustiçada pelo arbítrio, enfatiza que não se esperasse dela o “obsequioso silêncio dos covardes” e que iria sempre resistir em nome do estado democrático.

Ao comparar, a FSP, inclusive, faz um detalhamento de ordem linguística, dando ênfase semântica ao número de palavras-chave proferidas entre Getúlio e Dilma, concluindo que se esperava “[...] um texto mais emotivo [...]” e que este “[...] passou longe da carta-testamento escrita pelo presidente Getúlio Vargas, em 1954, antes de se suicidar”. Como signo a palavra não é despreziosa por si mesma. Ela diz, expressa, revela, evoca sentidos para além da materialidade textual. Quando alguém fala, fala do seu lugar para outro que lhe atribui um significado, conforme seu repertório semântico, estabelecendo uma “ponte”, no dizer de Bakhtin (2004):

Na realidade, toda palavra comporta duas faces. Ela é determinada tanto pelo fato de que procede de alguém, como pelo fato de que se dirige para alguém [...]. A palavra é uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros [...]. A palavra é território comum do locutor e do interlocutor. (BAKHTIN, 2004, p. 113).

Quais as intenções discursivas daquele enunciado? Seguramente, a palavra “morte” pressupõe aniquilamento e fim de um ciclo que não se retomará mais em momento algum.

⁸ Análise “Previsível, fala de Dilma não muda impeachment”, p. A11.

O dia 31 de agosto é marcado pela votação do *impeachment* de Dilma Rousseff no Senado Federal. A FSP destaca em sua manchete de capa que “Senado tem maioria para afastar Dilma; Temer já prepara a posse”. Ainda que fundamentada em enquete de possíveis votos contrários e a favor de Dilma, a manchete anuncia-se antecipatória na decisão com base em especulações do afastamento que, finalmente, consolidou-se com 61 votos contra 20, diferente do prognóstico apresentado pela enquete da FSP que apontava 54 votos favoráveis. A matéria é detalhada na página A4, singularizando os passos seguintes do *impeachment*, com principal ênfase às possíveis medidas de Michel Temer.

As edições que se seguiram ao *impeachment* imprimiram um tom mais ameno às análises do episódio. Em 1º de setembro de 2016 o periódico dá destaque a Michel Temer, assinando o termo de posse como presidente efetivo do Brasil, e às subsequentes medidas do novo governo, nas páginas internas. Nessa edição o que é mais visível, porém, é a propaganda da Federação das Indústrias de São Paulo (FIESP) que ocupa uma página inteira, cujo teor eleva como vitoriosa a fase de transição de governo, afirmando que a entidade acompanhou e apoiou todo o processo de *impeachment* e dizendo que “[...] a confiança está sendo retomada [...]”. Faz um desfecho considerando que “Nos últimos anos, o Brasil andava como um trem descarrilhado [...] sendo necessário retornar aos trilhos. A propaganda é assinada pelo presidente da FIESP, Paulo Skaf⁹. Quando o jornal publica uma propaganda com esse teor seguramente suscita um efeito de propriedade discursiva, adotando como o seu o pensamento expresso naquele texto. Os sentidos que perpassam por essa peça representam, certamente, a construção simbólica de um enunciado que faz do elemento discursivo o rigor de um apelo essencial às imagens em torno das quais o próprio jornal sente-se “à vontade” de tomá-las como suas, aportando-as de outro sujeito para fazer valer os princípios da “objetividade” jornalística. Essa, também, é uma das formas de controlar o discurso, como diz Foucault (2004, p. 8-9):

Em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu conhecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível variedade.

⁹ Paulo Skaf é empresário e político, candidato ao governo de São Paulo em 2018 pelo MDB, mesmo partido político do presidente Michel Temer.

A edição ainda evidencia as repercussões sociais e protestos do *impeachment*, faz uma análise da “era PT” e enfatiza a oposição “enérgica” que Dilma Rousseff irá promover ao novo governo Temer.

Na edição do dia 2 de setembro de 2016 o assunto *impeachment* começa a rarear e as páginas da FSP passam a dar maior relevância aos destinos do governo Temer. Nesse contexto, caberia apenas citar a matéria relacionada à crítica feita pelos ministros do Supremo Tribunal Federal (STF) sobre o afastamento de Dilma sem perda dos direitos políticos por oito anos, como queriam alguns. As demais matérias sobre a temática em questão perdem força, razão pela qual encerramos o período de análise.

***Diário de Notícias*: um jornal em luta pela sobrevivência**

O *Diário de Notícias* (DN) aparece com frequência citado como o jornal mais antigo existente em Portugal, embora esse título pertença ao *Açoriano Oriental*, um diário sediado na ilha de São Miguel, cuja data de fundação (1835) precede em 29 anos a do *Diário de Notícias* (1864). De qualquer modo, com os seus 154 anos de existência, é o diário generalista um veterano, considerando que o *Açoriano Oriental* tem uma circulação limitada ao arquipélago dos Açores.

Uma tão longa vida implica múltiplas crises e o *Diário de Notícias* vive atualmente um cenário de transição, com um final em aberto. É o ativo mais importante de um negócio concretizado em novembro de 2017, com a entrada de 15 milhões de capital investidos pelo grupo macaense KNJ, que passou a deter 30% da Global Media Group, grupo proprietário e ainda acionista principal do DN, bem como do *Jornal de Notícias*, várias revistas, jornais desportivos, a rádio *TSF* e o já referido *Açoriano Oriental*.

A aquisição representou um balão de oxigênio que permitiu ao *Diário de Notícias* ensaiar um movimento radical para aumentar sua sustentabilidade financeira. Com as vendas a baterem mínimos históricos, atingindo 7.408 exemplares diários, foi o título português menos vendido em 2016 e o que mais perdas sofreu na sua tiragem diária (menos 19,7% do que em 2016), segundo dados da Associação Portuguesa para o Controle de Tiragem e Circulação (APCT). Embora dramáticos e mais acentuados do que nos restantes jornais, estes números estão alinhados com a dinâmica negativa instalada desde 2008 na imprensa escrita portuguesa, sobretudo a de referência. Monetizar os conteúdos, sustentar a sangria de leitores e aumentar as receitas publicitárias tornou-se uma missão impossível para as publicações informativas, e a crise parece ser estrutural.

A entrada do capital chinês, proveniente de um grupo que até aqui não tinha interesses na mídia (com o centro dos negócios concentrado no setor do jogo e do imobiliário), implicou, de imediato, uma mudança de rumo: em julho de 2018 o DN passou a ter uma edição diária exclusivamente digital, mantendo no fim de semana (domingo) uma edição impressa que aposta em conteúdos de qualidade, constituídos por artigos mais longos, reportagens e investigação jornalística.

Os novos administradores mudaram a equipe diretiva, embora tenham optado por uma solução interna: dois quadros da casa ascenderam à direção (Ferreira Fernandes e Catarina Carvalho), ambos jornalistas experientes. Anunciaram que a migração para o digital visava reconverter o jornal, apostando na produção de conteúdos multimídia globais. A nova estratégia pretende potencializar o valor global da língua portuguesa, diversificando e adaptando os conteúdos para audiências específicas localizadas nos países falantes de português. Sendo um grupo baseado em Macau, esta região, integrada à República Popular da China mas com um estatuto administrativo especial, passaria a ser um interface de ligação com os restantes PALOP¹⁰. O plano implica uma atenção redobrada ao Brasil, o gigante econômico e cultural deste grupo de países.

A cobertura jornalística do *impeachment* que levou à destituição da presidente Dilma Rousseff, que analisaremos em seguida, ocorre neste pré-cenário, numa altura em que as negociações com o grupo KNJ já estavam em curso, havia rumores sobre a passagem para o digital e o jornal tentava, esforçadamente, sobreviver a vários traumas recentes, incluindo duas demissões coletivas, a última das quais em 2014, que deixaram a redação reduzida a cerca de 50 jornalistas. A direção era, na altura, encabeçada por um diretor (Paulo Baldaia), um adjunto e dois subdiretores. O DN sempre foi um jornal com uma forte vocação noticiosa e informativa, e algumas aproximações políticas recentes (um pouco erráticas, à esquerda e à direita) nunca foram assumidas e não chegaram a comprometer uma prática jornalística que podemos classificar como independente e rigorosa.

A destituição: uma história complicada em vários atos

A cobertura jornalística do processo que levou ao afastamento da presidente apresenta vários desafios jornalísticos. Trata-se de uma história

¹⁰ Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa.

com um epílogo relativamente curto, ocorrido entre os dias 29 de agosto e 2 de setembro de 2006, que preenchem o centro da nossa análise, mas com uma distensão no tempo bem superior. O pedido de *impeachment* foi protocolado no Senado Federal em setembro de 2015 e em 31 de agosto de 2016 foi o último dia do julgamento final de Dilma Rousseff, cuja votação determinou sua destituição do mais alto cargo da nação. É difícil manter um tema na pauta durante um período tão prolongado, sobretudo se é um assunto internacional.

A cobertura do DN construiu a sua própria cronologia dos eventos, concentrando a atenção em momentos-chave. O relato destas fases movimenta uma enorme complexidade cognitiva, pois trata-se de tornar inteligível para os leitores portugueses, não familiarizados com os detalhes da política brasileira, um sistema parlamentar e constitucional diferente, vários personagens principais (para além de Dilma Rousseff, Eduardo Cunha, Michel Temer, o juiz Ricardo Lewandowsky, Aécio Neves e muitas outras figuras secundárias) e uma complicada história de ligações e traições entre partidos (PT, PSBD, PMDB).

Face a estas dificuldades o jornal adotou uma postura pedagógica e explicativa, com muitos elementos contextuais, e recorreu a vários gêneros jornalísticos. Dominam os artigos informativos, mas também existem entrevistas a opositores e apoiantes e um único gênero opinativo (uma crônica), publicada no dia 28 de agosto, assinada pelo jornalista que assegura a integralidade da cobertura - trata-se de João Almeida Moreira, correspondente do *Diário de Notícias* no Brasil.

Totalmente ausentes desta cobertura estão os cidadãos residentes em ambos os países. Apesar da forte presença de brasileiros em Portugal este é um tratamento orientado para leitores portugueses, que não humaniza o tema buscando seus impactos na vida das pessoas. É também expressiva a proximidade com os enquadramentos fornecidos pelos principais jornais brasileiros (*O Globo*, *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*), várias vezes citados nos seus prognósticos sobre qual seria o sentido de voto dos 81 senadores.

No dia 29 de agosto, apelidado de "Dia D" do julgamento final de Dilma, é dito no título que o seu depoimento "vai apelar ao coração dos senadores" com um discurso "autoral" inspirado em textos do ex-presidente Getúlio Vargas e apoiado por uma "claque" liderada por Luiz Inácio Lula da Silva e 18 ex-ministros presentes nas galerias. Apesar das emoções convocadas para o texto, descrevendo a sessão como um momento decisivo para o qual Dilma vem se preparando "trabalhando 10

a 12 horas por dia”, o suspense é falso, pois o jornalista, subscrevendo as apostas da imprensa brasileira, apresenta a derrota como “uma quase inevitabilidade”.

O texto é acompanhado de uma fotografia de Dilma Rousseff passeando de bicicleta junto ao Palácio da Alvorada, mas sem as leituras conotativas que a imprensa brasileira explorou, atribuindo à imagem uma dupla associação com a acusação das “pedaladas fiscais” que estiveram na base do seu afastamento. No *Diário de Notícias*, a imagem é legendada de forma positiva, mostrando que se encontra tranquila, não abdicou das suas rotinas e é saudada na rua por apoiantes.

O tratamento visual é globalmente favorável a Dilma Rousseff. No dia 1º de setembro o jornal traz manchete com uma imagem em que uma jovem mulher levanta um cartaz com a frase: “Dilma Heroína da democracia”, espécie de frase-súmula do processo, tendo por baixo declarações da própria, recolhidas no dia anterior, prometendo “lutar contra corruptos e derrotados”. Michel Temer, vice-presidente de Dilma e principal orquestrador do *impeachment*, é apresentado sem benevolência e sem qualidades positivas. No dia 2 de setembro é publicado um texto contundente em que são explicitados os enormes desafios que o aguardam, incluindo “[...] recuperar investimento, baixar desemprego, gerir base de apoio, escapar à Lava Jato e enfrentar a rua [...]”. O texto abre dizendo que “[...] não durou 100 minutos o estado de graça do presidente Michel Temer[...]”, esclarecendo, depois, os detalhes do seu desentendimento com Aécio Neves.

Apesar desses posicionamentos o tratamento jornalístico é sóbrio. É visível o descrédito de alguns políticos brasileiros, são contadas cenas de quase agressão entre senadores, mas nunca é questionada a legalidade do processo que conduziu ao *impeachment*. A palavra “golpe” só é usada duas vezes, e sempre citando Dilma Rousseff. Por outro lado, no dia 2 de setembro Michel Temer já é retratado como o novo presidente e a notícia passa a ser teor negocial de sua visita à China, no âmbito da reunião do G20.

Uma última nota sobre as questões de gênero associadas a esta cobertura. Existe uma preocupação em diversificar as vozes dos políticos ouvidos, com uma surpreendente presença de mulheres. No dia 29 de agosto é entrevistada Kátia Abreu, um “caso especial” de uma senadora eleita pelo PMDB que votou contra a destituição. A admiração política que manifesta pela presidente é mitigada pela ideia de que se tornou sua

“confidente”, uma relação que personaliza a proximidade e acaba deslegitimando a competência profissional de Dilma. No dia 30 de agosto é noticiado o apoio de Lula na bancada do Congresso Nacional, onde decorreu a votação. Lula é referido como seu “padrinho político” e “mentor”, outro tipo de relação informal e não institucionalizada que coloca Dilma numa posição subalterna em relação a uma autoridade masculina.

Considerações finais

O *impeachment* se constitui como um momento fascinante de constatação das teses da Análise Crítica do Discurso (ACD), postuladas por Van Dijk, Fairclough e outros teóricos. A ACD nos ensinou que as relações de poder são construídas discursivamente e que o discurso é ideológico. A linguagem é uma prática social e a relação entre interlocutores é contextualizada por relações de poder, dominação e resistência. Para a compreensão destas dinâmicas, e determinação do lugar dos falantes, é vital identificar quem controla os tópicos ou as macro estruturas semânticas. Neste caso, a intervenção de Dilma Rousseff é marcada pela ideia de derrota antecipada, pois o seu destino está traçado desde o início. Embora ela seja qualificada de forma positiva (notadamente no *Diário de Notícias*), como uma lutadora, todos os seus gestos são ritualizados e encenados como pertencendo a uma condenada à morte que, apesar de inocente, se oferece em sacrifício. No limite, ela é impotente perante um sistema transcendente e organizado para a derrubar.

Com este trabalho foi possível identificar o campo da ideologia midiática nas diversas facetas que o discurso apresenta enquanto espaço de construção de sentidos. O agendamento temático que decorreu desse mecanismo terminou por ser o dispositivo gradual de um debate público suscitado pela mídia que, neste ensejo, ocasionou uma situação que se delonga ainda hoje como respingo político na esfera da representação simbólica da população, em cujo contexto o principal protagonista dessa história – o Partido dos Trabalhadores – sai com uma imagem desgastada de considerações antecipatórias que refundam a opinião pública. A *Folha de S. Paulo* e o *Diário de Notícias* são casos paradigmáticos dessa conjuntura por apresentarem a questão do *impeachment* como um *frame* discursivo em dois cenários midiáticos distintos e, por decorrência, um elemento que nos possibilitou enxergar o episódio sob as diretrizes da ideologia e do poder.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2004.
- BOBBIO, Norberto; MATEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. Brasília: UnB, 1986.
- BRAIT, Beth (Org.). **Bakhtin conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2005.
- DIÁRIO DE NOTÍCIAS. Lisboa, Ano 152, Edição nº 53.822, 28 ago. 2016.
- DIÁRIO DE NOTÍCIAS. Lisboa, Ano 152, Edição nº 53.823, 29 ago. 2016.
- DIÁRIO DE NOTÍCIAS. Lisboa, Ano 152, Edição nº 53.824, 30 ago. 2016.
- DIÁRIO DE NOTÍCIAS. Lisboa, Ano 152, Edição nº 53.826, 1 set. 2016.
- DIÁRIO DE NOTÍCIAS. Lisboa, Ano 152, Edição nº 53.827, 2 set. 2016.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Language and Power**. Essex: Pearson Education Limited, 2001.
- FOLHA DE S. PAULO. São Paulo, Ano 96, Edição nº 31.925, 29 ago. 2016, p. A-5.
- FOLHA DE S. PAULO. São Paulo, Ano 96, Edição nº 31.926, 30 ago. 2016, p. A-11.
- FOLHA DE S. PAULO. São Paulo, Ano 96, Edição nº 31.927, 31 ago. 2016, p. A-4.
- FOLHA DE S. PAULO. São Paulo, Ano 96, Edição nº 31.928, 1 set. 2016.
- FOLHA DE S. PAULO. São Paulo, Ano 96, Edição nº 31.929, 2 set. 2016.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2004.
- FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- MARX, Karl. Prefácio da "Contribuição à crítica da economia política". In: MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**: e outros escritos. Rio de Janeiro: Zahar, 1965.
- ORLANDI, Eni P. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis: Vozes, 1996.
- ORLANDI, Eni P. **Discurso e texto**: formulação e circulação dos sentidos. Campinas: Pontes, 2001.
- ORLANDI, Eni P. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. 5. ed. Campinas: Pontes, 2003.
- PEDRO, Emília Ribeiro. **Análise Crítica do Discurso**. Lisboa: Caminho, 1997.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Vol. I. Florianópolis: Insular, 2001.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Vol. II. Florianópolis: Insular, 2005.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2004.

VAN DIJK, Teun. **Discurso, Notícia e Ideologia**. Estudos na análise crítica do discurso. Braga: Edições Húmus; CECS; Universidade do Minho, 2005

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.



LA COBERTURA DE LA DESTITUCIÓN DE DILMA ROUSSEFF EN LOS DIARIOS COLOMBIANOS: un análisis de El Tiempo y El Espectador

THE COVERAGE OF DILMA ROUSSEFF'S IMPEACHMENT IN COLOMBIAN NEWSPAPERS: an analysis of El Tiempo and El Espectador

Juliana COLUSSI¹

Diego García RAMÍREZ²

Universidad del Rosario | Colombia

Leonardo Magalhães FIRMINO³

Pontificia Universidad Católica de Rio de Janeiro | Brasil

Resumen

Este artículo tiene como objetivo principal analizar la cobertura que los diarios colombianos hicieron del proceso de destitución de la expresidenta de Brasil Dilma Rousseff. Para la realización del estudio, que se basa en la teoría de la agenda-setting, se llevó a cabo un análisis de contenido de las publicaciones de El Tiempo y El Espectador durante la semana de la votación del impeachment, que tuvo lugar el 17 de abril de 2016. Esta investigación se justifica debido a que es importante conocer la posición editorial asumida por los medios de comunicación en América Latina respecto a este evento político. Los resultados del análisis señalan que hay diferencias significativas en la construcción de la agenda de ambos periódicos: mientras El Tiempo ayuda a construir una agenda desfavorable a la expresidenta El Espectador adopta una posición editorial más neutral.

Palavras-chave

Agenda-setting; Dilma Rousseff; Destitución; El Tiempo; El Espectador.

Abstract

This paper has as main objective to analyze the coverage that the Colombian newspapers made of the process of impeachment of the ex-president of Brazil Dilma Rousseff. In order to carry out this study, which is based on the agenda-setting theory, a content analysis of the El Tiempo and El Espectador publications was developed during the impeachment poll week, held on April 17, 2016. It is justified the importance of this research because it is pertinent to know the editorial position of the media in Latin America in relation to this political event. The results of the analysis show that there are significant differences in the construction of the agenda of both newspapers: while El Tiempo helps build an unfavorable agenda for the former president, El Espectador adopts a more neutral editorial position.

Keywords

Agenda-setting; Dilma Rousseff; Impeachment; El Tiempo; El Espectador.

RECEBIDO EM 03 DE AGOSTO DE 2018
ACEITO EM 25 DE SETEMBRO DE 2018

¹ PERIODISTA. Doctora y máster en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid (España). Máster en Comunicación y Medios y licenciada en Periodismo por la Universidade Estadual Paulista (Brasil). Profesora principal de carrera del Programa de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario (Colombia). Contacto: julianacolussi@gmail.com

² Doctor en Comunicación y Cultura de la Universidad Federal de Rio de Janeiro. Magíster en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana. Antropólogo de la Universidad de Antioquia. Profesor de Carrera, Escuela de Ciencias Humanas, Universidad del Rosario (Bogotá, Colombia). Contacto: diegoalo.garcia@urosario.edu.co

³ Doctorando en Comunicación Social por la Pontificia Universidad Católica de Rio de Janeiro. En el campo de la investigación Leonardo trabaja en la línea de Comunicación, Internet y Política, estudiando el impacto de los medios digitales en construcción de agendas. Leonardo es Investigador asociado al Instituto Nacional de Ciencia y Tecnología en Democracia Digital (INCT.DD) y al Grupo de Investigación en Comunicación, Internet y Política de la PUC-Rio (COMP); es también Investigador Junior de la Cátedra UNESCO de Políticas Culturales y Gestión de la Fundación Casa de Rui Barbosa. Contacto: leo.maga.firmi@gmail.com

Introducción

En el campo del periodismo y la comunicación de masas, los investigadores buscan responder preguntas como ¿Los medios tradicionales todavía tienen importantes efectos sobre la opinión pública? o ¿Cómo cubren los medios tradicionales o emergentes un tema, una campaña o una figura pública? Para responder a tales preguntas se requiere el análisis empírico del contenido en diferentes medios de comunicación. El contenido de los medios, como artículos de periódicos y transcripciones de noticias de radiodifusión, requieren un análisis de contenido para detectar temas, atributos o marcos inherentes al texto de los medios.

Con el objetivo de contribuir al campo del periodismo, este trabajo utiliza la teoría del *agenda-setting* para analizar el cubrimiento informativo del *impeachment* de la expresidenta de Brasil, Dilma Rousseff, en los periódicos colombianos El Tiempo y El Espectador. El evento tuvo lugar en la Cámara de los Diputados el 17 de abril de 2016 y significó la caída de uno de los últimos gobiernos de izquierda en la región.

La relevancia de este trabajo deriva del hecho de que, a pesar de que América Latina haya vivenciado casi dos décadas de movimientos hacia una integración regional progresista, el ciclo de gobiernos de izquierda que impulsaron dicho proceso se agotó. En este marco, Brasil jugaba un papel determinante desde el punto de vista geopolítico, confirmado también por una amplia presencia en los medios colombianos desde el primer gobierno de Lula. Con el actual giro a la derecha en los gobiernos de la región, es importante entender cómo los medios colombianos reaccionaron a un proceso político tan polémico y polarizado como el *impeachment* de Dilma Rousseff, pues, según uno de los postulados del *agenda-setting*, la agenda del público tiende a ser pautada por la agenda de los medios tradicionales. Por lo tanto, la agenda de los medios colombianos puede influir en cómo los ciudadanos perciben la destitución de la presidenta brasileña y su importancia en la zona.

De este modo, el artículo empieza con un apartado sobre el marco teórico del *agenda-setting*, en el cual se evidencian elementos utilizados en el análisis, seguido de una contextualización política y mediática actual en América Latina, con énfasis en Brasil y Colombia. A continuación, se detalla la metodología empleada en el análisis de contenido. El último apartado presenta y discute los resultados, mostrando los puntos más salientes encontrados. Por fin, las conclusiones evidencian que, pese a las diferencias

en la agenda de los medios estudiados, ambos privilegian la información de las agencias internacionales para informar sobre lo que ocurre con los gobiernos progresistas del continente.

Marco Teórico: Agenda-setting

La teoría de la *agenda-setting* nace como hipótesis y se consolida como teoría a partir de los años 70, insertada en un debate más amplio en la *mass communication research*, opinión pública y, más concretamente en *media effects*. Hoy en día, la teoría ya está bien consolidada y ha recibido a lo largo de sus cincuenta años de existencia una serie de profundizaciones que la fueron adaptando a los nuevos retos del campo de la comunicación (GUO & MCCOMBS, 2011; GUO & VARGO, 2015; KIM & ZHOU, 2017; MCCOMBS, 1977, 2004, 2005; MCCOMBS, LOPEZ-ESCOBAR, & LLAMAS, 2000; MCCOMBS & SHAW, 1972; MCLEOD, BECKER, & BYRNES, 1974; PROTESS & MCCOMBS, 1991; ROGERS & DEARING, 1988; SHAW & MCCOMBS, 1977; VARGO, GUO, MCCOMBS, & SHAW, 2014; WEAVER, GRABER, MCCOMBS & EYAL, 1981).

La *agenda-setting*, en su primer nivel, estudia como la agenda de temas de los medios afecta la agenda pública, es decir, los temas que reciben una mayor cobertura por parte de los periódicos serán considerados por el público como los más importantes. Este hecho influencia el debate en la esfera pública, puesto que la atención de los ciudadanos tenderá fuertemente a centrarse en los temas de los medios.

Esta teoría nace estrictamente ligada a los estudios electorales. De hecho, su primera aplicación fue durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 1968, para las cuales, Maxwell McCombs y Donald L. Shaw realizaron un estudio en Chapel Hill titulado *The agenda-setting function of mass media* (MCCOMBS & SHAW, 1972).

La agenda pública y la agenda de los medios

Walter Lippmann, con su obra *Public Opinion* (LIPPMANN, 1922), es considerado el padre intelectual de la *agenda-setting*. En el primer capítulo de su obra, titulado *The world outside and the pictures in our heads*, Lippmann afirma que los medios de comunicación representan el puente entre el mundo y las imágenes en "nuestras cabezas". En esta línea, el estudio realizado por McCombs e Shaw (1972) en Chapel Hill en 1968 originó a lo que hoy se denomina *first level agenda-setting*, buscando entender

cuáles son las “imágenes en nuestras cabezas” y si ellas coinciden con las representadas por los medios.

El razonamiento lógico construido por los autores consideró que buena parte de lo que los ciudadanos conocen proviene de forma directa o indirecta de los medios de comunicación (BERELSON & LAZARFELD, 1954). Por lo tanto, se estableció una relación de causalidad entre la agenda de los medios y la agenda pública. Según la hipótesis inicial, la preeminencia de temas, figuras públicas o de otros objetos en los medios de comunicación causaría la preeminencia de los mismos en la agenda pública (MCCOMBS & SHAW, 1972).

Pero no se trataba de una vuelta a las antiguas teorías sobre los efectos de la comunicación, como la aguja hipodérmica que, de alguna manera, dan por sentada la influencia absoluta de los medios sobre los espectadores. En la perspectiva de los estudiosos de la *agenda-setting*, los medios no poseen un poder ilimitado en direccionar la atención del público sobre ciertas cuestiones. De hecho, en 1972, McCombs y Shaw introdujeron un segundo aspecto de la teoría que explicaría el proceso de agendamiento con una dimensión psicológica: la necesidad de orientación en un ambiente de incertezas. El nivel de necesidad individual de entender el propio espacio, con el menor esfuerzo posible, estimula a los individuos a buscar informaciones en los medios de comunicación. Mayor es la necesidad de información sobre un asunto, mayor será la influencia de los medios en imponer su agenda sobre el público respecto al tema en cuestión (WEAVER, 1977).

El mérito de la *agenda-setting* no fue el descubrimiento del hecho de que el público absorbe una parte del imaginario representado en los medios, ya que esto ya había sido confirmado antes de 1968 por diversos autores (COHEN, 1962; LANG & LANG, 1959; LIPPMANN, 1922; PARK, 1922). El mérito del trabajo de McCombs y Shaw estaba en el hecho de ofrecer un abordaje metodológico para realizar estudios empíricos sobre los efectos de los medios de comunicación desde el punto de vista cognitivo.

Respecto al método, para estudiar la capacidad de agendamiento de medios sobre el público, tradicionalmente se cruzan los datos sobre cuales temas destacan en los noticieros con las informaciones que provienen de las encuestas de opinión pública. En este caso, la recogida de datos se hizo por series temporales, para observar el andamiento de la influencia entre medios y público. Cada agenda estaba formada por una lista de temas ordenados desde el más importante, que es el más citado, al menos importante. Los temas pueden ser asuntos generales, personas, instituciones o eventos (GUO, 2012).

Más allá del aspecto genérico expuesto, las formas de abordar un estudio en *agenda-setting* son muchas. En los estudios clásicos, las variaciones metodológicas fueron denominadas por los investigadores como *Acapulco Typology*, que son cuatro en el total (MCCOMBS & EVATT, 1995). En los estudios de Tipo 1, se realiza el procedimiento simple, como lo expuesto anteriormente, cruzando los datos de la agenda pública colectados mediante encuestas, con los datos de la agenda de los medios compuestos desde un análisis de contenido. En los estudios de Tipo 2, son empleados los mismos procedimientos que en el Tipo 1, pero se pregunta a los sujetos que ellos mismos realicen una jerarquización de los temas que ellos reputan como más importantes. En el Tipo 3, se estudia de forma temporal el cambio de las agendas, para entender si la aparición o desaparición de temas en la agenda pública sigue la misma configuración de la agenda mediática.

Por último, los estudios de Tipo 4 llevan en cuenta cambios individuales respecto a temas específicos, para el cual son realizados además estudios de tipo experimentales o cuasi experimentales (IYENGAR & KINDER, 1987). Hasta aquí se han expuesto los procedimientos clásicos de la teoría respecto a su primer nivel. Sin embargo, la *agenda-setting* tuvo diversos niveles de profundización, incluso para los estudios de internet. Su primer nivel lleva en cuenta solo las relaciones unidireccionales de afectación de los medios al público. Posteriormente se empezaron a estudiar como un medio era capaz de influenciar la agenda de otro, una profundización de la teoría llamada *intermedia agenda-setting*, que busca entender si, por ejemplo, las afectaciones entre periódicos nacionales y locales, o entre televisión e impresos.

Surgieron, además, cuestiones que consideraban la agenda de los medios como una variable dependiente, por considerar que hay un conjunto de factores que construyen una agenda de forma multilateral, entre el público, la política y los propios medios. Este aspecto de la teoría, conocido como *agenda-building* (MCCOMBS, 2006), se aplica sobre todo en los estudios de internet, ya que se invirtieron las lógicas de la necesidad de información y producción de contenido. La *agenda-building* se enfoca en las fuentes de información usadas por los medios y en su estructura.

La teoría se ha profundizado desde el punto con una mirada sociológica que venía tomando fuerza desde los años 80 (ARUGUETE, 2017). Fueron llevadas en cuenta dimensiones de análisis como aspectos exógenos y endógenos a los medios de comunicación (GANS, 1980; SHOEMAKER & REESE, 1996; TUCHMAN, 1972), prácticas profesionales, fuentes de

información, relaciones políticas, relaciones institucionales (SIGAL, 1973) y grupos de interés (MCCOMBS, 2006). Las agendas se construyen a partir de la relación entre un conjunto complejo de elementos en red, que pueden ser internos, externos, estructurales y contextuales (ARUGUETE, 2017; BRANDENBURG, 2004).

La pregunta inicial de la teoría de la *agenda-setting* se centraba en cómo y por qué las imágenes que los medios representan son adoptadas por el público. Ahora, los investigadores se preguntan: ¿qué relación hay entre los profesionales de los medios en la definición de la agenda? ¿Cuáles tipos de noticias logran influenciar la agenda pública? ¿Existen diferencias entre el tipo de medios de comunicación que son llevados en cuenta por los líderes políticos y por el público? ¿Qué relación existe entre internet y las agendas políticas, públicas y mediáticas?

El cambio de paradigma sucedió en función de que se observaron relaciones y correlaciones de fuerza entre tres diferentes grupos de agentes: los medios, los políticos y el público. Por esta razón se sustituyó la palabra *setting* por la palabra *building*, para resaltar el carácter multidireccional de elaboración de agendas (ARUGUETE, 2017).

Gobiernos progresistas latinoamericanos y sus relaciones con los grupos mediáticos nacionales

Teniendo en cuenta que la agenda de los medios de comunicación sufre la influencia de aspectos políticos y económicos, conviene señalar que, en las últimas dos décadas, algunos países latinoamericanos experimentaron el ascenso de gobiernos progresistas que emergieron como reacción a los gobiernos conservadores y políticas neoliberales de finales del siglo XX. Comúnmente identificados y asociados a ideas de izquierda, también se han conocido como populistas; sin embargo, la manera de nombrarlos e identificarlos depende mucho desde el lugar del espectro ideológico desde donde se haga. En consecuencia, estos gobiernos no pudieron encasillarse dentro de un bloque único y homogéneo, pues por las características de sus líderes y estilos de gobierno se puede hablar de dos tipos de izquierda: una moderada, como los casos de Brasil y Uruguay, y otra de corte más populista y reaccionaria, como en Venezuela, Ecuador y Bolivia (WAISBORD, 2011; GERBER, MASTRINI & BRANT, 2017).

Uno de los aspectos en los que se diferencian estos dos tipos de gobierno, es en las relaciones que establecieron con los medios de comunicación. En el caso de los gobiernos populistas, estos entablaron relaciones conflictivas con los grupos mediáticos nacionales, constituidos

como monopolios u oligopolios (SERRANO, 2016), quienes rápidamente se erigieron como opositores que, desde sus espacios informativos, manipularon la opinión pública para defender intereses políticos particulares y desvirtuar los gobiernos de turno. Así ocurrió en Venezuela durante los periodos de Hugo Chaves y Nicolás Maduro; en Ecuador con Rafael Correa; en Bolivia con Evo Morales e incluso en Argentina con Cristina Fernández de Kischner.

En el caso de los gobiernos de izquierda moderada, si bien en esos países también han existido sistemas mediáticos concentrados, los gobiernos de Brasil y Uruguay no pusieron en el centro de sus políticas la confrontación con los grupos mediáticos, aunque sí desarrollaron políticas de comunicación durante sus mandatos (GERBER, MASTRINI & BRANT, 2017).

En el caso brasileiro, a pesar que durante los periodos del gobierno de Lula da Silva (2003-2007; 2007-2011) no se vivió una confrontación visible con los medios informativos, desde sus orígenes la *Rede Globo* manejó una agenda conservadora y un cubrimiento sesgado frente al Partido de los Trabajadores (PT). De ahí, que en diferentes momentos haya puesto en evidencia su desacuerdo con las políticas sociales del PT e identificado y representado a sus líderes como corruptos y responsables de escándalos políticos y las crisis económicas del país. Por eso durante la campaña presidencial de 2014 y ante el ascenso al poder de Dilma Rousseff, la *Rede Globo* también creció, a tal punto que su noticiero, el *Jornal Nacional* se convirtió en tribuna y escenario de los políticos opositores al gobierno de Rousseff, desde donde se estimularon y alentaron protestas, marchas y acciones en contra la presidenta y en favor del *impeachment*. (FERES & SASSARA, 2016; GERBER, MASTRINI & BRANT, 2017).

Por tanto, aunque los gobiernos de Lula da Silva y Dilma Rousseff no emprendieron políticas radicales en el campo de la comunicación como si lo hicieron los gobiernos de corte populista, sí vivieron una confrontación con los grupos mediáticos nacionales que se convirtieron en opositores políticos (DE LIMA, 2011). En consecuencia

El tiempo les demostró [a los gobiernos progresistas] que, tanto si sus políticas eran de confrontación (Venezuela) como de diálogo (Brasil), los grupos privados de comunicación se iban a convertir en poderes fácticos que utilizarían todos los medios para combatir a los gobiernos democráticos (SERRANO, 2016, P. 25-26).

En Brasil el opositor más visible ha sido *Rede Globo* a través de todos sus medios de comunicación (NASSIF, 2017). Sin embargo, es posible

identificar que otras empresas periodísticas de importante trayectoria y reconocimiento en el sistema mediático brasileño también apoyaron y justificaron el proceso de destitución contra Dilma Rousseff. Tal es el caso del periódico el *Estadão* y la revista *Veja*, desde donde constantemente se atacó lo que se caracterizó como el lulapetismo y el bolivarianismo para hacer referencia a las intenciones del PT y sus líderes en convertir a Brasil en Venezuela (ALVES, 2016).

Dentro del panorama político latinoamericano, Colombia ha vivido un proceso paralelo, pues mientras en el continente ascendían gobiernos progresistas, Colombia tuvo un gobierno de derecha (Álvaro Uribe, 2002-2010) y de centro derecha (Juan Manuel Santos, 2010-2018), que no tocaron el sistema mediático nacional, tradicionalmente concentrado y estrechamente vinculado a poderes económicos (REPORTEROS SIN FRONTERAS & FEDERACIÓN COLOMBIANA DE PERIODISTAS, 2015).

Por eso en Colombia las políticas de comunicación no han sido un tema que haya generado confrontación entre sus gobiernos y los grupos mediáticos. Sin embargo, otros temas sí hicieron visible las posiciones políticas de algunos medios de comunicación, como el caso del canal privado RCN frente a los Acuerdos de Paz de La Habana con la guerrilla de las FARC y al Plebiscito en el que se decidía si la ciudadanía aprobaba o no lo acordado entre el gobierno de Juan Manuel Santos y la guerrilla en mención. Frente a estos temas RCN asumió una posición claramente opuesta y se convirtió en plataforma de los sectores políticos y sociales que se oponían a los acuerdos de La Habana, y defendió abierta y vehemente el NO durante la campaña del plebiscito (MOE, 2016).

Tradicionalmente los medios colombianos, principalmente los de alcance nacional, como los canales de televisión abierta Caracol y RCN, y los periódicos El Tiempo y El Espectador han defendido el *status quo* político caracterizado por ser de centro-derecha. En consecuencia, han adoptado una posición crítica frente a los gobiernos de izquierda en el continente, teniendo como principal referencia a Venezuela, país a partir del cual se ha estimulado el miedo de que si se eligen líderes de izquierda Colombia tomará los mismos caminos y llegará a la crisis social y económica del país vecino, como sucedió con el candidato presidencial Gustavo Petro en la campaña de 2018. En ese contexto en los medios colombianos se ha hecho carrera la idea del "castrochavismo", que se refiere a las ideas políticas de los hermanos Castro de Cuba y de Hugo Chaves en Venezuela han implantado en estos países.

Debido a lo anterior, es posible señalar que, aunque en Colombia no haya habido un gobierno progresista, los medios de comunicación de este

país también han hecho visible su posición frente al progresismo latinoamericano, construyendo una agenda en torno a los riesgos y fracasos de las políticas progresistas en los países donde han gobernado.

Metodología

Teniendo en cuenta lo anterior, el objetivo principal de este estudio es verificar cómo los periódicos colombianos El Tiempo y El Espectador llevaron a cabo el cubrimiento informativo de la votación de la destitución de la presidente de Brasil Dilma Rousseff, que tuvo lugar en la Cámara de los Diputados el 17 de abril de 2016. Por tanto, la elección de estos periódicos se justifica debido a que se refieren a los dos diarios de circulación nacional más leídos en el país.

Para la realización del estudio, se ha planteado un análisis de contenido (BARDIN, 1977) que contempla las siguientes variables:

- 1) Autor de la nota: verificar si se trata de un contenido generado por el medio o una agencia de noticia.
- 2) Género periodístico: identificar si es un contenido informativo, interpretativo o de opinión.
- 3) Tipo y número de fuentes: constatar cuáles tipos de fuentes predominan en cada nota y cuántas fuentes se consultaron por publicación.
- 4) Encuadre del texto: observar si en el cuerpo de la nota hay evidencias de que el medio está en favor o contra al proceso de destitución.
- 5) Imágenes: analizar la tendencia (positiva o negativa) que tienen las fotografías en el texto.
- 6) Frecuencia de publicación: contabilizar el número de contenidos publicados diariamente sobre la destitución de la presidente de Brasil.

En cuanto a la muestra, se han seleccionado los contenidos publicados por ambos medios en sus respectivas webs en el periodo que comprende del 14 al 20 de abril de 2016. Se ha elegido esta semana para construir la muestra, de manera que incluyera, además del día de la votación, los tres días anteriores y los tres posteriores al evento. La búsqueda de los contenidos se hizo con la combinación de las palabras *impeachment* y Dilma Rousseff en las fechas señaladas anteriormente.

Resultados: características del cubrimiento en los periódicos colombianos

En este apartado se exponen los resultados del análisis del cubrimiento informativo de ambos diarios colombianos respecto a la votación del *impeachment* de Dilma Rousseff. Con relación a la frecuencia de publicación, El Tiempo y El Espectador presentaron una frecuencia similar, pues en el periodo analizado se publicaron 13 y 14 textos respectivamente, que corresponde a un promedio de dos notas por día.

Respecto a la autoría de las publicaciones (**tabla 1**), llama la atención que la mayoría de los textos, el 54% en el caso de El Tiempo y el 43% para El Espectador, fueron publicaciones obtenidas de agencias de noticias internacionales, mientras un porcentaje menor fue firmado por las redacciones de los diarios y artículos firmados por periodistas.

Tabla 1. Autoría de las publicaciones

Autoría	El Tiempo	El Espectador
Agencias de noticia	7 (54%)	6 (43%)
Redacción del medio u otros medios	3 (23%)	4 (29%)
Firmado por periodistas	3 (23%)	4 (29%)

Fuente: elaboración propia.

Con relación a los géneros empleados para informar sobre este acontecimiento político, en El Tiempo se destaca la predominancia del género interpretativo (**tabla 2**) – siendo 3 crónicas, 2 reportajes y 1 entrevista –, seguido del género de opinión, con 2 artículos firmados, 1 editorial y 1 análisis. Por último, se encuentra el género informativo, con la publicación de 3 noticias. En el periódico El Espectador, los géneros informativos e interpretativos tuvieron igual representatividad, pues de las 14 publicaciones recopiladas durante el periodo analizado, cada uno de estos géneros tuvo 5 publicaciones; en tanto, el informativo contó con 4 noticias.

Tabla 2. Género periodístico de las notas

Género	El Tiempo	El Espectador
Informativo	3 (23%)	5 (36%)
Interpretativo	6 (46%)	5 (36%)
Opinión	4 (31%)	4 (29%)

Fuente: elaboración propia.

Como se puede observar en cuanto a las características del cubrimiento, no existen diferencias radicales entre la agenda propuesta por El Tiempo y El Espectador, puesto que tanto en frecuencia como en géneros tuvieron un cubrimiento similar en el que predominó el género interpretativo y la autoría de las agencias de noticias internacionales.

El encuadre informativo de El Tiempo y El Espectador

Al analizar si el encuadre de cada publicación era favorable, en contra o neutral con relación a Dilma Rousseff, aparecieron algunas diferencias sustanciales en la agenda que los diarios colombianos construyeron frente al *impeachment* contra Dilma Rousseff. Los resultados apuntan a que El Tiempo optó por un enfoque equilibrado en el 54% de las notas, mientras el 23% estuvo a favor de la presidente brasileña y el 23% en contra ella. Este equilibrio se refleja en los tipos de fuentes consultadas, que incluyen desde políticos de oposición y a favor de la presidente, como expertos y líderes internacionales con diferentes posiciones. No obstante, llama la atención el hecho de que los textos contrarios a Rousseff –y que apoyaban su destitución– son artículos de opinión y editorial. Lo que permite inferir la posición de El Tiempo en favor del *impeachment*.

Este aspecto se refuerza con los apoyos gráficos empleados en las publicaciones de este diario. En este sentido, aunque la mayor parte de los contenidos de El Tiempo sea neutral, las fotografías utilizadas para apoyar la información textual tienen una connotación negativa de la imagen de Rousseff o de su partido en todas las publicaciones. El 69% de los textos que incluyen imágenes presentan fotos en que la expresidenta aparece con afecciones de brava o con apariencia de una persona desequilibrada, del expresidente Lula da Silva irritado o de presidentes latinoamericanos de

izquierda que apoyaron Rousseff, como Evo Morales. En “La polarización se demostró en las calles de Brasil”, del 17 de abril de 2016, a pesar de ser una crónica neutral, la imagen de los manifestantes muestra los muñecos de Dilma y Lula detenidos (**figura 1**).

Figura 1. Fotografía en que manifestantes muestran muñecos de Dilma y Lula detenidos

EL TIEMPO | La polarización se demostró en las calles de Brasil

La polarización se demostró en las calles de Brasil

Miles de manifestantes opuestos y a favor del juicio político de Rousseff se tomaron las ciudades.



Por: EFE | 17 de abril 2016, 11:23 p.m.

Fuente: Reproducción El Tiempo⁴

El Espectador, por su parte, si bien también manejó un enfoque neutral en el 50% de las publicaciones, es de destacar que en solo una de las notas publicadas (7%) fue posible identificar una posición en contra de la expresidenta Dilma Rousseff. Es decir, solo una noticia presentó un enfoque en el que se defendía y apoyaba la destitución. En tanto, el 43% de las publicaciones restantes estuvieron a favor de la expresidenta y presentaron la destitución como una estrategia política de la oposición para derrumbar el gobierno del partido de los trabajadores.

Con relación a las fotografías, si bien el día en que se votó la destitución se presentó una imagen de los diputados opositores celebrando el triunfo (figura 2), el encuadre de la publicación está más en contra del *impeachment* que en resaltar los beneficios de la destitución de la entonces presidente brasileña.

⁴ Disponible en: <<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16566293>>.

Figura 2. Fotografia en que la oposición conmemora la aprobación del impeachment

EL ESPECTADOR Martes 25 De Septiembre

Quando la política brasileña se convirtió en un circo

El Mundo 17 Abr 2016 - 9:38 PM
Por: Juan David Torres Duarte

Dos tercios de los diputados votaron a favor de que se abra un proceso político contra la mandataria Dilma Rousseff. Faltan dos votaciones en el Senado. Rousseff pierde apoyos.

Últimas Noticias

El Mundo Hace 8 mins
Maduro reta a Duque a un debate televisivo

El Mundo Hace 20 mins
Las risas que provocó Trump en la Asamblea General de la ONU

Fuente: Reproducción El Espectador⁵

Conclusiones

A pesar de la mayor parte de las publicaciones de ambos periódicos colombianos haber mostrado un encuadre neutral o equilibrado en lo que se refiere al uso de fuentes consultadas en el cubrimiento del proceso de destitución de Dilma Rousseff, el análisis realizado en este trabajo indica que hay diferencias importantes en la construcción de la agenda de El Tiempo y El Espectador respecto al evento político en cuestión.

Por un lado, las publicaciones que tienen como autoría las agencias de noticias suelen ser las más neutrales, a excepción de las imágenes que acompañan las notas (que son elegidas por un editor), que en el caso de El Tiempo ayudan a construir una agenda desfavorable a la expresidenta. Por otro lado, llama la atención que los textos firmados por periodistas de cada medio correspondan a artículos de opinión.

Específicamente en el caso de El Tiempo las notas contrarias a Rousseff y, que de alguna manera apoyaban su destitución, corresponden a artículos de opinión o editoriales. En este sentido El Espectador tiene una posición editorial más neutral. De este modo se infiere que El Tiempo construyó una agenda con encuadres en favor del *impeachment*, mientras El

⁵ Disponible en: <<https://www.elespectador.com/noticias/elmundo/cuando-politica-brasilena-se-convirtio-un-circo-articulo-627647>>.

Espectador se posicionó de forma más neutral y a veces como defensor del gobierno de Rousseff.

En este sentido, y teniendo en cuenta que la mayor parte de las publicaciones se originaron de agencias de noticias, se entiende que ambos periódicos reproducen, guardada a las debidas proporciones, la agenda de los medios tradicionales latinoamericanos frente a los gobiernos progresistas.

Referências

- ALVES, C. **Jornais apoiam o impeachment de Dilma?** 2016. Disponible en: <http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/jornais-apoiam-o-impeachment-de-dilma/>
- ARUGUETE, N. **Agenda building:** Revisión de la literatura sobre el proceso de construcción de la agenda mediática. *Signo y Pensamiento*, v. 36, n. 70, p. 38–54, 2017.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** Lisboa: edições 70, 1977.
- BERELSON, B., & LAZARSELD, P. F. **Voting:** A study of opinion formation in a presidential election. Chicago: University of Chicago Press, 1954
- BRANDENBURG, H. **Communicating Issue Salience.** A Comparative Study into Campaign Effects on Media Agenda Formation. In EPOP 2004 Annual Conference, 2004.
- COHEN, B. C. **The Press and Foreign Policy.** *American Sociological Review*, 1962.
- DE LIMA, V. **Brasil: La política comunicacional en el gobierno de Lula (2003-2010).** En: KOSCHÜTZKE, A. & GERBER, E. (Eds.). *Progresismo y políticas de comunicación. Manos a la obra.* Argentina: Fundación Friedrich Ebert, p. 49-65, 2011.
- FERES, J. & SASSARA, L. **O cão que nem sempre late:** o Grupo Globo e a cobertura das eleições presidenciais de 2014 e 1998. *Revista compolítica*, v. 6, n. 1, p. 30-63, 2016.
- GANS, H. J. **Deciding what's news:** a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time. *Medill School of Journalism Visions of the American Press*, 1980.
- GERBER, E.; MASTRINI, G. & BRANT, J. **El progresismo en su laberinto:** grandes medios y políticas de comunicación en el Cono Sur. En: Ominami, Carlos (Ed.). *Claroscuro de los gobiernos progresistas.* Santiago de Chile: Catalonia, 2017.
- GUO, L. **The Application of Social Network Analysis in Agenda Setting Research:** A Methodological Exploration. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, v. 56, n. 4, p. 616–631, 2012.
- GUO, L., & MCCOMBS, M. **Toward the third level of Agenda Setting theory:** A Network Agenda Setting Model. St. Louis, 2011.

- GUO, L., & VARGO, C. J. The Power of Message Networks: A Big-Data Analysis of the Network Agenda Setting Model and Issue Ownership. **Mass Communication and Society**, v. 18, n. 5, p. 557–576, 2015.
- IYENGAR, S., & KINDER, D. R. **News That Matters: Television and American Opinion**. Chicago: University of Chicago Press, 1987.
- KIM, Y., & ZHOU, S. **Theoretical and methodological trends of agenda-setting theory**. The Agenda Setting Journal, 2017.
- LANG, K., & LANG, G. E. The mass media and voting. In E. BURDICK & A. BRODBECK (Eds.), **American voting behavior**. Glencoe: The Free Press, p. 217–235, 1959.
- LIPPMANN, W. **Public Opinion**. American Political Thought, 1922.
- MCCOMBS, M. Agenda setting function of mass media. **Public Relations Review**, v. 3, n. 4, p. 89–95, 1977.
- MCCOMBS, M. **Setting the agenda: The mass media and public opinion**. Cambridge: Polity Press, 2004.
- MCCOMBS, M. A Look at Agenda-setting: Past, present and future. **Journalism Studies**, v. 6, n. 4, p. 543–557, 2005.
- MCCOMBS, M. **Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en conocimiento**. Paidós Comunicaciones, 2006.
- MCCOMBS, M., & EVATT, D. Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. **Comunicación y Sociedad**, v. 8, n. 1, p. 7–31, 1995.
- MCCOMBS, M., LOPEZ-ESCOBAR, E., & LLAMAS, J. P. Setting the agenda of attributes in the 1996 Spanish general election. **Journal of Communication**, v. 50, n. 2, p. 77–92. 2000.
- MCCOMBS, M., & SHAW, D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. **Public Opinion Quarterly**, v. 36, n. 2, p. 176, 1972.
- MCLEOD, J. M., BECKER, L. B., & BYRNES, J. E. Another look at the agenda-setting function of the press. **Communication Research**, v. 1, n. 2, p. 131–166, p. 1974.
- MISIÓN DE OBSERVACIÓN ELECTORAL –MOE. **Medios de Comunicación y Plebiscito de refrendación de los acuerdos de paz**. Bogotá: MOE, 2016.
- NASSIF, L. **No aniversário do golpe, é hora de avaliar a Globo**, 2017. Disponível em: <<http://jornalgnn.com.br/noticia/no-aniversario-do-golpe-e-hora-de-avaliar-a-globo-por-luis-nassif>>. Acesso em 27.10.2018.
- PARK, R. E. **The immigrant press and its control**. Americanization studies, 1922.
- PROTESS, D. L., & MCCOMBS, M. **Agenda Setting: Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking**. New York: Routledge, 1991.
- REPORTEROS SIN FRONTERAS & FEDERACIÓN COLOMBIANA DE PERIODISTAS. **¿De quién son los medios?** 2015. Disponível em: <<http://www.monitoreodemedios.co/>>.

ROGERS, E. M., & DEARING, J. W. Agenda-Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going? **Annals of the International Communication Association**, v. 11, n. 1, p. 555–594, 1988.

SERRANO, P. **Medios democráticos**. Una revolución pendiente en la comunicación. España: Ediciones AKAL, 2016.

SHAW, D. L., & MCCOMBS, M. **The emergence of American political issues**: the agenda-setting function of the press. St. Paul: West, 1977.

SHOEMAKER, P. J., & REESE, S. D. **Mediating the Message**: Theories of Influences on Mass Media Content. New York: Logman, 1996.

SIGAL, L. **Reporters and officials**: The organization and politics of newsmaking. Lexington, Mass.: Heath. Lexington: D. C. Heath, 1973.

TUCHMAN, G. **Objectivity as Strategic Ritual**: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. *American Journal of Sociology*, 1972.

VARGO, C. J., GUO, L., MCCOMBS, M., & SHAW, D. L. Network Issue Agendas on Twitter During the 2012 U.S. Presidential Election. **Journal of Communication**, v. 64, n. 2, p. 296–316, 2014.

WAISBORD, S. **Vox populista. Medios, periodismo, democracia**. Barcelona: Gedisa, 2014.

WEAVER, D. H. Political issues and voter need for orientation. In D. L. SHAW & B. M. MCCOMBS (Eds.), **The emergence of American political issues**: The agenda-setting function of the press. St. Paul: West, , pp. 107–119, 1977.

WEAVER, D. H., GRABER, D., MCCOMBS, M., & EYAL, C. H. **Media Agenda-Setting in a Presidential Election**: Issues, Images, and Interest. Praeger, 1981.



A MANIPULAÇÃO IMAGÉTICA: estudo de caso sobre o processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff nos jornais *Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *Clarín* e *La Nación*

LA MANIPULACIÓN IMAGÉTICA: un estudio de caso sobre el proceso de *impeachment* de la presidenta Dilma Rousseff en los periódicos *Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *Clarín* y *La Nación*

Lila LUCHESSI¹

Universidad Nacional de Río Negro | Universidad de Buenos Aires | Argentina

Denis RENO²

Universidade Estadual Paulista | Brasil

Universidade de Aveiro | Portugal

Fernando IRIGARAY³

Universidad Nacional de Rosario | Argentina

Resumo

A máxima de que uma imagem fala mais do que mil palavras é controversa. A imagem tem pouco poder quando apresentada isoladamente. Sua contextualização pode fazer a diferença. Esse poder está na fotografia, e em sua manipulação, artifício potencialmente adotado pela imprensa. Este artigo apresenta um estudo de caso sobre a cobertura jornalística durante o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff. Foram adotados exemplos selecionados aleatoriamente, e por conveniência, em meios argentinos e brasileiros que demonstraram uma narrativa tendenciosa para a construção de uma opinião pública favorável à demissão.

Palavras-chave

Jornalismo; *Impeachment*; Fotografia; Imprensa.

Resumen

La idea de una imagen vale más que mil palabras es controversial. La imagen tiene poco poder cuando aparece sola. Su contextualización puede hacer una diferencia. El poder está en la fotografía y en su manipulación, como potencial artifício de la prensa. Este artículo surge de un estudio de caso sobre la cobertura periodística del *Impeachment* a Dilma Rousseff. Se tomaron ejemplos aleatorios y por conveniencia en medios argentinos y de Brasil para demostrar una narrativa tendenciosa en la construcción de una opinión pública favorable a la destitución.

Palabras clave

Periodismo; *Impeachment*; Fotografía; Prensa

RECEBIDO EM 20 DE SETEMBRO DE 2018
ACEITO EM 11 DE OUTUBRO DE 2018

¹ Doutora em Ciências Políticas pela Universidade de Belgrano (Argentina). Licenciada em Ciências da Comunicação pela Universidade de Buenos Aires (Argentina). Professora na Universidade Nacional do Rio Negro – Universidade de Buenos Aires – Universidade Nacional de Rosario. Integra o comitê acadêmicos da Cátedra Latino-americana de Narrativas Transmedia (ICLA-UNR). Contato: luchessi@gmail.com.

² JORNALISTA. Pós-doutor da Universidade de Aveiro (Portugal). Doutor e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Livre-docente em Ecologia dos Meios e Narrativas Imagéticas. Professor na Universidade Estadual Paulista (Brasil), professor visitante na Universidade Nacional de Rosario (Argentina). Contato: denis.porto.reno@gmail.com.

³ JORNALISTA. Doutorando em Comunicação Social pela Universidade Nacional de Rosario (Argentina). Mestre em Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação pela UNED (Espanha). Diretor da Maestría/Especialização em Comunicação Digital Interativa e de Comunicação Multimídia na UNR. Contato: fgirigaray@gmail.com.

Introdução

A construção da opinião pública envolve uma série de fatores, justificados por uma estratégia de condução do pensamento coletivo. Essa tarefa, quando realizada com princípios éticos que regem o jornalismo, alcança resultados positivos na sociedade. Entretanto, em diversos momentos a opinião pública é manipulada com o objetivo de alcançar resultados desejados por pequenos grupos, beneficiários das consequências.

A preocupação com a opinião pública não é algo novo. Ela surge junto ao desenvolvimento de processos e tecnologias de comunicação massiva, algo expressivo a partir do rádio e da televisão. Entretanto, a comunicação em processos massivos surge, de fato, a partir da invenção da prensa por Johan Gutemberg - processo esse que se consolida com a chegada do realismo oferecido pela fotografia, algo que facilitava o convencimento da sociedade. Afinal com a imagem, as pessoas assumiam o *status* de testemunha de um fato documentado pela imagem, mesmo que ela tivesse sido manipulada.

Como já dissemos, as possibilidades de construção da opinião pública pelo artifício da imagem foram aproveitadas por grupos comunicacionais no decorrer da história dos meios de comunicação. Alguns destes grupos empregaram tais técnicas com ética e compromisso com o bem estar coletivo. Outros, por sua vez, decidiram atender a pequenos interesses. Essas situações foram previstas por Walter Lippman (2010), responsável pela consolidação das ideias de opinião pública e jornalismo.

Porém, a possibilidade que oferecem as plataformas - e os algoritmos que são utilizados para consolidar comunidades - faz com que grupos envolvidos em diferentes perspectivas tendam a agrupar-se por sugestão das mesmas plataformas, denominadas "bolhas sociais". Deste modo, cria-se uma sensação de pertencimento majoritário que, em muitos casos, não é real. Quando observamos o cenário da construção pública do jornalismo brasileiro encontramos diversos exemplos negativos, seja na televisão, no rádio, nos jornais ou revistas.

Nesse sentido, este artigo apresenta um estudo sobre a narrativa imagética de publicações digitais de meios do Brasil e da Argentina sobre um importante momento da história brasileira recente: a abertura de processo de *impeachment* contra a ex-presidenta Dilma Rousseff e a votação do mesmo. Nas duas ocasiões observamos uma manipulação da opinião pública nos meios analisados. Espera-se, com o resultado da revista, um crescente

número de profissionais atentos ao poder da fotografia nos processos de construção da opinião pública. Esperamos, também, que tais processos sejam construídos a partir de um modelo ético já estabelecido pelo jornalismo no Brasil e que é muito mais fluente no jornalismo argentino, já que carece de códigos que a estabeleçam.

O estudo de caso em investigações sobre jornalismo

O jornalismo é conhecido como a profissão que informa a sociedade sobre suas realidades, ou que destaca uma realidade frente a acontecimentos. Walter Lippman (2010) discute sobre o papel do jornalismo na opinião pública, destacando a importância do mesmo como suporte na construção de uma sociedade justa e conhecedora de si. Para o autor, o jornal, ao chegar ao seu leitor, é o produto final de uma série de procedimentos de opção para os quais não existem normas, mas certamente convenções (ou olhares) jornalísticas.

Entretanto, ao pensarmos no jornalismo, um tema é fundamental para entender a profissão, e isso está diretamente relacionado ao modo de fazer. Para tanto, o alemão Michael Kunczik (2002) define o jornalista como alguém que está envolvido com a formulação de conteúdo informativo para processos comunicacionais massivos, seja na reunião, na avaliação, na apuração, no processo ou na divulgação de notícias, comentários. Trata-se de uma profissão que tem sua expertise apoiada em um olhar específico, capaz de representar realidades.

Dessa forma, e levando em consideração as ideias de Lippman e Kunczik, podemos considerar que os olhares jornalísticos são a essência da profissão frente a outras atividades. O próprio Kunczik (2002, p. 15) aponta a definição simplista de que “o jornalismo é tratado como uma profissão de comunicação”. Para ele, esse olhar jornalístico é o que diferencia seu papel dos outros profissionais que adotam a comunicação como canal de profusão de seus conteúdos.

Ainda sobre um olhar específico frente a um cenário comum (e por metodologias e campos do conhecimento de igual simplicidade), Siebert, Schramm e Peterson (1956 *apud* KUNCZIK, 2002, p. 17) definiram em quatro teorias da imprensa algo muito simples, mas que reforça essa ideia. Segundo os autores, a imprensa sempre tira sua forma e seu colorido das estruturas sociais e políticas com as quais trabalha, ou seja, observa de maneira diferente o mundo ao seu redor. Isso faz com que uma metodologia fundamental do jornalismo seja, realmente, o olhar específico da produção.

Trata-se de um viés, de um enquadramento diferente dos sociólogos, antropólogos, psicólogos, filósofos e mesmo outros profissionais da comunicação, frente a um objeto comum: a sociedade.

O espanhol José Luis Dader também aponta para uma preocupação em redefinir o olhar jornalístico em uma discussão sobre jornalismo de investigação e de precisão. Segundo o autor,

[...] na busca de uma definição autenticamente englobante desta nova estratégia jornalística é preciso ampliar também a inadequada rigidez dos termos “quantitativo” ou “numérico” e “sociológico”. (DADER, 1997, p. 21).

Na mesma obra, o autor aponta diversas vezes o estudo de caso como um possível olhar amplo para o jornalista, relacionando, inclusive, o método, o fazer jornalístico, com as diversas metodologias adotadas pelas ciências duras, onde a adoção do estudo de caso é mais comum.

Nesse sentido, o jornalismo prefere a cobertura de casos e, através da casuística, gera narrações que permitem argumentar e, segundo Aníbal Ford, constituem uma “marca de nossa sociocultura” (1999, p. 246). Para compreender melhor os conceitos que utilizamos para o estudo proposto, compartilhamos com Ford a seguinte ideia:

Tomamos tanto el término caso, como el de casuística, en un sentido muy amplio. El caso como algo que sucede como algo a nivel individual o microsocia y que es expuesto mediante una estructura discursiva básicamente narrativa. La casuística como el conjunto de casos que más que agruparse para ejemplificar, problematizar o completar un corpus normativo específico, como sucede con la jurisprudencia o la teología y también con diversas ciencias, se agrupa o se muere de manera errátil en la agenda de los medios a partir de su valor como noticia. Su remisión a leyes o normas se da de manera parcial o aleatoria, y muchas veces es atrapado por la retórica narrativa. (FORD, 1999, p. 246)

Schoemaker, Vos e Reese (2009), por sua vez, apontam que o jornalismo pode ser pesquisado por diversos modelos metodológicos, e também pela mescla de vários modelos (entre eles o estudo de caso) para a obtenção de resultados sólidos. Segundo os autores:

Today, we understand gatekeeping to be a complex theory, and one that can be tested using a variety of methodological and statistical procedures. Many research methods have been used in gatekeeping studies: case studies (e.g., White, 1950), participant observation

(e.g., Gans, 1979), content analysis (e.g., Singer, 2001), surveys (e.g., Berkowitz, 1993), and experiments (e.g., Machill, Neuberger, Schweiger, & Wirth, 2004). Some studies use more than one method (e.g., Machill et al., 2006). Each method tackles a different aspect of gatekeeping. (SCHOEMAKER; VOS; REESE, 2009, p. 81)

A metodologia definida para este artigo está apoiada na metodologia de estudo de caso proposta por Robert Yin (2010), aliada à coleta de dados quantitativa/qualitativa. O conteúdo das matérias selecionadas em uma possível amostra deve ser analisado de forma descritiva, e discutido pela perspectiva do enquadramento, que para Entman (1994) significa selecionar aspectos de uma realidade percebida e destacá-los em um texto, promovendo uma interpretação de causa, uma definição particular do problema, uma avaliação moral ou até mesmo uma recomendação de tratamento para o item descrito. Esse autor volta a discutir o enquadramento em um estudo recente, quando propõe, juntamente com outros autores, que “[...] o enquadramento é um processo psicológico individual, mas também é um processo organizacional e do produto, e uma ferramenta de estratégia política.” (ENTMAN; MATTHES; PELLICANO, 2009, p. 175), considerando o estudo de caso como uma metodologia eficaz para se compreender o enquadramento e seu contexto.

Alinhados à proposta do estudo de caso, Quandt e Singer (2009, p. 135) observam que, em estudos realizados para compreender o cenário em redações convergentes nos Estados Unidos, Singer adotou o método do estudo de caso para o desenvolvimento da pesquisa com resultados em profundidade.

Entende-se que o estudo de caso aliado à coleta quantitativa e qualitativa, e também ao enquadramento - elementos comuns às pesquisas em jornalismo -, possa contribuir para cumprir sua proposta. Porém, salientamos que essa proposta não exclui outras metodologias de trabalho, como a análise de conteúdo ou de discurso, também coerentes para este tipo de olhar. Apenas se sugere o estudo de caso como uma interessante possibilidade metodológica para desenvolver o saber jornalístico. Além disso, a casuística jornalística gera uma análise comparativa a partir das construções narrativas que surgem das coberturas de casos no jornalismo contemporâneo.

O primeiro passo após a definição do tema e delimitação do problema de pesquisa deve ser a escolha da metodologia e das técnicas para a coleta de dados. É pertinente ressaltar a importância deste passo ser dado antes do

desenvolvimento da pesquisa em si, uma vez que pensar em metodologias possíveis significa perceber quais procedimentos são necessários para atingir os objetivos propostos e responder às perguntas de partida do(a) pesquisador(a). Além disso, a definição da metodologia ajuda a organizar os passos da pesquisa, guiando o(a) pesquisador(a) na coleta dos dados relevantes, nunca se desligando das proposições teóricas que dão base ao estudo. Nesse contexto, a base textual que fundamenta nossa escolha metodológica é aquela desenvolvida por Robert Yin, um dos autores que melhor sistematizou a aplicação do método estudo de caso para as ciências sociais.

Em seu livro *Estudo de caso: planejamento e métodos* (reeditado pela 4ª vez em 2010), Yin proporciona ao leitor informações amplas, mas também detalhadas, sobre este método de pesquisa. Embora não tenha a pretensão de ser um manual (e sim um texto reflexivo e conceitual sobre o tema), *Estudo de caso: planejamento e métodos* descreve os procedimentos necessários para um estudo de caso e aponta os possíveis desafios que o pesquisador encontrará no caminho. Assim, serve como um guia para estudos deste escopo. Dentre os aspectos destacados pelo autor que são fundamentais para a elaboração de um caso jornalístico estão o desenvolvimento de um mapa de estudo, para auxiliar na montagem do projeto de pesquisa; o protocolo do estudo de caso e o relatório do estudo de caso.

Como método de pesquisa o estudo de caso pode ser usado em várias situações em que o pesquisador pretende conhecer a fundo fenômenos individuais ou coletivos, já que permite ao pesquisador captar características holísticas e significativas dos eventos da vida real. O método é originário das ciências biológicas, mas segundo Yin (2010) também pode ser utilizado com sucesso nas ciências sociais, especialmente quando se trata de uma investigação analítica e que tem como proposta a interpretação de um efeito social. Isso ocorre, normalmente, em estudos que envolvem o papel do jornalismo na construção da opinião pública ou os resultados alcançados pelo mesmo, o que justifica ainda mais o estudo de caso como opção metodológica.

Ao contrário de alguns cientistas sociais que acreditam que os estudos de caso são apropriados apenas para a fase exploratória da investigação (assumindo, desta forma, papel de ferramenta preliminar), Yin (2010) afirma que o método pode ser utilizado para três finalidades: exploratória, descritiva e explanatória. A escolha do estudo de caso em detrimento de outros métodos, no entanto, depende das perguntas que se pretende responder

com a pesquisa. Para o autor, as questões que mais conduzem os pesquisadores a optar pelo estudo de caso são aquelas que “[...] lidam com os vínculos operacionais que necessitam ser traçados ao longo do tempo, mais do que as meras frequências ou incidências.” (YIN, 2010, p. 30).

De acordo com Yin (2010), o estudo de caso é o método preferido para examinar aqueles eventos contemporâneos nos quais os comportamentos relevantes não podem ser manipulados. Assim como o método histórico, o estudo de caso é capaz de lidar com um amplo leque de evidências, mas vai além ao utilizar técnicas como a observação direta dos eventos e entrevistas com pessoas envolvidas como fontes de pesquisa. Como se pode ver, é um método que exige dedicação por parte do pesquisador. Além disso, percebemos uma relação direta entre o estudo de caso e o jornalismo, a partir do momento em que consideramos de fundamental importância para se compreender o jornalismo a adoção de um método historiográfico.

Outra fase importante apontada pelo autor no processo de elaboração do estudo de caso consiste em encontrar proposições teóricas que dêem base à pesquisa. Muitos pesquisadores são levados a acreditar que este tipo de método dispensa a teoria. Yin (2010) ressalta, no entanto, que este pensamento não poderia estar mais equivocado, considerando que a teoria fornece uma boa base de orientação para o estudo. O autor explica que a generalização dos resultados do estudo de caso ocorre justamente na elaboração de uma teoria apropriada, e este é um aspecto importante de salientar-se já que uma crítica recorrente aos estudos de caso é que eles fornecem pouca base para a generalização científica. Como problematiza o autor:

‘Como você pode generalizar a partir de um único caso?’ é uma questão frequentemente ouvida. A resposta não é simples (KENNEDY, 1976). No entanto, considere por um momento que a mesma questão tivesse sido feita sobre um experimento: “como você pode generalizar a partir de um único experimento?” Na realidade, os fatos científicos são raramente baseados em experimentos únicos; eles são geralmente baseados em um conjunto múltiplo de experimentos que replicaram os mesmos fenômenos sob condições diferentes. [...] O estudo de caso, como o experimento, não representa uma ‘amostragem’ e ao realizar o estudo de caso, sua meta será expandir e generalizar teorias (generalização analítica) e não enumerar frequências (generalização estatística). (YIN, 2010, p. 36).

Nessa passagem o autor deixa claro que o método é generalizável às proposições teóricas, e não às populações ou universos. Este é o ponto que justifica o uso do estudo de caso como uma forte opção metodológica em investigações de caráter social aplicado, como é o caso do jornalismo. Para fortalecer essa proposta tomamos como exemplo uma pesquisa desenvolvida por Sue Robinson (2007), que adota o estudo de caso para uma compreensão do acontecimento jornalístico sobre Jim West, um político acusado de pedofilia. Para o estudo de Robinson a utilização do estudo de caso demonstrou-se eficaz e reforça a justificativa apresentada por Yin para utilização do estudo de caso em pesquisa social, mesmo quando adotado em um único caso, como o fez Sue Robinson.

Os casos observados

Para analisar a construção midiática do *impeachment* de Dilma Rousseff através das fotografias utilizamos o método de análise de conteúdo. Para operacionalizá-lo nos detivemos nas versões digitais de quatro meios: dois casos do Brasil (*Folha de S.Paulo* e *O Globo*) e dois da Argentina (*Clarín* e *La Nación*). O período analisado se circunscreve no lapso compreendido entre 31 de dezembro de 2015 e 31 de agosto de 2016, data em que a presidenta Dilma foi destituída pelo Congresso Nacional.

A técnica que se utilizou para construir o *corpus* foi a de “bola de neve”. Uma vez conformado um universo de publicações nos quatro meios, foram selecionadas aquelas que estavam acompanhadas de fotografias. Finalmente, consideramos aquelas que dessem conta dos argumentos que cada um destes meios, com relação aos seus contratos de leitura (VERÓN, 1985) e suas linhas editoriais, construíram para formar uma opinião pública favorável à ideia do *impeachment*. As variáveis para a análise foram as de *impeachment*, jornalismo, cidadania e militância.

Dado que os quatro meios escolhidos são os que podem entender-se como de referência para a opinião pública em cada um de seus países, encontramos a iconografia que sustenta as notícias e a análise tende a apresentar uma Dilma culpável antes do julgamento e, no caso da imprensa argentina, relacionada com a possível culpabilidade de Cristina Kirchner nos casos que não são similares.

Numa primeira instância, as referências cruzadas à estigmatização de Dilma⁴ permitem realizar operações em que a ideia de corrupção se associa à

⁴ <https://www.clarin.com/mundo/dilma-ocaso-guerrillera-llego-presidenta_0_SJTqRPEi.html>.

violência (a guerrilheira que chegou à presidência) e, por uma operação metonímica, à toda forma de governo popular⁵.

A caracterização iconográfica da militância do Partido dos Trabalhadores (PT) é apresentada como violenta e minoritária. Diferente disso, os partidários do *impeachment*, em sua maioria cidadãos de classe média sem preferências partidárias, se apresentam como maiorias que lutam pela transparência e democracia no Brasil. De igual maneira, a construção de argumentos em favor da desconfiança com o PT leva a uma vinculação da cobertura do apoio ao ex-presidente Lula a Dilma, e a minimizar a ideia de golpe institucional.

Os textos que questionam as políticas associadas com o populismo são contrapostos com imagens de um povo que tem “Lula na mira” e correspondem às características de um republicanismo que pode apresentar-se estereotipado. Nos protestos contra Dilma, favoráveis ao *impeachment*, os manifestantes são muitos, brancos, portando a bandeira nacional. Constituídos como donos das categorias de honestidade, transparência e democracia, se narra os detratores do PT com fotos em que se manifestam grandes multidões. A “realidade” construída como totalidade não apresenta diversidade de nenhum tipo. Todos os cidadãos representados nos relatos condensados através da imagem querem o *impeachment* e, basicamente, a destituição da presidenta Dilma.

Quando se analisam as imagens que mostram os partidários de Dilma observa-se que os enquadramentos os recortam em pequenos grupos ou simplesmente sozinhos. A maioria não é formada por brancos e a maior parte das fotos que os mostram se associa à ideia de combate - munidos de bandeiras vermelhas e com os punhos no alto. Além disso, na maioria das vezes são associados com corrupção e violência.

Na imprensa argentina se encontraram imagens que fazem referências locais: Dilma com Cristina Kirchner e os deputados nacionais que colocam cartazes em suas bancadas contra o golpe institucional. Nas decisões de enquadramento aparece a ideia de edição, e é através dela que aparece o posicionamento dos meios e seu interesse corporativo de apresentar a realidade narrada, argumentada e explicada.

Como propõe Miguel Wiñazki (1995, p. 16), “[...] no gênero jornalístico não existem os conceitos sem imagem, próprios da pretensão de inteligibilidade da razão pura.”. Mas também é através da condensação que

⁵ <<https://www1.folha.uol.com.br/internacional/es/brasil/2016/01/1725610-el-pt-reprodujo-practicas-antiguas-y-se-engolosino-dice-jefe-de-ministros.shtml>>.

se simplifica o que é complexo e se facilita a compreensão de um universo complexo, restringidos pelos posicionamentos das alianças daqueles que publicam.

Considerações Finais

No material analisado o enquadramento das fotos parece associar a imagem de Dilma Rousseff aos conceitos de corrupção, populismo e degradação social. Além disso, a construção de uma cidadania sem partido, sem organização ou militância surge com força. Dessa ideia surge a construção de uma opinião pública dissociada da política, mas que exerce sua politicidade pedindo a renúncia da presidenta, os julgamentos de seus partidários e a formação de um bloco que termina com o populismo e a corrupção.

Nesses conceitos, em que se baseia a necessidade de transparência e uma organização que esteja longe de jogos democráticos, o argumento parece apoiar-se no fato de que a organização, a militância, a criação de políticas públicas, em que os cidadãos que estavam relutantes em começar a participar da organização da política, são todos atravessados pela corrupção.

Na imprensa argentina os argumentos não se referem apenas à necessidade de *impeachment* de Dilma Rousseff. Além disso, e por contiguidade ideológica e espacial - como é apresentado nas fotografias selecionadas - se as políticas desenvolvidas durante o kirchnerismo são semelhantes às do PT, Cristina Kirchner tem um tratamento similar.

Com o uso de ferramentas retóricas e técnicas fotográficas as mídias analisadas constroem suas posições e uma opinião pública que apoia medidas que são legais, embora não tenham legitimidade.

Essa legitimidade é condensada em bandeiras nacionais, multidões de cidadãos nas ruas e o pedido de interpelação. Em troca, o povo organizado, os partidários do presidente com seus distintivos e punhos erguidos, é mostrado sozinho ou em pequenos grupos, sem o apoio necessário para reverter a ação do congresso ou políticas que os devolvam à sua situação de exclusão.

Referências

CLARÍN. Disponível em: < <https://www.clarin.com/> >.

DADER, J. L. **Periodismo de precisión** – vía socioinformática de descubrir noticias. Madri: Síntesis, 1997.

- ENTMAN, R. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *In*: LEVY, M.; GUREVITCH, M. (Ed.). **Defining media studies: reflections on the future of the field**. Nova Iorque: Oxford University Press, 1994.
- ENTMAN, R.; MATTHES, J; PELLICANO, L.; Nature, Sources and Effects of New Framing. *In*: WAHL-JORGENSEN, K.; HANITZSCH, T. (Ed.). **The Handbook of Journalism Studies**. New York: Routledge, 2009.
- FOLHA DE S. PAULO. Disponível em: <<https://www.folha.uol.com.br/>>.
- FORD, A. **La marca de la bestia**. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea. Buenos Aires: Norma, 1999.
- GROTH, O. **O Poder Cultural Desconhecido: fundamento da Ciência dos Jornais**. Petrópolis: Vozes, 2011.
- KUNCZIK, M. **Conceitos de jornalismo: Norte e Sul**. Manual de Comunicação. São Paulo: Edusp, 2002.
- LA NACIÓN. Disponível em: <<https://www.lanacion.com.ar/>>.
- LIPPMAN, W. **Public opinion**. New York: Greenbook Publications, 2010.
- O GLOBO. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/>>.
- QUANDT, T.; SINGER, J. B. Convergence and cross-platform content production. *In*: WAHL-JORGENSEN, K.; HANITZSCH, T. (Ed.). **The Handbook of Journalism Studies**. New York: Routledge, 2009.
- ROBINSON, S. The Cyber-Newsroom: A case study of the journalistic paradigm in a news narrative's journey from a newspaper to cyberspace. *In*: INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON ONLINE JOURNALISM, 2007, Austin.
- Anais eletrônicos...** Austin: [UTEXAS], 2007. Disponível em: <<https://online.journalism.utexas.edu/2007/papers/Robinson.pdf>>. Acesso em: 6 ago. 2014.
- SCHOEMAKER, P. J.; VOS, T. P.; REESE, S. D. Journalists and Gatekeepers. *In*: WAHL-JORGENSEN, K.; HANITZSCH, T. (Ed.). **The Handbook of Journalism Studies**. Nova Iorque: Routledge, 2009.
- VERÓN, E. El análisis del "Contrato de Lectura", un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. *In*: **Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications**. IREP: Paris, 1985.
- WIÑAZKI, M. El viaje de la escritura. El periodismo y el condicionamiento social. In WIÑAZKI, M y CAMPA. R. **Periodismo ficción y realidad**. Buenos Aires: Biblios, 1995. p. 8-57.
- YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2010.



TEXTO, IMAGEM E EDIÇÃO: os passos do *impeachment* sob a ótica discursiva do *Jornal Nacional* [Brasil]

TEXT, IMAGE AND EDITING: the steps of the impeachment under the discursive optic of the *Jornal Nacional* [Brazil]

Sérgio Arruda de MOURA¹

Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro | Brasil

Mozarth Dias de Almeida MIRANDA²

Centro Universitário Redentor | Brasil

Resumo

O artigo tem como objetivo analisar o discurso que resulta da intervenção da edição de texto e imagem em reportagem do *Jornal Nacional*, de 21 de outubro de 2015, que tem como tema o episódio da entrega da denúncia de irregularidade do governo Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados. Buscando abordar o discurso jornalístico de um momento político que influenciou muito a opinião pública, vamos procurar entender como texto e imagem formam um todo indiscernível que marca o discurso construído para efeitos de espetáculo. Concluímos que a edição é o lugar onde se dá o discurso ao privilegiar de forma particular a relação entre o que o texto diz e o que a imagem mostra e por ser o lugar onde se firma o contrato de comunicação entre os sujeitos.

Palavras-chave

Telejornalismo; Discurso jornalístico; Impeachment; Edição televisual, *Jornal Nacional*.

Abstract

The article aims to analyze the discourse resulting from the intervention of text and image editing in a news report of the *Jornal Nacional* on October 21st, 2015 whose topic was the presentation of charges of irregularities against Dilma Rousseff Government to the Chamber of Deputies. Seeking to approach the journalistic discourse of a political moment that had a great influence on public opinion, we intend to understand how text and image form an indiscernible whole that distinguishes a discourse produced for show purposes. We conclude that editing is the place where discourse occurs by privileging in a particular way the relationship between what the text expresses and what the image shows and by being the place where the communication contract between the subjects is signed.

Keywords

Journalism; impeachment; discourse; telejournalism; editing; *Jornal Nacional*.

RECEBIDO EM 10 DE AGOSTO DE 2018
ACEITO EM 11 DE SETEMBRO DE 2018

¹ JORNALISTA. Doutor em Letras pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Mestre em Letras pela Universidade Federal de Pernambuco. Graduado em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco. Atua como professor do Programa de Pós-Graduação em Cognição e Linguagem da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro. Contato: arruda.sergio@gmail.com

² JORNALISTA. Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Cognição e Linguagem da Universidade Estadual do Norte Fluminense. Mestre em Televisão Digital pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Contato: mozarthdias@hotmail.com

Introdução

Nunca a imagem foi tão cultuada e colocada no centro em escala individual como nos nossos dias. Mais do que nunca se pode dizer dela que vale por mil palavras. Contudo, também nunca se escreveu tanto. Como forma de apoio à imagem ou de expressão necessária, o texto também volta à cena na cultura contemporânea, dita digital, como forma de casar a expressão às formas da expressão pessoal.

Entretanto, texto e imagem não se encontram fortuitamente agregando as qualidades sígnicas de um e de outro de forma natural. Nesses termos, temos como objetivo no presente artigo abordar a forma como texto e imagem se alinham para formar o todo discursivo, e como este aciona os pressupostos políticos e ideológicos, ou seja, os posicionamentos que indelevelmente são veiculados. Do texto ao discurso, ou seja, das formas literais e internas do sistema da língua surge o discurso, os posicionamentos que nascem das relações entre falantes. O *dito* e o *dizer* casam-se no ato comunicativo de uma reportagem telejornalística, por exemplo, a partir do controle da edição.

Neste sentido, faz-se necessária uma demonstração prática e analítica da forma como se mesclam texto e imagem a partir dos procedimentos típicos da edição. Assim, selecionamos uma reportagem de um conjunto de dez, veiculadas pelo *Jornal Nacional*, da TV Globo, e produzidas no decorrer do período de tramitação do pedido de *impeachment* da então presidente Dilma Rousseff, que se estendeu de outubro de 2015 a novembro do ano seguinte.

O conteúdo utilizado por ora é a primeira reportagem, que teve como pauta a entrega do pedido de afastamento da presidente ao então presidente da Câmara dos Deputados, o deputado Eduardo Cunha (PMDB-RJ). Os nossos objetivos são: observar como a construção da narrativa de reportagem, a partir de seleção precisa de material, constrói o discurso, classificando e filtrando os dispositivos de fala e de seu encaixe, de modo a favorecer um sentido.

Por texto jornalístico entendemos tanto o *roteiro* lido pelo apresentador quanto a fala do repórter externo, bem como a dos personagens envolvidos no fato, além do depoimento de especialistas. Esses textos, aliados às imagens obtidas de pessoas e objetos, compõem uma narrativa cênica e formam o que chamamos reportagem (ou matéria) televisiva. O gênero reportagem para o telejornal tem assim a sua forma definida no âmbito de

uma forma narrativa que mescla texto e imagens, amalgamados por um terceiro fator, que é a edição.

Temos, assim, como objeto de nossa investigação a edição como um aparato de controle do tempo da extensão da reportagem, mas não apenas. A edição é aquilo que controla o que podemos chamar de o modo como se conta uma história ou, nos termos de uma teoria do discurso, aquilo que possibilita o que se quer ou se pode dizer.

Existem diversas formas de se contar uma história. O estilo pode até ser definido como uma forma de controle sobre a narrativa. Um romance, por exemplo, encontrará a sua forma de conduzir a narrativa, optando pela linearidade cronológica dos fatos, ou usando o recurso do *flashback* ou *flashforward*, ou optando por uma língua específica. Pode apenas sugerir uma cena, mas pode também consubstanciar o pensamento do personagem e conduzir a formação do caráter dele, bem como suas intenções, suas frustrações, seus conflitos e acordos. Enfim, a narrativa sofre o controle de quem a assume e, muitas vezes, suas idiosincrasias, seu inconsciente e sua ideologia seguem juntos.

Assumimos no presente texto a ideia de que é a edição a chave-mestra da narrativa telejornalística, o lugar de onde emanam os sentidos do discurso, porque está em seus procedimentos a condução dos instrumentos de controle, como veremos.

No telejornal, cotidianamente, nos envolvemos com um sem-número de histórias, sintetizadas no imenso painel noticioso que forma hoje a oferta de noticiário via TV. Este painel diário em si mesmo é também um exemplo de edição como discurso porque ele é resultado de um trabalho intenso de seleção, ajuste, classificação editorial, afinamento ideológico, tratamento final, veiculação.

A questão que problematiza nossa investigação diz respeito ao papel dos processos próprios de que o telejornalismo se utiliza para gerar aquilo que, por sua vez, vai trabalhar para produzir os sentidos. Em outras palavras, tem como foco identificar e problematizar o modo como as estratégias utilizadas conceberam a notícia.

A justificativa para o desenvolvimento desse trabalho se resume a esclarecer como o processo passa por interferências, e como elas estão evidentes nas soluções encontradas pela reportagem.

O contexto pós-*impeachment* situa-se também no fato de que as narrativas naturalizadas e sedimentadas no grande arquivo da *web* formam um *continuum* e se estabelecem como documentos à disposição da História. Enfim, o *impeachment* da presidente Dilma, ou o *golpe*, como

também ficou conhecida a ação político-parlamentar no fluxo da contra-informação discursiva fora da grande imprensa, agora faz parte do discurso histórico e as ferramentas de sua análise passarão a ser outras.

Discurso jornalístico e suas estratégias discursivas

Poucos decidem o que apurar e produzir, e através desse processo, reportar e editar. Para definir se vale a pena ou não, é necessário que a notícia possua alguns princípios, como aponta Cruz Neto (2008, p. 17), que são os seguintes: atualidade, novidade, veracidade, periodicidade, interesse público, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoção e consequências.

Convenhamos que esses pontos não se coadunam com o quesito objetividade e neutralidade jornalística de forma natural. A edição começa com a acomodação da notícia a esses critérios, todos ou parte deles. Tratar uma notícia cujo centro de interesse parece ser o conflito político exigirá um esforço sobrenatural que obedece a uma fórmula simples, ainda mais no campo da política partidária, em que os escrúpulos não funcionam como moeda de troca ou negociação.

Aqueles princípios em nada interessam ou dizem respeito à textualidade da reportagem dentre os quais os que lhe asseguram um gênero e um tipo – o que interessa aqui é a sua validação estratégica editorial, ou seja, o que a torna um discurso. Por exemplo: Vilella (2008, p. 76) define a característica “atualidade” da notícia da seguinte forma: “[...] quanto maior mudança acontecer no presente mais atrativo o fato se torna [...]”. Não há dúvida sobre a dimensão jornalística de um evento como o do pedido de *impeachment*.

No que tange à “veracidade”, o consumidor da notícia acredita na apuração e pesquisa desenvolvida pelo veículo de imprensa, ou seja, aquela informação foi construída baseada em dados e relatos reais, verdadeiros. Em relação ao princípio da periodicidade, boa parte dos telejornais é exibida nos dias úteis, e essa relação de presença diária programa o telespectador a acessar aquele periódico.

Nas abordagens jornalísticas que cobrem situações de “conflito” são marcantes as disputas políticas, notadamente as partidárias, como exatamente passaram a ocorrer de forma mais marcante desde quando se iniciaram os procedimentos que resultaram no *impeachment*.

Quando buscamos o artifício do “suspense”, deixamos no público que acompanha o telejornal a expectativa de uma solução. “É importante saber

dosar a descrição do fato para evitar o espetáculo [...]” (VILLELA, 2008, p. 99), embora tenha sido exatamente isso o que não aconteceu no episódio político que trataremos. Outro ingrediente que esteve presente nas coberturas foi o fator “emoção”, a partir do depoimento dos envolvidos nos dois lados da contenda política, ao se posicionarem como guardiões comprometidos com a boa condução política do País.

Só depois de entender que a notícia pode ser gerada é que se pode também entender como ela se tornou um valor. Importante marcar esses princípios e o quanto eles comprometem a neutralidade do fato cru, sem tratamento editorial. Fica assim marcada também a impossibilidade da neutralidade jornalística, já que muitos fatores a condicionam, ainda mais quando são ajuizados por um sujeito-editor, ele mesmo um ser de linguagem. Afinal, no discurso, “[...] a linguagem não faz sentido, a não ser na medida em que este é considerado em um certo contexto psicológico e social [...]” (CHARAUDEAU, 2010, p. 15).

Enfim, depois de captados os relatos das fontes e as imagens começa o penoso trajeto de produção da notícia.

No texto analisado o tempo da reportagem foi de 2 minutos e 34 segundos, somando a cabeça lida pela apresentadora Sandra Annenberg e a nota final, também lida por ela. O material foi produzido em Brasília no dia 21 de outubro de 2015, e teve o repórter Julio Mosquera como autor. Já no primeiro *off*, as imagens que cobrem esse texto são dos deputados puxando um carrinho no corredor do Congresso com as caixas contendo as milhares de páginas do processo de denúncia. O texto do repórter seguiu essas imagens e trouxe detalhes nas informações para não parecerem redundantes. A lauda parcial a seguir ilustra como a reportagem foi confeccionada e exibida no telejornal.

Esta primeira reportagem, de uma série de 10, tem como pauta central o deputado Cunha, a quem cabe, como presidente da Câmara, receber o pedido de *impeachment* - na verdade, mais um dos inúmeros que são protocolados a cada mandato. É que, na seleção do material, na chamada da reportagem, ele aparece como alvo de protestos, já que representa a oposição e ocupa cargo estratégico de aceitação ou não da denúncia. A ele foi dado o protagonismo da narrativa, já que o foco da reportagem reside na entrega da documentação. No entanto, fazendo parte da oposição ao governo Dilma, coube justamente a ele o instrumento legal de deposição de um governo que a oposição queria destituir.

Para efeitos práticos recompusemos a reportagem tal como ela se apresenta nos *scripts* de um telejornal, como se segue:

Tabela 1 – *Script* da edição do Jornal Nacional do dia 21 de outubro de 2015

TELEJORNAL: JORNAL NACIONAL RETRANÇA: PEDIDO IMPEACHMENT DILMA REPÓRTER: JULIO MOSQUÉRA PRAÇA: BRASÍLIA DATA: 21/10/2015 VT: 2'34''	
VÍDEO	ÁUDIO
<p>BANCADA – SANDRA ANNENBERG E WILLIAM BONNER</p> <p>ENQUADRAMENTO FECHADO E CORTE PARA CÂMERA EM TRAVELLING</p> <p>///RODAR VT//</p> <p>DI: "A OPOSIÇÃO..." DF: "...EDUARDO CUNHA"</p> <p>OFF1-IMAGENS: DEPUTADOS ANDANDO NO CORREDOR DO CONGRESSO NACIONAL EMPURRANDO UM CARRINHO COM CAIXAS DE ARQUIVO. O LOCAL ESTAVA CHEIO E A IMPRENSA COBRIA O FATO. ERAM QUATRO CAIXAS AZUIS COM DOCUMENTOS QUE PROVAM AS PEDALADAS FISCAIS. O GRUPO ENTREGA AO PRESIDENTE DA CÂMARA, EDUARDO CUNHA, OS PACOTES DE DOCUMENTOS</p> <p>SONORA: RUBENS BUENO (PPS-PR)</p> <p>OFF2-IMAGENS: MOVIMENTO NOS CORREDORES COM O LÍDER DO GOVERNO ATENDENDO ASSESSORES E IMPRENSA.</p> <p>SONORA: DEPUTADO JOSÉ GUIMARÃES (PT-CE)</p> <p>OFF3- IMAGENS: EDUARDO CUNHA ANDANDO PELOS CORREDORES MOVIMENTADOS DO CONGRESSO COM JORNALISTAS, ASSESSORES, DEPUTADOS// ELE CONVERSA COM A IMPRENSA//</p> <p>SONORA: DEP. EDUARDO CUNHA – PRESIDENTE DA CÂMARA (PMDB-RJ)</p>	<p>CABEÇA-SANDRA: O PRESIDENTE DA CÂMARA EDUARDO CUNHA FOI ALVO DE UM PROTESTO DENTRO DO CONGRESSO, E RECEBEU DA OPOSIÇÃO MAIS UM PEDIDO DE <i>IMPEACHMENT</i> DA PRESIDENTE DILMA//</p> <p>///RODAR VT//</p> <p>OFF1: A OPOSIÇÃO CHEGOU COM UM CARRINHO PARA ENTREGAR AS MILHARES DE PÁGINAS DO NOVO PEDIDO DE <i>IMPEACHMENT</i>// DOCUMENTOS QUE TRATAM DAS PEDALADAS FISCAIS DO ANO PASSADO TRAZEM QUATRO DECRETOS ASSINADOS PELA PRESIDENTE DILMA EM JULHO, AGOSTO E SETEMBRO PARA MOSTRAR QUE ELA TERIA GASTO ESTE ANO R\$820 MILHÕES, SEM AUTORIZAÇÃO DO CONGRESSO//</p> <p>"ELA COMETEU CRIME DE RESPONSABILIDADE COM AS PEDALADAS FISCAIS QUE ESTÃO AGORA NESSE DOCUMENTO ÚNICO APRESENTADO HOJE PELAS LIDERANÇAS DE OPOSIÇÃO// ENTÃO DEIXO CLARAMENTE QUE A PARTIR DE AGORA CABE AO PRESIDENTE ANALISAR E DIZER PARA O PAÍS SE ACEITA OU NÃO O PEDIDO DE <i>IMPEACHMENT</i>"//</p> <p>OFF2: O LÍDER DO GOVERNO NA CÂMARA DIZ QUE A OPOSIÇÃO CONTINUA EM CAMPANHA E QUE DEVERIA PENSAR EM OUTROS ASSUNTOS PARA AJUDAR O PAÍS.</p> <p>"QUE TAL O NATAL COM DRU? COM CPMF? ESSA IDEIA BRILHANTE QUE O PSDB CRIOU EM DÉCADAS PASSADAS QUE FOI A CRIAÇÃO DA CPMF"//</p> <p>OFF3: CUNHA NÃO DISSE SIM PARA A OPOSIÇÃO, NEM NÃO PARA O GOVERNO// VAI LEVANDO O <i>IMPEACHMENT</i> EM BANHO-MARIA. E IRONIZOU AS PEDALADAS FISCAIS DA PRESIDENTE DILMA.</p> <p>"AS PEDALADAS JÁ ESTÃO VIRANDO MOTOCICLETA.</p>

<p>OFF4 - IMAGENS: ELE CONVERSA COM A IMPRENSA – IMAGEM DA ENTREVISTA</p> <p>PASSAGEM: JULIO MOSQUÉRA – BRASÍLIA</p> <p>CENÁRIO: AO FUNDO O PLENÁRIO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS EM DISCUSSÃO SOBRE ALGUMA PAUTA – A PASSAGEM FOI GRAVADA DA TRIBUNA, ENTÃO O PLENÁRIO ESTÁ ABAIXO</p> <p>OFF5-IMAGENS: GRANDE MOVIMENTO DE PARLAMENTARES NA GALERIA DE EX-LÍDERES COM DISCURSOS DE ALGUNS DELES// NA PAREDE TEM AS FOTOS DE ANTIGOS LÍDERES DO PMDB//</p> <p>IMAGEM DA FAIXA DO PSOL “ELOGIO À CORRUPÇÃO, NÃO” – SEGURADA POR DEPUTADOS DO PARTIDO E MANIFESTANTES. O MANIFESTO ACONTECEU NO SALÃO VERDE.</p> <p>IMAGEM-SOBE SOM: CUNHA DANDO ENTREVISTA</p> <p>OFF6-IMAGENS: ELE FINALIZA A ENTREVISTA</p> <p>SONORA: CUNHA (VOLTA)</p> <p>OFF7: IMAGENS – CHICO ALENCAR EM DISCURSO AOS MANIFESTANTES NO SALÃO VERDE</p> <p>SONORA: DEP. CHICO ALENCAR (PSOL-RJ)</p> <p>OFF8: IMAGEM DIGITALIZADA DA NOTA DO PDT COM A RETIRADA DAS DUAS FRASES EM APOIO A PRESIDENTE DILMA E A FAVOR DA RENÚNCIA DE CUNHA</p> <p>VOLTA SANDRA ANNENBERG – BANCADA</p>	<p>SAIU DA BICICLETA FOI PARA A MOTOCICLETA”.</p> <p>OFF4: MAS NÃO DEU PRAZO PARA RESPONDER AO PEDIDO DE <i>IMPEACHMENT</i>.</p> <p>“ENQUANTO ISSO, O PRESIDENTE DA CÂMARA VAI SEGURANDO CRÍTICAS MAIS CONTUNDENTES DA OPOSIÇÃO// E VÊ OS DEPUTADOS GOVERNISTAS SEGUIREM À RISCA A ORIENTAÇÃO DO PALÁCIO DO PLANALTO PARA QUE ELE SEJA POUAPADO DOS DISCURSOS NO PLENÁRIO”//</p> <p>OFF5: E HOJE, ENTROU PARA A GALERIA DE EX-LÍDERES DO PMDB NA CÂMARA SOB ELOGIOS DE DEZENAS DE DEPUTADOS// O PSOL É QUE NÃO DÁ SOSSEGO AO PRESIDENTE DA CÂMARA// COM A AJUDA DE DEPUTADOS DE OUTROS PARTIDOS, PUXOU UMA MANIFESTAÇÃO NO SALÃO VERDE PARA DIZER: NÃO A ELOGIOS À CORRUPÇÃO// DURANTE A MANIFESTAÇÃO, CUNHA DAVA ENTREVISTA. ALGUNS PARLAMENTARES PUXARAM UM CORO PELA RENÚNCIA//</p> <p>///SOBE SOM/// “O SENHOR MENTIU NA CPI DA PETROBRÁS// DECLAROU UM PATRIMÔNIO FORA DO BRASIL 37 VEZES MAIOR DO QUE DECLAROU À JUSTIÇA ELEITORAL BRASILEIRA// QUANDO O SENHOR VAI RENUNCIAR?”//</p> <p>OFF6: CUNHA FOI OBRIGADO A TERMINAR A ENTREVISTA.</p> <p>“É UMA CASA DEMOCRÁTICA, CADA UM TEM O DIREITO DE SE MANIFESTAR DO JEITO QUE QUISER”,</p> <p>OFF7: O LÍDER DO PSOL COMEMOROU A PRIMEIRA MANIFESTAÇÃO ABERTA CONTRA CUNHA DENTRO DA CÂMARA//</p> <p>“A INSATISFAÇÃO, POR INCRÍVEL QUE PAREÇA, POR MAIS QUE SE FECHOU A CÂMARA, ECOA AQUI DENTRO”//</p> <p>OFF8: NO FIM DA TARDE, O PDT, QUE FAZ PARTE DA BASE DO GOVERNO, DIVULGOU NOTA CONTRA O <i>IMPEACHMENT</i> DA PRESIDENTE DILMA E A FAVOR DA RENÚNCIA DE EDUARDO CUNHA//</p> <p>///FIM VT///</p> <p>NOTA: O COORDENADOR JURÍDICO DA CAMPANHA DE DILMA ROUSSEFF, FLÁVIO CAETANO, DISSE QUE A MUDANÇA NO PEDIDO DE <i>IMPEACHMENT</i> DA PRESIDENTE DILMA QUE JÁ TINHA SIDO APRESENTADO É UMA MANOBRA POLÍTICA QUE DESRESPEITA DECISÃO DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL//</p>
--	--

Fonte: Elaborada pelos autores

Contextos político e econômico pré-*impeachment*

A ex-presidente Dilma Rousseff conseguiu se reeleger no cargo nas eleições de 2014. Manteve a linha de governo do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva nos seus dois mandatos, de 2002 a 2010. Dilma fora executiva da Petrobrás e chefe da Casa Civil no governo Lula. Então, o estilo de governo dela tentou, em parte, seguir a forma Lula de administrar o dinheiro público, mas divergiu em alguns itens, como as conduções políticas e econômicas.

O ex-presidente tinha melhor habilidade para dialogar com o Congresso e Senado, e assim facilitava a aprovação dos projetos de lei do Executivo. Ele aproveitou esse canal aberto para gerenciar crises internas como o processo do Mensalão, em 2005. Dilma não detinha habilidade de negociação com as bancadas parlamentares. Elas trazem vícios que devem ser alimentados, e esse é um dos aspectos da governabilidade que cobram um alto preço ao favorecer o desgaste e a incoerência política. Para mediar essa situação, o governo contou com o apoio do PMDB³, a maior bancada do Congresso, e desde a primeira gestão o símbolo representante do partido era o vice-presidente Michel Temer. Ainda na esfera política, a ex-presidente enfrentou outros desgastes, como o das manifestações de junho de 2013 e, ainda, a instauração da Operação Lava Jato em 2014 contra a corrupção. O foco da operação do MPF⁴, nas primeiras fases, eram os políticos do Partido dos Trabalhadores (PT). As investigações seguiram, após a saída de Dilma do cargo, só que com outros partidos citados nas delações premiadas aos juízes Sérgio Moro, em Curitiba, e Marcelo Brêtas, no Rio de Janeiro, e de forma a deixar a sensação real de que elas não atingiram políticos importantes, entre os quais os da sigla PSDB⁵ e do presidente em exercício.

Além da instabilidade política, a economia também sofria golpes. O cenário mundial havia mudado, e as exportações de produtos brasileiros, em 2015, sofreram queda, a exemplo do preço do barril do petróleo (de 125 dólares em 2011 para 49 dólares em 2014); a tonelada do minério de ferro perdeu um terço do valor em apenas três anos; e os investimentos estrangeiros reduziram em mais de 30% de 2014 para 2015.

³ Partido do Movimento Democrático Brasileiro.

⁴ Ministério Público Federal.

⁵ Partido da Social Democracia Brasileira.

Os rumores de *impeachment* começaram logo após a vitória nas urnas e, mal o novo governo assumiu, as articulações começaram. As instabilidades, já citadas, ajudaram a fortalecer os argumentos das bancadas desprivilegiadas pela presidente, e só faltava encontrar outro motivo que pesaria na conta: as pedaladas fiscais.

Mas, à parte a retórica da nomenclatura jurídica e fiscal, o que realmente pesou no processo foi o “estrago” da imagem do governo via TV e tecnologias digitais ao alcance da mão do cidadão ávido por participação, fosse qual fosse, incluindo as que não se justificaram politicamente.

As pedaladas são atrasos de pagamentos a bancos públicos, não informados de forma clara ao Congresso entre 2014 e 2015. Assim, a situação parece melhor do que se imagina e o Governo paga juros a mais impactando o orçamento. Para a oposição, Dilma teria “pedalado” no Plano Safra, que é o crédito subsidiado para agricultores familiares, e atrasado os repasses feitos ao Banco do Brasil. Segundo a perícia do Senado, a presidente não efetuou as pedaladas porque não teria influenciado nem de forma direta nem indireta nesses atos, mas ficou identificado na investigação que ela assinou quatro decretos de crédito suplementar sem autorização do Congresso. O documento dos peritos do Senado ajudou a defesa da presidenta, e também reforçou os argumentos da oposição.

Esse olhar geral que descrevemos nos últimos parágrafos não tem a intenção de justificar ou julgar qualquer processo político, mas serve para nos auxiliar quanto às análises da reportagem e na forma com que cada autor vai colaborar com o olhar mais crítico.

O valor-notícia em debate

O jornalismo, na verdade, não está à mercê do controle individual da notícia que diariamente colhe nas ruas. Ou seja, um jornalista não é exatamente um agente de mudanças autônomo. Warren Breed (1993) apresentou os mecanismos de controle editorial e político nas redações através da perspectiva do *gatekeeper*. Para Breed, os profissionais se adaptam às normas de publicação das empresas jornalísticas e trabalham com as definições pré-estabelecidas. Para ele, são seis os motivos que fazem os profissionais se afinarem com a política editorial:

[...] a autoridade institucional e as sanções, os sentimentos de dever e estima para com os superiores; as aspirações; a mobilidade profissional; a ausência de fidelidade de grupo contrapostas; o caráter agradável do trabalho; o fato de a notícia ser transformada em valor [...] (BREED, 1993, p. 157).

O crivo dos editores na escolha dos assuntos que devem ir ao ar, ou não, depende de análises corporativas, intuitivas ou até políticas. “É um processo pelo qual as mensagens existentes passam por uma série de decisões, filtros (*gates*) até chegarem ao destinatário ou consumidor [...]” (VIZEU, 2003, p. 78).

Essa reflexão feita por Vizeu (2003) serve para entender como as notícias são, ou que imagem as notícias fazem do mundo, e/ou como a produção delas está associada ao dia a dia da produção nas redações das emissoras de TV. Tal definição nos coloca à frente de características expressivas e mutantes no contexto interpretativo do jornalista.

O limite rígido do tamanho do telejornal é um dos fatores que dificulta o “[...] aprofundamento de aspectos importantes dos fatos que viram notícia, e que são deixados de lado[...]” (VIZEU, 2003, p. 82). Outro ponto que se modifica com frequência é o valor-notícia que são os critérios de relevância espalhados no decorrer de todo o processo de produção.

O elemento fundamental das rotinas produtivas, isto é, a substancial escassez de tempo e de meios, acentua a importância dos valores/notícia, que se encontram, assim, profundamente enraizados no processo produtivo [...] (WOLF, 1994, p. 83).

À medida que as mudanças vão acontecendo, na forma de cobrir o fato e as variáveis nas abordagens dos conteúdos solucionadas, acontecem os ajustes dos valores-notícia. Os contextos mudam e o jornalismo como atividade circunscrita às ciências sociais aplicadas analisa os novos rumos e se adapta às demandas.

Discurso jornalístico

O *corpus* sobre o qual vamos nos debruçar faz parte de um conjunto de dez reportagens veiculadas pelo *Jornal Nacional* da Rede Globo durante o período de tramitação do *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff. No subitem anterior procuramos dar um panorama geral da realidade na qual esse conteúdo foi produzido.

Inicia-se o trabalho de análise pela configuração do corpus, delineando-se seus limites, fazendo seus recortes, na medida mesma em que se vai incidindo um primeiro trabalho de análise, retomando conceitos e noções [...] (ORLANDI, 2010, p. 66).

Para Orlandi (2010), a análise de discurso consiste em identificar, também, o que foi dito e o que não foi dito no texto. Por mais que as imagens precisem ser marcadas e comentadas, elas se mostram sozinhas e “discursam” a partir da seleção/edição que fazem delas.

Desde o início do texto a emissora enfoca uma crítica ao presidente da Câmara. Na cabeça lida pela apresentadora a primeira informação foi o protesto contra o parlamentar, e essa nem era a principal questão do dia, e da reportagem. Mas como as denúncias contra Cunha de gastos abusivos, investigadas através da quebra de sigilo bancário de contas na Suíça, foram confirmados em reportagem especial veiculada em outro programa da emissora, o *Fantástico*, no dia 13 de março de 2016, isso fez com que ele também fosse alvo de pressão da opinião pública. O trecho ao qual nos referimos é o que se segue: “O presidente da Câmara, Eduardo Cunha, foi alvo de um protesto dentro do Congresso, e recebeu da oposição mais um pedido de *impeachment* da presidente Dilma.”⁶.

Nesse trecho já fica evidente o trabalho de oposição entre líderes dos diferentes poderes e envolvidos em polêmicas. Até certo ponto, a relação não pode ser agressiva e cria um clima de tensão no ar.

Além da história que envolve o contexto, que é amplo, na reportagem em questão se observa que os parlamentares produziram um acontecimento que era fundamental que fosse registrado pela grande mídia com toda a movimentação e entrega de grande documento que questionava a lisura na gestão de Dilma. Os sujeitos envolvidos no episódio-espetáculo entram em sintonia com o *ethos* da imprensa que também aprecia a sensação de espetáculo como discurso da notícia.

No decorrer da reportagem os receptores da informação ficam diante da exposição de uma guerra que saiu dos bastidores e se tornou midiática, com a troca de farpas e acusações. São esses os dois eixos do conflito que a notícia se interessa em acentuar. O processo de *impeachment* era uma possibilidade naquele momento. A articulação do PSDB para movimentar o *status quo* político foi feita aproveitando a instabilidade do governo e a insegurança do futuro de um país em pleno conflito.

Orlandi (2010) ressalta que a direção argumentativa do autor do texto é um fator relevante para contribuir com a absorção do conteúdo. Trazer a principal realidade com as oposições das opiniões e procurar não deslizar no envolvimento com as ideologias foi a estratégia do produtor da notícia. Na

⁶ cf. Tabela 1.

passagem do repórter, trecho em que o jornalista aparece e faz a transição para outro viés do texto, foi constatado um posicionamento para evitar maiores desgastes.

O jornalista balizou o caminho a ser traçado, pois naquele momento era importante que as instâncias se respeitassem e não se desgastassem mais. Naquela época, tanto Cunha quanto Dilma estavam com a imagem em tom negativo perante a sociedade. No entanto, as irregularidades em um e noutro têm diapasões diferentes, porque já havia crime de evasão de divisas confirmado nas atividades do deputado e nada ainda na conduta da presidente.

O discurso midiático de acordo com Charaudeau

Na abordagem de Charaudeau (2010) sobre as fontes na mídia, estas são sempre identificadas para marcar *status*, função, nome e se pertencem ou não a um organismo, setor, instituição. Esses fatores influenciam na credibilidade da notícia, verdade, seriedade profissional. Nesse sentido, os quatro entrevistados que participaram da reportagem foram identificados, cada um representando um posicionamento ideológico e ali, naqueles três minutos de reportagem, defenderam o seu nicho ideológico, ou seja, o seu *status* de legítimos representantes da instituição a quem compete o processo.

Para organizar a hierarquia do material a ser exibido o repórter buscou relatar o acontecimento. Essa estratégia é a mais utilizada para evitar o envolvimento do profissional com o tema abordado.

Enfim espera-se do autor de uma reportagem que ele esteja o mais próximo possível da suposta realidade do fenômeno, pois esse não faz parte da ficção, e também se espera que demonstre imparcialidade, isto é, que sua maneira de perguntar e de tratar as pessoas não seja influenciada por seu engajamento, por se tratar de um jornalista (isso se daria de outro modo se o autor da reportagem fosse uma personalidade de fora das mídias)[...] (CHARAUDEAU, 2010, p. 222).

Dessa forma, os dados e informações narrados pelo jornalista são os fatos relatados e as opiniões embutidas de outros agentes (deputados) são parte do dito relatado.

Tal acontecimento é constituído por fatos e ações dos atores que se acham implicados: trata-se, nesse caso, de "fato relatado"; mas

também de palavras com declarações e demais reações verbais dos atores da vida pública: é o que chamamos de “dito relatado” [...] (CHARAUDEAU, 2010, p. 150).

O autor explica que o acontecimento passa por racionalizações (edição) antes de ser divulgado e, assim, a construção da realidade, que começa na rua com a percepção do repórter, depois segue com a montagem do texto e, logo após o olhar do editor, se conclui com o direcionamento do conteúdo e enquadra as intenções da mídia. “Assim, a instância midiática impõe ao cidadão uma visão de mundo previamente articulada, sendo que tal visão é apresentada como se fosse a visão natural do mundo” (CHARAUDEAU, 2010, p. 151).

O caminho percorrido nessa reportagem consiste em mostrar o factual do dia, e depois trazer os diferentes pontos de vista, “costurando” as intenções e despertando as reações do público. O relato tem um ponto de vista e não pondera as opiniões, por ser um terreno sem regras para desbravar. Nem todos os políticos têm o mesmo espaço, visto que não é uma regra fora do período de propaganda eleitoral. É aqui que a edição aproveita os melhores personagens, mesmo se eles penderem para um lado específico.

A primeira fonte no discurso é um tanto “autoritária” (ORLANDI, 2010, p. 86), pois é categórica no julgamento da denúncia, e com isso acaba pressionando o aceite do processo.

O depoimento abaixo selecionado da entrevista do deputado Ruben Bueno (PPS-PR)⁷ é identificado pela oração direta, apontando a origem e as provas que embasam a denúncia.

Ela cometeu crime de responsabilidade com as pedaladas fiscais que estão agora nesse documento único apresentado hoje pelas lideranças de oposição. Então deixo claramente que a partir de agora cabe ao presidente analisar e dizer para o país se aceita ou não o pedido de *impeachment*.

Ele disponibiliza a documentação e ainda exige a reação do presidente. Essa estratégia da oposição marca o território e o posiciona a favor da mudança de poder.

Como existe um fogo cruzado, e uma possível motivação do PSDB para fortalecer o embate entre as bancadas da base e da oposição, fica mais fácil fragilizar a fonte do poder. O representante do governo rebate a pressão atacando a origem do foco.

⁷ Cf. Tabela 1.

Na sequência, o depoimento do deputado José Guimarães (PT-CE) líder do governo, parece inteiramente deslocado da condução da narrativa, já que põe em cena o PSDB que, até o instante, não havia sido pronunciado, pelo menos no episódio relatado na reportagem em análise: “Que tal o Natal com DRU? Com CPMF? Essa ideia brilhante que o PSDB criou em décadas passadas que foi a criação da CPMF?”⁸

Daí se percebe uma discrepância da extensão e validação das explicações dos agentes envolvidos com o fato. Outro fator que não podemos esquecer é a diferença no poder de argumentação e de relevância na abordagem do conteúdo transmitido em cada entrevista editada.

É que pode ser estrategicamente útil jogar com a possibilidade de não fornecer índices do dito relatado, ou de sugerir-los, ou de deixá-los à apreciação do interlocutor. [...] É nesse jogo de marcação-demarcação por um lado, não marcação-integração, de outro, que se situa o discurso das mídias de informação [...] (CHARAUDEAU, 2010, p. 162)

O representante da base governista tenta desviar o foco do assunto com a reversão de atos antigos praticados por outra gestão, mas que serve como um contra-ataque ao PSDB. A narrativa busca não se envolver, porém mostra a alternativa para ganhar tempo com o apoio do governo.

Assim sendo, a reportagem deve adotar um ponto de vista distanciado e global (princípio de objetivação) e deve propor ao mesmo tempo um questionamento sobre o fenômeno tratado (princípio de inteligibilidade) [...] (CHARAUDEAU, 2010, p. 221).

É para atender a todos esses princípios que existe uma infinidade de roteirizações, com diferentes abordagens, como encaixes de entrevistas, artes, dados – são artifícios válidos para a explicação do fato. Determinação aplicada, mas com toques de malícia que podem ser percebidos em leitura mais atenta.

A cena exhibe imagens de Cunha andando pelos corredores movimentados do Congresso em meio aos jornalistas e demais parlamentares, enquanto se houve em *off*: “Cunha não disse sim para a

⁸ Cf. Tabela 1.

oposição, nem não para o governo// vai levando o *impeachment* em banho maria e ironizou as pedaladas fiscais da presidente Dilma.”⁹ .

A reportagem não diz, mas no final fica evidente que o pronunciamento de Cunha (“As pedaladas já estão virando motocicleta/ saiu da bicicleta foi para a motocicleta”), o carrinho com as milhares de páginas, os apupos dirigidos a ele por haver entrado na galeria dos ex-presidentes, formam um pequeno espetáculo midiático que se repetirá ao longo do penoso processo exatamente como tal. A edição não atentou para o princípio da objetivação (CHARAUDEAU, 2010) e deu fôlego a um último “herói” da oposição, com os seus dias contados com o avanço das investigações contra ele.

Em um primeiro estágio da análise pode-se inferir que a estratégia do repórter e do editor consiste em utilizar termos populares para chegar a objetivos específicos - como o “sim” e o “não” para estabelecer a polarização dos poderes e o choque entre eles, e o termo “banho-maria” para simbolizar o “cozimento” do governo, ganhar tempo. E quem estava monitorando a temperatura da água, mantendo a simbologia, era o presidente da Câmara Federal.

Cunha não deixa de ironizar os atos do governo para se manter no alvo das questões. A finalidade desse discurso irônico é continuar o ataque e manter a ideia de que as “pedaladas” são inadmissíveis e as providências devem ser tomadas, só que ainda dependia de negociações com o governo para seguir com o caso. A resposta dele teve a finalidade de medir forças, ou seja, quem pode mais e quem pode menos, e, desse modo, Cunha reforça a oposição entre direita e esquerda dentro do Congresso.

A reportagem não ficou só na cobertura do primeiro ato. O segundo ponto de vista foi a homenagem ao presidente da Câmara. Todavia, parlamentares opositores se manifestaram para estragar a festa.

As imagens não deixam dúvida de que se trata de uma reportagem sobre Eduardo Cunha, e não sobre o que tudo destacava: o início de um processo de *impeachment* que já se tinha como certo. O intenso movimento de parlamentares na galeria de ex-líderes, com discursos de alguns deles diante da parede com as fotos de antigos líderes do PMDB, reforça o tom de uma reportagem sobre Cunha e não sobre um processo, sua discussão e suas consequências. Em contraste, apenas a imagem da faixa do PSOL¹⁰ em que se lia “elogio à corrupção, não”, segurada por deputados do partido e

⁹ IDEM.

¹⁰ Partido Socialismo e Liberdade.

manifestantes, sem direito a qualquer consideração. Em *off*, a voz do repórter sela o sentido priorizado do discurso:

E hoje, entrou para a galeria de ex-líderes do PMDB na Câmara sob elogios de dezenas de deputados. O PSOL é que não dá sossego ao presidente da Câmara. Com a ajuda de deputados de outros partidos, puxou uma manifestação no Salão Verde para dizer “não a elogios à corrupção”. Durante a manifestação, Cunha dava entrevista. Alguns parlamentares puxaram um coro pela renúncia [...] “O senhor mentiu na CPI da Petrobrás. Declarou um patrimônio fora do Brasil 37 vezes maior que declarou à justiça eleitoral brasileira. Quando o senhor vai renunciar?”.¹¹

O conflito entre Cunha e os parlamentares descontentes ficou em segundo plano na reportagem, mas (nos) mostrou a fragilidade do líder que se mantinha no poder.

Conteúdo telejornalístico depende da imagem

O conteúdo só existe a partir conexão do texto com a imagem. Já o discurso nasce da interferência do dispositivo da edição. Dessa forma, o profissional fundamenta as reportagens gravadas para os telejornais nacionais ou regionais. O texto é registrado como *off* e se torna áudio. Esse *off* é gravado pelo repórter ou narrador, com as devidas informações (dados, histórias) expostas dentro de cada um deles. Ainda fazem parte do conteúdo da reportagem os entrevistados (fontes agendadas que falam sobre o assunto como especialistas) e/ou os personagens (que expõem suas histórias), e também o povo-fala (pessoas abordadas na rua que, a partir da explicação do objetivo da reportagem, aceitam ou não opinar sobre o tema, manifestando um ponto de vista).

Na estrutura de uma reportagem outros mecanismos podem ser utilizados, tais como as artes gráficas (pesquisas, comparativos) e também os áudios (sobe som) específicos como explosões, tiroteios, discussões, gritaria, câmera escondida etc. Tais situações podem ser utilizadas para enriquecer os aspectos reais do material jornalístico. Todo esse material extra compõe a real motivação de uma reportagem: compor narrativas do cotidiano, usando-se para tanto toda a semiologia que julgamos compor uma cena real.

¹¹ Cf. Tabela 1.

Para se reconhecer como reportagem telejornalística a imagem é utilizada na cobertura do conteúdo gravado, e até em parte das entrevistas editadas. A participação dela é de relevância para a assimilação da mensagem que está sendo emitida.

É nesse momento que o discurso do telejornal, propriamente dito, se elabora, ou seja, é nesse jogo de montagem em que o texto se vale de seus recursos, que se constrói o lugar de onde partem os sentidos. Argumentamos que é precisamente no aparato específico das formas de dizer que se elabora o dito. A maior ou menor ênfase em um aspecto do fato noticioso é a estratégia noticiosa em si do discurso, e onde melhor se aparelham ideologia e inconsciente. Ora, todo noticiário político se faz a partir de um conflito nítido muitas vezes percebido. A multidão de vozes, aquinhoando suas defesas e ataques no conflito, dá vez a uma infiltração de vozes outras, não propriamente participantes do jogo, como o especialista ou o anônimo entrevistado na rua. É nesses termos que se dá a enunciação do discurso jornalístico e a provocação de seus enunciados específicos.

A imagem, o texto e a edição: enfim de onde partem os sentidos?

A imagem, que agora é espetáculo-testemunha, não apenas representa o real, mas traz para o ideário dos milhares de telespectadores o conhecimento da cultura, da prática jornalística, como um item com potencial para inovar os costumes e as relações políticas e sociais.

Se considerarmos que a visão é a mais importante forma de percepção que o ser humano possui para ações cognitivas, tornando-se uma fonte de informação e conhecimento poderemos ter ideias mais aproximadas da importância de todo um universo de produção de documentos visuais. (BRASIL, 2012, p. 26).

Essa consciência que desperta no telespectador a absorção é direcionada pela linha editorial da reportagem. A linguagem textual tem limites mais claros, porém a linguagem visual navega por um oceano fluido e subjetivo. Os argumentos e barreiras do texto tentam delimitar esse trajeto com a definição de um roteiro que “amarra” *offs*, entrevistas e artes gráficas, tudo para construir um todo narrativo.

Com a linha definida, e os passos marcados da reportagem que será exibida, a imagem tem a missão de proporcionar o rótulo de verdade para o material jornalístico. “A imagem é apresentação e aparência, cuja configuração procura ser verdadeira, ou seja, corresponder parcialmente às

condições do objeto representado [...]” (BRASIL, 2012, p. 41). A sensação de credibilidade reforça a importância de cada frase e *take* que ilustram a reportagem.

O meio telejornalístico seleciona porções de realidade que correspondem às exigências do meio e criam um espaço na forma de “realidade alternativa” (BRASIL, 2012, p. 105). Essa realidade é pensada na concepção do telejornalismo como uma máxima: “Só vale se tiver imagem”. Então, é muito comum no dia a dia das redações a pergunta: se não tem imagem como vai se tornar uma matéria?

Dessa forma, se improvisa um *stand up*, ou entrada ao vivo, ou até uma nota que pode ser lida pelo apresentador. Mas aí o discurso é escasso, quase impossível, porque o sujeito-autor não tem como intervir.

Concluímos que a edição é o lugar onde se dá o discurso por privilegiar de forma particular a relação entre o que o texto diz e o que a imagem mostra, e por ser o lugar onde se firma o contrato de comunicação entre os sujeitos por meio da edição. Assim como textualmente a ideologia se insinua a partir de posicionamentos (escolha da língua, do foco, dos sujeitos), isto é, onde o texto de fato fala, é nas imagens, no corte, classificação, manuseio, seleção e montagem de edição onde pensamos residirem os sentidos políticos do telejornalismo.

Referências

- BRASIL, Antonio. **Telejornalismo imaginário** – memórias, estudos e reflexões sobre o papel das imagens nos noticiários de TV. Florianópolis: Insular, 2012.
- BREED, W. Controle social na redação. Uma análise funcional. In: TRAUQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Tradução: Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2010.
- CHARLEAUX, João Paulo. De Dilma a Temer: o que mudou e o que segue igual no Brasil. **Nexo**, São Paulo, 19 mar. 2017. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2017/03/19/De-Dilma-a-Temer-o-que-mudou-e-o-que-segue-igual-no-Brasil>>. Acesso em: 27 jun. 2018.
- CRUZ NETO, José Elias da. **Reportagem de televisão: como produzir, executar e editar**. Petrópolis: Vozes, 2008.
- FARIA, Tales (Ed.). Leia uma comparação dos indicadores econômicos antes e depois de Temer. **Poder 360**, Brasília. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/economia/leia-uma-comparacao-dos->

indicadores-economicos-antes-e-depois-de-temer/ >. Acesso em: 27 jun. 2018.

LEAL, Edson Pereira Bueno. Economia Brasileira – 21 a 31 de outubro de 2015. **Administradores.com**, João Pessoa, 31 out. 2015. Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/economia-brasileira-21-a-30-de-outubro-de-2-015/91355/> >. Acesso em: 27 jun. 2018.

ORLANDI, E. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes Editores, 2010.

VILELLA, Regina. **Profissão: Jornalista de TV** – Jornalismo aplicado na era digital. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2008.

VIZEU, Alfredo Eurico Jr. **Decidindo o que é notícia**: os bastidores do telejornalismo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1994.



O *IMPEACHMENT* DO JORNALISMO: clima de opinião e manipulação ideológica no golpe contra Dilma Rousseff

THE *IMPEACHMENT* OF JOURNALISM: climate of opinion and ideological manipulation in the coup against Dilma Rousseff

Alfredo VIZEU¹
Heitor Costa Lima da ROCHA²
Laís Cristine Ferreira CARDOSO³
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil

Resumo

Este trabalho investiga evidências de como o *Jornal do Commercio* construiu um clima de opinião favorável ao golpe parlamentar que derrubou a ex-presidente Dilma Rousseff. O *corpus* do trabalho foi a cobertura das manifestações sobre o *impeachment* da ex-presidente. Na análise confirmamos a hipótese de uma distorção sistemática das notícias visando legitimar a cassação, através de um clima de opinião em que a minoria populacional pertencente às elites é representada como majoritária, com o intuito de intimidar os defensores do mandato da presidente, descritos como minoritários, com a ameaça de isolamento, conforme o conceito da Espiral do Silêncio de Noelle-Neuman.

Palavras-chave

Jornalismo; Manipulação ideológica; *Impeachment*.

Abstract

This paper investigates evidence of how *Jornal do Commercio* built a climate of opinion favorable to the parliamentary coup that toppled former president Dilma Rousseff. The corpus was the coverage of the demonstrations about the impeachment of the former president. We confirm the hypothesis of a systematic distortion of the news aiming to legitimize the cassation, through a climate of opinion in which the population minority belonging to the elites is represented as majority, in order to intimidate the defenders of the president's mandate, described as minority, with the threat of isolation, according to the Noelle-Neuman' concept of the Spiral of Silence.

Keywords

Journalism; Ideological manipulation; *Impeachment*.

RECEBIDO EM 10 DE AGOSTO DE 2018
ACEITO EM 11 DE SETEMBRO DE 2018

¹ JORNALISTA. Pós-doutor em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação 2007. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Sócio fundador da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo. Integrante da Rede TELEjor. Contato: a.vizeu@yahoo.com.br.

² JORNALISTA. Pós-doutor em Comunicação pela Universidade da Beira Interior – Portugal. Doutor em Sociologia pela Universidade Federal de Pernambuco. Professor do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Pernambuco. Integrante do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Contemporaneidade. Contato: hdrocha@gmail.com.

³ JORNALISTA. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco. Especialista em Direitos Humanos pela Universidade Católica de Pernambuco. Contato: lais.ferreira@gmail.com.

Introdução

Os 30 anos da democracia no Brasil, em 2016, foram marcados por uma das maiores crises da política brasileira: o *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff, primeira mulher a ocupar o mais alto cargo do Executivo do país. A saída representou o ponto alto de uma crise política que se agravou com as eleições de 2014. A polarização acentuada dividiu os posicionamentos entre partidos PT⁴ x PSDB⁵, Esquerda x Direita, quadro que foi acentuado com o agravamento financeiro e político do Brasil, a deflagração da primeira fase da Operação Lava Jato e a publicização dos casos de corrupção envolvendo a Petrobrás. O enquadramento da mídia noticiosa do contexto político do País era de que a crise impulsionou diversas manifestações populares favoráveis à saída da presidenta do poder.

Foi com o início da tramitação do processo de *impeachment* na Câmara dos Deputados que os protestos a favor da saída de Dilma do poder ganharam grande fôlego em 2016. No dia 31 de agosto, logo depois da cassação de Dilma Rousseff pelo Senado, milhares de pessoas foram às ruas para protestar contra e a favor do afastamento da petista.

O processo do *impeachment* e toda a repercussão do acontecimento ocuparam as principais pautas da mídia nacional e internacional, em especial nas manifestações de rua. Muitas matérias, artigos de opinião e até mesmo editoriais de veículos do Brasil e de vários países do mundo, como o *The New York Times*, *Financial Times*, *El País*, *The Guardian*, *The Economist*, *CNN*, entre outros, relataram, debateram e discutiram a cassação.

No entanto, alguns críticos indicam que houve divergências bastante significativas entre a cobertura midiática internacional e a nacional. Afirmam que a última se deu de forma parcial. “Enquanto a mídia tradicional brasileira mantém discurso de legitimação do *impeachment*, veículos internacionais dão visibilidade ao risco à democracia.” (NÓBREGA, 2016).

Um exemplo é o texto veiculado na edição de 24 de abril de 2014, no periódico francês *Le Monde*, pelo *ombudsman* Franck Nouchi, que fez considerações sobre o editorial do veículo publicado em 31 de março, em que afirma que o *impeachment* não seria um golpe de Estado. O jornalista aponta que o editorial não foi equilibrado, em especial por não ter informado que parte dos apoiadores do afastamento de Dilma são acusados de

⁴ Partido dos Trabalhadores.

⁵ Partido da Social Democracia Brasileira.

corrupção e por não ter abordado suficientemente a parcialidade da mídia brasileira⁶.

Diante da importância das manifestações, enquanto espaço de luta política e reivindicações, em especial no contexto político brasileiro dos últimos anos, e levando em consideração as críticas relacionadas à parcialidade da mídia brasileira na cobertura dos protestos e o importante papel que essa desempenha na legitimação dos fatos e na mediação social, entendemos ser relevante investigar a cobertura midiática brasileira sobre as manifestações contra e a favor ao *impeachment* de Dilma Rousseff que consideramos, de certa forma, ter contribuído para a cassação.

Em função da multiplicidade de veículos de comunicação no Brasil, este trabalho efetuou um recorte específico com a preocupação de realizar uma análise mais de fundo e consistente do fato. O *corpus* escolhido foi o *Jornal do Commercio*, periódico publicado no nordeste do país, em Pernambuco, com a preocupação de investigar a cobertura de jornal fora das regiões sul e sudeste do Brasil, centro econômico e financeiro do país, com o objetivo de identificar evidências da criação de um clima de consenso favorável à cassação da ex-presidenta Dilma Rousseff na mídia circulante fora do eixo de grande repercussão jornalística nacional.

O contexto brasileiro: a democracia e a mídia

O *impeachment* de Dilma Rousseff se dá dentro de um contexto social complexo de disputas de poder político e de exercício da democracia. Em todo o processo que resultou na cassação da ex-presidenta, inúmeras foram as referências à Constituição Federal de 1988, à legitimidade ou não do processo, o respeito ao resultado das eleições de 2014, entre outras questões que têm como ponto de interseção a política e o regime democrático.

Num primeiro momento consideramos importante definir dois conceitos com os quais lidamos ao longo do trabalho: política e democracia. Entendemos por política a maneira de organizar e gerenciar o que é público, tendo como característica a disputa de poder baseada no debate público para a tomada de decisão sobre questões relacionadas à sociedade. Quanto à democracia, esta é aqui compreendida como o regime composto de regras e

⁶ Texto disponível em <http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/03/30/bresil-ccci-n-est-pas-un-coup-d-etat_4892309_3232.html>. Acesso em 30 nov. 2016.

procedimentos para a tomada de decisões coletivas baseada na participação mais ampla da sociedade (BOBBIO, 1997).

Nesse sentido, para que ocorra um debate efetivamente público e, conseqüentemente, decisões baseadas no bem coletivo, se fazem necessárias, entre outras questões, a existência de mecanismos de participação popular, a livre circulação de informações e a supremacia dos interesses coletivos sobre os interesses privados. Com relação ao Brasil, apesar dos consideráveis avanços nas instituições políticas - eleição direta, constituição de vários partidos políticos, representação de todos os estados no Congresso Nacional, entre outros exemplos -, diversos pesquisadores sinalizam a crise do regime democrático brasileiro, baseado na representação política.

Entre os problemas de governança observados, os investigadores apontam a corrupção, pouca transparência no funcionamento dos órgãos públicos e baixos níveis de participação política. Some-se a isso um outro aspecto com forte influência sobre a democracia brasileira: os veículos de comunicação estão nas mãos de poucos grupos familiares. Além disso, os próprios políticos são detentores de concessões de rádio e televisão no Brasil, numa relação que podemos denominar de “promíscua” entre mídia e poder (governo) (LIMA, 2006). A concentração midiática interfere diretamente na livre circulação de informações porque dificulta a pluralidade de vozes e versões no discurso midiático, interferindo, assim, no debate público sobre as questões de interesse coletivo.

Nessa relação entre meios de comunicação e a política estabelece-se uma via de mão dupla: o campo político usa a mídia para ampliar seus discursos e corroborar suas versões, geralmente de forma dissimulada, enquanto os veículos de comunicação se associam ao poder político em nome de interesses pessoais dos donos dos veículos e também de sua classe social detentora do grande capital.

Isso resulta numa engrenagem de controle social a partir do discurso com enorme ingerência, tanto da mídia quanto dos governos, nas deliberações políticas através da esfera pública, entendida por Habermas como a dimensão social na qual se faz a mediação entre o Estado e a sociedade e onde surge a opinião pública:

A esfera pública pode ser descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões; nela os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfeixadas em temas específicos. (HABERMAS, 1997, p. 92).

A mídia ocupa um papel central no funcionamento da sociedade, situando-se como um espaço de exercício de poder e mediação social. Os meios de comunicação são um lugar de referência relevante para o reconhecimento social e fator fundamental para a construção de uma coletividade e da elaboração social da realidade (VIZEU; CORREIA, 2007). Dessa maneira, a comunicação é o campo estratégico para o exercício democrático.

Dentro desse contexto, é imprescindível numa sociedade democrática a pluralidade de vozes, de manifestações e de acesso, por parte de homens e mulheres, a todos os meios de divulgação e comunicação disponíveis para se informar e publicizar debates, movimentos e eventos de interesse público. Noam Chomsky observa que, em um contexto político ideal, uma sociedade democrática "é aquela em que o povo dispõe de condições de participar de maneira significativa na condução de seus assuntos pessoais e na qual os canais de informação são acessíveis e livres" (CHOMSKY, 2013, p. 9).

No entanto, tal perspectiva está longe de se concretizar em grande parte dos países considerados democráticos nos quais os veículos de comunicação estão concentrados nas mãos de uma minoria. É o caso do Brasil, onde eles são propriedade de meia dúzia de famílias e os interesses particulares dos representantes políticos desses donos da mídia são colocados acima do bem comum.

Os veículos de comunicação, monopolizados pelo grande capital e controlados por essa elite política e econômica, estabelecem - ou distorcem - a discussão pública sobre os problemas nacionais. Isso porque, além de serem o canal para veiculação de propaganda política de forma direta, como um produto publicitário, os meios deformam a consciência nacional ao dar voz ou silenciar determinado ator social, entre outras possibilidades de manipulação da informação. É o que observamos no estudo que realizamos sobre a cobertura do *impeachment* de Dilma Rousseff, contexto no qual estão inseridas as manifestações populares, objeto de estudo desse artigo.

O *impeachment* do jornalismo: a classe média conservadora

Alguns pesquisadores, como Jessé Souza, defendem que os veículos de comunicação brasileiros criaram o pano de fundo necessário para a efetivação do *impeachment*. Assim, a narrativa acerca da crise econômica, a recorrência discursiva aos casos de corrupção e o surgimento de uma classe

média considerada por alguns estudiosos como revolucionária foram alguns dos fatores que compuseram o clima de insatisfação política com o governo da presidenta:

[...] essa classe ganha nesses episódios, por força da construção da narrativa midiática que lhe reserva o papel de “herói cívico”, um estímulo novo e gigantesco. [...] O que é novo, tornando-se um dado decisivo a partir de 2013, é a verdadeira conversão midiática desse ator político conservador normalmente discreto e recluso em “classe revolucionária” com extraordinária e súbita autoconfiança, podendo exprimir-se nas ruas sem qualquer vergonha ou pejo. (SOUZA, 2016, p. 96).

O surgimento, no cenário brasileiro, de uma classe média conservadora acompanhada de uma narrativa midiática que a legitima enquanto representante da vontade política do país são, para Jessé Souza e Luiz Fernando Horta, elementos centrais no desenvolvimento do contexto para a aprovação do impedimento de Dilma. Nesse sentido, Souza (2016) defende que a inação do governo brasileiro, no que se refere à disputa de significação em 2013, aliada à capitalização política das insatisfações das classes média e alta no país contribuíram e incentivaram a participação das pessoas nos protestos que reivindicavam a saída da presidenta do governo.

As ruas brasileiras foram tomadas, em 2016, por manifestações que expressam essa disparidade política construída desde as Jornadas de Junho, ocorridas em 2013. Para diversos pesquisadores, as manifestações que ganharam espaço na cobertura midiática, apesar da aparente imparcialidade no que se refere ao espaço/tempo dedicado a abordar os protestos pró e contra, apontam para uma cobertura desequilibrada e tendenciosa que legitimou o discurso das manifestações favoráveis à saída da presidente. As manifestações contrárias à presidenta foram enquadradas como representações dos anseios da população brasileira; já os protestos contrários à saída de Dilma Rousseff foram registrados como ações de uma pequena parcela da população ligada ao PT.

As manifestações contra Dilma foram praticamente patrocinadas pelos principais veículos de comunicação, anunciadas à exaustão e merecendo cobertura ao vivo. Já aquelas a favor da presidente receberam tratamento muito diferente. (MIGUEL, 2016, p. 110).

O apoio da mídia às ações pró-*impeachment* esteve presente em diversos editoriais dos jornais impressos, a exemplo do veiculado pelo jornal

O Globo na edição de 16 de março de 2016, sob o título *Um "basta" das ruas a Dilma, Lula e PT*:

Manifestações históricas forçam o andamento do calendário do *impeachment*, enquanto a economia se dissolve, sem perspectivas de mudanças. [...] Os milhões de manifestantes de domingo contra Dilma, Lula, PT [...] tiveram tal dimensão, maior que todos os eventos políticos de rua ocorridos até hoje no país." (O GLOBO, 16/03/2016, p. 3).

Entretanto, o mesmo jornal, na edição de 19 de março, um dia após as manifestações contrárias ao *impeachment*, não abordou tais protestos em seu editorial, mas utilizou o espaço para defender o *impeachment* como uma solução para a crise política brasileira.

Um outro aspecto que chama a atenção na cobertura midiática das manifestações favoráveis e contrárias ao *impeachment* diz respeito à descrição dos participantes: os que se manifestavam favoráveis à saída da presidente eram caracterizados como o povo brasileiro, que foi às ruas para protestar. Por outro lado, os manifestantes contrários à saída de Dilma eram identificados como apoiadores ou militantes ligados ao PT.

[No] domingo 13, a imprensa não se deteve apenas ao papel de fazer a cobertura jornalística dos atos – algo mais do que justificável, pois eram acontecimentos expressivos que merecem divulgação –, mas atuou como um dos agentes do processo, ao convocar a ida de cidadãos às ruas. Assumindo para si o discurso simbolizado nas roupas verde-amarelas, a narrativa predominante na grande mídia foi a de que o País estava unido com a justa bandeira do fim da corrupção. Por outro lado, o que se viu sobre os atos de sexta-feira 18 foi o silenciamento sobre as diversas pautas que levaram as pessoas às ruas e o reforço de uma associação de manifestantes a partidos políticos – estigmatizando todos que exercem o direito constitucional de se organizar desta forma –, para a defesa de um governo envolvido em casos de corrupção. (BARBOSA; MARTINS, 2016, p. 37-39).

Nesse processo, instituindo-se e legitimando-se como o "poder informativo", os jornais se colocaram como lugar autorreferenciador que traz para si o poder de mostrar, dizer e analisar o cotidiano. Uma espécie de "espaço da verdade" que se coloca como testemunha autorizada para revelar

e desvelar a realidade. Ou seja, a mídia se apresenta como a instituição a quem cabe relatar e interpretar os acontecimentos (FAUSTO NETO, 1995).

Dentro desse contexto, os jornais desempenham um papel relevante no sentido de contribuírem, de influenciarem na construção social da realidade diária em que homens e mulheres vivem (BERGER; LUCKMANN, 1995). Dentro das regras normais do campo jornalístico os jornais “organizam o mundo”, sistematizam e hierarquizam as notícias, em particular nas manchetes de capa, e apresentam o que consideram como o mais relevante que aconteceu no Brasil e no exterior.

O que passa muitas vezes despercebido nesse contexto é que o “mundo construído” é um olhar midiático sobre o dia a dia sujeito a manipulações e distorções. Efeitos para o bem e para o mal. É o caso do *impeachment* de Dilma Rousseff, onde se produziu um falso consenso do seu *impeachment*. É importante lembrar que os jornais estão submetidos às regras do mercado, dos anunciantes, da concorrência e da política. É uma disputa de campos e de interesses (BOURDIEU, 1997). No entanto, mesmo diante desse quadro, cabe ressaltar que todo esse empoderamento, apesar das dificuldades, encontra seu limite no veredicto do público que consome a informação.

A credibilidade é central para os jornais. A manipulação de fatos e acontecimentos pode resultar em perda de público. É uma questão que cada vez mais se torna forte com a efetiva participação de homens e mulheres diante das novas possibilidades das tecnologias sociais (WILLIAMS, 2016). Ou seja, a narrativa antigovernamental contra Dilma Rousseff na cobertura das manifestações de rua também mostra uma outra face que a mídia procura ocultar e mascarar com a fidelização da audiência e efeitos de participação, que é a voz e a intervenção cada vez maior das audiências comunicativas no processo de produção das notícias.

A cobertura midiática sobre as manifestações relacionadas ao *impeachment* baseou-se, de forma geral, na legitimação dos protestos favoráveis à saída de Dilma, a partir do discurso do combate à corrupção e do apoio à prisão dos envolvidos em ações que, de alguma forma, tenham causado prejuízos ao país. Tais atores foram personificados nas figuras de Lula e Dilma e, conseqüentemente, no PT.

O que se esperava da cobertura jornalística séria, desde os movimentos nas ruas pró e anti-governo, até a votação na Câmara e no Senado, era algo plural, versões e contradições, diversidade. No entanto, o que se viu nas telas globais foi a partidarização do noticiário: de um lado, os cidadãos vestidos de verde e amarelo; e,

de outro, os vermelhos, apresentados como puros militantes do partido da presidente. Algo que, para Maria Helena, traduz apenas uma parte da história e a defesa de uma causa – o *impeachment*, a arma que restava -, e uma série de truques “legais” para atropelar a democracia. (AGUIAR, 2016, p. 17).

Com base na observação de uma cobertura partidária desenvolvida pelos veículos de comunicação de circulação nacional, procuramos investigar de que maneira o periódico *Jornal do Commercio* (JC), jornal de maior vendagem em Pernambuco e um dos 50 maiores jornais em circulação paga no Brasil, desenvolveu sua narrativa acerca das manifestações pró e contra o *impeachment*.

O *Jornal do Commercio* e o *impeachment* de Dilma

Nossa preocupação foi investigar o posicionamento do JC acerca das manifestações, avaliando como as disputas políticas foram enquadradas, conferindo a eventualidade da hipótese de silenciamento das pautas e criminalização dos protestos com juízos de valor sobre os mesmos. Procuramos também observar se a cobertura jornalística contribuiu para intensificar a divisão entre manifestantes favoráveis e contrários ao *impeachment*. A análise que realizamos avalia as estratégias enunciativas e as não textuais utilizadas pelo jornal tendo por base as seguintes categorias: (a) enquadramento dado às manifestações; (b) caracterização dos protestos; (c) caracterização dos manifestantes; (d) espaço dado às manifestações favoráveis e às manifestações contrárias ao *impeachment*.

Nesse processo, dividimos a cobertura jornalística do JC das manifestações do *impeachment* em dois momentos, cujo marco temporal é a votação do *impeachment* de Dilma na Câmara dos Deputados. No primeiro momento, composto por matérias veiculadas entre 12 de março e 17 de abril, os protestos ocupam grande espaço nas edições do jornal, com matérias principais e vinculadas que ocupam páginas inteiras. A cobertura é constituída por matérias que buscam apresentar um panorama dos atos em todo o Brasil e por matérias que mostram a ocorrência de protestos no Recife. As manifestações são o foco principal das notícias que tratam da crise política e do processo de *impeachment* de Dilma, e essas figuram entre as chamadas de capa.

No segundo momento, composto por matérias publicadas entre os dias 18 de abril e 1º de setembro – data da última edição que compõe o

corpus dessa investigação -, os protestos perdem espaço nas edições e passam a ser noticiados como mais um elemento no contexto político do processo de *impeachment* de Dilma. As notícias que versam sobre os mesmos ficam menores e a maioria é disposta como textos vinculados. Além disso, as informações sobre ocorrência de atos no Brasil e no Recife constituem um único texto.

Já no que diz respeito aos editoriais, as manifestações aqui analisadas foram citadas em quatro textos. Entretanto, levando em consideração que os protestos estão inseridos em um contexto político no qual figuram questões relacionadas ao combate à corrupção e à crise política, foram elencados também os textos que abordaram essas duas temáticas. A escolha se justifica pela necessidade de perceber o posicionamento diante das questões que permeiam o objeto estudado.

Nesse sentido o *corpus* dessa pesquisa também é constituído pelos editoriais veiculados nos dias 13, 14, 15, 17, 18 e 22 de março e 17 de abril. Como é possível perceber, há uma concentração de textos no mês de março e um único texto no mês de abril, no mesmo dia da votação do processo na Câmara dos Deputados. A concentração reforça a nossa tese de divisão da cobertura dos protestos em dois momentos, nos quais as manifestações ganham espaço de destaque na narrativa midiática do JC até a votação na Câmara.

Quanto aos editoriais relacionados às narrativas subjacentes aos protestos, destacamos os textos publicados nos dias 13 e 17 de março e 17 de abril. O primeiro deles aborda o aniversário de dois anos da Operação Lava Jato, que tem grande peso no contexto político do *impeachment* e na defesa de sua execução, bem como no apoio ao juiz Sérgio Moro, que a comanda, e é pauta dos protestos favoráveis à saída de Dilma do poder. O texto defende a Operação e exalta o impacto simbólico para o país representado pela prisão de políticos e pessoas da classe alta. O editorial acusa o governo do PT de utilizar a Lava Jato de forma partidária e refuta a ideia de que Dilma pode ser vítima de um golpe.

O poder de prever e sentenciar (FAUSTO NETO, 1995). No dia da votação do processo de *impeachment* na Câmara dos Deputados o editorial afirmou que aquele era um fato decisivo para a superação do impasse político no Brasil, que precisava reestabelecer o foco na administração pública, ressaltando os inúmeros casos de corrupção descobertos durante o governo do PT, que levaram políticos do partido para a prisão. O texto afirma, ainda, que o partido levou o Brasil à situação de crise e que é preciso refutar o modelo político implantado pelo PT:

A permanência de um modelo político viciado, que causa sérios transtornos à população, deve ser combatida com ainda mais vigor, seja qual for o remanescente da chapa Dilma/Temer na cadeira presidencial. Para mudar o País é necessário muito mais que um *impeachment*. (JORNAL DO COMMERCIO, 17/04/2016, p. 8).

A crise política também esteve presente no editorial publicado no dia 18 de março – um dos textos que citam as manifestações *pró-impeachment*, no qual o jornal imputa a responsabilidade sobre a mesma à presidente Dilma, refutando, inclusive, a responsabilidade da mídia na elaboração do cenário atual.

A decisão da presidente Dilma Rousseff de levar Lula para a Casa Civil levou o País à beira do impasse institucional. A crise foi ampliada, envolvendo disputas entre os três poderes. A agitação nas ruas agrava o momento. E a responsabilidade não é da oposição, nem da mídia, e muito menos da operação Lava Jato. A responsabilidade pelo descontrole da crise é da presidente Dilma Rousseff. (JORNAL DO COMMERCIO, 18/03/2016, p. 6).

Os exemplos acima mostram que o jornal se coloca no lugar de poder prever e sentenciar, contribuindo, dessa forma, para a construção de um cenário favorável à cassação da ex-presidenta. A narrativa sobre os casos de corrupção, sobretudo aqueles relacionados aos políticos ligados ao Partido dos Trabalhadores, enfatiza a narrativa do *impeachment* da presidenta: a necessidade de tirar do poder os políticos corruptos, personificados no imaginário coletivo como os políticos filiados ao PT.

As repercussões da megamanifestação de domingo em todo o Brasil ainda se espalham. Mas a potência das mensagens das ruas - em síntese, pelo combate à corrupção, pela defesa da operação Lava Jato e pela saída de Dilma Rousseff da presidência da República – deixou o governo petista mais fragilizado. [...] O coro nacional pelo impedimento de Dilma reflete a noção de que não há saída da crise com a permanência do PT no poder. Tal noção, por sua vez, longe de ser golpista, vem do acúmulo de problemas que geraram a pior crise econômica e política em décadas. E da constatação de que são a mesma crise, com a política paralisando a economia, e a economia à espera da política. (JORNAL DO COMMERCIO, 15/03/2016, p.6).

O reforço ao contexto da crise presente nos editoriais pode ser percebido ao longo de toda a narrativa do JC acerca das manifestações relacionadas ao *impeachment*. Nesse sentido, podemos destacar o enquadramento realizado pelos jornais sobre os protestos em três campos diferentes no que se refere ao seu efeito de sentido: a caracterização com atitude aparentemente neutra, com efeito de carga positiva e com efeito de carga negativo. As noções de neutro, positivo e negativo são aqui utilizadas levando em consideração os efeitos de sentido resultantes das combinações de enunciados, cujo entendimento parte da memória discursiva sobre os mesmos presente no imaginário social coletivo.

Em se tratando do efeito aparentemente neutro, estão identificadas caracterizações que substantivam o fato, procurando denominar o ocorrido. O exemplo é a caracterização das manifestações a partir de suas causas: ela se faz pertinente no discurso jornalístico tendo em vista a necessidade de abordar os fatores que o provocaram e os objetivos do fato noticiado, característica da própria cobertura. No caso da cobertura aqui analisada, o efeito neutro pode ser exemplificado no trecho:

Com a crise política agravada com a Lava Jato e às vésperas dos *protestos pelo impeachment*, Dilma sai em defesa do mandato e diz que sentiria orgulho de ter Lula ministro. (JORNAL DO COMMERCIO, 12/03/2016, p.1, *grifo nosso*).

Já quanto aos efeitos positivo e negativo, se faz necessário colocar que, nessa pesquisa, a diferenciação tem como referência o contexto político no qual as manifestações analisadas estão inseridas e seu peso simbólico. Levando em consideração que os protestos são parte de uma conjuntura política composta por uma crise política que tem como produto o desgaste da imagem do governo do PT, que se espalhou para a esquerda brasileira, aliada aos casos de corrupção amplamente divulgados pelos veículos de comunicação, o imaginário coletivo e a opinião pública passaram a ligar a perpetuação da corrupção e os problemas políticos e econômicos do país ao governo do PT. As ações ligadas a Dilma, ao Partido dos Trabalhadores e ao governo, em geral, assumiram uma conotação negativa diante da divisão simbólica que tomou conta do país.

A caracterização das manifestações na narrativa do JC como *atos pró-governo* ou *atos favoráveis ao governo*, além de não se referir à causa propriamente dita das manifestações – posicionamento contrário ao

impeachment de Dilma e à defesa da continuação de seu mandato⁷ -, deslocam as pautas da manifestação de uma questão pontual – interrupção do mandato em virtude do cometimento ou não de algum crime de responsabilidade - para um contexto macro - a aprovação ou não de um conjunto de ações sociais, políticas e econômicas realizadas por ela ao longo do mandato, caracterizadas como seu governo de forma geral.

O uso da expressão *ato petista*, no qual agrega-se, ainda, a ideia de que o mesmo é promovido e composto apenas por pessoas ligadas ao partido, é mobilizado para enfraquecer a imagem pública das manifestações contrárias ao *impeachment* de Dilma. O enfraquecimento dos protestos é reforçado também pelo uso de expressões adjetivadas junto aos enunciados relacionados às manifestações: “*Eventos isolados pró-Dilma e Lula*” e “*Manifestações. No mesmo dia em que protestos contra o governo ganharam as ruas, algumas cidades tiveram atos tímidos pró-petistas organizados por simpatizantes.*” (JORNAL DO COMMERCIO, 14/03/2016, p. 6, *grifo nosso*).

Na pesquisa percebemos uma predominância do efeito de sentido positivo nas matérias que versam sobre os protestos favoráveis ao *impeachment*, sendo esses caracterizados como uma manifestação pública do desejo da população. Um exemplo é o título e o subtítulo de matéria publicada na edição do dia 13 de março de 2016: “*Mais um termômetro das ruas*”; “*Um ano após os primeiros protestos contra Dilma, manifestantes prometem voltar às ruas em 415 atos em todo o País*” (JORNAL DO COMMERCIO, 13/03/2016, p. 3).

Outra estratégia mobilizada pelo campo midiático é que os protestos favoráveis ao *impeachment* são enquadrados nas narrativas como ações que simbolizam o desejo nacional e causam impacto no contexto político, constituindo-se em importante elemento no desenvolvimento do processo de *impeachment*, como explicitado no trecho a seguir publicado no editorial do JC:

A maior manifestação dos últimos anos levou milhares de pessoas a saírem de casa e vestirem verde e amarelo, a carregar cartazes contra a corrupção e a favor da Lava Jato. [...] as manifestações deram um sinal claro de que a participação popular chegou para ficar

⁷ Ser contrário à interrupção do mandato da presidente e defender o governo feito por ela não são coisas necessariamente concomitantes. A primeira se restringe ao entendimento de que não houve crime que impute a penalidade do *impeachment*, ao passo que a segunda abarca outras questões relacionadas a todas as ações tomadas pela presidente. Assim sendo, uma pessoa pode ser contrária ao *impeachment* sem necessariamente defender o governo realizado por Dilma.

na democracia brasileira. Neste aspecto, não deixa de ser irônico o fato de que a ameaça objetiva ao longo período do PT no poder venha justamente das ruas dos centros urbanos, onde a militância petista foi gerada e parecia reinar absoluta. (JORNAL DO COMMERCIO, 14/03/2016, p. 5).

Já as manifestações contrárias à saída de Dilma são abordadas como uma reação aos protestos favoráveis ao *impeachment*. São, portanto, segundo a narrativa do JC, organizadas por sindicatos e movimentos sociais ligados ao PT e compostas por militantes e simpatizantes do partido.

Algumas matérias analisadas enfatizaram, ainda, características do público que participou dos protestos favoráveis à saída de Dilma da presidência, enquadrando-o quanto a classe social ou de acordo com suas formações ou ocupações, como nos seguintes exemplos: “Além de Dilma, o ex-presidente Lula e o PT foram alvos preferidos dos manifestantes – *boa parte de famílias de classe média.*” (JORNAL DO COMMERCIO, 14/03/2016, p.3, *grifo nosso*); “[...] *o publicitário Paulo Abdo, 72 anos, que participou de todos os atos pela saída da presidente acompanhado da mulher.*” (JORNAL DO COMMERCIO, 14/03/2016, p. 3, *grifo nosso*).

No que diz respeito à caracterização dos participantes nos atos contra o *impeachment*, são utilizados termos como *ativistas, sindicalistas, integrantes de movimentos sociais, militantes*, entre outros. Outro fator observado é a predominância do enunciado *militante*, que, sobretudo quando caracterizado como “do PT” ou “petista”, acaba por possuir um efeito de sentido com carga negativa devido ao contexto político da época da publicação de tais matérias, como explicamos na categoria relacionada à caracterização das manifestações.

A caracterização das pessoas que participaram dos protestos também foi feita a partir da cor da roupa que os mesmos utilizaram durante as manifestações: verde e amarelo para os manifestantes favoráveis ao *impeachment*, e vermelho para os contrários à saída de Dilma do poder. O uso de tais cores tem um significado, segundo os organizadores e participantes dos protestos: para os manifestantes pró-*impeachment* o *verde e amarelo* faz menção às cores da bandeira do Brasil e simboliza a união da população por um país melhor e livre da corrupção; já para os manifestantes contra o *impeachment* a utilização da cor vermelha representa luta e resistência pela democracia, além de ser a cor do PT, partido de Dilma Rousseff e Lula.

Após a análise das matérias é possível ressaltar duas fórmulas específicas, que se vinculam aos dois tipos de manifestações retratadas nos

textos, a partir das causas dos protestos. A fórmula utilizada na cobertura das manifestações favoráveis à saída de Dilma se baseia em: *impeachment* de Dilma, prisão de Lula⁸ e combate à corrupção. Desse modo, podemos resumir a fórmula em (A) Dilma afastada – PT sai – Lula preso – Fim da corrupção.

Já a cobertura das manifestações contrárias ao *impeachment* indica como principais bandeiras dos protestos a defesa do mandato de Dilma, sob a alegação de que a mesma não cometeu crime, e o apoio a Lula e ao PT. Ou seja, a fórmula relacionada à cobertura das manifestações contra o *impeachment* é descrita como (B) Dilma inocente – Não vai ter *impeachment* – Lula inocente.

As duas fórmulas apresentadas permeiam a cobertura do JC das manifestações e estão presentes nas matérias de acordo com o tipo de protesto noticiado. Entretanto, ao comparar seu uso na cobertura como um todo, percebe-se destaque para a fórmula (A) *Dilma afastada* até quando as matérias tratam dos protestos contrários a saída da ex-presidenta, uma vez que os mesmos são enquadrados na cobertura como respostas à ação da população favorável à saída da presidente do poder.

Consideramos que isso pode ser entendido a partir da conjugação de três fatores: a presença de Dilma e Lula como personagens principais em todas as matérias; as narrativas da crise política e de combate à corrupção que permeiam as edições do jornal em concomitância com as matérias relacionadas às manifestações - sobretudo ao relatar a operação Lava Jato e o aumento da impopularidade da presidente; e as ideias defendidas pelo jornal em seus editoriais, como já abordado nessa análise.

Diante desse quadro, torna-se evidente a intenção de fazer com que a posição dos defensores do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff fosse representada de forma mais digna, expressando os interesses patrióticos do conjunto da sociedade. Nesse cenário, configura-se a prestidigitação descrita por Noelle-Neumann (2003) como clima de opinião, para tentar estimular uma tendência social a manifestar com entusiasmo sua posição, enquanto pretende intimidar outro grupo social, mesmo que seja efetivamente majoritário – como as pesquisas de intenção de voto ainda hoje indicam o

⁸ Ideia defendida pelos manifestantes favoráveis ao *impeachment* em virtude dos escândalos de corrupção, das acusações da operação Lava Jato e do vazamento do áudio de uma conversa entre ele e a presidente, a partir da qual os dois são acusados de acordo político para nomeação de Lula como ministro da Casa Civil com o intuito de obter foro privilegiado e, assim, não poder ser investigado pelo juiz Sérgio Moro.

amplo favoritismo de Luiz Inácio Lula da Silva para a Presidência da República em 2018 – e o constranger ao silêncio diante da ameaça de isolamento.

A manipulação ideológica que observamos mobilizada pela cobertura do *Jornal do Commercio*, como de uma maneira geral por praticamente toda a imprensa nacional - salvo raras exceções -, corresponde à estratégia do grande capital que controla o negócio das notícias, que é a de supressão das notícias importantes, denunciada por Edward Ross desde 1901: “[...] o jornal diário está suprimindo constantemente notícias importantes, como consequência de sua comercialização e de sua freqüente submissão a interesses externos [...]” (ROSS, 2008, p. 92). Ele complementa:

Em vista da supressão e representação deficiente da verdade, falando em termos gerais, os jornais diários devem se considerar aliados daqueles que – como disse recentemente o diretor Dana – “Deus outorgou um dom para economizar, para enriquecer, para reunir riquezas, para acumular e concentrar dinheiro”. Para se colocar ao lado do povo, são mais lentos que os semanários, as revistas, o púlpito, a tribuna, os advogados, a gente instruída, os intelectuais e as universidades. (ROSS, 2008, p. 98).

Considerações finais

A partir da pesquisa realizada é possível apontar indícios de criminalização das manifestações contrárias à saída de Dilma do poder, a partir do enquadramento das mesmas como atos realizados por militantes do PT em reação aos protestos favoráveis à saída da então presidente. Os últimos foram legitimados pela cobertura como atos realizados por parte da população brasileira que visa o combate à corrupção e quer a melhoria do contexto econômico e político do país.

Já as manifestações contrárias ao desejo do que podemos denominar de um bem-estar social, oculto e implícito nos discursos de punição aos corruptos e recuperação da crise política e econômica, foram enquadradas e orquestradas pelos jornais, em particular pelo nosso objeto de estudo, como prejudiciais à sociedade. Outro enquadramento que aponta para a criminalização dos movimentos contra o *impeachment* é a ênfase constante aos casos de violência que ocorreram nos protestos, em particular no segundo momento das manifestações, no qual as matérias abordaram com mais freqüência os confrontos entre policiais e manifestantes.

A cobertura realizada pelo *Jornal do Commercio* sobre as manifestações mobilizou estratégias discursivas que apontam para a

desqualificação dos protestos contrários à saída de Dilma e legitimação das manifestações favoráveis. Essa partidarização da cobertura pode indicar o uso dos meios de comunicação para atender aos interesses do grande capital e da classe a que pertence o proprietário do veículo. É importante lembrar que o que denominamos construção de um falso consenso de cassação da ex-presidenta teve uma participação relevante do empresariado nacional e dos interesses do capital internacional, representado de forma relevante na cobertura jornalística. Esse clima de opinião de uma minoria aponta para a formação de uma articulação forte que silenciou o País. O desejo do *impeachment* de Dilma Rousseff, nesse sentido, transformou-se no desejo da sociedade brasileira.

Dentro desse contexto, a pesquisa indica que o *Jornal do Commercio* funcionou como um instrumento para criar um “clima de opinião” de maneira a representar a posição de defesa do impedimento da presidente como majoritário na sociedade brasileira, tendo em vista a maior disposição dos *pró-impeachment* de manifestar-se publicamente, levando boa parte das pessoas que defendiam a manutenção de Dilma, ao sentirem-se minoritárias, a silenciarem, temendo o isolamento, conforme a concepção de espiral do silêncio de Elizabeth Noelle-Neumann (2003).

Por fim, entendemos que, diante da parcialidade observada, bem como do silêncio das vozes contrárias à cassação de Dilma Rousseff, o *Jornal do Commercio* pode ser considerado como instrumento usado de forma estratégica no cenário midiático para legitimar o golpe parlamentar que usurpou a representação política da maioria da sociedade brasileira que elegeu a presidente Dilma Rousseff em 2014.

Referências

- AGUIAR, S. Plim, plim contra a democracia. **Caros Amigos**. XIX, n. 81, 2016, p. 17-19.
- ALIADOS de Lula e Dilma fazem manifestação em todos os estados. **O Globo**. 19 mar. 2016, p. 1
- ATO anti-Dilma é o maior da história. **Folha de S. Paulo**, 14 mar. 2016, p. A1.
- ATO em SP supera Diretas. **Jornal do Commercio**, 14 mar. 2016, p. 3.
- ATO pró-governo reúne 95 mil na Paulista, calcula Datafolha. **Folha de S. Paulo**, 19 mar. 2016, p. A1.
- BARBOSA, B.; MARTINS, H. Os atos pró-democracia e a narrativa do golpe na grande mídia. **Carta Capital**, 2016. Disponível em:

- <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/os-atos-pro-democracia-e-a-narrativa-do-golpe-na-grande-midia>> Acesso em: 17 jul. 2016.
- BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- BOBBIO, N. **O futuro da democracia**: uma defesa das regras do jogo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- BRASIL vai às ruas contra Lula e Dilma e a favor de Moro. **O Globo**, 14 mar. 2016, p. 1.
- CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. São Paulo: Cortez, 2006.
- CHOMSKY, N. **Mídia**: propaganda política e manipulação. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013.
- DUARTE, F. "Partidarismo" de mídia no Brasil deu peso a imprensa internacional, diz colunista da "Economist". **BBC Brasil**. 28 abr. 2016. Disponível em:
<http://www.bbc.com/portuguese/brasil/2016/04/160426_michael_reid_economist_entrevista_fd> Acesso em 18 jul. 2016.
- EDITORIAL. **Jornal do Commercio**, 17 mar. 2016.
- EDITORIAL. **Jornal do Commercio**, 22 mar. 2016.
- EVENTOS isolados pró-Dilma e Lula. **Jornal do Commercio**, 14 mar. 2016, p. 6
- FAUSTO NETO, A. **O impeachment da televisão** : como se cassa o presidente. Rio de Janeiro : Diadorim, 1995.
- GREGOLIN, M. Análise do discurso e mídia: (re)produção de identidades. In: **Comunicação, mídia e consumo**, v. 4, n. 11, 2007, p. 11-25. Disponível em
<<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/issue/view/11/showToc>> Acesso em: 25 ago. 2016.
- HABERMAS, J. **Direito e democracia**: entre facticidade e validade. V. 2. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
- HERMAN, E. A diversidade de notícias: "marginalizando" a oposição. In: TRAUQUINA, N. **Jornalismo**: questões, teorias e "estórias". Lisboa: Vega, 1999.
- LIMA, V. **Mídia**: crise política e poder no Brasil. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.
- MAIS um termômetro das ruas. **Jornal do Commercio**, 13 mar. 2016, p. 3
- MIGUEL, L. Quatro poderes e um golpe. In. FREIXO, A.; RODRIGUES, T. (Orgs). **2016, o ano do Golpe**. Rio de Janeiro: Oficina Raquel, 2016, p. 96-115.
- "NÃO tenho cara de quem vai renunciar", **Jornal do Commercio**, 12 mar. 2016, p.1.
- NÓBREGA, C. O olhar da imprensa internacional sobre o impeachment no Brasil. **Carta Capital**, 28 abr. 2016. Disponível em:

<<http://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/o-olhar-da-imprensa-internacional-sobre-o-impeachment-no-brasil>> Acesso em: 15 set. 2016.

NOELLE-NEUMANN, E. **La espiral del silencio** – Opinião Pública: nossa pele social. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 2003.

O GOLPE das ruas. **Jornal do Commercio**, 14 mar. 2016, p. 5.

PARA mudar o Brasil. **Jornal do Commercio**, 17 abr. 2016, p. 8.

PARK, R. Notícia e poder na imprensa. In: BERGER, C.; MAROCCO, B. (Orgs.). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 71-82.

PROTESTO põe mais pressão sobre Dilma. **Jornal do Commercio**, 14 mar. 2016, p. 2.

REAÇÃO institucional. **Jornal do Commercio**, 18 mar. 2016, p. 6.

RECORDE também em PE. **Jornal do Commercio**, 14 mar. 2016, p. 4.

ROSS, Edward. A supressão das notícias importantes. In: BERGER, C.; MAROCCO, B. (Orgs.). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2008, p. 87-102.

SEM caminho fácil. **Jornal do Commercio**, 15 mar. 2016, p. 6.

SOUZA, J. **A radiografia do Golpe**: entenda como e por que você foi enganado. Rio de Janeiro: Leya, 2016.

UM “basta” das ruas a Dilma, Lula e PT. **O Globo**, 16 mar. 2016. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/opiniaao/um-basta-das-ruas-dilma-lula-pt-18875454#ixzz4o9Ib9GMr>> Acesso em 17 jul 2016.

VIZEU, A.; CORREIA, J. C. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo (Org). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

WILLIAM, R. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. Petrópolis: Vozes, 2016.



O *IMPEACHMENT* DE DILMA ROUSSEFF E O DISCURSO SOBRE O APAZIGUAMENTO SOCIAL NA IMPRENSA BRASILEIRA

THE IMPEACHMENT OF DILMA ROUSSEFF AND THE DISCOURSE ON SOCIAL APPEASEMENT IN THE BRAZILIAN PRESS

Daniel Dantas LEMOS¹

Lucas Oliveira de MEDEIROS²

Bianca Pessoa Tenório WANDERLEY³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil

Resumo

Propomo-nos neste trabalho a analisar, sob a perspectiva da teoria mimética de René Girard, conforme exposta por Kirwan (2015) e Golsan (2014), enunciados que manifestam um dos discursos que operaram justificativas para o processo de impedimento da presidenta do Brasil, Dilma Rousseff: o apaziguamento da sociedade. Dentro da perspectiva de análise da interdiscursividade de Maingueneau (2008) e do discurso político de Charaudeau (2016), percebemos que foi operado um discurso de apaziguamento social, inclusive em enunciados jornalísticos, típico do mecanismo do "bode expiatório", dentro de uma formação discursiva antipetista, manifestado em três enunciados que analisamos aqui: o discurso de posse do presidente interino Michel Temer em 12 de maio de 2016, a fala do juiz responsável pela Operação Lava Jato Sérgio Moro em 11 de maio de 2016 e a capa da revista semanal *IstoÉ* (número 2424, de 25 de maio de 2016).

Palavras-chave

Jornalismo; Apaziguamento Social; Dilma Rousseff; Interdiscurso; Teoria Mimética.

Abstract

The propose in this work is analyze, from the perspective of the mimetic theory of René Girard, as presented by Kirwan (2015) and Golsan (2014), statements that manifest one of the speeches that have operated justifications for the process of impediment of the president of Brazil, Dilma Rousseff: the appeasement of society. From the perspective of the interdiscursivity analysis of Maingueneau (2008) and the political discourse of Charaudeau (2016), we perceive that a discourse of social appeasement, including journalistic statements, typical of the "scapegoat" mechanism, was carried out within an anti - three speeches that we have analyzed here: the inauguration speech of interim President Michel Temer on May 12, 2016, the speech of the judge responsible for Operation Lava Jato Sergio Moro on May 11, 2016 and the cover of the weekly magazine *IstoÉ* (number 2424, de May 25, 2016).

Keywords

Journalism; Social Appeasement; Dilma Rousseff; Interdiscourse; Mimetic Theory.

RECEBIDO EM 29 DE AGOSTO DE 2018
ACEITO EM 22 DE OUTUBRO DE 2018

¹ JORNALISTA. Doutor e Mestre em Estudos da Linguagem pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Professor da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Autor do livro "Blogs e as práticas de letramento digital: um estudo de caso sobre o Blog do Tas" (2014). Contato: danieldantas79@globocom.

² JORNALISTA. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte com bolsa de pesquisa financiada pela CAPES. Contato: lucasoliveirademedeiros@gmail.com.

³ Graduanda do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Bolsista de Iniciação Científica da base de pesquisa em Estudos da Mídia com o projeto "Análise do discurso do jornalismo impresso potiguar a partir de princípios ético-morais e de seu posicionamento ideológico." sob a orientação do Prof. Dr. Daniel Dantas Lemos. Contato: bianca.ptw@hotmail.com.

Introdução

A existência do conflito no meio político é essencial para que se justifiquem as divergências entre grupos distintos sobre qualquer temática que seja de interesse público ou mesmo de interesse político desses grupos, que não necessariamente seja de interesse do público. O posicionamento adotado por cada grupo político numa democracia representativa, como é o Estado brasileiro, define alianças político-partidárias e confrontos que geram a dualidade “situação x oposição” no Poder Legislativo. É pela manutenção de uma maioria na condição de “situação” que o Poder Executivo consegue ter governabilidade.

Quando, por outro lado, a oposição consegue ser maioria no Poder Legislativo, não só a governabilidade fica ameaçada, como o próprio mandato do ocupante do Poder Executivo. É o que aconteceu no segundo mandato da presidenta do Brasil, Dilma Vana Rousseff, que passou por um processo de impedimento no Congresso Nacional em 2016, apoiado por outras instâncias da sociedade, como a mídia hegemônica.

A mídia, diz Charaudeau (2006), tem uma finalidade ambígua: como serviço de informação em benefício da cidadania – imagem mostrada – e como empresa inserida numa lógica comercial liberal – imagem que se busca ocultar. O discurso midiático dominante, que busca se firmar como “neutro” e “imparcial”, é ideológico, e se denomina assim para ocultar um posicionamento político e comercial para favorecer o seu papel social de informante oficial da sociedade.

Neste trabalho, sob a perspectiva da teoria mimética de René Girard, conforme exposta por Kirwan (2015) e Golsan (2014), e utilizando as ferramentas de análise do discurso propostas por Maingueneau (2008) e Charaudeau (2006, 2016), buscamos analisar enunciados que manifestam um dos discursos que operaram justificativas para o processo de impedimento da presidenta do Brasil, Dilma Vana Rousseff, qual seja, o apaziguamento da sociedade.

O apaziguamento social na teoria mimética

Segundo a teoria de Girard, o apaziguamento social é o propósito do mecanismo do bode expiatório: a ação de expulsão ou destruição de uma vítima, canalizando a violência resultante do conflito que deriva do desejo mimético, acontece porque uma ordem social desestabilizada e

posta em perigo, como diz Kirwan (2015, p. 88), leva a uma obsessão coletiva que conduz à solução da crise pela reorganização da agressão de “todos contra todos” para “todos contra um”. Assim, o grupo aponta o dedo à “causa” do distúrbio e se une para expulsar e destruir o “bode expiatório”. Do processo, surge o apaziguamento social.

Tal “apaziguamento” se intensifica a partir da ascensão da chamada “nova classe média” ao mundo do consumo como elemento do desejo mimético e causa possível do conflito, ou seja, o estranhamento dessa classe por parte da elite. Quando a classe média passa a desejar e pode operar o consumo dos mesmos objetos que a elite tradicional, instaura-se um conflito social em torno da disputa desse desejo mimético.

No caso do *impeachment* da presidenta Rousseff, a partir de conflitos sociais derivados da crise econômica e das investigações de corrupção na Operação Lava Jato, o Partido dos Trabalhadores (PT), ao qual é filiada Dilma Rousseff, teve os dedos apontados contra si como causa dos distúrbios, mobilizando um discurso antipetista em enunciados como “A culpa é do PT” e “Fora Dilma e leve o PT junto”.

A solução proposta para o conflito se explica e se manifesta no discurso, inclusive midiático, pelo mecanismo do bode expiatório: temos de acabar com o PT e tirar Dilma para apaziguar a sociedade, porque o PT inventou a divisão da sociedade.

Como resultado, no processo do *impeachment* foi operado um discurso de apaziguamento social, típico do mecanismo do bode expiatório, manifestado em três enunciados que analisamos aqui: o discurso de posse do presidente interino Michel Temer em 12 de maio de 2016, a fala do juiz responsável pela Operação Lava Jato Sérgio Moro em 11 de maio de 2016, analisadas em duas notícias publicadas pelo portal *G1*, e a capa da revista semanal *IstoÉ* (número 2424).

Tiburi (2015) aponta que é uma característica fascista não se permitir o encontro com o outro e a sua escuta. Ao outro não deve ser permitida a existência pública, inclusive na forma de expressar a sua opinião e versão sobre os fatos. O discurso que opera é autoritário e, portanto, fechado ao diálogo. No contexto contemporâneo brasileiro, destaca Tiburi (2015), o alvo do fascismo e do ódio ao outro se dirige contra o governo da presidenta Dilma Rousseff, o seu partido e o ex-presidente Lula. Desse modo, não parece improvável que a tendência fascista de silenciar o outro esteja se manifestando no caso sob análise, caracterizando tal outro que precisa ser destruído na esfera pública e política do Brasil como sendo o próprio Lula e seu partido. Fossem

coerentes, como expressam Lemos & Aguiar (2013), empresas jornalísticas assumiriam essa sua tal postura ideológica fascista e antipetista, conforme o que afirma Nogueira (2016).

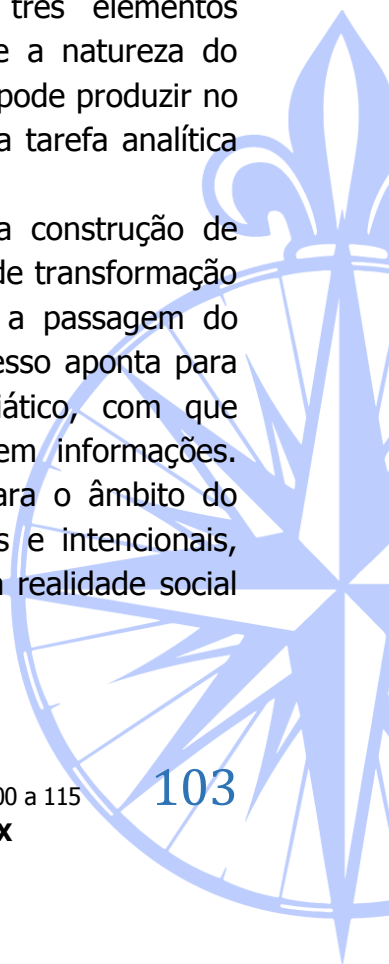
Não podemos esquecer, no entanto, a dificuldade que as associações empresariais de comunicação têm com o diálogo, o que foi manifesto, por exemplo, quando a Associação Nacional de Jornais foi ao STF⁴ contra a lei do direito de resposta. Antes de ser uma atitude fascista especialmente voltada contra o ex-presidente Lula e seu partido, o autoritarismo em questão é ainda mais amplo, aproveitando-se do clima e da atitude fascista denunciados por Tiburi (2015) para dirigir-lhe o enfoque. Aliás, diz Tiburi (2015) que é o discurso da mídia grandemente responsável pela fortalecimento de tais tendências antidemocráticas no Brasil contemporâneo, destacando que muito poucos têm algo a ganhar com o enfraquecimento da política - como vivência democrática e social - promovido por esse linchamento público e midiático do outro do que é exemplo o caso analisado.

Discursos do jornalismo e da mídia

Em nosso trabalho compreendemos os modos de organização dos discursos da mídia a partir do referencial em Charaudeau (2006). Charaudeau (2006, p. 40) entende que descrever o sentido de discurso no âmbito da informação equivale a interrogar sobre três elementos principais: a mecânica de construção do sentido, sobre a natureza do saber que é transmitido e sobre o efeito de verdade que pode produzir no receptor, elementos textuais que podem ser utilizados na tarefa analítica de compreender os discursos e suas diversas nuances.

Charaudeau (2006, p. 41) compreende que essa construção de sentido se dá através de dois processos, que ele chama de transformação e de transação. O processo de transformação sinaliza a passagem do "mundo a significar" em "mundo significado". Esse processo aponta para operações de linguagem que fazem, no campo midiático, com que acontecimentos cotidianos possam ser transformados em informações. Trata-se da passagem, portanto, do fato corriqueiro para o âmbito do discurso informativo – repleto de elementos ideológicos e intencionais, como é a linguagem. É a transformação do elemento da realidade social em notícia.

⁴ Supremo Tribunal Federal.



Ao selecionar os elementos que comporão seu texto dentre os disponíveis no mundo a significar, o sujeito elege um mundo significado de acordo com seus interesses e intenções, enquadrando o real a fim de construir uma determinada perspectiva da realidade social a ser transmitida no texto informativo produzido. Em outras palavras, o texto informativo e jornalístico jamais poderá ser neutro ou objetivo conforme apregoa a ideologia do jornalismo como espelho da realidade. O discurso da mídia é sempre engajado, parcial, comprometido e intencional, mesmo, e principalmente, quando afirma o contrário e opera artifícios de apagamento e rarefação das subjetividades e intencionalidades nele contidas.

O mundo significado, manifesto no enunciado final do texto jornalístico, é a formatação concreta da construção discursiva e linguística, promovida pelo sujeito-autor, carregada de sua subjetividade, ideologia, visão de mundo e intenção comunicativa.

O espaço discursivo “petista/antipetista”

Cada discurso constitui um universo semântico específico. Mesmo que os discursos não sejam ilhas semânticas, mas estejam continuamente, desde sua gênese, em contato com outros discursos, ainda assim cada um tem características e competências próprias, que só podem ser lidas dentro da formação discursiva que o inscreve. O Outro é sempre um simulacro traduzido dentro da própria formação discursiva, e não pode ser lido a partir das referências discursivo-semânticas desse Outro, mas apenas daquelas inerentes à formação discursiva do Mesmo, do “eu” do discurso.

Mainqueneau (2008) propõe estudar o interdiscurso para compreender as relações entre os discursos que o constroem, pois um discurso não existe isoladamente, nem foi gerado isoladamente, mas sempre em relação com pelo menos um outro discurso. Há sempre o discurso do “Mesmo” e o discurso do “Outro”. O interdiscurso é caracterizado por uma tríade: universo discursivo, campo discursivo e espaço discursivo. O universo discursivo é o grupo de todas as formações discursivas possíveis em um determinado contexto. O campo discursivo é o conjunto de formações discursivas que, em um determinado universo, se relacionam de algum modo, confrontando-se, aliando-se ou identificando-se como aparentemente neutras. O espaço discursivo é um subconjunto de formações discursivas de um determinado campo que compõe o espaço de trocas cuja relação o analista estuda.

Por maior que seja a oposição com que um discurso lê o Outro num determinado espaço discursivo, essa oposição existe apenas dentro da sua formação discursiva. De acordo com Maingueneau (2008), o modo como se enxerga o Outro, como negativo a seu registro positivo, não é o registro positivo com que o Outro lê seu próprio discurso, bem como o registro positivo do Mesmo não é o que o Outro identifica como o seu registro negativo, mas somente simulacros. Esse simulacro do Outro é uma consequência do funcionamento da formação discursiva uma vez que a polemização com o Outro garante a identidade de um discurso, pois é no olhar do Outro e no olhar o Outro que se constrói a própria identidade; por isso a relação com o Outro é função da relação consigo.

O processo de tradução de um enunciado de uma formação discursiva em outra não é como na tradução de um idioma a outro, isto é, não é a substituição de uma expressão por outra equivalente. Essa tradução, segundo Maingueneau (2008), é um mecanismo que permite que aquele enunciado em uma formação discursiva alheia seja interpretado dentro do sistema de restrições semântico próprio desta formação, sem qualquer simetria direta com a semântica pertinente ao discurso do qual vem o enunciado a ser “traduzido”. É o “Pentecostes pervertido” (p. 100), pois os enunciados só podem ser lidos no fechamento semântico do intérprete, ou seja, apenas nas possibilidades permitidas pela sua formação discursiva, mesmo que não haja um equivalente no Outro.

No campo discursivo político pertencente ao universo do cenário político brasileiro há um forte antagonismo entre duas formações discursivas, o “petismo” e o “antipetismo”, constituintes de um espaço discursivo “petista/antipetista”. O sistema de restrições semânticas que caracteriza a formação discursiva “antipetista” compreende a valorização de atributos como: o combate à corrupção, a defesa da família tradicional brasileira, um rigoroso combate à criminalidade, o cidadão de bem, o liberalismo econômico. Consequentemente, atribui a seu “Outro”, representado pelo simulacro construído da formação discursiva “petista”, aquilo que para o “antipetismo” é visto como seus registros negativos: o marxismo (e o comunismo e o socialismo), o bolivarianismo, a corrupção sistêmica, a depravação da família, o criminoso, o amante de bandidos.

É impossível que o enunciador de um discurso reproduza os enunciados de seu Outro tal qual o Outro os enunciaria. Os atributos que o “petismo” atribui a si positivamente não têm o mesmo valor semântico

que os registros negativos que o “antipetismo” atribui a seu Outro; da mesma forma, os atributos negativos que o “petismo” atribui ao seu Outro não são aqueles positivos que o “antipetismo” assume. A descontinuidade que funda o espaço discursivo se manifesta justamente aí, pois em uma formação discursiva os enunciados só podem ser interpretados de uma maneira: aquela concernente à competência inerente àquela formação. Qualquer interpretação dos enunciados do Outro será apenas um simulacro desse Outro, um avesso à própria formação discursiva.

A encenação do drama político no Brasil

Na política, assim como em qualquer outra coisa, nada é abordado por uma única perspectiva. Tudo é lido a partir de pelo menos duas perspectivas discursivas antagônicas, que não existem apenas para gerarem esse antagonismo entre si, mas que estão imersas em um modo de pensar e de viver. Charaudeau (2016, p. 90-91, *grifos do autor*) retoma uma comparação da cena política a um palco de teatro, onde são encenados dramas e tragédias, e faz uma leitura da ação política a partir das três fases clássicas do drama, em esquema similar àquele proposto na teoria mimética de Girard:

a) uma situação de crise que se caracteriza, aqui, pela existência de *uma desordem social* de que os cidadãos (ou uma parte da coletividade) são as vítimas; b) uma *fonte do mal*, razão de ser da desordem, que pode encarnar-se numa pessoa, que deve ser achada e denunciada; c) uma possível *solução salvadora*, que pode encarnar-se na figura de um salvador que proporá reparar a situação de desordem. Trata-se então, do velho esquema cristão da Redenção, que tem suas raízes em mitos sacrificiais muito antigos (o bode expiatório) e que, no domínio político, se desenvolve segundo o mesmo roteiro.

Na primeira fase destaca-se a “desordem social” que assola o cenário político. A partir dos enunciados analisados depreende-se que, aos adeptos da formação discursiva “antipetista”, a desordem social instalada no Brasil tem como base a corrupção sistêmica e endêmica, que impede o país de se desenvolver, produzindo no público efeitos de indignação. Essa indignação foi manifesta em vários protestos que aconteceram no Brasil desde 2013 contra o fim da corrupção, por “escolas e hospitais padrão

FIFA⁵” (em alusão aos altos gastos de dinheiro público para a Copa do Mundo ocorrida no Brasil em 2014), entre outras reivindicações.

A essa desordem social foi atribuído um rosto, uma “fonte do mal” a quem foi dada a responsabilidade e culpa por tudo o que representasse a corrupção: a administração federal da presidenta Dilma Rousseff e do PT, e uma suposta doutrina marxista libertina que estaria destruindo os valores da família tradicional brasileira e de seus cidadãos de bem e, conseqüentemente, destruindo a nação brasileira em seus vários aspectos (econômico, ético-moral, social, educacional etc.). Rousseff, nesse contexto, foi assumida pela formação discursiva “antipetista” como bode expiatório a ser sacrificado em nome do apaziguamento da sociedade.

Ao bode expiatório na política é atribuído um novo sentido. Enquanto no discurso religioso o bode expiatório é aquele que, inocente, leva para o deserto os pecados do povo de Israel, em que Um substitui a Todos, no discurso político o bode expiatório é um inimigo a ser vencido, um indivíduo ou doutrina a quem serão responsabilizados todos os males, e cuja eliminação sanará os principais problemas de uma sociedade. É, portanto, a busca por eliminar o Outro a partir da sua “demonização”, expressa no simulacro desse Outro constituído na formação discursiva da qual sairá a solução para os males que afligem a sociedade.

A identidade de um discurso, como a identidade de um sujeito, constrói-se dialogicamente em relação com o Outro. É vendo-se no Outro que se vê a si próprio, que se constitui como “eu”, como “Mesmo”, como “antipetista” frente ao Outro “petista”. O Mesmo e o Outro são indissociáveis, e de cujo conflito regulado a formação discursiva retira o princípio de sua unidade. Esse Outro é mais que um interlocutor do discurso, e pode ser entendido como “um *eu* do qual o enunciador discursivo deveria constantemente separar-se” (MAINGUENEAU, 2008, p. 37, *grifo do autor*). Todos os enunciados que não cabem em uma formação discursiva pertencem ao Outro, e a eles o Mesmo rejeita no seu discurso.

Assim, rejeitando o Outro – fonte do mal – e escolhendo um bode expiatório significativo, constituinte desse Outro, para ser sacrificado, chega-se à terceira fase do drama político: “o político produz um discurso destinado a *reparar o mal existente*, por encantações mais ou menos mágicas sobre a identidade do povo.” (CHARAUDEAU, 2016, p. 95, *grifos do autor*). No interior da formação discursiva “antipetista” propõe-se uma

⁵ Federação Internacional de Futebol Associado.

possível solução salvadora, que deverá sanar os problemas causados pelo Outro, antes de tudo, invocando-se como parte de seu público, evocando um “Nós”, sentimento identitário coletivo, que se une à comunidade indignada. No discurso, então, propõe-se como solução o *impeachment* da presidenta Rousseff, a fim de marginalizá-la junto com o PT da administração pública federal, fazendo ascender à presidência o vice-presidente dissidente Michel Temer, cujo discurso pertence, então, à esfera do “antipetismo”. O que importava, na verdade, era que se fizesse verdadeiro o desejo expresso no enunciado antipetista que pregava: “Fora Dilma e leve o PT junto”.

Rousseff foi afastada temporariamente da Presidência da República pelo Senado Federal em 12 de maio de 2016 e definitivamente em 31 de agosto de 2016. Temer assumiu interinamente a Presidência no mesmo 12 de maio, quando, em seu discurso de posse, enunciou:

É urgente pacificar a nação e unificar o Brasil. É urgente fazermos um governo de salvação nacional. Partidos políticos, lideranças e entidades organizadas e o povo brasileiro hão de emprestar sua colaboração para tirar o país dessa grave crise em que nos encontramos. O diálogo é o primeiro passo para enfrentarmos os desafios para avançar e garantir a retomada do crescimento. Ninguém, absolutamente ninguém, individualmente, tem as melhores receitas para as reformas que precisamos realizar. Mas nós, governo, Parlamento e sociedade, juntos, vamos encontrá-las. (G1, 2016a).

Como parte do processo de solução para a desordem social, cuja primeira etapa se consolidava com o *impeachment* de Rousseff, o bode expiatório, a etapa seguinte se concretizaria com o apaziguamento da nação, vítima de inúmeros protestos à direita e à esquerda nos meses que antecederam a votação do *impeachment*.

Durante os 28 minutos de discurso no Palácio do Planalto Temer apresentou sua plataforma de governo, na tentativa de promover a “pacificação da nação”. Outro enunciado dentro do tema do apaziguamento social e da reconstrução da nação presente no discurso de Temer é “Não fale em crise, trabalhe”:

Eu quero ver até se consigo espalhar essa frase em 10, 20 milhões de outdoors por todo o Brasil, porque isso cria também um clima de harmonia, de interesse, de otimismo, não é verdade? Então, não vamos falar em crise, vamos trabalhar.” (G1, 2016a).

O mesmo discurso de apaziguamento social foi assumido pelo juiz federal Sérgio Moro, em palestra realizada na Universidade Estadual de Maringá (UEM) na noite do dia 11 de maio, enquanto acontecia no Senado Federal a votação pelo afastamento de Rousseff. A palestra foi divulgada em notícia do portal *G1*, do qual pertence o trecho:

É importante, num momento político talvez conturbado, que nós pensemos essas questões apartidariamente e com espírito de tolerância. Nós temos que tratar essas questões com racionalidade e sem rancor ou ódio no coração[...] Devemos continuar sendo intolerantes em relação a esses esquemas de corrupção sistêmica, não pra dirigir rancor ou ódio a pessoas que eventualmente recaiam na tentação de cometer esse tipo de crime, mas no sentido de nós atuarmos para a resolução desse problema e que eles não voltem a acontecer, completou Moro [...] (G1, 2016).

Nota-se em todo o trecho destacado marcas discursivas alusivas à busca pelo apaziguamento social. O pedido de pensar “apartidariamente e com espírito de tolerância”, e tratar as questões sobre o momento político do país “com racionalidade e sem rancor ou ódio no coração” são fortes enunciados relacionados discursivamente ao mesmo “pacificar a nação e unir o Brasil” do discurso de posse de Temer, que seria proferido um dia depois daquele do juiz Moro. Também faz parte da formação discursiva “antipetista”, no que concerne à identificação da corrupção como elemento de desordem social e que deve ser combatido, dentro do contexto de se alcançar a paz na nação como meta, a segunda frase em discurso direto de Moro, na qual prega a intolerância contra a “corrupção sistêmica”, não como forma de dirigir ódio ou rancor aos supostos responsáveis por esse estado de desordem, mas a fim de efetivamente solucionar o problema da corrupção de modo a que não volte a macular a sociedade brasileira.

Ainda sobre o discurso anticorrupção de Moro, destaca-se o seguinte trecho de discurso direto do juiz na notícia do portal *G1*:

“[Nesse] quadro de corrupção sistêmica, o vilão não é unicamente o poder público. A corrupção envolve quem paga e quem recebe. Ambos são culpados e ambos, se provada a sua responsabilidade na forma do devido processo penal, têm que ser punidos na forma da lei. Tenho aceitado esses convites para palestras para dar mais ou menos esse recado óbvio: você quer mudar o país, você quer

superar esse esquema de corrupção sistêmica, não pague propina”, reforçou. (G1, 2016).

Nesse trecho, Moro reforça a importância de combater legalmente a “corrupção sistêmica”, que não está somente no poder público, mas também na outra parte da negociação escusa. Indica que há, ainda, um longo caminho a percorrer até chegar à verdadeira “justiça”. Coloca-se, ao fim, como protagonista desse movimento de libertação nacional, por aceitar convites para palestras para dar um recado “óbvio”, dirigindo-se diretamente ao seu interlocutor para dizer-lhe que ele também pode ser protagonista no processo de mudar o país, acabando com a corrupção sistêmica, se ele também se recusar a pagar propina.

Os enunciados analisados neste trabalho, acerca do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff (PT), operam sobre aquilo que Charaudeau (2006, p. 45) chama de saberes de crença, ou seja, “os saberes que resultam da atividade humana quando esta se aplica a comentar o mundo[...]”. Não mais falamos de inteligibilidade e racionalidade do discurso da informação, mas em avaliação de sua legitimidade e apreciação de seus efeitos. O discurso do *impeachment* apontou Dilma e o PT como culpados de todos os problemas do país e que, por isso, deveriam ser eliminados. Esse discurso, fundado no saber de crença, fez da presidenta da República o perfeito bode expiatório. Esses sistemas de crença interpretam o discurso e os acontecimentos do mundo a partir das maneiras como regulam as práticas sociais, uma vez que criam normas de comportamento, relacionamentos e manifestam padrões de ética e moral. Segundo Charaudeau (2006, p. 46), as crenças dão conta do mundo e do discurso no que se refere a esses elementos e também aprofundam tais questões, avaliando as próprias práticas sociais e comportamentos. Assim, os saberes de crença avaliam o mundo social a significar, manifestando-se, nesta conformação do discurso da informação, em confronto com padrões estabelecidos – que podem ter sido estabelecidos por diversos sistemas ideológicos de interpretação do mundo e/ou por suas representações sociais, como a religião e a cultura, por exemplo: se é bom ou mau; se é belo ou feio; se é agradável ou desagradável; se é útil ou inútil; se é eficaz ou ineficaz.

Dessa maneira, diz CHARADEAU (2006, p. 46), as crenças, ao emergirem em enunciações informativas na forma de construções argumentativas, convidam o receptor a partilhar dos julgamentos sobre o mundo emitidos pelo sujeito-autor, funcionando, também, como interpelação do outro, que se vê obrigado a tomar posição frente à

avaliação que lhe foi proposta no discurso. Com a destituição de Dilma, o país será apaziguado.

Análise do discurso em uma capa da revista *IstoÉ*

A revista *IstoÉ*, editada e publicada pela Editora Três, é uma publicação jornalística semanal brasileira de informação geral. Embora se apresente como independente da influência de grupos econômicos e políticos, isso não significa que o discurso da revista seja imparcial ou neutro quanto à política e economia brasileiras. A capa da edição nº 2424 da *IstoÉ*, publicada em 25 de maio de 2016 (**Figura 1**), que analisaremos, mostra que o discurso da publicação é o mesmo discurso de apaziguamento social da formação discursiva “antipetista”. Esta edição da revista foi publicada 12 dias após o afastamento de Dilma Rousseff da Presidência da República.

A capa tem, sobre um fundo branco, como manchete, o enunciado “Porque é importante pacificar o Brasil”, e como subtítulo o enunciado “É possível baixar a temperatura do embate político e criar um ambiente favorável à retomada do desenvolvimento”.

Acima destes enunciados há uma representação de uma operação matemática de adição: a imagem de uma coxinha, o símbolo “+”, a imagem de um sanduíche de mortadela, o símbolo “=”, e uma imagem da bandeira do Brasil. As expressões “Os notáveis da economia”, “Exclusivo” (referentes a outros enunciados que não analisaremos), o nome “IstoÉ” e a palavra “pacificar” estão grafadas na cor verde-bandeira. “Pacificar”, ainda, está em posição de destaque no enunciado, contrastando com o restante do enunciado por estar em cor diferente (o restante do enunciado está em cor preta) e por estar em um corpo de fonte maior do que as demais palavras da manchete. O nome



Figura 1: Capa da *IstoÉ* nº 2424

“IstoÉ”, a representação gráfica da operação de adição, o título e o subtítulo da manchete estão em alinhamento centralizado à página.

O enunciado “Porque é importante pacificar o Brasil: é possível baixar a temperatura do embate político e criar um ambiente favorável à retomada do desenvolvimento”, que, na condição de manchete remete à reportagem principal da edição, tem os mesmos elementos presentes nos enunciados do presidente Michel Temer e do juiz Sérgio Moro, a saber, a defesa do argumento de esfriar os ânimos no embate político nacional a fim de trazer paz à nação e, assim, retomar o desenvolvimento, minado pelo governo petista afastado. A ênfase dada à palavra “pacificar” mostra a importância dada pela equipe editorial da *IstoÉ* à urgência de se concretizar a mesma solução salvadora da formação discursiva “antipetista”.

A operação de adição que soma dois alimentos (coxinha e sanduíche de mortadela), tendo como resultado a bandeira do Brasil, também é parte do discurso de apaziguamento social. O Outro do discurso “petista”, representado pelo simulacro “antipetista” naquele discurso, é pejorativamente chamado de “coxinha”, cuja origem da alcunha não é conhecida. Já o Outro do discurso “antipetista”, representado pelo simulacro “petista” no discurso, é chamado pejorativamente de “mortadela”, e surgiu como contraponto à alcunha de “coxinha” em referência aos lanches que militantes petistas recebiam nos protestos, na maioria das vezes sanduíche de mortadela. A bandeira do Brasil, como símbolo oficial nacional, representa a própria nação brasileira. Portanto, a ideia de pacificação está presente neste enunciado, apontando que “coxinhas” e “mortadelas” devem se unir para o bem do país. Essa ideia de pacificação, integração nacional entre posições políticas diferentes, também está presente no verde das palavras “IstoÉ” e “pacificar”, visto que é o mesmo verde presente na bandeira do Brasil. Além disso, a cor branca, que domina o fundo da capa, é constantemente associada à paz.

Portanto, contrapondo à própria apresentação de si da revista como independente de grupos políticos e econômicos, os enunciados da manchete da capa da edição nº 2424 da *IstoÉ* estão inscritos na formação discursiva “antipetista”, ao evocar o mesmo discurso de apaziguamento social já enunciado anteriormente nesta formação discursiva.

Considerações finais

Os atores políticos se apropriam do drama teatral para produzirem sua própria encenação dramática no real, no cotidiano democrático. A fim de justificar os próprios atos, estabelecem a cena política em três atos, a saber, a descrição de uma situação de desordem social, a identificação de uma “fonte do mal” responsável pela desordem, e a proposição de uma possível solução que deverá resgatar a sociedade do mal a ela infligido.

Este passo a passo pôde ser observado no processo de impedimento da presidenta do Brasil, Dilma Rousseff, desde sua gênese, nos protestos populares de 2013, e na crescente onda de indignação contra a política tradicional brasileira, canalizada pelos movimentos e partidos de oposição, em manifestações contra o Poder Executivo, cuja imagem era Rousseff, o ex-presidente Lula e o PT. Os enunciados já citados “A culpa é do PT” e “Fora Dilma e leve o PT junto” são claros exemplos do discurso antipetista que se fortaleceu até atingir seu ápice em 2016, quando em maio Rousseff foi provisoriamente afastada do cargo de presidenta da República e definitivamente impedida no mês de agosto.

O discurso pós-*impeachment* enunciado pela formação discursiva “antipetista” pregava o apaziguamento social, como forma de continuar a tirar o Brasil do atraso e retomar o desenvolvimento econômico, paralisado e destruído durante os governos petistas. A hora era de “pacificar o país e unificar a nação” e de não pensar em crise, mas trabalhar pela recuperação do país. Esse discurso não foi assumido apenas por atores político-partidários opositores, mas também por membros do Poder Judiciário e pela mídia hegemônica, como foi possível observar nos enunciados analisados.

Os três enunciados analisados compõem a cena do sacrifício do “bode expiatório”, que significaria o apaziguamento da situação social - pacificar a nação e fazer crescer a tolerância entre os grupos sociais em conflito. O discurso jornalístico presente na *IstoÉ* nº 2424 auxilia em reforçar a mensagem que se quer transmitir de que o momento é de apaziguar a sociedade. A partir da análise percebe-se que é do interesse da revista *IstoÉ*, enquanto mídia, dar voz a enunciados que corroborem o posicionamento político-econômico-discursivo “antipetista” do veículo, sob o véu da “informação em benefício da cidadania”.

Por outro lado, entende a teoria mimética que, uma vez sacrificado, o “bode expiatório”, tendo sido responsável pelo apaziguamento social, passa a ser visto como santificado. Tal apaziguamento é mais efetivo à medida em que todos os grupos em conflito reconhecem no personagem

apontado para o papel de “bode expiatório” a responsabilidade pelos problemas sociais e no seu sacrifício a solução possível. Também é possível que, santificado, o “bode expiatório” retorne como figura mítica e salvadora para a sociedade - o que pode ser um dos elementos que ajude a explicar porque após dois anos o PT tem eleito a maior bancada para a Câmara dos Deputados e o maior número de governadores em 1º turno nas eleições gerais de 2018.

A discussão apresentada aponta para a necessidade de aprofundamento da análise do discurso da mídia em contato com a realidade política nacional, e de como se dá a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos políticos pelos veículos jornalísticos. A imparcialidade jornalística é um mito, e analisar o discurso no jornalismo é um dos caminhos para reforçar essa ideia e, também, indicar qual o posicionamento que uma mídia adota frente às várias temáticas em discussão na sociedade.

Referências

CHARAUDEAU, P. **A conquista da opinião pública**: como o discurso manipula as escolhas políticas. São Paulo: Contexto, 2016.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

GOLSAN, R. J. **Mito e teoria mimética**: introdução ao pensamento girardiano. São Paulo: É Realizações, 2014.

ISTOÉ. São Paulo, nº 2424, 25 maio 2016.

KIRWAN, M. **Teoria mimética**: conceitos fundamentais. São Paulo: É Realizações, 2015.

LEMOS, Daniel; AGUIAR, C. Parresia e Ética em Jornalismo: a Coragem da Verdade na Prática Investigativa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36., 2013, Manaus. **Anais eletrônicos...** Manaus: INTERCOM, 2013. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0484-1.pdf>>. Acesso em: 28 jul. 2018

MAINGUENEAU, D. **Gênese dos discursos**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MORO diz que é preciso não ter “ódio no coração” sobre momento político. **G1**, Maringá, 12 maio 2016. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/pr/norte-noroeste/noticia/2016/05/moro-diz-que-e-preciso-nao-ter-odio-no-coracao-sobre-momento-politico.html>>. Acesso em: 23 jul. 2018.

NOGUEIRA, P. Como interpretar a inédita correção d'O Globo na 1.a página. **Diário do Centro do Mundo**. Disponível em:

<<http://www.diariodocentrodomundo.com.br/como-interpretar-a-inedita->

O IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF E O DISCURSO SOBRE O APAZIGUAMENTO SOCIAL NA IMPRENSA BRASILEIRA

correcao-do-globo-na-1-a-pagina-por-paulo-nogueira/>. Acesso em: 12 fev. 2016.

TIBURI, Marcia. **Como conversar com um facista**. São Paulo: Record, 2015.

VEJA a íntegra do primeiro discurso de Temer como presidente em exercício. **G1**, Brasília, 13 maio 2016a. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/processo-de-impeachment-de-dilma/noticia/2016/05/veja-integra-do-primeiro-discurso-de-temer-como-presidente-em-exercicio.html>>. Acesso em: 30 jul. 2018.



SEM PODER, EXPLOSIVA E FORA DO BARALHO: discursos sobre a presidenta Dilma Rousseff em capas de revistas jornalísticas

NO POWER, EXPLOSIVE AND OUT OF THE DECK: speeches about President Dilma Rousseff in journalistic magazines covers

Marcília Luzia Gomes da Costa MENDES¹
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte | Brasil
Francisco Vieira da SILVA²
Universidade Federal Rural do Semi-Árido | Brasil

Resumo

O artigo tem como objetivo refletir sobre a construção discursiva da presidenta Dilma Rousseff em capas de revistas de circulação nacional, atentando para as operações e efeitos de sentidos produzidos. Para tanto, são utilizados os pressupostos teóricos e metodológicos da Análise do Discurso (doravante AD) de orientação francesa, tomando o discurso como mecanismo de saber e poder que atua na constituição de imagens e imaginários. As análises revelam a utilização de filtros e modos de enunciação específicos em torno da discursivização da figura de Dilma publicizada pelas capas das revistas jornalísticas. Observam-se posicionamentos que buscam constituir a figura de Dilma como uma pessoa com gênio explosivo, difícil de lidar, entre outras características que a fariam menos apta ao cargo de presidente, desvelando vieses misóginos e conservadores, os quais parecem estar inscritos em um movimento de sentido mais amplo que vem ganhando espaço e repercussão com a intensificação da crise política e econômica brasileira.

Palavras-chave

Jornalismo; Dilma Rousseff; Jornalismo de Revista; *Veja*, *IstoÉ*, *Época*, Misoginia.

Abstract

The article aims to reflect on the discursive construction of the president Dilma Rousseff in covers of magazines of national circulation, paying attention to the operations and effects of senses produced. For that, the theoretical and methodological assumptions of Discourse Analysis (hereinafter AD) of French orientation are used, taking the discourse as a mechanism of knowledge and power that acts in the constitution of images and imaginaries. The analyzes reveal the use of specific filters and modes of enunciation around the discursivization of the figure of Dilma published by the covers of journalistic magazines. Positions that seek to constitute the figure of Dilma as a person with explosive genius, difficult to deal with, among other characteristics that would make her less fit for the position of president, unveiling misogynistic and conservative biases, which seem to be inscribed in a movement of a broader sense that has been gaining space and repercussion with the intensification of the Brazilian political and economic crisis.

Keywords

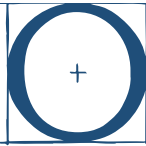
Journalism; Dilma Rousseff; Magazine Journalism; *Veja*; *IstoÉ*; *Época*; Misogyny.

RECEBIDO EM 20 AGOSTO DE 2018
ACEITO EM 07 OUTUBRO DE 2018

¹JORNALISTA. Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba. Docente do curso de Comunicação Social e dos Programas de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Humanas e Ciências da Linguagem da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Contato: marciliamendes@uol.com.br.

²Doutor em Linguística pela Universidade Federal da Paraíba. Mestre em Letras pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Especialista em Ciências da Linguagem aplicadas à Educação a Distância pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Graduado em Letras pela Universidade Estadual da Paraíba. Professor efetivo de Linguística e Língua Portuguesa da Universidade Federal Rural do Semi-Árido. Contato: francisco.vieiras@ufersa.edu.br.

Introdução

s acontecimentos que marcaram a cena política brasileira nos últimos anos têm nos levado, mais do que nunca, a procurar refletir a respeito do modo como os diferentes dispositivos comunicacionais procuram capitalizar as diversas questões do jogo político no Brasil, produzindo discursos e disseminando verdades, de modo a engendrar determinados posicionamentos junto ao público.

No caso do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, consideramos que a mídia exerceu um papel singular na gestação de uma disputa de sentidos em torno desse episódio. Ainda que o termo mídia, hoje, abarque uma diversidade de plataformas de produção e de circulação de conteúdos, desde as mídias corporativas, passando pelas mídias alternativas até uma concepção que considera os próprios sujeitos como uma agência de veiculação de informação, especialmente através das redes sociais digitais, não se pode negligenciar o papel preponderante que determinados meios de divulgação de informações exercem junto ao público que os consome, a exemplo de revistas de circulação nacional, como *Época*, *IstoÉ* e *Veja*.

Partindo dessa reflexão, o presente artigo tem como objetivo analisar três capas de três edições das revistas supracitadas, com vistas a refletir acerca do tratamento conferido à presidenta Dilma Rousseff e ao seu governo, antes da efetivação do processo de *impeachment*. Em síntese, somos impelidos a discutir como essas revistas, ao enunciarem acerca da gestão de Dilma nos momentos que antecederiam a sua saída, construíram determinados posicionamentos discursivos e criaram verdades que se relacionam com outros dizeres inerentes aos tensionamentos de um período bem conturbado da política nacional.

O aparato teórico que conduzirá as análises advém da perspectiva da Análise do Discurso, a partir das ressonâncias investigativas resultantes das reflexões de Michel Foucault acerca do discurso, do enunciado e das relações de poder que nos autorizam pensar o jornalismo de revista como um dispositivo que faz funcionar estratégias de saber-poder. Noutras palavras, esse dispositivo alinha-se a relações de força responsáveis por delinear diferentes posicionamentos discursivos que não apenas informam, mas produzem condutas, subjetividades, modos de ser e estar no mundo.

A escolha pelas capas de revista como objeto de análise se deu devido a sua atuação como vitrines em relação aos conteúdos que são tratados no decorrer da revista como um todo, pois sua função é justamente despertar a atenção dos leitores, convidá-los para a leitura e deleite daquilo que é

Marcília Luzia Gomes da Costa MENDES • Francisco Vieira da SILVA

prometido através do seu destaque. Na capa é posto o elemento principal a ser vendido, e todos os outros se põem em uma ordem de subordinação e hierarquização. Nela podem ser encontrados desde elementos textuais, imagens, ilustrações, entre outros, que juntos visam conquistar o possível consumidor. Além disso, nas capas se podem analisar os sentidos que desvelam posições políticas, relações de poder e agenciamentos diversificados.

Do ponto de vista organizacional do texto este artigo apresenta a seguinte configuração: na seção a seguir discutimos, de modo mais verticalizado, como o jornalismo de revista se constitui enquanto um dispositivo midiático de enunciação para, no tópico posterior, analisarmos as capas coletadas para este estudo. Na seção final tecemos alguns apontamentos de caráter conclusivo para as reflexões desenvolvidas no curso deste escrito.

O jornalismo de revista como um dispositivo midiático de enunciação

Entre as diferentes formas que visam narrar e problematizar os acontecimentos e temas da vida cotidiana tem destaque o jornalismo de revista, mesmo em tempos da crise dos impressos, considerando a convergência das mídias (JENKINS, 2009) e produção de conteúdo em novos suportes e ambiências, com destaque para a *internet*. O jornalismo de revista pode ser entendido como aquele que, a partir de abordagens temáticas variadas, possui um tom noticioso mais voltado para a análise e interpretação, tendo como marca identitária características específicas, haja vista que o jornalismo de revista possui ampla segmentação, isto por meio da especialização de seus conteúdos.

Conforme Tavares e Schwaab (2013) as características que irão definir o nicho da revista se intensificaram no Brasil na década de 1960, momento da emergência da indústria cultural em solo nacional, fator que propiciou o aumento da circulação das publicações. Hoje são produzidas e circulam revistas de vários segmentos, compreendendo questões diversas como idade, gênero, estilo de vida, classe socioeconômica, entre outros elementos, bem diferente do que ocorria antes do período citado acima, quando os títulos eram produzidos visando a leitura por toda a família, isto é, não havia uma especialização com publicações direcionadas para as mulheres, adolescentes, homens, entre outros. Os autores enfatizam que dois aspectos

evidenciam mais diretamente o tipo de segmentação adotado por um veículo: primeiro o seu público, e depois o seu conteúdo.

Outro aspecto que lhes é inerente é a questão da periodicidade, pois, diferentemente dos jornais diários ou *sites* noticiosos, a sua circulação é variável, podendo ser semanal, quinzenal, mensal etc. Segundo Tavares e Schwaab (2013, p. 27), no cenário da mídia impressa, as revistas diferenciam-se, ainda, pela sua condição material, pois a quantidade de suas páginas também é um fator que pode variar conforme cada publicação, dialogando ainda com o contexto social do qual a revista é parte.

No caso das capas das revistas analisadas – *Época*, *IstoÉ* e *Veja* – considera-se que são expoentes do segmento de jornalismo de revista em nível nacional, haja vista a grande circulação que possuem. Além de poderem ser adquiridas através de assinaturas, também é possível encontrá-las em bancas de revistas e em plataformas digitais especializadas, como o *Go Read*³.

Trata-se de revistas que possuem vinculação com determinados setores da sociedade, sobretudo os mais conservadores, haja vista o seu diálogo com as pautas do campo liberal, contrárias à intervenção do Estado na economia, não esquecendo das suas filiações políticas alinhadas à direita, fator que dá condições para a produção de discursos que expressam posicionamentos contrários a pautas e políticos mais progressistas. Mais que publicizar discussões em torno deste contexto, observamos a operacionalização de agenciamentos que visam dar conta dos modos pelos quais as pessoas possam lidar, entender, se comportar e vivenciar a questão política.

Com efeito, levando em consideração os fatores acima discutidos, tomamos o jornalismo de revista como um dispositivo. Tratá-lo desta forma, por sua vez, requer explicitar que o termo traz consigo uma série de acepções, podendo ter um caráter tecnológico, jurídico ou uma interpretação filosófica e sociológica. Assim sendo, o uso adotado neste trabalho refere-se à última perspectiva indicada (uma interpretação filosófica e sociológica), tomando como base as ideias do filósofo francês Michel Foucault, para quem o dispositivo trata-se de uma rede de relações que podem ser estabelecidas entre elementos heterogêneos, que engloba

³ Serviço para acesso de revistas. A partir de uma assinatura mensal no valor de R\$ 22,90 – exceto no primeiro mês, que é grátis – o usuário pode ter acesso a mais de 100 títulos de revistas, que podem ser acessadas em computadores, *tablets* e *smartphones*. Este serviço encontra-se disponível no seguinte endereço eletrônico:

<https://www.goread.com.br/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=google_search&gclid=CPr62rrPxtECFQgGkQodO94Puw>.

Marcília Luzia Gomes da Costa MENDES • Francisco Vieira da SILVA

[...] discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas [...] (FOUCAULT, 2013b, p. 364).

O dito e o não dito também são elementos que constituem o dispositivo, o qual é a rede que se pode estabelecer entre estes diversos elementos.

O dispositivo atua na produção de sentidos, sendo um elemento balizador de determinadas práticas. A partir dele também são produzidas subjetividades e sociabilidades, o que ocorre através dos dispositivos midiáticos de enunciação, tal qual o jornalismo de revista, uma vez que a mídia condiciona e estrutura através de suas relações de saber e poder determinados padrões, ao mesmo tempo em que é condicionada de acordo com os usos e apropriações que são realizados pelos sujeitos nos processos de mediação.

O jornalismo de revista é aqui tomado como um dispositivo midiático de enunciação (RODRIGUES, 2015), o qual atua e coloca em circulação os mais diversos discursos sobre política e gênero, construindo ou fortalecendo narrativas que ora interpretam e assemelham-se a realidade, ora aproximam-se mais de distopias, tendo em vista que não refletem ou dialogam acerca das conjecturas estruturais, mas buscam construí-las a partir de vieses particulares.

Dilma em revista: gênero e misoginia

Conforme anunciamos anteriormente, nosso objetivo neste escrito reside em analisar os discursos sobre a presidenta Dilma Rousseff em capas de revista de circulação nacional, com o intuito de investigar os mecanismos de saber e poder e os posicionamentos discursivos que são regulares na constituição de dizeres acerca da então presidente, na época em que estas capas foram produzidas e publicadas. Para tanto, selecionamos três capas provenientes das principais revistas de variedades brasileiras, quais sejam: *Época*, *IstoÉ* e *Veja*.

Começamos a análise pela capa da revista *Época*, conforme nos mostra a **Figura 1**.

Na materialidade verbo-visual da capa deparamo-nos com a imagem da presidenta Dilma sentada, atenta olhando o relógio e com ar de preocupação. O fundo preto acentua ainda mais o tom lúgubre que a capa destaca. Os dizeres em caixa alta qualificam-na como "a presidente sem poder". A cor vermelha na qual se encontra grafado o termo "presidente", ao

SEM PODER, EXPLOSIVA E FORA DO BARALHO: discursos sobre a presidenta Dilma Rousseff em capas de revistas jornalísticas

mesmo tempo em que atualiza uma memória de filiação da referida política ao Partido dos Trabalhadores (PT), reitera o cenário de urgência e de desespero que o veículo midiático em estudo procura criar.

Logo abaixo, a posição que enuncia na capa esclarece: “Dilma se enfraquece e perde tempo ao lançar um pacote equivocado – e deve



Figura 1: Capa da revista *Época* - Edição 902 (20/09/2015)

enfrentar um Congresso cada vez mais hostil”. Os efeitos de sentido que emergem da capa permitem-nos pensar no funcionamento de estratégias discursivas que fabricam determinadas representações acerca da presidenta, na medida em que a revista enuncia a partir de um dado posicionamento e responde a interesses específicos que, não por acaso, se opunham ao governo do PT. Para isso, tem-se uma representação segundo a qual a presidenta mostra-se despreparada e incompetente para ocupar o cargo de chefe do Executivo. Desse modo, tem-se uma aparente opacidade do sentido no jogo discursivo

da capa, pois é inconcebível um presidente não ter poder.

Logo, em seguida, somos advertidos, pela voz que fala na capa, que a presidenta tem sérias dificuldades em negociar com os membros do Legislativo e, por conseguinte, assegurar a famigerada e necessária governabilidade. Assim, a capa nos esclarece que a ausência de poder da presidenta estaria relacionada com os inconvenientes enfrentados por Dilma na consecução do seu governo, notadamente após a reeleição em 2014. Essa inabilidade da presidenta, portanto, seria um indício de que havia a possibilidade iminente de uma deposição, a ser considerada, pelas relações de força em que se amparam os discursos de *Época*, como legítima e necessária.

Outro aspecto que chama a atenção na capa tem a ver com o tratamento selecionado para se referir a Dilma: o termo presidente. É sabido que ela defendeu argutamente a necessidade de ser chamada pelo termo flexionado no feminino, especialmente para demarcar o lugar da mulher no acontecimento discursivo que assinalou a sua vitória presidencial. Conforme frisam Sargentini e Sá (2016, p. 179), “[...] já eleita, Dilma incorporou o

Marcília Luzia Gomes da Costa MENDES • Francisco Vieira da SILVA

termo [presidenta], e todos os seus correligionários e simpatizantes passaram a referi-la como tal.". O uso do termo no masculino e uma possível neutralidade que adviria desse emprego constitui uma estratégia de produção discursiva responsável por desconsiderar toda a historicidade que recobre o ineditismo de Dilma na presidência do Brasil e realça, subrepticiamente, a necessidade de manter a política sob o signo do poder patriarcal. Ainda de acordo com Sargentini e Sá (2016, p. 194), "[...] a não adesão ao termo, revela, mais que uma escolha lexical, a incorporação a uma formação discursiva que reatualiza dizeres de exclusão da mulher no espaço público."

Entendendo que, na perspectiva de Foucault (2013a), interessa pensar as condições de possibilidade que fizeram emergir determinado enunciado e não outro em seu lugar, convém perscrutarmos a produção discursiva da mídia acerca de uma narrativa histórica responsável por delinear o discurso da crise (MENEZES, 2016) do governo da petista e a defesa maciça da deposição da presidenta. Para tanto, na capa seguinte, os efeitos de sentido constroem a presidenta Dilma como emocionalmente desequilibrada e, por isso, imprópria para permanecer no cargo de presidenta. Vejamos a capa veiculada numa das edições da revista *IstoÉ*, quando se aproximava a data de votação do processo de *impeachment* na Câmara dos Deputados.

A expressão de cólera da presidenta é complementada pelo relato de ações praticadas pela agente pública que denunciam seu estado de desequilíbrio emocional. Os elementos linguísticos empregados na descrição das condições psicológicas da presidenta, tais como "completamente fora de si", "surtos de descontrole" e para designar as atitudes por ela tomada, como "ataca", "quebra" e "xinga", corroboram uma representação da presidenta segundo a qual, dado os excessos passionais imperdoáveis, é urgente que ela já não deve estar no posto de comandante do país.

Nessa lógica, à presidenta é atribuída incapacidade de lidar com



Figura 2: Capa da revista *IstoÉ*– Nº 2417.

SEM PODER, EXPLOSIVA E FORA DO BARALHO: discursos sobre a presidenta Dilma Rousseff em capas de revistas jornalísticas

situações conflituosas, de gerenciar os empecilhos inerentes ao cargo, pois, ao suplantar a razão pela emoção, demonstra sua fraqueza e incompetência. Num domínio de memória deparamo-nos com os binarismos, como razão *vs.* Emoção, para representar a identidade dos gêneros masculino e feminino. Conforme pontua Woodward (2008, p. 50), tem-se “um compromisso com os dualismos pelos quais a diferença se expressa em termos de oposições cristalinas – natureza/cultura, corpo/mente, paixão/razão”. Ainda de acordo com a autora, baseando-se em Derrida, a relação entre os dois termos dessas oposições demonstra um desequilíbrio necessário de poder. Noutros termos, a razão mostra-se preponderante frente à emoção, a cultura sobrepõe-se à natureza, e assim por diante. Em síntese, a presidenta Dilma é realocada no campo da emoção, em função de ser mulher, e por isso, falta-lhe pulso firme para resistir a um contexto desafiador e sobra o desequilíbrio, a perturbação e as loucuras “tipicamente” femininas.

A capa deixa entrever também uma reatualização de dizeres segundo os quais a mulher seria “um ser enganador, irrecuperável e maléfico” (DELUMEAU, 2009, p. 514). Nesse ínterim, Dilma é retratada, pelo viés de um posicionamento misógino, como uma mulher abalada emocionalmente (“surtos de descontrole”, “quebra móveis”), mal-educada (“grita com subordinados”) e transgressora (“ataca poderes constituintes”). Como consequência, tem-se a defesa de uma posição para a qual a presença da presidenta no poder é inviável, uma vez que esta não atende às supostas exigências definidas para quem deveria ocupar o posto (serenidade, governo de si e autocontrole), características estas relacionadas à razão intrinsecamente masculina.

Na capa a seguir, veiculada pela revista *Veja*, dias antes da votação do processo de *impeachment* na Câmara, observa-se a espetacularização de um posicionamento partidário desse veículo midiático em relação aos fatos



Figura 3: Capa da revista *Veja*, edição nº 2474.

Marcília Luzia Gomes da Costa MENDES • Francisco Vieira da SILVA
políticos ainda a serem efetivados.

No plano imagético a capa exhibe uma imagem que representa uma espécie de fotografia oficial da presidenta Dilma com a faixa presidencial. O efeito de rasura na foto, como se alguém estivesse arrancado uma parte dela, combinado com os dizeres “Fora do baralho”, denota que se trata de uma figura política sem qualquer importância no âmbito do jogo político em voga (a remissão ao baralho não é despreziosa). Ainda que a votação do *impeachment* ainda não tivesse ocorrido (“com ou sem vitória na batalha do *impeachment*”), o posicionamento discursivo de *Veja* apela para um certo fatalismo, por meio do qual o governo encontra-se insustentável (“já perdeu a batalha do poder”, “o governo esfacelou-se”). Há, pois, uma posição discursiva que assevera e decreta o fim de uma gestão e, com isso, mobiliza a chamada opinião pública para aderir a essa constatação.

Considerando o efeito que as capas de revista geram nos potenciais leitores e constatando o apelo da imagem presente nas capas, entendidas por Scalzo (2006, p. 63) como “o primeiro elemento que prenderá a atenção do leitor”, podem-se rastrear os modos através dos quais esse veículo midiático lança mão para se posicionar no cenário político e produzir determinadas verdades para o leitor. Trata-se, antes, de estratégias matizadas por um tom sensacionalista, as quais coloreem os fatos com tintas fortes e procuram convencer o leitor a fazer parte desse jogo.

Assim, os efeitos de sentido provenientes da capa de *Veja* dialogam com os que emergem das demais capas estudadas, na medida em que todas partilham de um mesmo posicionamento discursivo para enunciar acerca do governo de Dilma Rousseff e da necessidade de destituí-la o mais urgente possível. Em convergência, as materialidades verbo-visuais dessas capas concorrem para “lembrar qual é o lugar da mulher” (GRANGEIRO, 2012, p. 176), pois, em todas as capas, a posição do sujeito mulher é posta em xeque. Para tanto, podemos focar que a legitimidade (ou a falta dela) do governo está congenitamente relacionada à incapacidade da presidenta de encarar os problemas de sua gestão, uma vez que carece de força, fôlego e segurança. Todos esses discursos, repetidos à exaustão em tantas materialidades da mídia, constituem uma “[...] atenção midiática que, conscientemente e de caso pensado, confunde e embaralha as competências federativas de tal modo que toda culpa caiba unicamente no governo federal.” (SOUZA, 2016, p. 94). Além disso, as três capas analisadas denotam uma ferrenha oposição à presidenta Dilma, reforçando uma visão machista e misógina, representada através das estratégias discursivas que constroem representações sobre a presidenta.

Considerações finais

Neste artigo o foco incidu sobre a análise de três capas de três revistas brasileiras, as quais traziam como destaque o governo da presidenta Dilma Rousseff antes da consecução do processo de *impeachment* em 2016. O propósito do estudo foi o de observar como os efeitos de sentido produzidos pelos discursos das capas construíram a imagem da então presidenta. Nessa incursão consideramos o jornalismo de revista como uma instância privilegiada de produção discursiva e de legitimação de verdades e, em função disso, partimos da tese segundo a qual esses veículos, ao enunciarem, operam um dizer que acaba por sinalizar os posicionamentos da instituição jornalística perante as disputas engendradas no campo político.

Dito isso, compreendemos que as capas, ao construírem discursivamente a gestão de Dilma como desastrosa e impertinente, teceram dizeres que desqualificam a então presidenta, dado que se trata de alguém que não tem poder, que é explosiva e que se encontra à margem do jogo político, embora ainda fosse até o momento, do ponto de vista legal, uma presidenta legítima. Ao agenciar essas operações de sentido as revistas se mostraram favoráveis a toda e qualquer manifestação que defendesse a deposição da presidenta, de modo a enlaçarem-se com posicionamentos análogos, presentes no próprio campo da mídia, assim como da política e da justiça. Dessa forma, enquanto dispositivo, mais do que problematizar ou relatar os acontecimentos, as revistas promoveram agenciamentos que se propunham a produzir ânimos, percepções e valores, o que não é o seu papel, alimentando, assim, a constituição de subjetividades e posicionamentos contrários à figura de Dilma e ao que ela representa.

Referências

- BENETTI, Marcia. Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: BENETTI, Marcia; LAGO, Claudia (Orgs.). **Metodologia da pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.
- DELUMEAU, Jean. **História do medo no Ocidente 1300-1800**: uma cidade sitiada.. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2013a.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. São Paulo: Graal, 2013b.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola: 2011.
- GRANGEIRO, Claudia Rejane Pinheiro. Misoginia e anticomunismo na xilogravura de cordel. In: TASSO, Ismara; NAVARRO, Pedro (Orgs). **Produção de identidade e processos de subjetivação em práticas discursivas**. Maringá: Eduem, 2012. p. 161-181.

- Marcília Luzia Gomes da Costa **MENDES** • Francisco Vieira da **SILVA**
GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.). **Discurso e Mídia**: a cultura do espetáculo. São Paulo: Claraluz, 2003.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 1999.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. Afinal o que é a mídia?. CISECO, Japaratinga (AL), 29 nov. 2015. Disponível em:
<<http://www.ciseco.org.br/index.php/artigos/279-afinal-o-que-e-a-midia>>. Acesso em: 5 abr. 2016.
- SARGENTINI, Vanice; SÁ, Israel. Discursos em luta: os usos e os sentidos do termo "presidenta" no debate político-midiático. In: CURCINO, Luzmara.; SARGENTINI, Vanice.; PIOVEZANI, Carlos. **(In)subordinações contemporâneas**: consenso e resistências nos discursos. São Carlos: EdUFSCar, 2016. p. 179-195.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2006.
- SOUZA, Jessé. **A radiografia do golpe**: entenda por que você foi enganado. Rio de Janeiro: Leya, 2016.
- MENEZES, Kátia. O discurso da crise: resistências que produzem consensos. In: CURCINO, Luzmara; SARGENTINI, Vanice; PIOVEZANI, Carlos. **(In)subordinações contemporâneas**: consenso e resistências nos discursos. São Carlos: EdUFSCar, 2016. p. 159-177.
- TAVARES, Frederico de Melo B., SCHWAAB, Reges. Revista e comunicação: percursos, lógicas e circuitos. In: TAVARES, Frederico de Melo B., SCHWAAB, Reges (Org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.
- WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tadeu Tomaz; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 7-72.



IMPEACHMENT, EMOÇÕES E CONFLITOS: a emergência da raiva nos comentários da página da revista *Veja* no Facebook¹

IMPEACHMENT, EMOTIONS AND CONFLICTS: the emergency of anger in coments on the page of *Veja* magazine on the facebook

Maria das Graças Pinto COELHO²

Geilson Fernandes de OLIVEIRA³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil

Resumo

Considerando o cenário de crises no Brasil contemporâneo, analisam-se as conversações estabelecidas através dos comentários produzidos em postagem da *Veja* – um dos periódicos do segmento jornalismo de revista com maior circulação nacional – em sua página no *Facebook*, a saber, os comentários referentes ao *post* intitulado “URGENTE: *Dilma sofre impeachment e PT sai do governo após 13 anos*”, publicado em 31 de agosto de 2016. Para tanto, são utilizados os pressupostos da Etnometodologia e sua abordagem sobre a Análise da Conversa. As reflexões empreendidas demonstram a irrupção de emoções e sentimentos em conflito, haja vista a produção de dissensos que se instauram a partir das conversações, evocando o sentido de disputa acerca do processo de *impeachment*, de modo que a raiva é evidenciada como a emoção mais recorrente.

Palavras-chave

Impeachment; Revista *Veja*; Comentários; Emoções; Revista jornalística.

Abstract

Considering the scenario of crises in contemporary Brazil, we analyze the conversations established through the comments produced in the post of *Veja* - one of the journals of the newspaper segment of the magazine with the largest national circulation - on its facebook page, post titled "URGENT: *Dilma suffers impeachment and PT leaves the government after 13 years*," published on August 31, 2016. For that, the assumptions of ethnomethodology and its approach on the Analysis of Conversation are used. The reflections undertaken demonstrate the irruption of conflicting emotions and feelings, in view of the production of dissensions that arise from the conversations, evoking the sense of dispute about the process of *impeachment*, so that anger is evidenced as the most recurrent emotion.

Keywords

Impeachment; *Veja* magazine; Comments; Emotions; Journalistic magazine.

RECEBIDO EM 07 DE AGOSTO DE 2018
ACEITO EM 08 OUTUBRO DE 2018

¹ Uma versão preliminar deste artigo foi apresentada no **IV Colóquio Nacional de Linguagem e Discurso**, promovido pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Aqui, são incorporadas tanto as discussões promovidas durante o evento quanto alguns dos debates assistidos e desenvolvidos durante as aulas da disciplina “O golpe de 2016 e o futuro da democracia”, ofertada pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte no primeiro semestre de 2018.

² JORNALISTA. Pós-doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doutora e mestre em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, atuando como Professora Titular dos Programas de Pós-Graduação em Estudos da Mídia e em Educação da referida Universidade. Contato: gpcoelho8@gmail.com

³JORNALISTA. Doutorando em Estudos da Mídia na Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Ciências Sociais e Humanas pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Especialista em Gestão Pública e em Literatura e Ensino (UAB/IFRN, 2015). Contato: geilson_fernandes@hotmail.com

Introdução

Após quase 24 anos o Brasil, país com um regime democrático ainda jovem, passou no ano de 2016 pelo segundo processo de *impeachment* de seus presidentes. O primeiro ocorreu nos últimos meses do ano de 1992, sendo o primeiro processo de deposição presidencial não só do Brasil, mas também da América Latina pós-regimes ditatoriais, quando o então presidente Fernando Collor de Melo, mesmo tendo renunciado diante das acusações de corrupção, foi julgado pelos parlamentares em plenário para votação do *impeachment*, os quais decidiram que o presidente não poderia ficar isento das denúncias e evitar o processo de cassação devido a apresentação de carta de renúncia. Uma vez julgado, Collor ficou inelegível por 8 anos. Pouco mais de duas décadas depois, Dilma Rousseff, presidenta democraticamente eleita para o seu segundo mandato após as eleições majoritárias de 2014, também enfrentou um processo de *impeachment*, aprovado pela Câmara dos Deputados em 17 de abril de 2016, com votação favorável finalizada no Senado em 31 de agosto do mesmo ano.

Com um clima político que já vinha se anunciando desde as jornadas de junho de 2013 e, no ano seguinte, a disputa das eleições em 2014⁴, a rivalidade e o conflito já eram evidentes, tanto entre as agremiações partidárias quanto entre os seus militantes e a população de uma forma mais geral. Por sua vez, o processo de *impeachment*, classificado por muitos intelectuais como um golpe – premissa por nós compartilhada, haja vista a ausência de provas significativas que justifiquem até hoje o afastamento de Dilma⁵ –, deu vazão a uma gama de emoções e sentimentos que passaram a ser efetivamente expressos pelos atores sociais por meio de alguns dispositivos midiáticos de comunicação, tais como as redes sociais⁶ - verdadeiros fenômenos na sociedade brasileira. Essa expressão, destaca-se, não foi exclusiva aos perfis pessoais dos atores, sendo pungente a sua

⁴ Definida por uma diferença de 3,6 pontos percentuais, a eleição de 2014 foi a mais acirrada desde a redemocratização do país.

⁵ A principal denúncia para o afastamento de Dilma Rousseff foi baseada nas acusações da presidenta ter cometido crimes de responsabilidade fiscal, os quais diziam respeito à Lei Orçamentária e à Lei de Improbidade Administrativa. No entanto, mesmo após comissão do Senado concluir que não houve crime de responsabilidade fiscal, o processo não foi descontinuado e seguiu para votação em 31 de agosto de 2016, quando Dilma foi oficialmente destituída da presidência. Afora estes aspectos, ressalta-se que dois dias após o afastamento definitivo da presidenta as leis que proibiam as pedaladas fiscais – as quais motivaram o processo –, foram revogadas, revelando a constituição de um golpe político e institucional.

⁶ Recuero (2009) define rede social como um conjunto composto de dois elementos: os atores (instituições, pessoas, ou os grupos, os quais compoem os nós da rede) e as suas conexões (realizada por meio das interações ou dos laços sociais estabelecidos).

presença no espaço de comentários de *sites* ou redes sociais de jornais e revistas.

Utilizadas pelo campo jornalístico como uma ferramenta para a produção e reprodução de conteúdo noticioso ou informativo, considerando ainda a instantaneidade e alcance de público (NATANSOHN, 2013; NATHANSOHN et al, 2013), as redes sociais ampliam a visibilidade e circulação da notícia e dos veículos que nela estão presentes. Com uma linguagem fluida e mais objetiva, nas redes sociais são produzidos e publicados textos ou *links* que direcionam o leitor/consumidor para uma matéria mais completa no *site* do veículo. Dependendo da importância do assunto tratado, é comum que ele seja aprofundado e ganhe espaço em versão impressa. Juntos, esses aspectos evidenciam como premissa para o campo jornalístico contemporâneo a questão da convergência midiática, quando há o “fluxo de conteúdos através de vários suportes midiáticos” (JENKINS, 2008, p. 333), o que também dá espaço para a maior participação do público leitor/consumidor, que terá a chance de curtir, comentar ou compartilhar os conteúdos publicados - ações que na maioria das vezes ainda se dão sem um retorno por parte do veículo, que, ressalta-se, deverá manter os pressupostos básicos do fazer jornalístico, marcado pela associação com a verdade, objetividade e responsabilidade social (TRAQUINA, 2005; MEDINA, 1982).

No cenário de crise já citado as redes sociais se mostraram como palco de intensos debates, pois além das vozes jornalísticas tradicionais que enunciavam sobre os acontecimentos políticos, como ocorria nas páginas oficiais de jornais e revistas em redes como *Facebook*⁷ e *Twitter*⁸, havia um intenso processo de conversação por parte dos sujeitos comuns. Com efeito, logo que eram publicados *posts*⁹ nas páginas dos veículos jornalísticos um grande volume de comentários também era produzido, os quais evidenciavam estados de ânimo dissonantes.

Tomando como base essa produção expressiva de comentários produzidos pelos atores nas redes sociais, a partir do acontecimento *impeachment* de Dilma Rousseff, propõe-se neste artigo o exercício de análise destes comentários. Com efeito, elege-se como objeto empírico as

⁷ *Site* de rede social lançado em 2004 que demonstra até hoje crescimento e faturamento expressivos. No primeiro trimestre de 2017 atingiu a marca de 1,94 bilhões de usuários ativos em todo o mundo, sendo a rede social mais utilizada no Brasil.

⁸ Rede social e *microblogging* que permite aos atores sociais enviar e receber informações por meio do seu *website* ou *softwares* específicos.

⁹ Mensagens ou conteúdos publicados em uma página da *internet*.

discussões realizadas a partir de um *post* da revista *Veja* – periódico jornalístico de circulação nacional – em sua página oficial¹⁰ no *Facebook*, a qual possui o maior número de curtidas quando se observa a presença do nicho das revistas jornalísticas no *site* de rede social supracitado¹¹. Trata-se dos comentários da postagem intitulada “*URGENTE: Dilma sofre impeachment e PT sai do governo após 13 anos*”, publicada em 31 de agosto de 2016, que, conforme levantamento e coleta de dados¹², está entre as mais comentadas do dia da cassação de Dilma (um total de 4.249 comentários).

Metodologicamente, parte-se das premissas da Etnometodologia e sua abordagem sobre a Análise da Conversa (COULON, 1995; GARFINKEL, 1967; WATSON, GASTALDO, 2015). Seguindo esta perspectiva realizou-se um esquadrinhamento dos comentários coletados, os quais foram catalogados a partir de um viés das emoções, considerando o interesse em investigar sobre os estados de ânimo que emergem a partir das conversações, seguindo os rastros de Aristóteles, para quem não há discurso sem *pathos*. Destaca-se ainda, neste sentido, o pressuposto aventado por Courtine (2016), respondendo sobre como abordar o problema das emoções na perspectiva do discurso, quando afirma que aquilo

[...] o que produz os laços entre as emoções e o discurso é o caráter coletivo de muitas dessas emoções, o caráter histórico de todas elas, as modalidades discursivas e a dimensão inconsciente que são, enfim, absolutamente constitutivas de sua existência. (COURTINE, 2016, p. 20).

Outrossim, como bem coloca o autor, as emoções não podem ter outra existência material que não seja a linguagem, ou seja, o próprio discurso.

Partindo deste pressuposto, e ressaltando o viés qualitativo da investigação, destaca-se que na análise dos comentários não foram considerados aqueles produzidos exclusivamente com marcação de outros atores, composto somente por imagem, que direcionem para outras páginas, através de *links*, *spams* e comentários ininteligíveis. Da leitura e interpretação dos dados constatou-se, de forma categórica, a presença da raiva como

¹⁰ Fundada em 1968, é somente em junho de 2009 que a revista entra no *site* de rede social *Facebook*, visando adequar-se às novas demandas do mercado jornalístico: <<https://www.facebook.com/Veja/>>.

¹¹ Um total de 7.285.571 de curtidas e 7.096.593 seguidores até 9 de abril de 2018.

¹² A coleta dos dados analisados foi realizada pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (LABIC), do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), sob coordenação do professor Dr. Fábio Malini, a quem reforçamos o nosso agradecimento.

componente emocional mais expressivo, e é sobre a reverberação dessa emoção que são empreendidas as reflexões dispostas mais adiante. Todavia, antes das análises propriamente ditas, são apresentadas no tópico seguinte discussões concernentes à cultura das emoções, as quais pululam no *corpus* analisado e são aqui vistas como elementos de ordem social, histórica e cultural.

A cultura das emoções ou as emoções na cultura

Em uma obra clássica do campo da cultura Clifford Geertz (1978) afirma que esta pode ser definida como uma teia de significados que é tecida pelo próprio homem, como que em uma relação recíproca. Tal passagem reforça a perspectiva postulada por Thompson (2011), quando propõe que o estudo da cultura diz respeito à reflexão sobre os fenômenos culturais, os quais devem ser pensados a partir de seu constructo sócio-histórico, lugar da produção de seus significados e das experiências e vivências dos sujeitos. Assim, o estudo da cultura

[...] pode ser pensado como o estudo das maneiras como expressões significativas de vários tipos são produzidas, construídas e recebidas por indivíduos situados em um mundo sócio-histórico [...] (THOMPSON, 2011, p. 165).

Partindo dessas premissas, o sujeito tem, então, a sua formação pautada por gramáticas culturais específicas, as quais vão sendo apreendidas desde o seu nascimento, pois como bem coloca Eagleton (2011, p. 143), “[...] nós não nascemos como seres culturais, nem como seres naturais autossuficientes, mas como criaturas cuja natureza física indefesa é tal que a cultura é uma necessidade se for para que sobrevivamos.”

Como parte da constituição e expressão dos sujeitos pode-se, a partir da breve discussão acima, se questionar acerca das emoções, muitas vezes consideradas por meio de vieses naturalistas ou universalizantes. A partir de uma perspectiva histórica e social verifica-se que a problemática que envolve as emoções deve ser compreendida através de olhares cuidadosos, pois os modos de sentir e expressar emoções e sentimentos estão atrelados aos fatores históricos e sociais que lhes possibilitam, isto é, são partes constitutivas da cultura de cada povo, como bem afirmam Rezende e Coelho (2010, p. 11): “[...] os sentimentos são tributários das relações sociais e do contexto cultural em que emergem.”. Segundo estas os sentimentos e emoções não têm uma natureza universal, tal qual indica o senso comum ocidental, reforçando ainda que as emoções não são de ordem natural (e

menos ainda, individual), sendo, por sua vez, social. Dado esse caráter não há como desconsiderar as condições de possibilidades históricas e sociais para a construção das emoções, vistas como

[...] parte de esquemas ou padrões de ação aprendidos em interação com o ambiente social e cultural, que são internalizados no início da infância e acionados de acordo com cada contexto (REZENDE, COELHO, 2010, p. 30).

Neste sentido, levando em consideração que na contemporaneidade, já em seus primeiros dias de vida, os sujeitos estão imersos nos processos de midiatização (FAUSTO NETO, 2008; BRAGA, 2006), sobretudo nas sociedades ocidentais capitalistas, as suas emoções também se desenvolverão e tenderão a ser tributárias desse novo contexto, como se identifica através da intensa participação dos atores nos comentários analisados e pelos estados de ânimo evocados. Nesta esteira, a expressão das emoções ganha novas possibilidades e territórios. Apesar da importância da promoção destas discussões os estudos sobre as emoções ainda aparecem como secundários nos trabalhos de muitos antropólogos e cientistas sociais, atestam Rezende e Coelho (2010), o que se agrava em se tratando do campo da comunicação de uma forma mais específica.

Em trabalho recente Freire Filho (2016) questiona se a *emoção* é uma palavra-chave para a comunicação social. Na busca de respostas o autor pesquisou a presença dos termos *emoção*, *afeto* e *sentimento* nos principais dicionários e enciclopédias que condensam e legitimam o conhecimento da área de comunicação e do estudo das mídias. Como resultado chegou à conclusão de que a resposta categórica para a sua indagação seria *não*, o que demonstra a incipiência das análises sobre as relações entre mídia e emoções, assim como a necessidade de atentar-se para este fator, pois, como diz Sodré (2006), os dispositivos midiáticos de enunciação têm como uma de suas principais características a presença das emoções e da estética.

Em *O processo civilizador* Elias (2011) mostra as várias formas de controle das emoções ao longo da história nas sociedades ocidentais, promovendo reflexões sobre os modos de controle dos sentimentos e emoções, defendendo que as formas hoje existentes são resultantes de um processo civilizatório, e não algo natural ou inerente ao homem *per si*. A partir da ótica de Elias (2011) se identifica que as formas civilizatórias das emoções não cessaram, tendo em vista, a partir das discontinuidades e rupturas históricas, o surgimento de novos modos de controle, condução e

expressão de comportamentos e subjetividades, entre os quais se destacam os atuais dispositivos midiáticos de enunciação (RODRIGUES, 2015).

A pedagogia das emoções é efetuada social e culturalmente por instituições como a Escola, a Igreja, a família e, mais recentemente, a mídia e seus dispositivos. Através da relação com estas instituições os sujeitos vão vivenciando e aprendendo as gramáticas afetivas e emocionais existentes desde a infância. É assim que determinadas experiências, ambientes e atores se tornam amados ou detestáveis, objeto de alegria ou tristeza, de segurança, risco, medo etc., compreendendo ainda as diversas variações e matizes relativos a estas emoções.

Nessa perspectiva, a mídia e seus dispositivos expressam o que Rosenwein (2011, p. 41) identifica como regimes emocionais, isto é, modelos regimentares que vão sendo padronizados, induzindo sociabilidades, afetos e emoções modelares, as quais coincidem com outros regimes políticos e sociais, e por meio desta relação sincrônica passam a prescrever normas dominantes para a vida emocional. A partir dessa ótica, como em um regime, algumas emoções são colocadas de forma mais positiva ou até imperativa, tal como a felicidade, ao mesmo tempo em que os dissensos também se efetuam - momento em que surgem emoções como a raiva, o ressentimento e o rancor, vistos, em sua maioria, como estritamente negativas.

Há, nesse sentido, modelos emocionais que são absorvidos pelos sujeitos no decorrer de suas trajetórias e histórias de vida. Em uma sociedade midiaticizada tais padrões estão intrinsecamente relacionados às práticas sociais e à produção de sentido dos dispositivos de enunciação, os quais, além de fornecerem formas e normas, também se demonstram como mecanismos de vazão e estímulo dessas emoções.

Em tempos de crise o campo das emoções e dos afetos passa por um reordenamento, pois, como enfatizado por Safatle (2016, p. 16),

[...] quando sociedades se transformam, abrindo-se à produção de formas singulares de vida, os afetos começam a circular de outra forma, a agenciar-se de maneira a produzir outros objetos e efeitos.

Ressalta-se, contudo, que, ao referir-se especificamente aos afetos, o autor trata das formas de afetar e de se sentir afetado em determinados contextos, o que pode ser estendido ao campo das emoções, que de modo semelhante tem os seus regimes abalados e reordenados quando da ocorrência de

determinados acontecimentos, como a destituição de Dilma, o que pode ser evidenciado quando das análises mais adiante empreendidas.

Analisando os 4.246 comentários da postagem anteriormente citada, acerca do processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, e procedendo a um esquadrinhamento que visou mapear quais emoções ali eram expressas, tem-se o seguinte resultado: 43% dos comentários demonstravam a presença da raiva, 36% alegria (no sentido de exultação pelo acontecimento), 5,4% esperança (ou crença em um futuro melhor), 4% tristeza, 0,6% vergonha e 0,7 de comentários ambivalentes (que não demonstravam uma posição definida). Além disso, 10,3% do *corpus* não foi considerado para análise, com base na premissa de exclusão de comentários que continham *links*, *spams*, marcação de outros sujeitos, repetições, compostos somente por imagem ou ininteligíveis.

Da reverberação dessas múltiplas emoções, nas análises subsequentes, será dado destaque especificamente à expressão da raiva, devido a sua incidência significativa, bem como por considerá-la como uma emoção que se mostra como controversa em relação às imagens amplamente divulgadas sobre a sociedade brasileira – uma nação alegre e cordial (HOLANDA, 1995) –, desvelando uma quebra da ordem discursiva predominante sobre o Brasil e os brasileiros (FOUCAULT, 2011) e demonstrando, ainda, a partir da perspectiva metodológica adotada, a emergência de outros métodos culturais para se expressar e lidar com as transformação em curso.

Emoções e conflitos: a raiva como expoente

“*URGENTE: Dilma sofre impeachment e PT sai do governo após 13 anos*”. Esse é o enunciado que intitula uma das postagens mais comentadas do perfil da revista *Veja* no *Facebook*, em 31 de agosto de 2016. Como já apontado anteriormente, na análise dos comentários foram identificadas emoções múltiplas, mas a raiva foi a mais contundente. Como elemento cultural para a expressão e demarcação de posições, as quais se mostram baseadas em um desacordo sobre os rumos da política brasileira, a raiva pode ser identificada através de alguns marcadores, como o uso de caracteres exclusivamente em maiúsculo, xingamentos, acusações ferrenhas e até de baixo calão, uso de *emoticons*¹³ que denotam a raiva etc.

¹³ Ícones que demonstram uma forma de comunicação paralinguística. Um *emoticon* - palavra derivada da junção dos verbetes *emotion* (emoção) + *icon* (ícone) - pode ser entendido como uma sequência de caracteres tipográficos, os quais são utilizados para expressar alegria, raiva, tristeza, surpresa etc.

Etimologicamente, a palavra raiva deriva do latim *rabies*, o que remete a acesso de fúria, arrebatamento violento e cólera, identificando-a como uma emoção que desponta a irritação, agressividade, rancor, aversão, ojeriza, ódio - elementos que podem ser motivados devido à ocorrência de aborrecimentos ou frustrações. Por ser uma emoção que geralmente é vista como associada ao descontrole, também é um dos estados de ânimo mais depreciados em meio a um regime emocional da positividade (FREIRE FILHO, 2014).

De acordo com Rezende e Coelho (2010, p. 39) há um forte componente moral na raiva, indo além de um sentimento que o indivíduo sente de forma privada. Pois, conforme as autoras, “[...] está em questão assim não apenas a pessoa que sente a raiva mas também o conjunto de relações sociais ao seu redor [...]”. Com base nesta proposição podem ser extraídos dois aspectos para a leitura do objeto proposto: 1) ao ser enunciada através de comentários, reforça-se a circulação da raiva publicamente ; 2) as relações sociais inerentes à irrupção desta emoção.

Em relação ao viés público, Walton (2007, p.72) afirma que “[...] em alguns contextos culturais, exprimir a raiva é vergonhoso, um reconhecimento público de rendição à perda de controle e às paixões animais que campeiam intimamente.”. O autor reforça que em alguns países do Oriente, como no caso do Japão, a raiva não tem lugar no cenário público. Pois lá há uma cultura de séculos marcada por uma etiqueta de autocontrole das emoções, de modo que os acessos de raiva ou a irrupção de determinadas emoções podem ser vistas como ausência de educação (WALTON, 2007). Todavia, com a circulação fulgurante desta emoção nos comentários, sua demonstração nos fóruns do ciberespaço não parece ser motivo de vergonha, como pode ser notado quando se observam os seguintes enunciados¹⁴: *“cala a boca verme agora vamos limpar o PT do mapa’ depois os Outros”, “Vai reforçar sua porção de alfafa com mortadela jumento”, “Chora mais, vagabundo!”, “Chora arrombado kkkkk”, “AAACABOUUUUU A MAMATA, VAO ROUBAR NO INFERNO AGORA. KD A RATAZANA? DEVE TA EM ALGUM BURACO CHEIO DE GRANA.”, “CALA BOCA SEU POBRE”*.

A proliferação desses enunciados revela, no entanto, uma reconfiguração em relação à própria forma de sua expressão, pois, de forma

¹⁴ Os comentários trazidos para análise são colocados neste texto em sua forma literal. Com o objetivo de destacá-los do restante do texto, sempre serão formatados em itálico. Em relação aos responsáveis pelos comentários, estes não serão identificados.

semelhante, porém em níveis diferentes, no Ocidente a raiva também é vista como um atestado de descontrole emocional que pode ser desencadeado por variados motivos: o medo, o descontentamento com dada situação, a humilhação ou eventos que frustram desejos individuais (REZENDE, COELHO, 2010). No caso do Brasil contemporâneo se tem como condições de possibilidades (FOUCAULT, 2013, 2013a) para a irrupção desta emoção a intensa crise política e econômica enfrentada pelo Brasil nos últimos anos, ainda como ressaca da crise iniciada nos EUA em 2008 que se expandiu para todo o mundo, elemento que localmente coadunou com a crise política instaurada após as manifestações de 2013 e reeleição de Dilma em 2014, quando uma forte polarização política e conservadorismo se tornaram latentes na sociedade brasileira (BURITY, *no prelo*). Além desses fatores se tem a própria discussão que marca as controvérsias em torno do golpe sofrido por Dilma, já que os seus opositores defendem seu afastamento como um exemplo de justiça e atendimento aos princípios legais, elementos que pela ótica de alguns estudiosos, podem ser associados às formas de neogolpismo que tem se alastrado na América Latina recentemente, os quais são sustentados por parte da mídia e, às vezes, pelo próprio sistema judiciário. (MONTEIRO, 2018).

Atrelado ao contexto social e histórico mencionado enquanto fator social e cultural para a emergência da raiva, verifica-se a ojeriza de alguns atores no que diz respeito à política, sobretudo ao modelo proposto pelo Partido dos Trabalhadores (PT): "*Chora petista maldito, acabou de perder as tetas podres do PT, #Bolsonaro2018*", "*Porra vai te fuder seu comunista imundo e fudido*", "*Chora seus mortadela, peguem seu burros e vão p cuba*", "*Eu nao votei nessa corja então cala a boca para de mimi comunista*", "*Chorem mais petralhada imunda*", "*Qualquer um na presidência é bom menos esses petralha ladrões, baderneiros, tem que entrar no pau mesmo fora corja malandra nunca mais PT*".

Em sua maioria, os comentários nos quais a raiva é expoente são direcionados ao Partido dos Trabalhadores. Por consequência, as figuras de Luíz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff também são canalizadas como foco para a raiva: "*Espero que essa corja do PT não volte nunca mais quebraram nosso país que o diabo o carregue a sem esquecer agora tem que colocar aquele bode velho do Lula na cadeia*", "*O próximo passo é prender o safado do lula*", "*So falta agora botar o pinguço na cadeia. A anta já foi pastar*", "*Dilma vai pro meio do inferno la e o teu lugar bicha feia se lascou trocha babaca agora tem que prende safado do Lula cretino*", "*Já vai tarde maldita 🤔*", "*Só de ver essa vaca indo pra forca já me sinto bem!*", "*Dilma vaca*",

"Vai pra cuba sua cancerígena do Brasil. !!!!!", "VIVA, essa vadia ainda deveria está na cadeia no pau de arara de onde nem devia ter saído".

Como visto, os comentários demonstram uma cólera acentuada. Também fica nítido o baixo nível do debate – fator ausente nas conversações estabelecidas. Revela-se, ainda, um viés misógino nos comentários direcionados à figura de Dilma, colocada em termos sempre mais pejorativos do que aqueles direcionados à Lula (como vaca, anta, dilmanta, dilmão etc.). Destarte, fica claro que a raiva não possui nenhuma etiqueta de comportamento óbvia, de tal modo que pode dar lugar a componentes diversos de uma gramática, como acusações, preconceitos, insultos, sarcasmos, vocabulário formado por termos depreciativos e não utilizados em outras situações. Sobre isso, Walton (2007, p. 91) assevera que

[...] podemos saber como expressar nossos medos, e olhar para os outros em busca de conforto ou abrigo ao fazê-lo, e podemos saber o que os outros esperam de nós quando a infelicidade da privação nos atinge. [...]. A raiva, porém, não conhece este protocolo [...].

Distintamente, segundo este teórico, a pessoa com raiva quer destruir ou afetar negativamente aquilo que é o seu objeto, de modo que, uma vez desembocada publicamente, pode provocar no sujeito que a expressa uma sensação palpável de liberação, como se a sua expressão produzisse algum tipo de prazer ou satisfação, fator que é notado na empiria analisada:

Tchau bruxa velha!. Pega a tua vassourinha turbinada e suma!... Desapareça, VEIA LOCA!... JA VAI TARDE!!! Ficamos livres desse PT ORDINÁRIO. Ficamos LIVRES esses MENTIROÇOS. Ficamos LIVRES desses CANALHAS. Brasiiiiil. Obrigada Senhor por pelo teu amor por está nação Brasileira.

Se a raiva é colocada em sua maioria contra o PT e as figuras de Dilma e Lula, há de se salientar que ela também é enfaticamente perceptível em outras direções, como em relação às classes menos abastadas da sociedade, colocadas semanticamente nos comentários como *mortadelas, vagabundos, pobres, preguiçosos*, dentre outros termos, reforçando o ranço classista como componente da sociedade brasileira, como apontado por Ribeiro (1995). Nas conversações essa raiva se tornou veemente quando alguns atores denominavam, através dos comentários, o *impeachment* como

sendo um golpe. Como uma avalanche, a posição posta culminou com o recebimento de inúmeros comentários agressivos: *"Acabou a mamata, quero ver e acabar a bolsa favela, quiser dinheiro vai trabalhar, como todo cidadão de bemfaz", "Vai ter que trabalhar agora né safado", "Vai trabalhar vagabundo", "Cala a boca seu trouxa e vai trabalhar vagabundo, pobre, ta reclamando pq cortaram seu bolsa família né", "O choro é livre..... acabou a Mortandela, agora vocês vão ter que trabalhar..... bando de acéfalos parasitas.....", "Chira vagabundo... agora vai ter que trabalhar.. O POVO NÃO VAI MAIS SUSTENTAR VAGABUNDOS", "Acabou a sua bolsa família vagabundo!!!! Vai ter que trabalhar petralha!!!!!!", "Chega de mamar na teta do governo!!! Vao trabalhar bando e vagabundo", "Enfiaram uma mortadela no boga de vcs kkkkkkkk".*

Frente a este cenário, se identifica que a raiva "[...] sugere ação, baseia-se na posse de direito e implica poder [...]" (BLAUVET, 2007, p. 119 *apud* FREIRE FILHO, 2013, p. 10). Enquanto uma forma de ação, percebe-se que os atores que dão vazão à raiva se colocam nos lugares daqueles que tem conhecimento sobre o assunto abordado – no caso, o Bolsa Família – visto não como um programa social de distribuição de renda, mas como uma *"mamata"* que produz e sustenta *"vagabundos"*. Essa visão e posicionamento parecem lhes dar um poder de ação que se traduz em ofensas e agressões, manifestando uma produção de subjetividades pautada pela raiva e outras emoções congêneres, como o ódio, rancor e o ressentimento.

Os discursos em que tais posicionamentos são explícitos são predominantes nos comentários, o que não é visto como uma surpresa, pois para receber as notícias postadas pela página da revista há a necessidade de a ter curtido ou ser seu seguidor, o que raramente é feito pelos atores que não estão de acordo com a perspectiva da *Veja*, veículo jornalístico que tradicionalmente está fortemente marcada pelo seu viés à direita e crítica ferrenha dos recentes governos populares de Lula e Dilma (2002-2016), o que agora tem sua reprodução nas redes sociais em que está presente e parece se estender aos seus seguidores de forma mais radical, demonstrando uma relação que se reforça e se alimenta reciprocamente, considerando que enquanto veículo jornalístico a *Veja* também atua na oferta de estados de ânimo para que os sujeitos possam vivenciar as intempéries do momento de crise, considerando o caráter que algumas notícias possuem, as quais, conforme Emediato (2007), são investidas de recursos ou apelos emocionais, o que tem sua atuação não

somente objetivando maior audiência, mas, em algumas vezes, também a (re)produção daquela emoção na sociedade.

À primeira vista a notícia publicada pela *Veja* que possibilitou a produção dos comentários aqui analisados não possui explicitamente um viés emocional. Porém, quando se analisa as posições da revista – seja através de suas capas, enquadramentos de fotografias, abordagens em determinadas matérias, vieses políticos e econômicos assumidos etc. – se percebe, claramente, uma produção discursiva que agencia emoções e estados de ânimo determinados.

É incontestado que nos comentários Dilma, Lula e aqueles que possuem uma postura favorável a essas figuras políticas foram os principais alvos da raiva. Todavia, ainda que de forma menos numerosa, essa emoção também se expressou em relação à insatisfação de alguns atores sobre o resultado do processo que resultou no *impeachment* de Dilma. Trata-se dos comentários onde o *impeachment* é visto efetivamente como um golpe, quando a raiva se dá, então, contra as instituições que o articularam e o legitimaram, distinguindo-se da posição daqueles que defendem que o resultado do processo foi uma demonstração de justiça. Apesar das diferenças, a raiva é um fator semelhante, sendo interessante destacá-la como um método cultural de expressão usado para fins bem distintos.

Acho que são um bando de otários quem está feliz com a saída de Dilma agora vão sofrer o golpe dos verdadeiros bandidos do Brasil quero que todos os coxinhas vão tomar no cu pois quem vai sofrer são os pobres pois só pensão em aumentar os salários deles é mexer no direito dos pobres...

Um aspecto que chama a atenção quando a raiva é expressa nos comentários que são contrários à destituição de Dilma é que estes são mais extensos, e algumas vezes buscam justificar as posições assumidas. Porém, é fato que os acessos de fúria possuem mais espaço:

O Brasil tem que tirar essa quadrilha do pmdb com o psdb por esses sanguessugas vão vender o Brasil até não sobrar mais nada e os brasileiros virarem escravos como na época de 90 mais brasileiro e tão burro que em somente 13 anos que o Brasil existiu se esqueceram o que eles fizeram com o nosso país e agora entregam de volta pra eles que vergonha desse povo burro do kralio ipocritas

peças tao desinformadas e tao manipuladas por outros ou pela mídia que falam coisas sem saber, apoiam os fatos sem ao menos perceber que este pilantra do TEMER, esta prestes a fuder com toda a classe trabalhadora deste país, quer dizer ele ja começou a botar no rabo do povo #FORATEMER.

Nessa esteira, de forma análoga a raiva também foi direcionada para a revista *Veja*, igualmente em um número bem pequeno. Mesmo assim, alguns poucos comentários acusaram a revista de golpista, fascista, comprada, etc.: "*revistinha golpista lixo escória da sociedade brasileira*", "*Graças essa mídia golpista como essa revista Veja.. Vocês e as elites estão felizes*", "*Com a imprescindível ajuda desse lixo de revista que apoiou o golpe*", "*A VEJA é podre*", "*vai tomar no cú VEJA! Oportunista do caralho!*", "*Mídia suja e coxinhas acéfalos... cambada de vermes imundos*".

Em todos os comentários onde a raiva se mostra de forma categórica são perceptíveis, mesmo que a partir de diferentes posições, a enunciação de sentenças que, taxativamente, expõem juízos de valor sobre o acontecimento – *impeachment* –, sobre os sujeitos envolvidos, entre aqueles que comentavam e sobre a própria revista. Isso sugere o que é postulado por Ahmed (2014, p. 05), quando este afirma que alguns teóricos descreveram as emoções como formas de julgamento, perspectiva que reforça a vontade de verdade por parte dos diversos atores que fizeram uso daquele espaço para a produção de comentários, de modo a assumir a posição de juízes que passaram a estabelecer sentenças, ao invés de promover discussões ou debates, deixando claro que o diálogo não é, desta forma, fator inerente à expressão da raiva, evidenciada como cerne de conflitos e disputas de poder.

Considerações finais

O presente artigo teve como objetivo a análise dos comentários em postagem da revista *Veja* em sua página do *Facebook* em 31 de agosto de 2016, data em que o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff se tornou uma realidade para a história política brasileira. A postagem escolhida, por sua vez, tratava justamente desse tema e foi uma das mais comentadas do dia. Perscrutados pelo viés das emoções, os comentários produzidos foram mapeados de acordo com os estados de ânimo ali presentes – vergonha, raiva, alegria, etc. – evocando a presença de emoções conflitantes e uma produção de dissensos que se instauraram e demonstram um sentido de disputa acerca do processo de *impeachment*.

A raiva, conforme já indicado, foi o componente emocional mais recorrente quando das análises iniciais, evidenciando que apesar desta não ser uma emoção comumente atribuída à sociedade brasileira vem se mostrando atualmente como marca categórica das relações políticas e sociais, a partir de condições de possibilidades históricas que permitiram a sua emergência – crise política e econômica, o crescente conservadorismo, o ranço classista, confrontos políticos pós-jornadas de junho de 2013 e eleições de 2014, entre outros elementos. Enquanto expressão de um momento histórico, a raiva se desvela como parte do arquivo do tempo presente.

Com vazão através dos comentários, tal emoção – assim como as outras – se mostra como constitutiva da circulação discursiva contemporânea, que é impulsionada e construída por meio das sensações, percepções, estímulos e estados de ânimo. Nas análises a manifestação da raiva indica quatro fatores. O primeiro diz respeito à presença e participação cada vez mais ativa dos sujeitos nas redes sociais, manifestando opiniões e, mais do que isso, fazendo uso daquele espaço para dar vazão aos seus posicionamentos políticos e às suas emoções, mesmo aquelas vistas como negativas, como é o caso.

Com efeito, esse ator não ocupa mais somente o espaço daquele que lê ou recebe determinado conteúdo – seja ele jornalístico ou não –, mas produz sentidos e os (res)significa conforme as mais variadas mediações e posições-sujeito, o que acaba por levantar novas questões para a produção jornalística, que deverá cada vez mais estar apta para lidar e mediar essas relações de modo mais satisfatório, o que não foi visto no caso da página da revista *Veja*, que apesar de possuir uma política que afirma que comentários que contenha ofensas, palavrões, termos vulgares ou que exponham dados pessoais serão excluídos, não demonstrou nenhuma sanção do tipo.

Um segundo fator é a exteriorização de que as redes sociais nem sempre são um lugar onde todo mundo é feliz ou espaço marcado por representações de si que buscam demonstrar somente coisas boas – como comumente é associado –, sendo também um espaço onde o dissenso e as disputas se fazem presentes, como ocorre no caso analisado, quando, de forma torrencial e quase imperativa, a raiva se mostra e expõe um lado obscuro dos sujeitos e da própria sociedade em que vivem.

Outro elemento visível e inquietante é o quanto o diálogo é precário ou inexistente nas conversações analisadas, mesmo em um espaço que tem *a priori* essa finalidade – Ali o sentido de discussão como troca de ideias tem uma denotação prioritariamente de embates atravessados pela

agressividade, rancor e ressentimento. Nesta perspectiva, a emergência da raiva no cenário contemporâneo assinala mudanças contundentes acerca das culturas emocionais e assevera o sentido de um tempo histórico efetivamente marcado por embates e disputas, apontando para o recrudescimento da ausência dos espaços de diálogo, o que é preocupante pelo fato de que no *status* moral da raiva tem-se que estar raivoso é também estar doente ou em processo de adoecimento (WALTON, 2007, p. 66).

O quadro ora apresentado, apesar de se constituir como um recorte, pode ser visto como uma amostra que assinala, por último, algumas mudanças que vêm se efetivando nas relações de convívio social no Brasil, pois a expressão da raiva (e outras emoções a ela associadas) se mostra como uma das características das sociabilidades e subjetividades do tempo presente, o que pode ser observado tanto a partir de outros casos (como a comemoração da morte de Marisa Letícia, esposa do ex-presidente Lula; movimentos que foram contrários à visita da filósofa Judith Butler ao Brasil; pedidos de fechamento de fronteira ou linchamento de imigrantes etc.), como pela própria vivência e experiência cotidianas, seja na internet ou nas ruas.

É válido destacar que as reflexões empreendidas não querem afirmar que se trata de um fenômeno inteiramente novo na sociedade brasileira, ao mesmo tempo que não se propõe a esgotar as reflexões problematizadas. Na atualidade a raiva ganha vazão, ao passo em que as crises se avolumam e se aprofundam, parecendo se alimentar do momento e colocando em xeque os modelos de brasilidade (alegria, cordialidade, acolhimento) por tanto tempo propagados.

Referências

- AHMED, Sara. **The cultural politics of emotion**. Edimburgo: Edinburgh University Press, 2014.
- BRAGA, José Luiz. Sobre "mediatização" como processo interacional de referência. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 15., 2006, Bauru. **Anais...** Bauru: COMPÓS, 2006.
- BURITY, Joanildo. A onda conservadora na política brasileira traz o fundamentalismo ao poder? In: BORTOLETO, Marco A. C.; PAOLIELLO, Elizabeth. (Orgs.). **Conservadorismos, fascismos e fundamentalismos: análises críticas**. [No prelo].
- COULON, Alan. **Etnometodologia**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- COURTINE, Jean-Jacques. A era da ansiedade; discurso, história e emoções. In.: CURCINO, Luzmara; SARGENTINI, Vanice; PIOVEZANI, Carlos. (Orgs.).

- (In)Subordinações contemporâneas:** consensos e resistências nos discursos. São Carlos: EdUFSCAR, 2016.
- EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura.** São Paulo: Editora Unesp, 2011.
- ELIAS, Norbert. **O processo civilizador.** Vol. 1. Uma história dos costumes. Trad. Ruy Jungmann; revisão e apresentação: Renato Janine Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- EMEDIATO, Wander. As emoções da notícia. In: MACHADO, Ida; MENZES, William; MENDES, Emília. (Orgs.). **As emoções no discurso.** Lucerna, Rio de Janeiro (RJ), 2007.
- FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma "analítica" da midiatização. **Revista Matrizes.** São Paulo: ECA/USP, n 2, abril, 2008, p. 89-105. Disponível em: <http://www.usp.br/matrizes/img/02/Dossie5_fau.pdf>. Acesso em: 13 jul. 2016.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder.** São Paulo: Graal, 2013.
- FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber.** 8.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2013a.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso.** São Paulo: Loyola: 2011.
- FREIRE FILHO, João. Correntes da felicidade: emoções, gênero e poder. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 25., 2016, Goiânia. **Anais...** Goiânia: UFG, 2016.
- FREIRE FILHO, João. O circuito comunicacional das emoções: a Internet como arquivo e tribunal da cólera cotidiana. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 38., 2014, Caxambu (MG). **Anais...** Caxambu: Anpocs, 2014.
- FREIRE FILHO, João. A comunicação passional dos fãs: expressões de amor e de ódio nas redes sociais. In: BARBOSA, Marialva; MORAIS, Osvando (Ed.). **Comunicação em tempo de redes sociais:** afetos, emoções, subjetividades, p. 127-154. São Paulo: INTERCOM, 2013.
- GARFINKEL, Harold. **Studies in Ethnomethodology.** Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1967.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- HOLANDA, Sérgio Buarque. de. **Raízes do Brasil.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2018.
- MEDINA, Cremilda. **Profissão jornalista:** responsabilidade social. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1982.
- MONTEIRO, Leonardo Valente. Os neogolpes e as interrupções de mandatos presidenciais na América Latina: os casos de Honduras, Paraguai e Brasil. **Revista de Ciências Sociais.** Fortaleza, v.49, n. 1, p. 55-97, mar./jun., 2018.
- NATHANSOHN, Graciela. (Org.). **Jornalismo de revista em redes digitais.** Salvador: EDUFBA, 2013.

- NATHANSOHN, Graciela et all. Revistas on-line: do papel às telinhas. In: NATHANSOHN, Graciela. (Org.). **Jornalismo de revista em redes digitais**. Salvador: EDUFBA, 2013.
- NATHANSOHN, Graciela; CUNHA, Rodrigo. O jornalismo de revista na era da mobilidade. In: NATHANSOHN, Graciela. (Org.). **Jornalismo de revista em redes digitais**. Salvador: EDUFBA, 2013.
- REZENDE, Claudia Barcellos; COELHO, Maria Claudia. **Antropologia das emoções**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. Afinal o que é a mídia? **CISECO**, Japaratinga (AL), 29 nov. 2015. Disponível em: <<http://www.ciseco.org.br/index.php/artigos/279-afinal-o-que-e-a-midia>>. Acesso em: 05 abr. 2016.
- ROSENWEIN, Barbara H. **História das emoções: problemas e métodos**. São Paulo: Letra e Voz, 2011.
- SAFATLE, Vladimir. **O circuito dos afetos: corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.
- SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.
- THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 2011.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.
- WALTON, Stuart. **Uma história das emoções**. Rio de Janeiro: Record, 2007.
- WATSON, Rod; GASTALDO, Edison. **Etnometodologia & Análise da conversa**. Petrópolis: Vozes, 2015.



JORNALISMO E AS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO NO GOVERNO DILMA ROUSSEFF (2011-2014)

JOURNALISM AND COMMUNICATION POLICIES IN GOVERNMENT DILMA ROUSSEFF (2011-2014)

Luiz Custódio da SILVA¹

Universidade Estadual da Paraíba | Brasil

Maria de Lourdes SOARES²

Adriana Crisanto MONTEIRO³

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Resumo

A comunicação e o jornalismo no Brasil viveram de 2011 até 2014 transformações nas políticas públicas de comunicações, teles, radiodifusão e novas tecnologias. Mas, existe uma carência de discussão no período, que coincidiu com ascensão ao poder da primeira presidente mulher eleita (Dilma Rousseff) por voto popular no país. Partindo desta premissa este artigo pretende trazer à tona discussões sobre política pública de comunicação, jornalismo, poder e democracia. O grande desafio foi discutir, através de pesquisa qualitativa e quantitativa, o papel do Estado e comunicação no processo das políticas públicas.

Palavras-chave: Jornalismo e Comunicação; Política pública de comunicação; Dilma Rousseff; Mídia e poder.

Abstract

Communication and journalism in Brazil lived from 2011 to 2014 transformations in the public policies of communications, teles, broadcasting and new technologies. But there is a lack of discussion in the period, which coincided with the rise to power of the first president woman elected (Dilma Rousseff) by popular vote in the country. Starting from this premise, this article intends to bring to the fore discussions about public politics of communication, journalism, power and democracy. The great challenge was to discuss, through qualitative and quantitative research, the role of the State and communication in the public policies process.

Keywords: Journalism and Communication; Public communication policy; Dilma Rousseff; Media and power.

RECEBIDO EM 25 DE AGOSTO DE 2018
ACEITO EM: 10 DE OUTUBRO DE 2018

1 JORNALISTA. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Mestre em Administração Rural e Comunicação Rural pela Universidade Federal Rural de Pernambuco. Bacharel em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco. Professor titular da Universidade Estadual da Paraíba. Atua como docente no quadro permanente do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Teoria da Comunicação e Comunicação Comunitária. Contato: custodiolcp@hotmail.com.

2 Pós-Doutoranda da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Mestre em Serviço Social pela Universidade Federal da Paraíba. Bacharel em Serviço Social pela UFPB. Docente e coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Serviço Social da Universidade Federal da Paraíba. Atua nas áreas de pesquisa: políticas públicas, políticas públicas sociais e de assistência, sociedades tradicionais, negação de direitos, desigualdades sociais, riscos sociais, comunidade e inclusão. Contato: marials@terra.com.br

3 JORNALISTA. Mestre em Serviço Social pela Universidade Federal da Paraíba. Especialista em Jornalismo Cultural pela Faculdade Integrada de Patos. Bacharel em Comunicação Social (Jornalismo e Relações Públicas) pela UFPB. Chefe da Assessoria de Imprensa da Estação Cabo Branco – Ciência, Cultura e Artes da Prefeitura Municipal de João Pessoa. Atuou em empresas de comunicação (jornal, rádio, tv, internet) de João Pessoa, onde escreveu matérias e reportagens sobre política, cotidiano, cultura e economia. Autora dos livros **Jornalismo Cultural** (Editora UFPB) e **Fotografe Sabores** (Editora Imprell). Contato: adrianacrisanto@yahoo.com.br

João Pessoa – Brasil | ANO 5 VOL 5 N.2 | JUL. DEZ. 2018 | p. 145 a 171

Revista Latino-americana de Jornalismo | ISSN 2359-375X

DOI: 10.21204/2359-375X/

ÂNCORA

EIXO TEMÁTICO

Políticas de Comunicação na América Latina

Para compreender as Políticas Públicas de Comunicação, do governo Dilma Rousseff, é pertinente antes entender o que é uma política pública de comunicação e quando surgiram os debates sobre o tema. Tomamos por base o texto de Gomes (1997) que apresenta contribuições para acompanhar o desenvolvimento das políticas públicas na América Latina. Gomes (1997, p.106) conceitua a política de comunicação como uma “[...] ação realizada em conjunto por um grupo social ou um governo, tendo em vista alcançar determinado objetivo no campo da comunicação”. O autor define o termo política como, “[...] um conjunto de práticas que constitui o sistema de comunicação social vigente no país e que são deduzíveis a partir das concepções, valores e rituais do conjunto da sociedade civil”.

Outro autor, Beltran apud Gomes (1997, p. 107), compreende que política pública de comunicação pode ser também compreendida como, “[...] normas integradas e duradouras para reger a conduta de todo o sistema de comunicação de um país, entendendo por sistema a totalidade das atividades de comunicação massiva ou não massiva”.

Na América Latina os debates sobre as políticas públicas de comunicação começaram no final de 1960 e início de 1970. Período que, segundo autor (1997, p. 108), “[...] coincide com o desencanto relativo à teoria desenvolvimentista e o aparecimento da teoria da dependência, trazendo na sua esteira as rejeições ao imperialismo cultural”. Leon apud Gomes (1997, p.108) afirma ter sido o período do final dos anos setenta “[...] quando começou a generalizar-se a consciência de uma nova ordem mundial para a comunicação”.

Melo (1997, p. 108) comenta que

[...] o debate sobre políticas públicas de comunicação começou na Conferência Geral da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), onde foi recomendado que os membros estudassem maneiras de formular políticas públicas de comunicação.

A dificuldade dos governantes fez com que os empresários da comunicação se posicionassem contra iniciando, assim, uma verdadeira campanha não favorável a implementação da mesma. Segundo Melo apud Gomes (1997, p. 108-109), “[...] evitando dar-lhe projeção, os magnatas da indústria cultural trabalharam silenciosamente para não legitimá-lo”.

Por outro lado, as sugestões dadas para a comunicação foram filtradas pelos fiscalizadores da mídia que influenciavam indiretamente as decisões do Estado. É quando órgãos da sociedade civil começam a mobilização junto às religiões tradicionais e não tradicionais (católicos, evangélicos, espíritas, umbandistas, etc).

Segundo Melo (1997, p. 109) “[...] a UNESCO também teve um papel preponderante quando, em diversos encontros internacionais e regionais, promoveu um debate sobre a comunicação no mundo [...]”. A preocupação da UNESCO era com a transmissão de conteúdos mais educacionais e culturais. Alheios ao debate sobre a redemocratização da comunicação os grupos de rádio e televisão cresciam, cada vez mais, com modernos parques gráficos para impressão de jornais e revistas. A expansão dos veículos eletrônicos na América Latina não alterou essencialmente a situação de analfabetismo e carência cultural das classes trabalhadoras. O que aconteceu de imediato foi a difusão do consumismo, pois a publicidade comercial habilmente usou o rádio e a televisão para propor produtos supérfluos que as empresas multinacionais passaram a produzir na própria região. (Melo, 1997, apud GOMES, 1997, p.114).

A intervenção da UNESCO, até certa medida, fez com que fossem revitalizadas algumas ações que tinham o objetivo de ordenar o funcionamento dos sistemas nacionais de comunicação. Gomes (1997, p. 108-109) ressalta que, [...] “o resultado dessa modernização das tecnologias de comunicação foi uma dupla dependência, a saber, econômica e tecnológica”. No entanto, as estratégias de evolução pretendidas pela UNESCO não chegaram a acontecer por motivos não revelados. A única medida que tomaram foi explicar o objetivo das Políticas Públicas de Comunicação, que era “[...] ordenar o funcionamento dos sistemas nacionais de comunicação e controlar o desenvolvimento desordenado”. Outro item importante observado foi à criação de órgãos fiscalizadores para cumprir o que se referia à constituição federal sobre a informação de qualidade para um número cada vez maior de pessoas.

Políticas públicas: modelos, formulações e comunicação

No âmbito das políticas públicas existem alguns modelos de formulação e análises que foram desenvolvidos ao longo dos anos pelos Estados. Souza (2006, p.231) explica que existem vários modelos teorizados. Os principais autores que abordam estes modelos são: Pinto (2004), Bueno (2005) e Marques (2005). Canela (2008, p.20) relata que há várias

formulações para consultar e utilizar as políticas públicas, como os comparativos de análises aprofundadas sobre o assunto. Dentre os modelos estão o de Theodor Lowi (1964;1972), um modelo distributivo, regulatório e redistributivo. Lowi afirma que cada tipo de política vai encontrar formas de apoio, de rejeição e disputas da decisão tomada em arenas diferentes.

Para Lowi (apud Marques, 2005, p.342) as políticas públicas assumiam “[...] formatos distributivos, em que as decisões tomadas pelo governo geram impactos mais individuais que universais, formatos regulatórios [...]”, por envolver a burocracia, redistributiva por atingir maior número de pessoas e constitutivas que lidam com os procedimentos. As concepções teóricas de Lowi (1964; 1972, p.98) comungam, em certa medida, com o formato das Políticas Públicas de Comunicação da qual propôs, naquela época, o governo da presidente Dilma Rousseff. Podemos verificar como exemplo do “Formato Distributiva” sua aplicabilidade na “exoneração dos smartphones”. E que se popularizou e se espalhou pelo país, gerando ao mesmo tempo emprego e renda, além de aumentar a entrada e a saída do fluxo da comunicação (input e output) tanto para o cidadão comum (individual) quanto para os comerciantes, entidades de classe, escolas, instituições e outros.

Outro modelo de Política Pública é o incrementalismo de Lindblom (1979), Caiden e Wildavsky (1980) e Wildavisky (1992) que tomaram por base pesquisas empíricas que remetem aos recursos que o governo oferece para determinado programa. Existem ainda os modelos de estudos desenvolvidos na área das políticas públicas que são: Ciclo da Pública (constituído de vários estágios); Modelo “Garbage Can” dos autores Choen, March Olsen (1972) com problemas na sua concepção, como por exemplo, escolher alternativas que foram usadas sem sucesso; o modelo Coalizão de defesa de Sabatier e Jenkins-Smith (1993, p.78), mas que possui uma capacidade explicativa escassa, pois se baseia apenas nas crenças dos seus membros sobre assuntos políticos fundamentais, isto é, são os sistemas de crenças que determinam a direção que uma coalizão procurará dar a um programa ou política pública.

O modelo das arenas sociais tem uma ampla literatura a seu respeito e trouxe abrangência administrativa, principalmente, quando mostra as falhas da política atual por meio dos feedbacks. O modelo do equilíbrio interrompido de Baumgartner e Jones apud Capela (2005, p.21) em que “[...] a política tem como característica períodos longos de estabilidade, mas que é interrompido em certos momentos, pela instabilidade[...]”. Por último, temos

o modelo do Novo Gerenciamento Público, que é influenciado pelo ajuste fiscal.

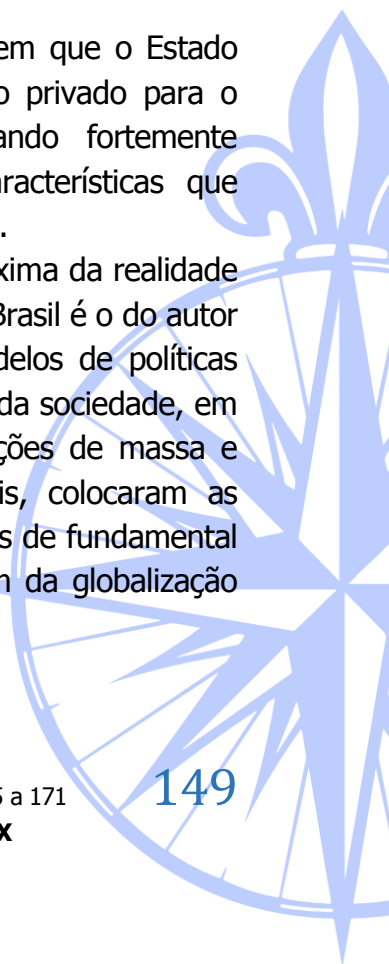
Todos os modelos, resumidamente descritos acima, podem ser encontrados com riqueza de detalhe em Souza (2006, p.54), uma das poucas autoras que fornece ao leitor uma visão objetiva dos modelos de políticas públicas estudados pela administração e Serviço Social.

Diante do exposto observamos que as políticas públicas precisam ser analisadas sobre vários aspectos (econômicos, sociais, do direito, da comunicação, administrativos). E que os modelos de políticas baseados nas concepções neoliberais do mundo globalizado, apesar de nefastos para a sociedade, em alguns aspectos, são hoje mais abrangentes do que quando foram criados. Ademais, entendemos que, por meio de uma política pública bem elaborada, podemos distinguir o que deseja fazer um governante e o que verdadeiramente executa.

Outra observação é de que uma política pública, em especial no Brasil, não se limita às leis e às regras, mas necessita de uma política de fiscalização para que possam garantir os direitos reais de seus cidadãos, por meio da sua aplicabilidade. Uma política pública quando projetada deve ser em longo prazo e, muitas vezes, um governo de quatro anos não tem condições de cumprir o seu papel adequadamente. Somado a isso, agrega-se o fato que no Brasil, infelizmente há uma continuidade das políticas ou legados deixados pelos governos nas políticas dos seus sucessores.

Nesse sentido, observamos também que as áreas em que o Estado deveria assumir responsabilidade, ou seja, sair do espaço privado para o público, foram sendo historicamente construídas, estando fortemente relacionadas com as capacidades, bens, serviços e características que passaram a ser vistas como direitos dos homens e mulheres.

Dos modelos teóricos abordados o que mais se aproxima da realidade das políticas públicas de comunicação implantadas hoje no Brasil é o do autor Lowi (1964; 1972). Uma característica marcante nos modelos de políticas públicas é a centralidade do Estado nas decisões e na vida da sociedade, em que nem mesmo o avanço tecnológico das telecomunicações de massa e informática, reforçadas pela digitalização e mídias sociais, colocaram as políticas públicas de saúde, habitação, comunicação e outras de fundamental importância como elementos fundamentais na engrenagem da globalização econômica e cultural.



Jornalismo no governo Dilma Rousseff

A cobertura sobre as políticas sociais no jornalismo e suas correlações na área da comunicação e as ideias estabelecidas é tão intensa que não é tarefa simples definir e deixar claros suas analogias, assim como acontece em outras áreas não é possível visualizar definições e aspectos exigentemente exatos, pois as estratégias de comunicação do primeiro governo Dilma Rousseff não difere muito do seu antecessor, Lula da Silva. Um dos principais acontecimentos no governo Dilma, que envolveu a parte jornalística, neste período, foi a espionagem dos Estados Unidos no Brasil. As revelações sobre a extensão da espionagem dos americanos sobre o resto do mundo provocavam reações erradas do governo brasileiro. Isso ficou ainda mais evidente quando o Brasil ganhou seu próprio capítulo como alvo dos 'grampos' da Agência de Segurança Nacional (ASN). Em 2014, a comunicação foi creditada ao Ministro das Comunicações. Em entrevistas a imprensa, o ministro comentou em uma reunião realizada ainda no Palácio da Alvorada que resultou, entre outros passos, em apurações da Agência Nacional de Telecomunicações. Segundo Bernardes (2009, p.321) "[...]o ministro Paulo Bernardo disse na época que a Anatel iria interpelar as teles que operam no país sobre "contratos" relacionados a troca de informações com empresas americanas[...]". O ministro acreditava que a espionagem era feita nos "cabos submarinos" que interconectam os continentes e são fortemente concentrados nos EUA. (Bernardes, 2009, p. 321).

A dúvida de Bernardo, a julgar pelo funcionamento das redes, acerta no alvo

[...] ainda que o motivo não fossem exatamente o dos cabos. Outra medida discutida, a votação do Marco Civil da Internet, ganhou análise, ainda, menos favorável do ministro, por entender como relativamente inútil sobre o caso específico da espionagem. (Bernardes, 2009, p.332).

Era provável que o Marco Civil de fato não fosse capaz de fazer qualquer diferença nos grampos americanos. Mas, Paulo Bernardo, segundo relato do Jornal O Estado de São Paulo (Janeiro, 2014), faz confusão ao explicar o porquê: "[...] A Internet é comandada por uma empresa privada norte-americana sediada na Califórnia", disparou, como justificativa para o pouco alcance da lei proposta. O ministro se referia à ICANN, que é a Corporação da Internet para Designação de Nomes e Números, em uma tradução aproximada. A única coisa que ela "comanda" na Internet é a

organização dos endereços, de forma que exista apenas um "brasil.gov.br", ou um único "facebook.com". Se cada um estabelecer o endereço que quiser, o funcionamento da rede ficaria complicado.

Tanto em um caso quanto no outro, seja na "investigação" da ANATEL ou no ataque à ICANN, o governo revela certo atordoamento, ou pouco caso, com as revelações sobre a espionagem dos EUA. O primeiro por não ser por "contratos" que funciona o monitoramento das redes. O outro pela própria confusão em si do papel da ICANN na Internet. Grossmann (2013), no site Convergência Digital, comentou que era como se o governo brasileiro não estivesse acompanhando as revelações desde a primeira reportagem de Glenn Greenwald no inglês The Guardian. A aparência é de que acordou tardiamente para o assunto devido a reportagem publicada em O Globo, no domingo, dia 7 de julho de 2014, que tratava da espionagem feita pelos EUA no Brasil. Co-assinada pelo próprio Greenwald, que mora no Brasil, a reportagem levou o Executivo, além das medidas citadas pelo ministro das Comunicações, a pedir explicações a Washington (Grossmann, 2013).

Nesta época o governo recebeu com preocupação a informação dos grampos. Enquanto, na cobertura internacional mostrava que os americanos também ficaram indignados pela invasão americana, assim, como outros países se manifestaram pelos meios de comunicação sobre os grampos americanos. O que evidenciou para o Brasil e o mundo é que o monitoramento das comunicações e da internet sempre foi feito pelos americanos. Ainda assim, o governo brasileiro descartou o pedido de asilo político feito pelo americano, que revelou ao mundo a extensão da espionagem dos EUA. O ex-funcionário da NSA, Edward Snowden, sequer respondeu o pedido feito ao governo brasileiro.

Outro aspecto que está mais para um fato do que para um acontecimento é que o governo e sua assessoria de comunicação e imprensa mostraram, naquela época, que pequenas ações da comunicação pública necessitam ser revistas. Neste ponto entram os fatores de responsabilidade do governo. Um deles foi o descuido com a opinião pública e os grupos organizados da sociedade. Neste ponto a política de comunicação ficou paralisada, sem reação. Isso permitiu que os grupos de mídia jogassem sozinhos em campo. Apesar da Controladoria Geral da União (CGU), da Lei da Transparência, das ações da Polícia Federal e Ministério Público Federal, nada adiantou para justificar a falha do governo e descuido com sua política de comunicação e fica claro como as leis, decretos e portarias não adiantam quando casos desta natureza acontecem.

Mesmo depois do caso dos grampos o governo federal e seus assessores de comunicação e imprensa não se preocuparam em montar uma estratégia eficiente para acabar com os boatos da mídia brasileira. O ponto central de desgaste de Dilma Rousseff e sua comunicação, no primeiro mandato, foi o fato de ter sido conhecida como uma presidente sem poder, pois a manifestação de poder de um governante se expressa na maneira como negocia com os diversos setores e consegue implantar suas (da presidente) determinações.

Um governante precisa ter uma estrutura ao seu lado e até embaixo de si que o permita controlar todos os entraves burocráticos do governo. Ter um Ministério das Comunicações que seja proativo e ajude a filtrar as demandas e se responsabilize pela implantação de medidas e resultados da sua pasta. O presidente comanda a orquestra, mais ter um Ministério de Comunicação atuante que traga soluções inovadoras é primordial no mundo das comunicações. Além disso, o presidente necessita de “operadores” (jornalistas e assessores de sua estrita confiança incumbidos de fazer valer as ordens nos diversos nichos de poder): Ministérios, autarquias, instituições públicas etc. No primeiro mandato Dilma Rousseff e seu governo não possuíam pessoas assim nos seus quadros.

Ao contrário do antecessor que tinham vários “operadores” que funcionavam como uma espécie de articulistas e lobistas, a exemplo de Antônio Pallocci no setor privado, Gilberto Carvalho atuando com os movimentos sociais, José Dirceu que circulava pelos vários segmentos de poder. Esse último tinha a confiança de dirigentes de fundos de pensão, bancos públicos e o próprio Conselho de Desenvolvimento Social (CDES) para contato direto com a chamada sociedade civil organizada.

O ex-presidente Lula da Silva tinha mediadores políticos nos seus setores, a exemplo de Luiz Furlan (MDIC), Roberto Rodrigues (Agricultura), Gilberto Gil/Juca (Cultura), Nelson Jobim (Defesa Civil), Márcio Thomaz Bastos (Justiça), Fernando Haddad (Educação), Celso Amorim (Relações Exteriores). Todos, segundo Bernardes (2009, p.322), com capacidade de formulação e poder de decisão garantidos pelo presidente. Ou seja, cada Ministro era a expressão do poder do presidente. Quando o poder é claro, se torna o ímã que atrai todas as demandas e expectativas. E o Presidente um mediador de conflitos (Bernardes, 2009, p.322).

Alguns blogueiros da direita fizeram duras críticas na internet. Falaram sobre a falta de experiência com o cargo e a política. O erro da presidente Dilma Rousseff, no primeiro mandato, foi não saber ao certo como montar

essa estrutura e nem deu liberdade para seus Ministros montarem as suas. Mesmo sob crítica da opinião pública do sul do país Dilma Rousseff teve vantagens sobre seus adversários. Os programas sociais, a continuidade ao incentivo à educação superior, às políticas inclusivas e à fixação pela transparência pública foram alguns, assim como os projetos do pré-sal e Programa de Aceleração do Crescimento (PAC).

Eugênio Bucci (2014, p.40) comentou que outro momento do Governo Dilma Rousseff em que se percebe o silêncio da notícia

[...] foi no dia 10 de julho de 2013, quando a presidente enfrentou um dos grandes constrangimentos de seu mandato: foi vaiada enquanto discursava na 16ª Marcha dos Prefeitos em Brasília (DF).

De 11 horas da manhã ela encarou um contingente de aproximadamente 4 mil alcoviteiros, no Salão de Convenções do Royal Tulip Hotel (BUCCI, 2014).

No final de 2014 percebemos, através da imprensa como Estado de São Paulo, Valor Econômico, Veja, Época e outros blogs de notícias e opinião na internet, o quanto a imagem da presidente Dilma Rousseff se desgastava. Se fizemos uma comparação com os anos anteriores, 2011, por exemplo, perceberemos como a presidente Dilma Rousseff foi poupada. As críticas eram dirigidas apenas ao seu partido. Ainda em 2011, o Jornal Estadão fazia poucas críticas à presidente, enxergava Dilma como uma herdeira de uma herança maldita deixada por Lula, os gastos públicos excessivos e uma base aliada. Nos editoriais abaixo verificamos alguns exemplos:

- *A Presidente enfrenta a tigrada (5/1/2011)*⁴;
- *O bom início do governo Dilma (18/1/2011)*⁵;
- *Os primeiros cem dias (12/4/2011)*⁶;
- *Novo governo, rumo novo? (1/1/2015)*⁷;
- *É hora de cair na real. (11/3/ 2015)*⁸;
- *Peça de propaganda. (22/3/2015)*⁹.

⁴ Disponível em: <<http://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,a-presidente-enfrenta-a-tigrada-imp-,662161>>. Acesso em: jun de 2015.

⁵ Disponível em: <<http://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,o-bom-inicio-do-governo-dilma-imp-,667556>>. Acesso em: jun de 2015.

⁶ Disponível em: <<http://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,os-primeiros-100-dias-imp-,705037>>. Acesso em: jun de 2015.

⁷ Disponível em: <<http://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,novo-governo-rumo-novo-imp-,1614105>>. Acesso em: jan de 2015.

⁸ Disponível em: <<http://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,e-hora-de-cair-na-real-imp-,1648438>>. Acesso em: abr de 2015>.

No artigo “A opinião e a conversação”, publicado durante os meses de 1899 na Revue de Paris, de Gabriel Tarde (2005, p.75) diferencia a opinião de duas outras entidades pertencentes ao que ele denomina de espírito social, a saber: “a tradição e a razão”. Enquanto, a primeira seria o resumo condensando do que foi a opinião dos mortos, frequentemente desembocando em preconceitos e visões arcaicas, ao que o autor não deixa de enxergar como algo, em certa medida, necessário. A segunda representaria os juízos individuais, relativamente racionais, embora, Tarde (2005, p.78) “[...] adverte muitas vezes insensatez de uma elite que se afasta da corrente popular a fim de represa-la ou dirigi-la”. A dificuldade do governo Dilma Rousseff com as comunicações no primeiro mandato foi, principalmente, contrabalancear com as manifestações muitas vezes violentas das ruas e com as grandes empresas de comunicação. Não exercer pressão suficiente na comunicação com os seus opositores para minimizar as expressões contrárias demonstra, sobretudo, a falta de um comunicador social preparado, gerindo e dirimindo conflitos e ruídos de informação do lado do chefe de Estado.

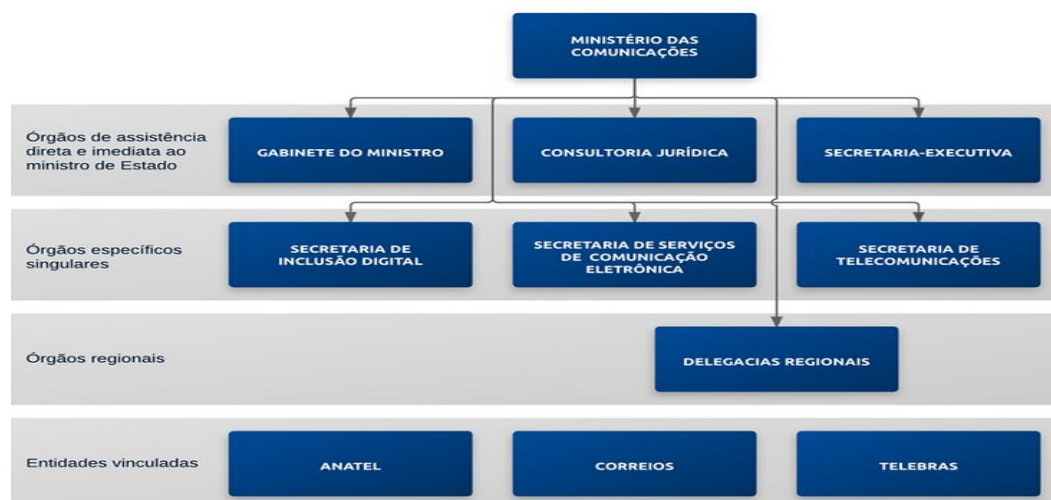
Ministério das Comunicações e o relacionamento com a imprensa

No governo Dilma Rousseff a dinâmica administrativa do Ministério responsável pela divulgação e controle da informação possuía a mesma estrutura institucional do governo anterior. O Ministério das Comunicações (MC) foi criado pelo decreto-lei n. 200/1967, de 25 de fevereiro de 1967 e sancionado pelo ex-presidente Castello Branco. Era um órgão do poder Executivo brasileiro, cujas atribuições regulares eram os serviços de radiodifusão, postais, telecomunicações e suas entidades vinculadas, bem como gerenciar as políticas nacionais em áreas correlatas como a inclusão digital. Desde sua criação que um ministro é nomeado pela presidência da república para assumir a pasta. O patrono do Ministério das Comunicações é o Marechal Rondon, que chefiou a construção de linhas telegráficas nas regiões Centro-Oeste e Norte, no final do século XIX e início do século XX. O MC estava sediado em Brasília (DF), e segundo informações do site do MC está estruturado de acordo com o organograma abaixo:

⁹ Disponível em: <<http://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,peca-de-propaganda-imp-,1655554>>.

Acesso em: abr de 2015.

Figura 1 – Organograma do Ministério das Comunicações¹⁰



Três órgãos estavam naquele período ligados ao Ministério das Comunicações que são: Associação Nacional de Telecomunicações (ANATEL), Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (EBCT) e a Telecomunicações Brasileiras S.A. (TELEBRAS). O último como uma empresa estatal brasileira responsável pela gestão do Plano Nacional de Banda Larga e das infraestruturas de fibra ótica da Petrobras e Eletrobrás.

Antes era uma “holding” que controlava as prestadoras estatais de serviços telefônicos e atuavam nos Estados brasileiros, além da Embratel. A Telebrás oferece serviços de acesso à internet aos prestadores de serviços de telecomunicações que possuem autorização expedida pela Anatel. Esta, além de prover infraestrutura aos serviços de telecomunicações prestados por empresas privadas, Estados, Distrito Federal, Municípios e entidades sem fins lucrativos. A Telebrás foi desativada, em 1998, pelo processo de privatização das empresas estatais de telefonia do governo de Fernando Henrique Cardoso (PSDB) e reativada oficialmente para gerir o Plano Nacional de Banda Larga, em 2010, no governo de Luís Inácio Lula da Silva (PT). A missão do Ministério das Comunicações apresentada no site do MC é: “Desenvolver, de forma transparente e participativa, políticas públicas que promovam o acesso aos serviços de comunicações, contribuindo para o crescimento econômico, a inovação tecnológica e a inclusão social no Brasil”.

Para dar resposta à missão apresentada, cada secretaria era

¹⁰ Fonte: Site do Ministério das Comunicações. Decreto n. 7.465 de 19/04/2011. Estrutura e quadro demonstrativo dos cargos em comissão e funções gratificadas do MC. Outras providências no DOU de 20/4/2011.

responsável por alguns programas e ações. O MC explicou ainda na sua página oficial, que os serviços de comunicação são democratizados, competitivos internacionalmente, e servem como instrumento de cidadania, transformação social e desenvolvimento econômico para o Brasil. O MC também possuía uma Comissão de Ética. O órgão era responsável por promover ações de fortalecimento da ética na administração pública e zelar pelo cumprimento do Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil, do Poder Executivo Federal, na área do MC. Entre as principais atribuições, estão: desenvolver projetos e ações para divulgar as normas de ética e disciplina, e incentivar o respeito à ética no serviço público, em linha com o Sistema de Gestão da Ética do Poder Executivo Federal (Decreto 6.029, de 1º de fevereiro de 2007). No site do MC esclarece que o decreto deve informar que

[...] a Comissão de Ética deve atuar como instância consultiva dos dirigentes e servidores do Ministério das Comunicações, aplicar o Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal, representar este Ministério na Rede de Ética do Poder Executivo Federal, supervisionar a observância do Código de Conduta da Alta Administração Federal”, além de comunicar à Comissão de Ética Pública da Presidência da República situações que possam configurar descumprimento de suas normas.

No que se refere ao relacionamento da presidência com a imprensa brasileira, em um primeiro momento, se mostrou amistoso, depois enfraqueceu. Como será explicado no próximo item a presidenta era mais contida e reservada para o diálogo com a imprensa, o que causou um estranhamento por parte da mídia, e não existia a figura do porta-voz, as informações eram passadas pela comunicação da Casa Civil, que por sua vez disponibilizava todo material de imprensa, como fotografia, áudio, som e imagem. A verba publicitária para comerciais do governo também não foram muitas, se usou as redes sociais e a internet. As grandes empresas de comunicação do país se sentiam incomodadas com a postura do chefe do país.

Agenda política do jornalismo midiático

Para ampliar e ao mesmo tempo compreender nosso objeto de estudo percebemos que o campo das políticas públicas de comunicação e da política brasileira, por meio de suas leis e decretos, possuem uma relação amena, apesar das muitas ausências e brechas nas leis. Liedtke (2002, apud Miguel,

2006, p. 170-171) comentou que “[...] a importância das leis e influência dos meios de comunicação é particularmente crucial no momento sensível do jogo político, que é o que define a agenda da imprensa no país”. As pautas no jornalismo sobre questões importantes são colocadas para público e boa parte é condicionada pela visibilidade, de cada questão na mídia, que possui a capacidade de formular preocupações políticas. Segundo Liedtke (2002) apud Miguel (2006, p.237) existem duas formas de agendamento

[...] Na primeira parte os noticiários que apresentam temas que o governo reagiu a partir das notícias, ou seja, a mídia agendou ações do governo, interferindo na agenda do Executivo, fazendo com que funcionários públicos dessem respostas às questões tematizadas (agendadas) na mídia. Na segunda parte, o movimento acontece oposto, ou seja, o governo agendado ou tentando agendar o campo jornalístico, para com isto atingir objetivos políticos (Liedtke, 2002 apud MIGUEL; 2006, p.237).

Observamos, neste período de análise da comunicação, no primeiro mandato governo Dilma Rouseff, que existiu certa tendência dos jornalistas pelas mesmas fontes, principalmente, governamentais, fazendo predominar notícias em formato oficial. Barros Filho (2008, p. 189), salienta que “[...] o primeiro agente externo ao meio incide sobre a seleção temática, e, portanto, contribui no agendamento de um meio específico são os outros meios de difusão [...]”.

No primeiro mandato a imprensa brasileira e a população olhavam direto para a presidente. Alguns deles como grandes impulsionadores de inúmeros escândalos políticos, tendo como base a corrupção. Muitos dos “olhares” tinham como principais subsidiários os partidos opositores, não contentes com as derrotas nas urnas, em 2010. No ano seguinte, um dos acontecimentos foi a pauta do salário mínimo, que revelou a maneira de governar da Presidenta. A imprensa, principalmente, do sul e sudeste, descreveu Dilma Rousseff “[...] como a presidente da discricção [...]”. Nos primeiros meses aconteciam apenas reuniões e mais reuniões reservadas. Neste período, Dilma Rousseff pouco se expressou e falou com a população e a imprensa.

O que foi anunciado na imprensa (Veja, Isto É, Época, Carta Capital, Folha de São Paulo, Correio Braziliense, Estadão e o grupo Abril) foi que ao contrário de seu antecessor, ela tinha uma relação de “amizade e informalidade” com alguns membros do PT próximos, sendo o tratamento no primeiro mandato quase “protocolar”. A imprensa destacou, em seus noticiários, que a Presidenta Dilma Rousseff procurava não fazer distinção

entre ministros de qualquer partido, mas procurava se concentrar nos objetivos traçados para as pastas, dando ênfase na cobrança de números, detalhes de projetos e ações, característica conhecida da época da Casa Civil.

A mídia (imprensa, internet, televisão e rádio) comentava ainda que, ao contrário de Lula que fazia festa toda vez que encontrava com os militantes, Dilma não agia desta maneira. Até porque não teve origem no PT, mas no PDT de Leonel Brizola. Lula gostava de falar de pescarias, futebol e do tempo de sindicato. Dilma preferia falar de artes, literatura e música. A mídia destacou, ainda, que Dilma cobrava silêncio de ministros e assessores diante da mídia e era dura com os auxiliares, não admitindo dúvidas e respostas que começam com “eu acho”.

A forma Dilma de governar, no primeiro mandato, foi se manifestando nas nomeações de governo e por ocasião da votação do salário mínimo. A disputa pela Cia. Elétrica do Rio de Janeiro (Furnas) é citada como um dos exemplos do estilo Dilma. A Presidenta não admitia disputas pela mídia nem ter sua autoridade questionada: “Não aceito. Vou dizer de novo: não, não e não!”, disse Dilma sobre as indicações do deputado Eduardo Cunha (PMDB/RJ) não só para Furnas, mas também para todos os cargos do setor elétrico. Dilma teria, ainda, enfrentado o PCdoB ao indicar o ex-presidente do Banco Central, Henrique Meirelles, para presidir a Autoridade Pública Olímpica. Na interlocução para as nomeações privilegiava os partidos e os que teriam força neles. No caso do PMDB os interlocutores privilegiados eram José Sarney e Michel Temer. Este último, posteriormente, daria o golpe.

Relacionado a votação do salário base, a presidente, segundo a imprensa, teria comandado pessoalmente toda a estratégia. A mensagem do líder do governo, Cândido Vaccarezza (PT/SP), era de que “[...] quem votar contra os R\$ 545 será considerado dissidente”, seria um aviso da própria Dilma Rousseff. Também teria partido de Dilma o fim da negociação e antecipação da votação do mínimo, como ficou manifesto no recado enviado pelo negociador Gilberto Carvalho desde Dacar (Senegal). (SOUSA, Josias. Bastidores do poder).

A imprensa comentou ainda que a Presidenta ficou incomodada com a atitude de Carlos Lupi. “[...] O ministro, da cota do PDT, não irá cair ao menos no momento, mas sai enfraquecido junto ao governo [...]” e assim dizia também o editorial do jornal O Estado, de São Paulo, de 10 de fevereiro de 2011:

[...] A decisão da presidente Dilma Rousseff de declarar encerradas as negociações com as centrais sindicais e os partidos da base sobre

o reajuste do salário mínimo de 2011 - ficando pé no valor fixado de R\$ 545 - é uma demonstração de autoridade e coerência política. Não é pouca coisa para quem tem léguas a percorrer na construção de um estilo de liderança pessoal que resgate a sua imagem da sombra do seu padrinho e grande eleitor Luiz Inácio Lula da Silva, (Editorial "O estilo de Dilma no caso do mínimo" (O Estado de S. Paulo, 10-02-2011)).

Quando notícia alguns fatos políticos a imprensa provoca um efeito de agenda do governo que, em alguns momentos, reage e é pautado a partir das notícias. Por outro lado, observamos também que, em outros momentos, o governo interfere na agenda da mídia, para atingir objetivos políticos determinados. A suposição de que existe agendamento tem sido um fenômeno constante nas pesquisas científicas de comunicação quando tratam da relação entre a mídia e o governo, pois sempre um campo interfere no outro, por serem instâncias autônomas. Liedtke (2002 apud MIGUEL; 2006, p. 241), analisa outro fenômeno, quanto o agendamento mútuo,

[...] ocorre normalmente em fatos políticos onde há uma relação de complementariedade entre os dois campos: o Executivo pautando e utilizando a mídia como agente estratégico na consolidação de objetivos de governo; ou de conflito: o governo respondendo e praticando ações para amenizar polêmicas veiculadas na mídia.

Na verdade, esse é um jogo de relações confuso, cujos procedimentos nem sempre se tornam de domínio público. Outros episódios em que as notícias pautaram as ações no governo foram a Copa das Confederações (2013) e a Copa do Mundo de Futebol da FIFA (2014). Alguns não imaginavam que às vésperas da Copa do Mundo, no país do futebol, o governo precisasse de ofensiva publicitária para resgatar o apoio popular ao evento mundial. A Copa que era para alavancar a popularidade de Dilma Rousseff se transformou em um problema. O governo assistiu desnorreado os acontecimentos e com receio do que poderia acontecer. De grande festa, a Copa se tornou uma tortura.

O ministro da Secretaria Geral da Presidência da República, Gilberto Carvalho, tardiamente iniciou uma visitação pelo país para acalmar os movimentos sociais, foi, ao contrário, hostilizado nas audiências públicas, o ministro afirmou que estava sentido “[...] o pulso de como está uma parte da sociedade[...]” e acrescentou, “[...] isso é um pouco a panela de pressão que explode [...]”. O acontecimento foi noticiado pelos Jornais A Folha de São Paulo (15 de abril de 2014) e replicado pelo Jornal Zero Hora (17 de abril de

2014).

O dissabor com os rumos da Copa surgiu em junho de 2013, na Copa das Confederações. Ao mesmo tempo aconteciam as grandes manifestações. As despesas altas, associadas às remoções e a ingerência da FIFA foram estopins dos atos nas ruas por todo o país. As despesas com a construção dos estádios não passaram despercebidos para a população que vinha atenta à corrupção e, sobretudo, movida pela influência da mídia que há tempos se mostrava contrária ao discurso do governo. Assim, de um lado, a corrupção, que existe há muitos anos no país, até histórica, já que está sempre foi marca registrada em todos os governos, tendo a culminância no governo do ex-presidente Collor. De outro lado, a sede dos partidos opositores, muito bem alicerçados pela imprensa que juntos pleiteavam uma suposta derrubada nas urnas de 2014.

Desta forma, em um país em que falta dinheiro para suprir as carências dos serviços de saúde, educação, saneamento, transporte coletivo, os gastos sem fim com as Arenas foram vistos como desproporcional às prioridades do país. O Brasil, que adora o futebol, não se prestou ao salvo conduto que tudo justifica a realização da Copa.

O sentimento era que a Copa do Mundo não reverteria para o bem comum, mas que servia e tem servido para a lógica do mercado, e não para avanços sociais. As obras estavam distantes de se tornarem uma realidade. Pior ainda, para muitos, a Copa foi perversa. Em nome da necessidade de construção das arenas, da reestruturação viária nos seus entornos são vítimas de remoções e até da higienização e organização estrutural das cidades que sediarão o evento.

O que assistimos na Copa foi à dinâmica da sociedade submetida à lógica do capitalismo. A Copa, para muitos comentaristas da época, se configurava como elitista, privatista e anti-popular. Teve Copa, porém, com a Força Nacional nas ruas. Na época o jornalista Ancelmo Góis, do jornal O Globo, em 23/4/2014 publicava em coluna semanal

[...] A FIFA distribuiu US\$ 37 milhões em bônus para os seus Executivos em função dos resultados obtidos ano passado. Qatar desistiu de construir 12 estádios para a Copa de 2022. É para evitar desperdício de dinheiro [...].

Como comentou Lima (2014),

a imprensa insiste em achar que pode pautar o governo, ignorando que o centro do poder pode estar em grupo de indivíduos que se

preparou para esse momento tendo toda a grande imprensa como adversária.

No caso da Copa das Confederações e Copa do Mundo percebemos que em vários momentos, o governo acabou cedendo às pressões políticas canalizadas pela mídia, ou mesmo houve uma “[...] convergência de interesses entre os campos”, como se referiu Liedtke (2002 apud MIGUEL;2006).

Políticas de comunicação Dilma Rousseff

A comunicação faz barulho que mistura jogos de interesses das empresas oligopolistas, briga do Estado pela detenção do poder das mídias, manipulação, direcionamentos subliminares e os meandros que envolvem as políticas públicas. Tudo isso passa a ter outro olhar quando abrimos o site do Ministério das Comunicações (MC) e percebemos, por outro lado, quanto o setor de telecomunicações é ao mesmo dinâmico, sendo pautado por rápidas inovações tecnológicas e integração de serviços que muitos usuários desconheciam.

No site do MC da época estavam disponibilizados 20 ações e programas destinados à comunicação. No texto de apresentação de cada projeto e programa se via mais a promoção de eventos do que necessariamente a aplicabilidade prática das ações e programas. Ressaltamos que não escolhemos apenas um programa específico para análise, dos 20 programas de comunicação, disponíveis no MC, mas analisamos de forma geral, sem segmentá-los, uma vez que esse campo necessita de formulação teórica, com interfaces que a comunicação observa e entretém com as múltiplas áreas do conhecimento humano: institucional, administrativo, tecnológico e social. Isto significa dizer que se fossemos, por exemplo, estudar especificamente sobre os cabos submarinos digitais da comunicação teríamos que entrar no campo da engenharia da comunicação, ou se nos limitássemos a tratar apenas do acesso à informação, deveríamos explorar a cadeia produtiva e econômica da comunicação. E assim, se tornaria inviável, pois fugiríamos do nosso foco de estudo, além de demandar mais tempo para a execução dessa proposta.

Tivemos como base os relatórios e documentos fornecidos pela Assessoria de Imprensa do MC e Assessoria de Imprensa da Casa Civil, bem como do material (textos, releases, notícias, pesquisas documentais, leis, decretos, etc) enviados pelo Fórum Nacional pela Democratização da

Comunicação (FNDC), bem como das instituições de classe, a exemplo do Sindicato dos Jornalistas da Paraíba, Associação Brasileira para Proteção da Propriedade Intelectual dos Jornalistas (APIJOR), Associação dos Assessores de Comunicação do Congresso Nacional, Associação dos Jornalistas Profissionais Aposentados no Estado de São Paulo, Fórum Nacional dos Assessores de Comunicação do Judiciário e Ministério Público, Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ) e Fórum do Direito de Acesso a Informações Públicas (FDAI). Para compor esse diagnóstico tomamos por base o plano de metas para a comunicação, no item acima, e consultamos os indicadores (em nível nacional, estadual ou municipal) que pode ser visualizado na própria página do Ministério das Comunicações (MC).

Nele percebemos dados e porcentagens do que foi proposto e alcançado, mas em alguns itens carecem ainda de melhorias. Por exemplo, no item Conexões de internet móvel (3G+4G+M2M), em Estados do norte do país como: Roraima (328.888), Acre (569. 212) e Amazonas (551.774) a média de acessos a estes serviços de internet móvel não chega a atingir os 100% se comparamos aos Estados de São Paulo (46.624.637), Rio de Janeiro (17.219.190) e Minas Gerais (14.450.461). Ou seja, 40% das populações das classes D e E dos Estados de baixa renda, do norte do país, ainda não fazem o uso da internet (acesso em banda larga e discado).¹¹

No item "Emissoras e Retransmissoras de TV digital licenciadas ou com autorização provisória de funcionamento" (2014), nada consta de registros e números. O mesmo acontece no item "Retransmissoras de TV digital com autorização provisória de funcionamento", que no mesmo ano, nada consta (ou "nd", como se referem nas planilhas dos indicadores). Também não encontramos nada registrado na base de dados do MC, em 2014, nos itens: Emissoras de TV comercial com autorização provisória; TV comercial licenciadas; TV Comercial; TV educativa outorgadas; TV educativa (com autorização provisória) e TV educativa (licenciadas).

Percebemos que o modelo de "Política de Comunicação redistributiva e constitutivas" pretendidas pela teoria de Theodor Lowi (1964), conforme citamos, parece não fazer sentido quando tratamos das políticas de comunicação do governo Dilma Rousseff, mas o faz, pois se pensarmos no modelo de Lowi cada tipo de programa das políticas públicas de comunicação encontrará formas de apoio e rejeição, pois as disputas em torno de decisão tomada passam por arenas diferentes. O formato "distributivo", em Lowi, comunga com a comunicação se pensarmos no processo de distribuição de

¹¹ Disponível em: <http://www.mc.gov.br/DSCOM/view/Resultado.php>. Acesso em: Dezembro, 2015.

concessões públicas de rádio e televisão que detém o presidente da república para serem distribuídas com seus apadrinhados. Comunga também com os princípios regulatório do qual propõe Lowi que envolve a burocracia, políticos e grupos de interesse. Aliado a tudo isso há outro fator complicador, deste processo, que é a extensão territorial do Brasil que, de certa forma, compromete a implantação de alguns itens mencionados, por exemplo, fazer chegar cabos e linhas de acesso a regiões do pantanal mato-grossense ou mesmo na Amazônia.

Neste contexto, observamos também, por outro lado, que os modelos de Política Pública de Comunicação em alguns momentos se misturam, pois, para implantação de emissoras de televisão e radiodifusão surge um jogo político de negociações, interações de forças, barganhas, acertos, adesões, partilhas de poder, retaliações, concessões e outras práticas de composição, com configuração política que dificulta a evolução das políticas públicas de comunicação de qualquer governo.

Entre as ações positivas de comunicação do primeiro mandato do governo Dilma Rousseff o balanço das ações dos programas que fazemos e que mais vezes foram citadas nos relatórios da Casa Civil, nos documentos e discussões dos Fóruns de Comunicação, nos congressos e tratada de forma muito esporádica pela própria mídia. Uma dessas ações foi a manutenção da Empresa Brasil de Comunicação (EBC/TV Brasil). Ela foi fruto da união entre a Radiobrás com a Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (ACERP/TVE), a TVE do Maranhão e o canal digital de São Paulo. O seu formato administrativo surgiu após várias emendas que a MP 398/2007 recebeu no Congresso Nacional. Hoje, a EBC funciona com um orçamento precário, equipamentos de gravação modernos, mas transmissores superados tecnologicamente. Na verdade, ela é uma televisão que se define como pública, mas ainda engatinha para o que deveria ser realmente na prática.

A última Conferência Nacional de Comunicações (CONFECOM), em 2009 (DF). A discussão foi em torno do "Título VIII – Da Ordem Social" (Constituição 1988). A CONFECOM é conhecida como o órgão que apoia os movimentos sociais. Ela é a articulação entre entidades da sociedade civil e a Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados de Brasília. Após várias reuniões aconteceu o 1º Encontro Nacional de Comunicação (Junho, 2007). A temática central foi a defesa da manutenção da conferência e a criação de uma rede de entidades, pessoas e órgãos que lutassem por uma comunicação democrática. Com isso surgiu "Comissão Nacional Pró-

Conferência” (CPC).

No entanto, muitos tentavam deslegitimar as propostas do CONFECOM. O MC, comandado pelo ex-repórter da Rede Globo e senador Hélio Costa, organizou neste período um evento, em setembro de 2007, que ficou conhecido por “conferência”, mas após críticas e pressão das entidades da sociedade civil, denominou “conferência preparatória”. O Coletivo Intervenções, em 14 de setembro de 2007, publicou um texto em que fez duras críticas a Conferência.

O site da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM/PR), a regionalização constitui na diretriz da comunicação, instituída pelo Decreto n. 4.799/2003 e reiterada pelo Decreto n. 6.555/2008, conforme seu artigo 2º. A regionalização, segundo Lima (2011, p. 221) tem o objetivo de “[...] diversificar e desconcentrar os investimentos em mídia”. O que detectamos é que de fato o que foi dito, pelo autor, segue essa orientação, a Secretaria de Comunicação (SECOM) tem ampliado continuamente, o número de veículos e municípios aptos a serem incluídos nos planos de mídia.

Quadro – Evolução de cadastro de veículo por meio

Rádio	027	1.497	2.085	2.627	2.239	2.597	2.809	2.861
Jornal	179	249	664	1.247	643	1.273	1.883	2.097
TV	21	310	257	307	276	297	414	473
Revista	18	20	39	27	73	84	150	151
Outros	11	89	28	243	203	1.046	1.791	2.512
Total	449	2.165	3.073	4.451	3.434	5.297	7.047	8.094

Fonte: Núcleo de Mídia da Secom, 2016.

Percebemos, no quadro acima, que existiu uma importante reorientação na alocação dos recursos publicitários oficiais que fizeram com que o número de municípios cobertos desse um salto de 182, em 2003, para 3.450, em 2011, e, que o número de veículos de comunicação subisse de 499 para 8.519, no mesmo período. Lima (2011, p. 222) nos chama atenção para o fato de que “[...] estar cadastrado” não é a mesma coisa que “ser programado [...]” e comenta ainda:

Na apresentação que fez em evento da na Confederação Nacional dos Trabalhadores do Ramo Financeiro (Confrac), São Paulo, em 16 de julho de 2009, Ottoni Fernandes Júnior, ex-secretário executivo da Secom, citou, como exemplo de regionalização, a campanha publicitária em que chegaram a ser programados 1.220 jornais e 2.593 emissoras de rádio.

A fora essa observação acima do autor, encontramos outra importante publicada em setembro de 2012, no Jornal A Folha de São Paulo, a partir de dados da SECOM, em que revela que nos primeiros 18 meses do governo Dilma (janeiro de 2011 e julho de 2012), apesar da distribuição dos investimentos de mídia ter sido feita para mais de 3 mil veículos, 70% do total dos recursos foram destinados apenas para 10 grupos empresariais.¹²

É importante, também, acrescentar que o aumento do número de veículos programados não corresponde, pelo menos nesse período, a uma real descentralização dos recursos. Ao contrário, os investimentos oficiais fortalecem e consolidam os oligopólios do setor. Os dados acima nos ajudam a entender o que tem sido feito ao longo dos anos com a comunicação social. Os itens mostrados é um rápido balanço que evidenciam como foram e ainda são tratadas as questões referentes à comunicação no país. Percebemos também que atos e processos que ocorreram no governo anterior voltaram na mesma perspectiva, já em outros casos, nem saíram do lugar, a exemplo do uso das autorizações das concessões de radiodifusão como barganha política.

Teríamos muito mais a analisar sobre os programas de comunicação das políticas públicas de comunicação do governo Dilma Rousseff. O conteúdo de toda essa análise pode ser conferido na dissertação de mestrado do programa de pós-graduação em Serviço Social, linha políticas públicas, da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). No decorrer da dissertação discutimos pontos divergentes que ora se aglutinam de forma positiva, ora estão em forma paradoxal, divergindo-os, em alguns pontos e concordando em outros.

Desta forma, embora seja perceptível, esta divergência entre tais pontos, é possível também, encontrarmos semelhanças entre o governo Dilma Rousseff com outros governos, bem como a formatação dos modelos analisados, no período de 2011 a 2014. É perceptível, por exemplo, a dificuldade que tem a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) em acompanhar a evolução do setor, até mesmo porque o marco institucional da telefonia brasileira foi feito dentro de uma concepção de telefonia fixa, e, não móvel, comprometendo assim, a qualidade do serviço prestado, pois isso exigiu apenas uma razoável adaptação institucional.

¹² Globo concentra verbal publicitária federal”. Carta Capital, 13 de setembro de 2012. Disponível em; <http://www.cartacapital.com.br/politica/globo-concentra-verba-publicitaria-federal> Acesso em: janeiro de 2016.

Considerações finais

Sabemos que as políticas públicas no Brasil, ora regride, ora avança. É assim que acontece nas políticas públicas de mais impacto social: educação, saúde, habitação, segurança. E, para a área de Comunicação não seria diferente. Nestas políticas, vimos que, ao longo da história, tivemos em diversos momentos cronológicos, reais avanços. Neste trabalho, optamos por explorar o período de 2011-2014, do Governo da Presidenta Dilma Rousseff. Para atingirmos os nossos objetivos, investigamos as leis, decretos e artigos constitucionais que se referiam à comunicação, enquanto direito social básico resguardado na Constituição Federal de 1988.

Na nossa pesquisa realizamos um recorte histórico (2011-2014) e encontramos no governo da presidenta Dilma Rousseff alguns aspectos que constataram que a comunicação avançou de certa forma e em outros momentos permanece estagnada que já, naquela época, corria sérios riscos de passar por cima do governo e reverter a situação social e política do país. Percebemos que decisões velhas ainda, tomadas na década de 1930, definiram, por exemplo, que a "radiodifusão continuasse sendo parte integrante do setor privado" (Decretos n. 20.047/1931 e n. 21.111/1932).

Desta forma, encontramos uma comunicação que foi consolidada, como um sistema oligopolista de rádio e televisão e, ainda, é sustentada por uma legislação omissa e desatualizada. Sua lei é de 1962 (Lei n.4.117) e, no que se refere as normas e princípios da Constituição Brasileira de 1988, não regulamentada e por que não dizer ainda não cumprida, além de ultrapassada para os avanços tecnológicos da área da informação. Na década de 1990, devido à privatização das telecomunicações, promovida pelo governo de Fernando Henrique Cardoso, emergiram do setor que antes era público, grandes empresas capitalistas, que passaram a explorar a telefonia fixa e a móvel e, em alguns casos, os serviços de televisão com canal fechado, principalmente, na distribuição deste conteúdo, mercado este, controlado por poucas empresas.

O surgimento das tecnologias mais avançadas expressa na rede mundial de computadores (internet) tem afetado, acima de tudo, o jornalismo impresso, uma vez que essas tecnologias interferiram na mão de obra dos trabalhadores, inclusive no seu modelo predominante de negócios. No que diz respeito à política, do Brasil atual, é comum teóricos, analistas, cientistas políticos, especialistas em comunicação e especuladores sempre se questionarem sobre os interesses da mídia em auxiliar ou atrapalhar a candidatura do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em 2002. Sabemos

que os posicionamentos ideológicos influenciam a adesão da massa e, conseqüentemente, tem a possibilidade de manipular as ideologias dos telespectadores ou receptores, com cobertura jornalística que se posicionem em seus discursos.

Em 2002, na primeira campanha que o Lula venceu, o coordenador do programa do governo, Antônio Palocci, comentou na imprensa sobre as negociações com os empresários e com os formadores públicos de opinião, com intuito de facilitar as discussões e diálogos mediados pela mídia. Desse modo a população acaba sendo refém do Estado e/ ou da mídia que reproduzem discursos estereotipados controlando, assim, o acesso à informação. Desta forma, muitas vezes, o fracasso das tentativas dos empresários de comunicação de sair das sucessivas crises econômicas que passaram (e ainda passa o país) faz com que muitos tenham apenas como saída viável, de curto prazo, recorrer e pressionar o próximo governante a oferecer alguma ajuda. É desta forma que surgem incentivos ou as políticas públicas, como meio de benefício para poucos. Assim, quando o Lula, em 2003, assumiu a Presidência da República os vícios existentes entre empresários da grande mídia e governo que já existiam. Embora como vimos nos mandatos do Lula, tivemos alguns avanços significativos.

Muitos deles, com avanços que refletiram no primeiro mandato da sua sucessora (nosso recorte histórico, 2011-2014). Neste período, tivemos três programas de governo registrados e ligados às infraestruturas das políticas públicas de comunicações e telecomunicações (Universalização e Massificação dos Serviços de Telecomunicações, o acesso aos serviços de telecomunicações no Brasil; Programa Nacional de Banda Larga PNBL), criado pelo decreto n.º 7.175/2010; O Canal da Cidadania que estava incluído no conjunto de canais públicos, explorados pelo governo federal, Estados e municípios e por entidades das comunidades locais que estava inserido no Sistema Brasileiro de Televisão Digital.

Nestes programas se destacam os eixos do que seria uma gestão da política da comunicação, baseada na informação como compromisso com a democratização do acesso às tecnologias de informação. Com efeito, além de incentivarem a criação de mecanismos e políticas que permitam o aprendizado. Assim estes recursos favorecem o acesso e a incorporação maciça das tecnologias de informação e que possibilitem o compartilhamento das soluções entre diferentes níveis de governo.

Como relação à telefonia, no contexto das privatizações realizadas pelo governo anterior, o PT, há uma declaração que afirma que o

compromisso do governo estará dentro dos marcos regulatório e contratual vigente, estipulando o que caberá ao governo acompanhar e coparticipar dos processos de fusão e incorporação das empresas, visando assegurar a manutenção dos espaços competitivos. Embora tivesse “boa intenção”, os programas implantados pelo governo Dilma, necessitavam, muito a ser feito para a sua consolidação, como por exemplo, aperfeiçoar a estrutura de comunicação do Estado, reforçar a rede pública de comunicação para que seja competitiva. Dessa maneira, a política de Comunicação trata-se, entretanto, de uma questão dialética, complexa, que precisa ser investigada pela academia, além de ser necessário conceber as comunicações como um arcabouço que perpassa as suas legitimações e adentram outros discursos.

A sugestão para o melhoramento desse quadro é que os direitos fundamentais da comunicação estejam assegurados, além, de ser necessário compreender o pluralismo de ideias, para que a sociedade tenha a sua disposição fontes de informação diversas, possibilitando a escolha livre entre elas e o que deseja para si próprio. Assim, as políticas públicas para as comunicações não deveriam, contudo, se restringir e depender da criação de infraestrutura e investimentos a ela vinculadas, mas, sobretudo, de mecanismo que a fizesse ser responsáveis pelas condições da difusão de ideias, aliadas ao processo técnico de transmissão de informações.

Considerando que a comunicação hoje, vai muito além do jornal, da revista, e do folhetim. Pois temos um verdadeiro arcabouço informativo, com repercussão instantânea em todo o mundo. Dispensando à busca da informação, porque ela se encontra disponível em diferentes meios e suportes e de fácil acesso. Apontamos como ponto positivo, para isso, a própria internet que, por sua vez, também necessita de uma regulamentação que garanta, não só o acesso, mas também o direito à privacidade, uma vez que é comum termos crimes cometidos e alicerçados no sigilo ou no suposto “esconderijos” virtuais.

Por outro lado, apesar dos avanços, é inegável perceber que houve até mesmo um retrocesso ou uma estacionada em algumas áreas fundamentais (televisão digital e telefonia). Percebemos ainda que, em momentos distintos, a participação do Estado foi de fundamental importância para muitas conquistas, no que tange à Comunicação, entretanto, apontamos como contradições das relações entre “Estado x Comunicação” e o vício existente nesta relação, ditado por oligopólios de famílias que predominam este setor. Desde que começamos a investigar o assunto das Políticas Públicas de Comunicação Social nos questionamos sempre: Por que se avança pouco nas comunicações? Infelizmente, essa pergunta ainda vai ficar sem uma resposta concreta, mas com a certeza que mesmo que o

governo do PT (Lula e Dilma) tenham feito reais modificações e intensificado a implantação de programas, ainda há muito a fazer, uma vez que há no Brasil vícios capitalistas, engendrados pela relação Capital x Estado que controlam tais políticas.

Para que haja uma mudança significativa devemos reivindicar o cumprimento do Estado nos meios de comunicação, um papel, fundado na participação social e na pluralidade, e não no uso partidário de um governo. Considerando que os cidadãos organizados têm o direito de criar suas próprias vias de comunicação, através de meios comunitários, que poderão ser realmente valiosas e sólidas se o Estado proporcionar recursos para que elas saiam da marginalidade. Percebemos também que o Estado está a todo o momento, tentando criar formas alternativas para modernizar sua comunicação política, desenvolvendo mecanismos para romper com os métodos tradicionais da informação. É perceptível a dependência dos meios massivos de rádio e televisão. O aperfeiçoamento da estrutura de comunicação do Estado, com a necessidade de fomentar uma rede pública de comunicação para "rivalizar" com a mídia privada, torna-se fundamental para realçar o interesse público no processo de mediação da política. Atualmente estamos em um período complexo e, ao mesmo tempo, diante de um desafio de encontrar um método para que os cidadãos possam recuperar seu direito à informação através do Estado. Para isso, se faz necessário cobrar e fiscalizar as implantações dos sistemas de comunicação para que em um futuro próspero possamos, finalmente, ter o que é nosso por direito: o acesso a comunicação, por meio de políticas públicas que informam e não alienam. Assim, os cidadãos devem dar poder ao Estado e este, por sua vez, deve nos dar o controle e a opção de escolha. Desta maneira, a comunicação estará fazendo o seu real papel: informar, pois essa é a verdadeira liberdade de imprensa em uma democracia.

Referências

BAUMGARTNER, F.; JONES, B. Agenda dynamics and policy subsystems. **The Journal of Politics**, vol. 53, nº 04, pp. 1044-1074, Nov. 1991.

BAUMGARTNER, F. **Agendas and Instability in American Politics**. Chicago: University of Chicago Press, 2nd ed. 2009.

BAYMA, Israel. A concentração de propriedade nos meios de comunicação e o coronelismo eletrônico no Brasil. **Assessoria Técnica do Partido dos Trabalhadores**, Brasília, Df, 2001. Disponível em: <www.pt.org.br> Acesso em: 25 nov. 2015.

BRASIL, **Ministério das Comunicações**. Disponível em: <http://www.mc.gov.br/DSCOM/view/Resultado.php>. Acesso Jan. 2014.

BRASIL, **Casa Civil**. LEI Nº 13.019, DE 31 DE JULHO DE 2014. Disp. em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l13019.htm>. Acesso: Jan. 2015.

BERNARDES, Walkyria Wetter. **A constituição identitária feminina no cenário político brasileiro pelo discurso midiático globalizado**: uma abordagem discursiva crítica. 2009. Tese (Doutorado em Língua Clássica) - Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

BOLAÑO, C. Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil. São Paulo: **Paulus**, 2008.

BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias**: ensaios sobre a televisão. São Paulo: Biotempo, 2004.

BUCCI, Eugênio. **O Estado de Narciso**: A comunicação pública a serviço da vaidade particular. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

CANELA, Guilherme (org.). **Políticas públicas sociais e os desafios para o jornalismo**. São Paulo; Editora Cortez, 2008.

CAPPARELLI, Sérgio. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

CAPELLA, A. C. N. Transformando idéias em ação: O papel dos empreendedores de políticas públicas. In: **34 Encontro Anual da ANPOCS**, 2010, Caxambu. Anais do 34o. Encontro Anual da ANPOCS, 2010

COMPANHIA DA INFORMAÇÃO LISTA DAS 50 MAIORES EMPRESAS DE MÍDIA DO MUNDO. Disp. em:

<<http://www.ciadainformacao.com.br/index/2012/04>>. Acesso em: 30 nov. 2014.

COLETIVO INTERVOZES, 14 DE SETEMBRO DE 2007. Disponível em: <<http://intervozes.org.br/conferencia-nacional-preparatoria-de-comunicacoes-preparando-para-o-que/>> Acesso em: 16 jan. 2016.

FAUSTO NETO, Antônio. (Orgs.). **Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

GOIS, Ancelmo. **As arenas da Fifa**. Disponível em:

<<https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/>>. Acesso em: Janeiro, 2012.

GOMES, Pedro Gilberto. **Comunicação social: filosofia, ética e política**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

GOMES, Wilson. **A política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GROSSMANN, Luis Osvaldo. **Espionagem dos EUA no Brasil deixa governo Dilma atordoado**. Convergência Digital. 8 de março de 2013. Disponível em:

<<http://convergenciadigital.uol.com.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?UserActiveTemplate=site&infpid=34222>>. Acesso em 14 jan. 2015.

INSTITUTO DE MÍDIA E COMUNICAÇÃO POLÍTICA. Disponível em: <<http://www.mediadb.eu/rankings/intl-medienkonzerne-2012.html>>. Acesso em: 24 dez. 2014.

KUCINSKI, Bernardo. **As cartas ácidas da campanha de Lula de 1998**.

- São Paulo: Ateliê Editorial, 2000.
- KUCINSKI, Bernardo. Mídia e democracia no Brasil. In: KUNSCH, Margarida & Roseli (orgs). **Mídia e tolerância: a ciência construindo caminhos de liberdade**. São Paulo: Edusp, 2002.
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual**, São Paulo: UNESP, 2005.
- LIEDTKE, Paulo F. **Governando com a mídia. Governo Lula (2003 - 2006)**. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: Editora da UFSC, 2006.
- LIEDTKE, Paulo F. **A Esquerda presta contas: comunicação e democracia nas cidades**. Florianópolis/Itajaí: Editora da UFSC e Editora da UNIVALI, 2002.
- LIMA, Venício Arthur de. CR-P: novos aspectos teóricos e implicações para a análise política. **Comunicação e Política**, Rio de Janeiro, abr./jul. 1995.
- LIMA, Venício Arthur de. **Mídia teoria e Política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.
- LIMA, Venício Arthur de. **Regulação das comunicações**. História, poder e direitos. São Paulo: Paulus Editorial, 2011.
- LIMA, Venício Arthur de & CAPPARELLI, Sérgio. **Comunicação e Televisão: desafios da pós-globalização**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.
- LÖWY, Michael. **Ideologias e ciência social**. 9a ed. São Paulo: Cortez, 1993.
- MELO, Paulo Victor e WESTRUP, Ana Carolina. Experiências de regulação da mídia na América Latina e apontamentos para o caso brasileiro. GT6: Economia Política das Comunicações. **Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC)**, em Lima (Peru), entre os dias 6 e 8 de agosto de 2014.
- MORAES, Denis; RAMONET, Ignácio e SERRANO Pascual. **Mídia, poder e contrapoder**. Da concentração monopólica à democratização da informação. Rio de Janeiro: Boitempo Editorial, 2013.
- PINHO, J. B. **Periodismo en Internet: diseño y producción de información en línea**. São Paulo: Summus, 2003.
- RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy dos. (orgs.). **Políticas de comunicação**. Buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007.
- SOUZA, Celina. Políticas públicas: uma revisão da literatura. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 8, n. 16, jul/dez, 2006, p. 20-45.
- SOUSA, Josias. **Bastidores do poder**. Disponível em: <https://josiasdesouza.blogosfera.uol.com.br/>. Acesso em: Janeiro, 2011.
- TARDE, Gabriel. A opinião e a conversação. **Revue de Paris 1899**. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/251478406/Gabriel-Tarde-A-Opinio-e-as-Massas-pdf>>. Acesso em: Maio, 2015.



A CONDUÇÃO COERCITIVA DE LULA: *framing* e jogos de memória na Folha de S. Paulo

LULA'S BENCH WARRANT: *framing* and memory games at Folha de São Paulo

Adriano Charles da Silva CRUZ¹
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil

Resumo

Em 2016, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) foi conduzido coercitivamente pela Polícia Federal para prestar depoimento. A ordem foi do juiz federal Sérgio Moro, principal julgador dos processos da Operação Lava Jato. O ato polêmico repercutiu na imprensa e favoreceu um debate público sobre o tema. O Jornal Folha de S. Paulo publicou uma série de textos opinativos favoráveis e contrários à medida jurídico-policia. Investigamos os processos de produção de sentido, a partir dos enquadramentos desses textos. Dessa forma, articulamos a identificação dos sistemas de "*framing*" (ENTMAN, 1993) a uma análise discursiva a partir do conceito "memória" (ORLANDI, 2007). Os resultados sugerem a predominância de processo de enquadramentos negativos que desconstruem a imagem de Lula.

Palavras-chave

Jornalismo; Operação Lava Jato; Enquadramento; Jornalismo Opinativo.

Abstract

In 2016, former President Luiz Inácio Lula da Silva (PT) received a bench warrant from the Federal Police to testify. The order came from Federal judge Sérgio Moro, the main judge of the lawsuits connected to the Operation Car Wash. The polemic act has had a backlash in the press and has favored a public discussion about the topic. Folha de São Paulo journal has published a series of opinionative texts favoring and opposing the legal Police measure. The processes of meaning production have been investigated, from the framework obtained from these texts. Hence, we have structured the identification of the framing systems (ENTMAN, 1993) to a discursive analysis from the "memory" concept (ORLANDI, 2007). The results suggest the predominance of the process of negative frameworks which deconstruct Lula's image.

Keywords

Journalism; Operation Car Wash; Framework; Opinionative journalism.

RECEBIDO EM 07 DE AGOSTO DE 2018
ACEITO EM 01 OUTUBRO DE 2018

¹JORNALISTA. Doutor em Letras pela Universidade Federal da Paraíba. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco. Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. É líder do grupo de pesquisa Círculo de Estudo em Cultura Visual. Desenvolve estágio de pós-doutorado na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo onde pesquisa as representações de Lula e Dilma na cobertura da Operação Lava Jato. Contato: adrianocruzufm@gmail.com

Introdução

No dia 04 de março de 2016, todos os noticiários brasileiros veicularam matérias sobre a condução coercitiva do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Ele foi obrigado a prestar depoimento à Polícia Federal, no aeroporto de Congonhas, em São Paulo, no âmbito Operação Lava Jato, fase batizada de *Aletheia*. A medida, incomum entre políticos, também era pouco conhecida fora dos meios especializados, tanto que foi considerada como uma espécie de “prisão” temporária, promovendo intensos debates na opinião pública graças à cobertura exaustiva da imprensa.

Após o depoimento forçado, Lula foi ao sindicato dos bancários, na capital paulista, onde fez um longo discurso, anunciando sua futura candidatura à Presidência da República, em 2018. Também, conforme noticiado, houve confrontos entre a militância do Partido dos Trabalhadores e opositores nas cidades de Congonhas e São Bernardo do Campo, em São Paulo.

A operação Lava Jato entra no seu quarto ano, tendo se iniciado em março de 2014, a partir de uma investigação sobre lavagem e desvio de dinheiro envolvendo a Petrobras, empreiteiras e políticos. Mais de duas centenas de pessoas foram denunciadas pelo Ministério Público (MP) e cerca cem foram condenadas.

O juiz titular da 13ª Vara Federal de Curitiba, Sérgio Moro, se tornou um dos magistrados mais conhecidos do país, graças aos holofotes da mídia. A partir da Lava Jato, houve mudanças significativas no sistema judiciário, policial e político. Entre essas alterações estão a prisão após condenação em segundo instância pela nova interpretação do Supremo Tribunal Federal (STF); as delações premiadas e as longas prisões preventivas. Todas essas polêmicas jurídicas foram mediadas intensamente pela grande imprensa.

No caso estudado, as imagens, fotografias, vídeos e reportagens da condução coercitiva promoveram um “espetáculo” midiático com a cobertura massiva da imprensa. Também, promoveram intensos debates pró e contra nos jornais.

Não apenas o jornalismo agendou o debate sobre a Lava Jato, mas também o audiovisual com a produção de filmes e séries sobre o tema. Destacamos o filme *Polícia Federal: a lei é para todos* (2016), dirigido por Marcelo Antunes e estrelado por atores “globais”. O longa-metragem constrói uma narrativa, com forte ancoragem nos relatos da mídia tradicional e dos julgadores e investigadores, sobre os bastidores da Operação Lava Jato. A

avant première em Curitiba contou com a presença dos juízes federais Sérgio Moro e Marcelo Bretas, além do coordenador da operação no MP, o procurador Deltan Dallagnol.

Destacamos também a série *O Mecanismo* (2017), dirigida por José Padilha, estrelada por Selton Mello e disponível na Netflix. Ela provocou polêmicas nas redes sociais, críticas de políticos e sofreu um boicote por, deliberadamente, inverter a ordem cronológica dos acontecimentos e colocar “na boca” do personagem Higino (inspirado no ex-presidente Lula) a célebre frase “estancar a sangria” do senador Romero Jucá (PMDB-RR). O áudio em que Jucá conversa com o ex-presidente da Transpetro, Sérgio Machado, foi divulgado pelo jornal Folha de S. Paulo, em 23 de maio de 2016. Há a interpretação de que se tratava de um “pacto nacional com o Supremo, com tudo” para interromper a Lava Jato, promover a derrubada da ex-presidente Dilma Rousseff (PT) e a mudança do governo para o então vice-presidente Michel Temer (MDB).

De maneira inequívoca, ao se apropriar da lógica da mídia (gravação e divulgação em vídeo de todos os depoimentos, uso de microfones e linguagem próxima à jornalística), a Lava Jato foi determinante em sua popularização. Defendemos que um dos acontecimentos que expõe o processo de midiaticização da Lava Jato foi a medida excepcional adotada contra Lula.

Dessa forma, pretendemos analisar os principais textos opinativos da Folha de S. Paulo acerca da condução coercitiva do ex-presidente. Recortamos a edição impressa do jornal de 05 de março de 2016, dia posterior ao acontecimento jurídico-midiático. O corpus da pesquisa é composto por um editorial, não assinado; uma charge²; cinco artigos de opinião e sete notas de uma coluna.

Nosso objetivo é investigar os processos de produção de sentido midiáticos, com base nos enquadramentos e retomadas da memória discursiva que se ligam à (des)construção da imagem de Lula.

Fundamentação teórica

A seleção das notícias que farão parte do jornal é um processo complexo que envolve fatores organizacionais, extraorganizacionais e culturais. Por vezes, o conhecimento do que é notícia torna-se um saber internacionalizado na “tribo” jornalística.

²Consideramos a charge como um texto sincrético, composto por imagem e enunciado verbal.

De acordo Pena (2005, p. 120), o conhecimento do que é notícia é um saber inculcado nos jornalistas pela tradição do grupo. Os profissionais da imprensa formariam uma “tribo”, com costumes, vocabulários e ritos específicos. Um dos principais “ritos de iniciação” para que o profissional novato ou “foca” se torne parte dessa comunidade, “[...] é a capacidade de saber quais são os fatos que merecem virar notícia. Ou seja, como atribuir valor a critérios de noticiabilidade, segundo o que chamam de faro jornalístico”.

Nesse sofisticado processo, está presente ainda a formação social e ideológica dos emissores, as especificidades dos diferentes textos e gêneros jornalísticos. Além da influência organizacional e das tensões ideológico-políticas a que estão submetidos os jornalistas e os empresários da comunicação.

Ressaltamos que tais valores operam em conjunto (CRUZ, 2014), ou seja, quanto mais critérios de noticiabilidade um determinado fato possuir, maior é a possibilidade de superar as barreiras dos *gatekeepers* e, assim, ser publicado.

Nesse sentido, a condução coercitiva de Lula estava prenhe de “valores-notícias” (TRAQUINA, 2005) que logo despertaram o interesse jornalístico: um dos líderes políticos mais conhecidos no Brasil e no exterior foi submetido a um acontecimento polêmico e negativo, suspeito de favorecimento de um esquema de corrupção, que envolvia empresários e outros políticos. Todo esse “escândalo” mediado pelos holofotes da imprensa.

Segundo Thompson (2002), a evolução das mídias favoreceu a visibilidade dos escândalos, especialmente, nas sociedades em que o poder e reputação estão alinhados. Assim, desconstruir a imagem de alguém é também uma maneira de diminuir o seu poder simbólico.

Em síntese, os critérios de noticiabilidade constituem uma tentativa de resposta à questão: “quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos, relevantes, para serem transformados em notícias?” (WOLF, 2005, p. 202). Essas respostas, ainda que estabilizadas, foram construídas ao longo da história do jornalismo, mas são cambiantes no tempo e na sociedade em que se localizam.

Traquina (2005) destaca o escândalo, o conflito e a infração como elementos fulcrais para o interesse jornalístico. Portanto, esses abundavam no cenário de tensão daquele dia 04 de março de 2016, por isso, serão destacadas em nossa análise.

Embora, viva-se um tempo de efervescência das redes sociais digitais, a Pesquisa Brasileira de Mídia (2016) comprovou que os jornais impressos são os veículos jornalísticos mais confiáveis para os brasileiros.

Além disso, segundo a teoria do 'agendamento' (MCCOMBS; SHAW, 1972), o jornalismo conseguiria fomentar a discussão pública, oferecendo os temas a serem discutidos pela audiência. A evolução dessa hipótese levou à conclusão de que, na verdade, os grandes meios de comunicação dizem não apenas no que pensar, mas também como pensar no assunto e, como consequência, o que pensar. Trata-se do segundo nível da *agenda setting*, em que o impacto da agenda midiática na pública varia de acordo com os atributos destacados sobre os temas, pessoas ou outros objetos em questão (MCCOMBS; SHAW; WEAVER, 2014).

Segundo Traquina (2005), esses estudos redescobriram o poder do jornalismo, visto que o processo de seleção das notícias e os enquadramentos dados para sua interpretação são faculdades importantes.

Todavia, pesquisas recentes acerca do *gatekeeping* revelam o potencial de edição na internet, que oferece novas possibilidades de interação entre os membros da audiência, que são também novos elaboradores ou criadores de conteúdo. Amplia-se, por conseguinte, a participação colaborativa das audiências, segundo Bruns (2011).

Os dispositivos móveis, *smartphones* e *tablets*, permite também uma interação em tempo real entre jornalistas e leitores, dirimindo fronteiras entre os saberes e fazeres. De acordo com Canavilhas e Santana (2011, p. 54), eles alteram as rotinas produtivas, pois, "estão criando um novo repórter, o denominado *mobile journalist*, e cidadãos cada vez mais interessados em participar das notícias ou mesmo criar caminhos alternativos à imprensa tradicional".

Shoemaker (2011) aponta que esse alto nível de interatividade transforma os leitores também em *gatekeepers*, uma vez que possuem a faculdade de selecionar as notícias que desejam compartilhar ou não. "Depois que os jornalistas escolhem eventos com base na sua avaliação do valor de notícia do item, os leitores assumem o controle" (SHOEMAKER, 2011, p. 179).

Ora, se as notícias levam ao debate, os textos que integram o chamado gênero opinativo, conforme categorização de Marques de Melo (1994), se submetem a critérios de noticiabilidade, ressalvadas suas peculiaridades. Por conseguinte, esse tecido opinativo toma parte do processo de agendamento dos temas midiáticos, amplificando o debate

público e oferecendo possibilidades de interpretação e posicionamentos discursivos.

Personagens, acontecimentos e posicionamentos são publicados de maneiras distintas nos jornais. Esse enquadramento ou *framing* é a maneira que os jornalistas constroem discursos e representações de mundo diversas. Como explica Entman (1993, p. 5, tradução nossa): “selecionar e jogar luz sobre aspectos de um evento ou de um assunto, e fazer conexões entre eles para promover uma interpretação particular, uma avaliação e/ou solução”. O uso de determinadas expressões, adjetivos, juízos de valor e estereótipos são algumas das estratégias dos processos de *framing* que reafirmam e constroem os acontecimentos.

Conforme Porto (1998, p. 24), “a análise de enquadramento possibilita investigar o processo pelo qual interpretamos a realidade política utilizando atalhos (pontos de vista ou ‘filtros’) que nos permitem dar sentido ao mundo”. Dessa forma, segundo Gitlin (1980) os enquadramentos operam mecanismos de seleção, ênfase e apresentação de ideias e temas para construir narrativas sobre os acontecimentos. Defendemos que essa operação é permeada por posições ideológicas na arena discursiva do jornal.

A memória ou interdiscurso é retomada de discursos já proferidos. Segundo Orlandi (2007, p. 31), corresponde ao “saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma de pré-construído, o já dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra”. Ora, isso acontece por estarmos submetidos às ações das ideologias e da história.

De fato, os movimentos da memória discursiva atravessam e constituem nossos textos e discursos. Por vezes, esquecidos, inconscientes ou deliberadamente silenciados, as ideias, imagens e textos de “outros lugares” integram nossa própria produção discursiva.

Em síntese, segundo Pêcheux (1997), todo discurso retoma, refuta, rememora, contradita ou silencia outros “já ditos”. Embora, o interdiscurso seja um princípio constitutivo de todo o dizer, por vezes, é possível localizar sua presença por marcas dessas memórias nos textos e nas imagens jornalísticas.

Procedimentos metodológicos

Os procedimentos metodológicos adotados são a pesquisa bibliográfica e o diálogo epistêmico das teorias do *framing* (enquadramento) e do agendamento com a análise de discurso.

Nos 14 textos da Folha de S. Paulo, identificamos as avaliações da condução coercitiva de Lula a partir das três orientações metodológicas para

análise dos enquadramentos, propostas por Porto (2004, p. 90-95): a) especificação dos níveis de análise do conceito; b) identificação das principais controvérsias; c) desenvolvimento de uma análise sistemática.

O autor categoriza os enquadramentos em dois tipos principais: noticiosos e interpretativos. Embora possam se interconectar, nos textos opinativos, predominam os últimos que operam especificamente na avaliação dos temas e dos acontecimentos. Esses enquadramentos são operados dentro e fora da grande imprensa por especialistas, partidos, movimentos, entre outros. Também podem ser mediados por profissionais da comunicação: “Jornalistas tendem a apresentar seus próprios enquadramentos interpretativos em colunas de opinião ou matérias de cunho analítico” (PORTO, 2004, p. 92).

Pela natureza do *corpus*, definimos que o enquadramento abordado é o interpretativo. Assim, analisamos apenas 14 textos opinativos (coluna, editorial, artigos de opinião), publicados no dia 05 de março de 2016.

Também, pomos em evidência as polêmicas e controvérsias presentes nos enquadramentos e na oposição entre eles. Realçando os argumentos contrários e favoráveis à condução coercitiva. Para isso, adaptamos as duas categorias de *framing* formuladas por Miguel e Coutinho (2007). Em uma análise empírica sobre o escândalo do “mensalão” (2005-2006) nos jornais, os autores classificaram os *frames* em “causas e remédios”. Propomos a leitura de enquadramentos que tematizem as “causas” e as “consequências” da polêmica, discursivizadas nos textos opinativos.

Procuramos, quando possível, localizar os jogos de memória materializados nas seguintes estratégias intertextuais: citações, discurso indireto, ironia, refutações, paródia e paráfrase.

Análise dos enquadramentos

O primeiro texto analisado é o posicionamento oficial do jornal Folha de S. Paulo. O editorial “Vitimização”, na página A2 Opinião, apresenta na abertura, em forma de *lead*, a causa do conflito: “Lava Jato fecha o cerco em torno de Lula, mas aparato policial utilizado teve como efeito indesejável o acirramento dos ânimos”.

Os personagens citados foram o “marqueteiro de Dilma, João Santana”, o “ex-líder do PT, Delcídio Amaral”, a Polícia Federal, a “militância petista”, Sérgio Moro, Lula e o Planalto (Brasília).

O principal conflito do editorial é nomeado como uma fase da “crise política” brasileira, retomando dizeres recorrentes no período. Assim, o jornal

recupera acontecimentos anteriores, via efeitos da memória, para ancorar sua crítica ao ex-presidente:

Já fortemente acelerada pelas recentes prisões de João Santana [...] e pelas notícias em torno da delação premiada de Delcídio do Amaral [...], a crise política conheceu, nesta sexta-feira, novos e cadentes desdobramentos (Folha de S. Paulo, 2016, p. A2).

O enquadramento é negativo com a prévia condenação de Lula. O editorial afirma que os casos do triplex do Guarujá e do sítio em Atibaia “são de pleno conhecimento público”, porém, lamenta que a condução coercitiva e a sua repercussão “deram algum fôlego à militância do PT”. Utiliza-se também de um discurso indireto, atribuído a anônimos ao nomear como “vozes diversas” do “meio jurídico”, defendendo que o ex-presidente poderia ter sido intimado sem o “recurso da força e pirotecnia”.

O enquadramento seguinte relativiza o papel do juiz Sérgio Moro que apenas “entendeu que a condução coercitiva seria necessária para evitar riscos e tumultos”.

Como *framing* de consequência, o editorial prevê que se abriu uma oportunidade “para que Lula pudesse reforçar com renovado calor, e reanimada audiência o discurso da vitimização”.

Além disso, adjetiva o discurso do petista como “populista” e “desesperado”, cujo efeito seria apenas uma reaproximação com o Planalto, em referência a um suposto distanciamento político entre ele e a presidente Dilma Rousseff, conforme discursos que circulavam à época:

A mistura de populismo gasto e desconversa ofendida [...] souu como uma espécie de conclamação aos correligionários [...] na solidariedade do desespero, suas linhas de cisão e desentendimento com o Planalto (Folha de S. Paulo, 2016, p. A2).

Por fim, o articulista encerra retomando a Constituição Federal de 1988 ao afirmar que numa democracia “todos são iguais perante a lei” e, por isso, aponta que “a retórica lulista nunca souu tão inconveniente e inadequada”.

Figura 1: charge da Folha de S. Paulo



A charge, localizada no canto superior direito da página do jornal, satiriza o acontecimento e sua visibilidade. Não foi possível identificar a autoria, apesar da presença da assinatura. Além de Lula na tela da TV, temos dois anônimos, um médico e uma paciente. É possível ver apenas parte do corpo da mulher grávida na maca e o enunciado “urgente”.

A polêmica ocorre por meio da ironia produzida no deslizamento de sentido de “urgência”: um médico larga uma atividade essencial para fotografar a cena da TV. Dessa forma, questiona-se a importância da notícia em relação ao papel social que desempenha.

Entendemos que o enquadramento é desfavorável ao questionar a importância do caso e construir a caricatura de um Lula chateado e com feições grotescas.

O artigo “Lula, Heidegger e a verdade” é assinado pelo filósofo Hélio Schwartzman. Além dos referidos, cita os personagens Homero, Aristóteles e a Polícia Federal. Discute-se a etimologia da palavra grega *Aletheia*, nome dado àquela fase da Lava Jato, recorrendo à interpretação do filósofo alemão Martin Heidegger (1889-1976), para isso, fazendo uso de referências da história da filosofia e da literatura. O enquadramento é hermético: “Achou confuso? É difícil mesmo” (SCHWARTZMAN, 2016, p. A2), enfatiza o articulista.

Todo esse recurso à memória e à história é mobilizado para criticar, de maneira abstrata, a ação policial. Também há o apagamento do juiz e dos procuradores, não citados no texto.

Somente nas últimas linhas do texto, a polêmica aparece: “De todo modo, ao projetar para a operação *Aletheia* a noção de ‘busca’, a PF se torna perigosamente heideggeriana”. Por fim, aponta uma possível consequência:

a polícia poderia assumir um caráter “místico-religioso”. O que para o autor, deve ser evitado, “a atividade policial, como a filosófica, deveria a meu ver, ser tão desapaixonada quanto possível”.

O artigo “O punho cerrado” é assinado pelo jornalista da Folha, Igor Gielow. Nele o *framing* é negativo, começa elogiando os dias de governo Lula que “tem méritos”, mas que “boa parte deles evaporou” graças às escolhas feitas “pelo petista e seu grupo” (GIELOW, 2016, p. A2). O que justificaria as raízes da crise político-jurídica.

Além do ex-presidente, o articulista elenca como personagens: o ex-presidente José Sarney (MDB), a Rede Globo, Dilma, os “tresloucados comunistas alemães”, os “mensaleiros condenados” e a “militância chapa branca”. A escolha das três últimas nomeações constrói um enquadramento adverso ao petista.

Gielow desconstrói o sentido negativo do acontecimento jurídico-policial: o ex-presidente deveria ter aprendido a “lição de sobriedade que lhe foi aplicada pela Operação Lava Jato”.

Em seguida, recorre a uma imagem arquivada na memória para criticar o discurso do petista, em uma leitura enviesada ou revisionista da história do nazismo: Lula “com o punho cerrado, imagem imortalizada dos tresloucados comunistas alemães da década de 1920, aqueles cujo radicalismo ajudou a colocar os nazistas no poder”. Continua, com irônico salto histórico: “Ah, e também dos mensaleiros condenados à prisão e afins” (GIELOW, 2016, p. A2).

O enquadramento posterior, de maneira análoga, é negativo, postula que o ex-presidente de fato foi beneficiado pela corrupção. Afirma que ele incentiva uma “guerra cultural” mesmo depois de “conquistar o poder e adular as elites que adora atacar – propriedades de brinde são uma face visível da gratidão do pessoal ora em Curitiba”.

Além disso, relativiza a popularidade de Lula por meio da estratégia da ironia: “Algum apoio ele terá na forma de ‘progressistas’ (aspas, por favor) ou na militância chapa branca”. Também retoma uma citação do discurso de Lula, na sede do sindicato dos bancários, para acusar o petista de inflamar a polarização política: “Lula aposta na criação da tensão midiática para assustar a ‘elite’, mostrando que a jararaca está viva, como discursou após depor” (GIELOW, 2016, p. A2).

Em seguida, o articulista critica os protestos que ocorreram contra a Rede Globo, no dia anterior, realizados em frente à emissora no Rio de Janeiro.

No último parágrafo, o *framing* negativo desconstrói a imagem da presidenta Dilma e enuncia, como possível consequência, a derrota da estratégia lulista:

A aposta nas ruas é frágil, nem Dilma Rousseff, enrolada pelo enredo da Lava Jato, pela crise econômica terminal e pela ingovernabilidade que preside, abraçou em sua fala nessa sexta. O fôlego da tática lulista será testado, com riscos evidentes, até com o ato pró-*impeachment* do dia 13 (GIELOW, 2016, p. A2).

O artigo "Batalha final?", também na página A2, é de autoria do cientista político e jornalista André Singer, porta-voz da Presidência da República no primeiro governo Lula, (2003-2007). Ao recorrer à memória, sustenta a tese de que a Lava Jato deflagrou uma luta contra o petismo e os seus líderes, iniciada após a eleição de 2014. "A absurda condução coercitiva tenta mobilizar e compactar, numa ofensiva final, os que desejam derrubar Dilma e extinguir o lulismo" (SINGER, 2016, p. A2).

Além desses atores, são citados Delcídio Amaral, Sérgio Moro, a Polícia Federal e o Ministério Público.

O enquadramento é contrário à ação da Lava Jato cuja justificativa "não para em pé". Retoma o argumento, via discurso indireto, do delegado da PF sobre a condução com medida para preservar a segurança do ex-presidente. Argumenta, elencando eventos anteriores, que Lula já tinha prestado depoimentos espontâneos: "Afirmar que se procurava preservar a integridade do depoente não faz o menor sentido".

O *framing* seguinte também é positivo a Lula e põe em questão a suposta neutralidade do juiz que seria consciente da espetacularização promovida:

O juiz Sérgio Moro certamente sabe o que se produziria se autorizasse o que autorizou. Era óbvio que haveria repercussão midiática nacional e internacional equivalente à prisão de uma celebridade. Era esse efeito imagético que se buscava (SINGER, 2016, p. A2).

Em seguida, critica o MP que associou Lula de maneira central ao "escândalo da Petrobras", no dia posterior a uma "suposta delação de Delcídio do Amaral", que agiu numa "vingança clássica" e "ressuscitou o *impeachment*".

Como *framing* de consequência prevê a “mãe de todas as batalhas”, entre o “Partido da Justiça”, designação irônica da Lava Jato, e o governo Dilma. Por fim, aponta a polarização entre forças antagônicas, em alusão aos protestos pró e contra o *impeachment*: “A temperatura das ruas, aquecidas pelas manifestações programadas pela direita e pela disposição de luta demonstrada por Lula ao se livrar da injustificada coerção social”.

O artigo “Polícia e política” é do sociólogo e colunista dos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, Demétrio Magnoli. O articulista inicia o texto com uma citação da nota do Instituto Lula que comparava a “violência” da Lava Jato impetrada contra o ex-presidente com uma agressão ao Estado de Direito. Faz essa retomada interdiscursiva para desconstruí-la e: o PT defende que há “suposta implantação de um ‘regime de exceção’”, mas essa alegação é “um escárnio” (MAGONOLI, 2018, p. A 14), pois as ações da Lava Jato estariam submetidas ao controle das instâncias superiores do judiciário.

As causas da polêmica seriam a não aceitação do “lulopetismo” das ações da Lava Jato e da tentativa da presidente Dilma em intervir na Polícia Federal ao trocar o ministro da Justiça, José Eduardo Cardoso, por Wellington César Lima e Silva, indicação de Jaques Wagner, um “soldado de Lula”.

Além desses personagens são evocados o Estado de Direito, a Venezuela, os ex-ministros José Dirceu (PT) e Miguel Rosseto (PT) e Eduardo Cunha (MDB).

Usa uma citação direta do também ministro Miguel Rosseto que criticou, em nota pública, a condução coercitiva: “Isso não é justiça é uma violência”. Essa declaração de um ministro do governo, segundo o articulista, significa que o “Planalto insurge abertamente contra a Lava Jato”. A nota de Rosseto seria uma intervenção no judiciário: “A crítica pública do Planalto a uma decisão judicial abre perigoso precedente: se vale no caso de Lula, valerá nos de João, Maria, José ou um tal de Cunha”, em referência ao presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, também investigado pela Lava Jato. Conclui a argumentação afirmando que foi o PT que politizou o judiciário.

Apela à ironia, através da seguinte enumeração: “politizou-se a economia, a Petrobras, a identificação dos quilombolas, a demarcação das terras indígenas, o currículo escolar e até o *Aedis egypti*” (MAGONOLI, 2018, p. A 14).

O enquadramento da ação de juiz também é positivo, reaparece a justificativa da não intencionalidade: “Moro jogou segundo as regras políticas impostas pelo PT”.

Nos jogos da memória, o articulista recorre a um pressuposto inerente à sociedade contemporânea: o respeito às leis e à crença na democracia. Faz isso por meio da comparação: o “Brasil não é a Venezuela”, em referência às críticas ao governo do presidente Nicolás Maduro.

Por conseguinte, o enquadramento da consequência é o respeito ao “Estado Direito”: “Se Lula crê que seus direitos constitucionais foram violados, resta-lhe procurar amparo nos tribunais superiores”. Todavia, elenca a possibilidade negativa de ruptura desse pressuposto: “ou como José Dirceu, erguer o braço e fechar o punho em desafio à democracia” (MAGONOLI, 2018, p. A 14).

A coluna painel da jornalista Natuza Nery (2016, p. A4) trouxe um mosaico de 16 pequenas notas curtas, apenas três não mobilizavam o debate sobre a Lava Jato. Elegemos sete que enfocavam a condução coercitiva e seus desdobramentos.

Na primeira nota “Moro ajudou”, aparece também o ex-ministro Gilberto Carvalho (PT). Há um *framing* positivo, defendendo que a condução coercitiva foi “desnecessária”. Para isso, usou uma citação direta do ex-ministro em defesa de Lula.

A nota “Escrito?” evoca a existência de discursos que procuravam um erro da Lava Jato, agora que isso ocorreu, Lula se tornaria “vítima”, fortalecendo a retórica do petista.

Na terceira nota “Round”, a colunista ecoou uma dúvida de policiais anônimos: “caso tenha havido subtrações de provas do Instituto Lula, abre-se margem para um pedido de prisão”. Para se contrapor à acusação, cita o advogado de Lula “Consumada a arbitrariedade, tentam encontrar justificativas, é uma aberração”.

A nota “Vapt-vupt” traz como personagens Dilma, Lula e um ministro anônimo. A então presidenta fez um pronunciamento longo de mais de dez minutos, mas apenas um deles foi dedicado a Lula. O que provaria o afastamento dela do PT. Usa a citação direta de “um ministro” que teria dito que isso era “inacreditável. Aprofunda-se o abismo entre ela e o PT”.

Em “Oi?” aparecem como atores os “funcionários do Planalto e da Esplanada” que criaram “um gabinete de crise para cuidar... de Lula”. A ironia emerge no uso dos três pontos e na quebra da expectativa, já que a presidência deveria tratar do governo Dilma.

Para aprofundar o enquadramento negativo, a nota “Timing” narra que “pouco depois, antes do pronunciamento de Dilma, a banda dos dragões executava em frente ao Planalto ‘Happy’, de Pharell Williams”, um

estranhamento já que a gravidade do momento não se coaduna com a animação do *hit*.

Por fim, a nota "Placebo" retoma discursos favoráveis ao afastamento da presidenta, em discussão na época. O *framing* é negativo a Dilma já que as chances do *impeachment* levaram à queda do dólar, mas esse era apenas um "reflexo passageiro". A consequência negativa é que "os dados da economia seguem sombrios", ao menos até a saída de Dilma, é o não dito no discurso da colunista.

Analisamos um conjunto de 14 textos, sendo sete notas de uma coluna, um editorial, uma charge e cinco artigos de opinião. Os enquadramentos interpretativos construíram posicionamentos ideológicos ao apresentar e enfatizar aspectos negativos ao ex-presidente e a seus apoiadores e omitir os discursos positivos.

Conclusão

A produção de textos opinativos, os enquadramentos e os discursos do jornal Folha de S. Paulo sobre o tema estavam em diálogo com as notícias e reportagens presentes no jornal. Permeadas de valores-notícia, essa produção dos *opinion-makers* traduzem posicionamentos ideológicos correntes na sociedade.

O processo de análise mostrou que, apesar dessas diferentes filiações ideológicas, os enfoques centrais buscavam apontar causas, consequências ou desdobramentos da polêmica. Em razão dos valores-notícia, o conflito foi o fio estruturador das opiniões, amplificando o debate público e oferecendo representações de mundo que serão retomadas, contraditadas, refutadas ou postas em suspeição pelos leitores.

É possível perceber a tentativa de relativizar a polêmica e, por vezes, inverter o papel de Lula: seria ele a origem da politização do judiciário? Por outro lado, ao minimizar o ato jurídico-policial-midiático, a maioria dos textos reforça a discursivização antipetista.

Alguns se antecipam à justiça condenando Lula previamente, já que recebe "propriedades de brinde". Referem-se a ele como um "populista desesperado", desqualificam os argumentos de defesa, fruto de uma "retórica inconveniente e inadequada".

Em outros momentos, põem em suspeita o apoio da presidenta Dilma, por meio de comentários irônicos sobre o discurso dela em defesa do petista ou por acontecimentos triviais, como a escolha do repertório de uma banda marcial que tocava em frente ao Planalto.

A desconstrução dos apoiadores do petista também é uma estratégia que reforça sentindo negativos, são militantes “chapa branca”, ou seja, facilmente manipulados.

O editorial da Folha de S. Paulo se encaminha para essa posição ideológica, porém, para um jornal que se pretende democrático e plural, como se autodenomina, é preciso abrir espaço para enquadramentos distintos. Todavia, como analisamos, houve uma assimetria nessa relação, favorecendo-se a desconstrução da imagem pública do petista.

A memória não apenas constitui nosso dizer pela emergência em marcas localizáveis, mas aponta o posicionamento dessas vozes dissonantes que compõem a sociedade. Portanto, os articulistas, o chargista e a colunista não expressavam apenas “suas” ideias, mas as ideologias a que se vinculavam. Importante ressaltar a atração da temática em uma era em que o escândalo é também um produto consumível e midiático.

As *condições de produção* indicavam uma polarização da sociedade na época entre forças sociais antagônicas, progressistas e reacionárias, que prenunciava o aprofundamento da crise política nos meses subsequentes. Tudo isso desembocou no “show midiático” do *impeachment* de Dilma Rousseff (2016) e na prisão de Lula (2018).

Referências

- BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2016. Disponível: <<http://pesquisademidia.gov.br/#/Geral/details-917>>. Acesso em: 20 de dez. 2016.
- BRUNS, Axel. Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, vol. 7, num. 11. Brasília: SBPJor, 2011.
- CANAVILHAS, João; SANTANA, Cavalhari S. Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia a emancipação. São Paulo: **Revista Líbero**, vol. 14, nº28, p. 53-66, 2011.
- CRUZ, Adriano Charles. **A charge no governo Lula**. Natal: EDUFRRN, 2014.
- ENTMAN, Robert M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**. V. 43, n. 4, 1993. p. 51-58.
- Folha de São Paulo**, São Paulo, 05 de março 2016. p. A2.
- GIELOW, Igor. Punho serrado. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 05 de março 2016.
- GITLIN, Todd. **The whole world is watching**: mass media and the making and unmaking of the new left. Berkeley: University of California, 1980.

- MAGNOLI, Demétrio. Polícia e política. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 05 de março 2016.
- MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. The agenda-setting function of the mass media. **Public Opinion Quarterly**, v. 36, p. 176-187, 1972.
- MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L.; WEAVER, David H. New Directions in Agenda-Setting Theory and Research. **Mass Communication and Society**, v. 17, p. 781-802, 2014.
- MIGUEL, Luis Felipe; COUTINHO, Aline de Almeida. A crise e suas fronteiras: oito meses de "mensalão" nos editoriais dos jornais. **Opinião Pública**, [s.l.], v. 13, n. 1, p.97-123, jun. 2007.
- NERY, Natuza. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 05 de março 2016
- ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 7. ed. Campinas: Pontes, 2007.
- PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Tradução Eni P. Orlandi. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.
- PORTO, M.P. Muito além da informação: mídia, cidadania e o dilema democrático. **São Paulo em Perspectiva**. São Paulo, Fundação SEADE, v.12, n.4, out.-dez. 1998, p.17-25
- PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: EDUFBA/Unesp, 2004.
- SCHWARTSMAN, Hélio. Lula, Heidegger e a verdade. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 05 de março 2016.
- SINGER, André. Batalha final. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 05 de março 2016.
- SHOEMAKER, Pamela J.; VOS, Tim P. **Teoria do gatekeeping: construção e seleção da notícia**. Porto Alegre: Penso, 2011.
- THOMPSON, John B. **O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia**. Petrópolis, PJ: Vozes, 2002.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.
- WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.



JORNALISMO TRANSMÍDIA E OS QUIZZES ELEITORAIS BRASILEIROS EM 2018

TRANSMEDIA JOURNALISM AND THE BRAZILIAN ELECTORAL QUIZZES IN 2018

João Carlos MASSAROLO¹

Gustavo PADOVANI²

Universidade Federal de São Carlos | Brasil

Resumo

O jornalismo multiplataforma desdobra o conteúdo em uma lógica transmídia oferecendo, por meio da cultura participativa, uma ampla possibilidade de acesso aos mais diversos perfis dos usuários. Deste modo, ao disponibilizar uma gama de ferramentas para a produção conteúdo textual e audiovisual, o jornalismo multiplataforma cria condições para ações socioeducativas. Essa parece ser a finalidade das plataformas de escolha eleitoral criadas para as eleições brasileiras de 2018. Neste trabalho pretende-se problematizar a lógica da montagem dos questionários no formato de *quiz* disponibilizados nas plataformas eleitorais. Busca-se, assim, verificar a lógica de escolhas implementadas dentro de seus dispositivos.

Palavras-chave

Jornalismo Multiplataforma; Plataformas eleitorais; Jornalismo Transmídia; Aplicativos Educacionais.

Abstract

Multiplatform journalism unfolds the content in a transmedia logic offering, through the participatory culture, an access to a wide possibility of access to the most diverse user profiles. Thus, by providing a range of tools for the production of textual and audiovisual content, cross-platform journalism creates conditions for socio-educational actions. This seems to be the purpose of the electoral election platforms created for the 2018 brazilian election. In this paper, we intend to problematize the logic of the assembly of questionnaires in quiz format, made available on electoral platforms. Therefore, this paper verify the logic of choices implemented within their devices.

Keywords

Journalism Multiplatform; Electoral Platforms; Transmitted Journalism; Educational Applications.

RECEBIDO EM 29 DE AGOSTO DE 2018
ACEITO EM 22 DE OUTUBRO DE 2018

¹Doutor e Mestre em Artes (Cinema e Vídeo) pela Universidade de São Paulo. Professor associado do Departamento de Artes e Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos. Coordenador do Grupo de Pesquisa GEMInIS e Editor responsável da Revista GEMInIS. Coautor do livro **Desafios da transmídia: processos e poética** (2018). Contato: massarolo@terra.com.br.

²JORNALISTA. Mestre em Imagem e Som pela Universidade de São Carlos. Professor substituto do Departamento de Artes e Comunicação da UFSCar. Pesquisador do Grupo de Estudos sobre Mídias Interativas em Imagem e Som (GEMInIS). Contato: guspado@gmail.com.

Introdução

Na era da convergência midiática a informação se propaga pelas plataformas com uma velocidade muito maior do que seria possível imaginar no sistema *broadcasting*, produzindo mudanças no modo como o público acessa o conteúdo jornalístico ou assiste à televisão e troca informações entre si. Esse público deseja, sobretudo, participar da produção da informação e vivenciar narrativas de forma simultânea, através de múltiplas telas. A velocidade da informação, associada aos recursos geolocalivos dos dispositivos móveis, afeta a percepção espaço-temporal do público de como a informação circula e é compartilhada nas plataformas sociais. Esse contexto afeta diretamente a produção e circulação de conteúdos do jornalismo multiplataforma, principalmente nas práticas de promoção de engajamento do público através da cultura participativa.

A lógica transmídia pressupõe construções de mundos possíveis, a partir de uma narrativa canônica (*storyworld*), dotada de extensões por diferentes canais e/ou suportes, permitindo que o público acesse as informações por inúmeros pontos de entrada. Posicionadas entre os espaços narrativos, as extensões rompem as barreiras entre educação e entretenimento, servindo como porta de entrada para a articulação estratégica de conteúdos socioeducativos. Nos espaços criados pela lógica transmídia as plataformas de escolha eleitoral, desenvolvidas para as eleições de 2018, ajudam o eleitor a identificar e escolher o candidato que combine com suas preferências políticas. Neste trabalho plataformas de escolha eleitoral são analisadas com o objetivo de problematizar a lógica empregada na montagem dos questionários dos *Quiz*, nos quais o eleitor/usuário é convidado a interagir num jogo de caráter lúdico/educativo em que são testados os seus conhecimentos sobre o perfil dos candidatos nas eleições 2018.

A lógica transmídia, enquanto procedimento do jornalismo multiplataforma, permite que um produto midiático como, por exemplo, uma grande reportagem, produzida para ser veiculada primeiramente na TV, seja desdobrada para múltiplas telas e plataformas de vídeo sob demanda, além de jogos para dispositivos móveis e redes sociais (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, entre outras). Esse processo de convergência midiática estimula a produção colaborativa de textos, fotos, vídeos em *blogs* para circulação nas plataformas sociais. Para Henry Jenkins, a convergência “representa uma transformação cultural em que consumidores são incentivados a procurar

novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídias dispersos” (2009, p. 29).

A série documentária norte-americana *East Los High*³ (2013-), criada pelo site de *vídeo on demand* - 'Hulu'⁴, é uma obra de caráter educativo que se utiliza da lógica transmídia para contar a vida de jovens descendentes de famílias latino-americanas que cresceram e vivem na cidade de Los Angeles. A série foi escrita e dirigida por Carlos Portugal, com a criação de conteúdo transmídia pela produtora *The Alchemists* (do brasileiro Mauricio Mota). A série oferece encontros por *Skype* com atores; perfis de personagens para o público interagir; vídeo blog da personagem grávida Ceci Camayo, imagens ligadas a cultura latina⁵, entre outras ferramentas. As jovens que participam da série produzem conteúdos e os disponibilizam nos seus canais de blogueiras, expondo o cotidiano das imigrantes latinas em Los Angeles. Ou seja: a série documental transmídia permite às jovens envolvidas com o movimento social se verem “como protagonistas em situações ou eventos descritos em uma reportagem.” (ALZAMORRA; TARCIA, 2012, p. 31).

Do mesmo modo, ao disponibilizar uma gama de ferramentas para a produção de conteúdo textual e audiovisual, o jornalismo multiplataforma cria as condições para ações socioeducativas, capazes de retroalimentar o público com materiais baseados nos seus rastros digitais e que, supostamente, são do agrado do usuário em questão. Para Scolari (2014, p. 74), “não há nenhuma mídia informativa, seja escrita ou audiovisual, que não convide seu público para enviar informação, fotografias, vídeos ou textos que permitam que narração das notícias sejam expandidas.” Assim, a lógica transmídia aplicada ao jornalismo multiplataforma materializa a noção de “cauda longa” (ANDERSON, 2009), alcançando públicos cada vez mais pontuais e remotos, com características migratórias e de maior conectividade (redes sociais), além de ser uma importante ferramenta para a criação e o desenvolvimento de aplicações educativas.

Para esse público, acostumado a se deslocar e a transitar por diferentes canais em busca de informação, essas iniciativas desempenham um papel importante para disponibilizar informações que possam ajudar na escolha do candidato de sua preferência nas eleições de 2018. No entanto,

³A série realizou parcerias inovadoras com organizações não governamentais que tratam sobre gravidez e o consumo de drogas na adolescência. Disponível em: <<http://eastloshigh.com/>>. Acesso em: 20 out. 2018.

⁴Disponível em: <<https://signup.hulu.com/plans>> Acesso em: 20 out. 2018.

⁵Disponível em: <<http://eastloshigh.tumblr.com>>. Acesso em: 20 out. 2018.

essas plataformas possibilitam não somente um maior conhecimento do repertório cognitivo do eleitor mas, também, dos processos de gestação das subjetividades em contínua mutação. As subjetividades autoprogramáveis se desenvolvem, em grande parte, a partir do que Pariser (2012, p. 3). define como filtro-bolha: “um universo de informações exclusivo para cada um de nós (...) que altera fundamentalmente o modo como nos deparamos com ideias e informações.”.

Essas ações corroboram para a criação de redes discursivas que oferecem uma percepção midiaticizada da realidade, promovendo a “[...] passividade na aquisição de informações, o que vai de encontro ao tipo de exploração que leva à descoberta.” (PARISER, 2012, p. 27). Deste modo, as plataformas sociais “[...] operam segundo uma lógica algorítmica que tende a produzir relações entre indivíduos com afinidades múltiplas, logo menos expostos ao contraditório, e isso propicia a dinâmica do *bonding*, fundamental para o fortalecimento psicológico dos grupos.” (BOSCO, 2017, p. 78).

Para a pesquisadora Mariana Valente, após a onda de protestos em junho de 2013, grupos conservadores adotaram um comportamento que ela classifica como multiplataforma: “[...] se articulam em grupos de WhatsApp, mas atuam em outras redes sociais. Nas conversas no aplicativo articulam movimentos coordenados, como comentários em vídeos do *YouTube* e no Facebook.”⁶. Essa estratégia surpreendeu boa parte do campo progressista, com a vitória de Donald Trump nos Estados Unidos e a eleição de um candidato de extrema direita para a Presidência da República no Brasil. Não à toa, ambos candidatos se valeram da mesma lógica do algoritmo nas redes ao utilizarem estratégias e lógicas similares em suas campanhas por meio do uso de dados⁷.

Nesse contexto, plataformas de jogos educativos que agregam em sua concepção tecnologias e técnicas de *design* provenientes do entretenimento transmídia contribuem para a criação de um espaço sociocultural distinto da dinâmica da lógica algorítmica que opera por afinidades nas plataformas sociais, servindo como um indicador do potencial de habilidades cognitivas que os jogos são capazes de desenvolver. O aspecto educativo/lúdico dos *games* motivam o jogador a avançar na exploração e na aquisição de novos desafios e aprendizagens no contexto de

⁶“Eleitores de Bolsonaro replicam grupos de WhatsApp na rede”. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/eleitores-de-bolsonaro-replicam-grupos-de-whatsapp-na-rede.shtml>> Acesso em: 20 out. 2018.

⁷Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/10/03/A-rela%C3%A7%C3%A3o-de-Bolsonaro-com-a-extrema-direita-internacional> Acesso em: 04 out. 2018

uma narrativa. No entanto, os jogos educacionais ainda são uma área pouco explorada no mercado, e um dos motivos para isto é a dificuldade em se criar um jogo educacional que seja interessante ao jovem. Os jogos de entretenimento, que atraem os jovens não são produzidos com o objetivo de fazer o jogador aprender alguma coisa, enquanto que a maioria dos jogos educacionais possui desafios fracos e pouco motivadores. Uma solução possível seria a inserção de um contexto histórico para os conteúdos de aprendizagem. Neste sentido, jogos como o *Quiz*, um gênero que demanda habilidades cognitivas para resolver desafios, são capazes de motivar os jogadores a interagirem.

Nas eleições de 2018 foram desenvolvidas aplicações educativas/lúdicas como o *Quiz*, com o objetivo de testar o conhecimento do público em relação aos candidatos, tanto no plano regional quanto no nacional. *Quiz* é o nome de um jogo interativo, de caráter lúdico/educativo, que pode ser aplicado a diversas áreas de conhecimento (esportes, saúde, entretenimento, entre outros), como recurso didático-pedagógico, no qual o participante tem o intuito de aprender jogando. Um *quiz* estimula os jogadores a responderem questionários com perguntas sobre determinado tema. Os questionários de perguntas e respostas são comuns em processos seletivos, testes vocacionais, pesquisas quantitativas, assim como em atividades lúdicas como jogos de tabuleiro, programas de televisão e outras atividades informais⁸, e agora podem ser encontrados também nas plataformas de escolha eleitoral.

As plataformas de escolha eleitoral que se apresentam no formato de *quiz*, "fazem convergir estratégias de *game design* no campo educacional e da vida cotidiana, com o objetivo de tornar a realização de diversas atividades mais prazerosa e recompensadora"⁹ (MASSAROLO & MESQUISTA, 2013). Essa estratégia metodológica, conhecida como gamificação¹⁰, reforça qualidades importantes da atividade lúdica. Neste sentido, um *quiz* normalmente segue regras de um jogo, no qual os vencedores são os que atingem o maior número de pontos. Nos quizzes das plataformas de escolha eleitoral a principal recompensa para os jogadores é a revelação, ao término

⁸Disponível em: <https://www.publico.pt/2015/09/13/local/noticia/quizzes-uma-tradicao-irlandesa-que-virou-febre-em-lisboa-1707542> Acesso em: 20.10.2018.

⁹*Narrativa transmídia e a Educação: panorama e perspectivas.* Revista Ensino Superior, da UNICAMP, 2013. Disponível em: <<https://www.revistaensinosuperior.gr.unicamp.br/artigos/narrativa-transmidia-e-a-educacao-panorama-e-perspectivas>> Acesso em: 15 out. 2018.

¹⁰Neologismo traduzido de *gamification*.

das respostas do questionário, do perfil do candidato selecionado pelo dispositivo e que, ao menos em tese, correspondem às preferências do eleitor/usuário. Deste modo, as plataformas eleitorais incorporam processos cognitivos nas estratégias de gamificação, transformando a cultura participativa num espaço de mediação política.

Descrença na democracia, crença no algoritmo

Um acontecimento, em sua instância epistemológica, pode ser compreendido como um processo que culmina no fim de algo e no começo de algo novo, uma fenda no tempo na qual a humanidade identifica seus processos de mudanças. Como indica Deleuze e Guattari (2003), há sempre “uma parte de acontecimento, irreduzível aos determinismos sociais, e as séries casuais” (DELEUZE; GUATTARI, 2003, p. 215), ou seja, há sempre um resultado que se torna um movimento aberrante, gestado por uma origem comum, mas nascido com uma face completamente estranha aos traços que reconhecíamos. Transcorridos alguns anos após as manifestações ocorridas em junho de 2013 os acontecimentos daquele momento assumem um papel central na compreensão das configurações políticas presentes no País. Sua abrangência e intensidade, iniciaram como uma reivindicação a respeito de 20 centavos da passagem no estado de São Paulo, mas logo canalizaram uma insatisfação de pautas transindividuais, que simbolizavam o acúmulo de diversos anos de questões abertas pelo governo. Impulsionada pela atuação dos ativistas, as redes e as ruas encontraram uma sinergia através da necessidade de uma mobilização urgente que, em pouco tempo, geraram milhares de manifestações pelo país.

Essas manifestações colocaram em xeque o papel das principais instituições, a exemplo da mídia corporativa, cujas manifestações foram impulsionadas por “[...] uma cobertura criminalizada das manifestações, que dava ênfase ao vandalismo e aos distúrbios ao trânsito” (ALZAMORRA; RODRIGUES, 2014, p. 7), e com opiniões que desqualificavam os atos - como o editorial de Arnaldo Jabor no *Jornal da Globo* e a pesquisa realizada ao vivo com os telespectadores a respeito do uso de violência nas manifestações proposto pelo apresentador José Luiz Datena no programa *Brasil Urgente*. Todas essas narrativas foram questionadas pela massiva produção de vídeos, fotos e *lives* realizadas por usuários ou coletivos coordenados como a *Mídia Ninja*, e, aos poucos, a grande mídia passou a responder dinamicamente a essa lógica *in loco* imposta pelos usuários que se dedicavam ao ativismo. Essa importância das plataformas nas manifestações, e sua respectiva troca de conteúdos com a grande mídia, configurou-se em

2013 com um acontecimento discursivo transmídia: um grande fluxo de participação entre midiativistas e a grande mídia em torno de uma mesma narrativa, em que cada plataforma concedia em seus conteúdos uma contribuição para uma melhor compreensão dos acontecimentos.

Essa forma de produção de conteúdo e a midiaticização das manifestações transformaram o cenário político nacional. Em um primeiro momento esse levante ocasionou um descontentamento direto em relação a então presidente Dilma Rousseff, pois seu governo “[...] viu suas taxas de aprovação derreterem ao mesmo tempo que falhava em propor políticas de remobilização produtiva, intensificando a crise econômica.” (CAVA; COCOO, 2018, p. 101). Essa crise também se refletia e servia como argumento discursivo para fortalecer o surgimento de diversos movimentos que se contrapuseram à narrativa e à agenda progressista do governo do Partido dos Trabalhadores (PT), criando, assim, uma rede antipetismo fortalecida por grupos como o Movimento Brasil Livre (MBL), Vem pra Rua e Revoltados Online.

Como observa Alves (2016, p. 168), essa agenda afinou-se ainda mais para um anti-esquerdismo no qual a negação das políticas do governo petista ou elementos dispersos que atravessem os tons da esquerda, tornou-se o elemento “identitário mais enfatizado por estes agentes, muito mais do que uma tentativa de construção de imagem coletiva que represente um “nós” coeso, com objetivos e modus operandi claros”. Esse levante já se refletiu nas acirradas eleições de 2014, quando Dilma Rousseff e Aécio Neves disputaram o segundo turno e a então presidente manteve seu mandato por uma diferença de cerca de 3 milhões de votos.

O *impeachment* de Dilma, ocorrido em agosto de 2016, e a prisão do ex-presidente Lula, em abril de 2018, materializam em parte, os desejos políticos provenientes da força da oposição que essas conclamações em rede representou, somada à oposição dos diversos partidos que se articularam. O *impeachment* de Dilma, pelo campo progressista, é lido como um “golpe” arquitetado por significar a articulação de diversos segmentos da sociedade e de políticos para desqualificar as ações do governo, principalmente por levar em conta diversas ações e não apenas a “pedalada fiscal” realizada por ela e por outros políticos brasileiros¹¹. A prisão de Lula também aparece, em grande parte, questionada pela esquerda devido às suas complexas

¹¹Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/03/160322_oab_impeachment_ms>
> Acesso em: 06.05.2018

acusações a partir de um debate sobre as provas que o incriminam (as reformas, a visita ao imóvel e um documento rasurado), como demonstram algumas análises de pesquisadores e professores de direito.

Independente do espectro político citado, ambos os fatos são sintomas diretos que influenciaram na inconfiabilidade que o sistema democrático contemporâneo exibe. Em um universo permeado por *fake news*, militância em diversos espectros políticos e pelas denúncias de corrupção investigadas pela Operação Lava Jato, o contemporâneo exibe uma crise no sistema democrático, acontecimento esse também observado por autores como Negri e Hardt (2012), Castells (2013) e Cava e Cocco (2018), não somente no Brasil, mas em diversos países do mundo.

Plataformas eleitorais e a educação política

Com a chegada do período eleitoral no Brasil diversas plataformas de escolha eleitoral¹² foram criadas, para poder entregar aos usuários dados personalizados que facilitassem as escolhas de sua preferência em relação aos candidatos. De forma geral, essas plataformas tentam estabelecer uma relação direta observada em outras aplicações de uso semelhante como, por exemplo, os aplicativos de relacionamento (*Tinder e OkCupid*, entre outros), de tal forma que os dados inseridos na plataforma possibilitem gerar uma espécie de “*match*” (uma combinação possível entre as duas pontas, no caso, entre candidato e eleitor) com porcentagens que indiquem as relações de afinidade entre o repertório cognitivo do usuário/eleitor e do candidato de sua preferência.

Figura 1 - Tabela de plataformas desenvolvidas para avaliar os candidatos eleitorais

Nome	Desenvolvedores	Funções
Tem meu Voto	Catraca Livre	Análise de alinhamento entre opiniões do usuário e propostas/pensamentos dos senadores, deputados estaduais e federais de acordo com as respostas do usuário
Link de acesso		https://temmeuvoto.com/

¹² No Brasil, as aplicações educativas eleitorais surgiram nas eleições de 2016. No entanto, a maioria dos aplicativos oferecia informações apenas sobre o processo eleitoral, sem focar no perfil dos candidatos. A esse respeito, consultar o seguinte endereço eletrônico: <<https://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/eleicoes/2016/aplicativos-para-android-e-iphone-colocam-as-eleicoes-no-celular-conheca-os-apps-ejsqg5o7v9cy5elaii762y63a/>>. Acesso em: 15 out. 2018.

Sintonia Eleitoral	G1	Análise de alinhamento entre opiniões dos usuários e dos candidatos à presidência de acordo com respostas do usuário
Link de acesso		https://sintoniaeleitoral.g1.globo.com/
Jogo Eleitoral	G1	Análise de alinhamento entre os usuários e das candidatos a governador através de questionários
Link de acesso		http://especiais.g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/jogo-eleitoral-governador/
Quem eu escolho?	G1	Reunião de informações filtráveis pelos usuários para conhecer melhor os candidatos a deputados federais e estaduais
Link de acesso		http://especiais.g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/quem-eu-escolho/
Match Eleitoral	Folha de S. Paulo	Análise de alinhamento entre opiniões dos usuários e propostas/pensamentos dos deputados federais e senadores de acordo com respostas do usuário
Link de acesso		https://matcheleitoral.folha.uol.com.br/
Me Representa	Fundación Alvina / Altec / Omydiar Network / Tini e Guimarães Advogados	Filtro de alinhamento entre características dos candidatos a deputados estaduais, federais e senadores
Link de acesso		https://merepresenta.org.br/
Calculadora de Afinidade Eleitoral	O Iceberg	Análise de alinhamento entre opiniões de usuários e porcentagem de afinidade com todos os candidatos à presidência
Link de acesso		https://oiceberg.com.br/calculadora/
Partidômetro das eleições para deputado	O Iceberg	Análise de alinhamento entre opiniões de usuários e porcentagem de afinidade com todos os candidatos a deputados
Link de acesso		https://oiceberg.com.br/partidometro/

Voz Ativa	Rede de Advocacy / Universidade Federal de Campina Grande / Dado Capital	Filtro de alinhamento entre respostas e características dos candidatos a deputados estaduais e senadores.
Link de acesso		http://www.vozativa.org/
Vigie Aqui	Reclame Aqui	App e extensão que identifica fotos e nomes de políticos condenados, processados ou investigados aparecer.
Link de acesso		http://www.vigieaqui.com.br/detectordefichadepolitico

Fonte: Elaborada pelos autores.

Uma grande parte dessas plataformas, tal como: *Voz Ativa*, *Partidômetro das eleições para deputado*, *Calculadora de Afinidade Eleitoral*, *Match Eleitoral*, *Sintonia Eleitoral*, *Jogo Eleitoral* e *Tem Meu Voto*, organiza os resultados como um *Quiz*, através de um questionário que pode variar de 1 a 20 perguntas. Neste sentido, é importante frisar que na montagem do questionário de um *Quiz* são utilizadas variáveis que apresentam pontos de vista extremos dos candidatos, com o objetivo de dificultar a resolução do problema. Contudo, essa estratégia comumente utilizada nos *Quiz* pode enviesar a resposta do usuário/eleitor e prejudicar a seleção e escolha do seu candidato.

Essas plataformas geralmente analisam todas as respostas às perguntas efetivadas pelos usuários para depois ofertar como resultado um *display* com as fotos de todos os candidatos que podem ser deputados estaduais, deputados federais, senadores, governadores e presidente, organizados por uma porcentagem de *match* baseado nas respostas oferecidas. No entanto, os procedimentos de avaliação, apresentação de resultados e *design* de suas funcionalidades são diferentes e inferem na comunicação com o usuário.

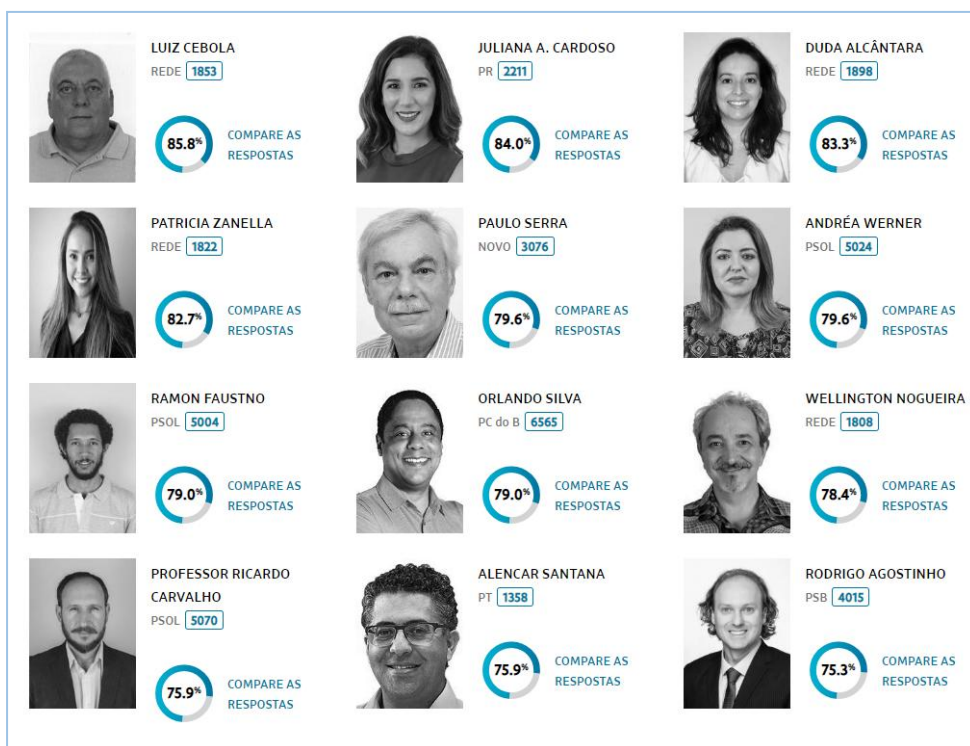
O *Match Eleitoral*¹³, desenvolvido *Folha de S. Paulo*, por exemplo, realiza questões como "O Casamento deve ser sempre entre homens e mulheres?". Abaixo da pergunta o candidato pode selecionar entre duas opções de resposta: o quanto ele endossa essa frase (*concordo totalmente / discordo totalmente / concordo parcialmente / discordo parcialmente*) e o quanto esse tema tem importância para a escolha do candidato (*nada importante / um pouco importante / muito importante*). Esse filtro duplo de

¹³Disponível em: <<https://matcheleitoral.folha.uol.com.br/>> Acesso em: 10 out. 2018.

respostas possibilita aos algoritmos da plataforma possam entender melhor não só como essa questão aparece para o candidato político, mas também para “ajustar o grau de afinidade entre representante e representado e diminuir a possibilidade de empates, o match é ponderado pelo nível de importância que o eleitor atribui ao tema”¹⁴.

Após todas as perguntas serem respondidas configura-se um grande mural com diversas fotos que identificam os candidatos e seus partidos, apresentando-os em ordem decrescente, ou seja, organizando-se de tal forma a apresentar primeiro os indivíduos que possuem mais afinidade com o usuário até aqueles que possuem menos afinidades. O usuário também consegue acessar em cada uma das fotos uma segunda página com informações sobre os candidatos, podendo descobrir, também, de qual partido ele já fez parte, como ele respondeu cada pergunta que foi feita previamente ao candidato, além de também sua declaração de bens e seu respectivo detalhamento.

Figura 2 - Resultado da plataforma *Match Eleitoral* e seus resultados



¹⁴ Disponível em: <https://matcheleitoral.folha.uol.com.br/> Acesso em: 10. out. 2018

Como metodologia para elaboração do *Match Eleitoral* os pesquisadores do *Datafolha* entraram em contato com 35 partidos, solicitando os nomes e contatos de seus candidatos. Após esse levantamento inicial foram enviadas aos candidatos 80 perguntas elaboradas previamente com usuários e outros estudos estatísticos que, depois de uma triagem, se transformaram em 20 perguntas. Os códigos da plataforma são abertos e permitem uma atualização constante, sem precisar de alterações estruturais com novas informações.

No caso da plataforma *Voz Ativa*¹⁵ os resultados são dispostos e criados de uma forma diferente. Dividido em cinco temas - "Meio Ambiente", "Direitos Humanos", "Integridade e Transparência", "Nova Economia" e "Transversal" - cada um desses tópicos dá acesso a 10 perguntas nas quais o usuário pode escolher entre "a favor", "não sei" e "contra". Com perguntas mais específicas, como "Incentivos e subsídios para a fabricação e aquisição de carros elétricos no Brasil", a plataforma também conta com um recurso que auxilia o usuário a entender mais sobre a pauta na qual ele está sendo exposto. Logo abaixo da afirmação há um botão escrito "O que é isso?": ao clicar nele surge uma explicação breve sobre o tema, ou sobre a expressão que está em jogo na afirmação. No caso do meio ambiente selecionado, a explicação é a seguinte: "O Governo Federal lançou em julho deste ano, o Rota 2030, novo regime de benefícios para o setor automotivo. Entre outras medidas, prevê a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) de veículos elétricos ou híbridos."

Como metodologia, a plataforma *Voz Ativa* realizou 46 perguntas com os candidatos e cruzou essas mesmas respostas com as opções dos usuários, embora não sejam especificadas as condições nas quais ocorreu esse contato. No entanto, ela também oferece seus dados abertos para que possa ser checado como se efetivou o desenvolvimento de programação da plataforma.

A plataforma também oferece um diferencial: os resultados não são ofertados de uma vez apenas quando o usuário preenche todas as perguntas, mas as porcentagens são reconfiguradas imediatamente a cada resposta individual do usuário. Além de mostrar uma transparência maior do processo, essa operação ajuda a atender todo o caminho lógico das perguntas, possibilitando ao usuário ver qual é a importância que cada pergunta tem no processo. Por outro lado, essa lógica também possibilita que o usuário volte.

¹⁵Disponível em: <<http://www.vozativa.org/sobre>>. Acesso em: 10 out. 2018.

para conceder outra resposta a um item já respondido, alterando, assim, a disposição dos candidatos em questão que mais combinam com sua opinião.

A plataforma *Me Representa*¹⁶ faz outro tipo de filtragem dos resultados da enquete sobre os candidatos. Ao selecionar a opção *sou eleitor* o usuário é convidado a responder “O que é importante para você?” e sua resposta pode ser feita em nove blocos temáticos, nos quais ele pode selecionar um ou todos simultaneamente – entre eles, as temáticas “LGBT”, “Raça”, “Gênero”, “Povos Tradicionais e Meio Ambiente”, “Trabalho, Saúde e Educação”, “Segurança e Direitos Humanos”, “Corrupção”, “Drogas” e “Migrantes”. Depois do resultado prévio a plataforma concede ao usuário a opção de utilizar filtros, para poder identificar os candidatos por “cargo” (deputado estadual, deputado federal e senador), por “identidade” (“Mulher”, “Negro”, “Indígena” e “LGBT”) e “partido” (uma lista com 35 partidos).

As opções temáticas de importância, os filtros e o discurso da plataforma demarcam bem o caráter militante do *quiz*, e têm como objetivo oferecer as “leitoras e eleitores as candidaturas que valorizam os direitos humanos.”, se apresentando como uma “[...] ONG formada por coletivos de mulheres, pessoas negras e LGBTQ+ que buscam promover igualdade de gênero, luta antirracista e respeito à diversidade sexual e à identidade de gênero na política. ”.

Figura 3- Imagem da plataforma *Voz Ativa* e seu sistema gradual de revelar os resultados



¹⁶Disponível em: <<http://merepresenta.org.br/faq>>. Acesso em: 10 out. 2018.

Utilizando uma lógica colaborativa¹⁷, *Me Representa* convida os usuários e os políticos para cadastrarem-se e a buscarem informações sobre os representantes para além das oferecidas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Foram realizadas 22 perguntas, baseadas em 9 eixos temáticos, para os candidatos, com o intuito de entender seu posicionamento, mas, além disso, foram criadas filtragens baseadas em cinco componentes: a avaliação do candidato(as) segundo seu posicionamento frente às 22 pautas de direitos humanos; o posicionamento do(a) candidato(a) frente às pautas relacionadas aos 3 temas prioritários selecionados pela candidatura; os temas prioritários escolhidos pelo(a) eleitor(a) visualizando a plataforma; os bônus relacionados ao perfil identitário da candidata/o e a nota da coligação (ou partido quando não há coligação).

O projeto *Quem eu Escolho?*¹⁸, criado pelo *G1*, se apresenta como um infográfico¹⁹, utilizando a mesma lógica dos filtros da plataforma *Me Representa*, mas com um número maior de opções e outros dados para serem filtrados: "Gênero", "Ocupação", "Grau de Instrução", "Partido", "Patrimônio" (indicado de uma barra que vai de 0 a 8 milhões), "Bandeira" (29 opções de temáticas que o candidato defende, como "Meio Ambiente", "Educação" e outras) e "Área de Atuação" (que indica em qual Região o candidato já atuou). Ao clicar dentro da foto de cada candidato as opções relacionadas no filtro aparecem para confirmar os resultados obtidos. No entanto, a iniciativa não apresenta sua metodologia "ou como foram coletadas as informações que se apresentam", apenas oferecem *links* para outros infográficos especiais criados pelo *G1* e para poder fazer comentários.

A extensão *Vigie Aqui*, por sua vez, oferece um caráter operacional diferenciado: ao invés de propor um questionário, ele funciona como um *plugin* para navegadores da *web* (*Chrome*, *IE* ou *Mozilla*) ou um aplicativo para celular. No navegador, toda vez que o nome de um político aparece no texto a plataforma sublinha a palavra de roxo, e ao passar o *mouse* o usuário consegue identificar quais processos estão em curso, concluídos ou quais acusações recaem sobre o candidato ou político. Em sua versão em aplicativo, ao utilizar a câmera do celular em cima de uma foto, o *app* consegue identificar os mesmos dados e trazer essas mesmas informações.

¹⁷ Disponível em:

<https://docs.google.com/document/d/1qoOj1ehZNOKW__1pi4lQmM4yFIThwOMaKQWxA_U9tA8/edit#heading=h.tix6d94l6oih> Acesso em 10 out. 2018.

¹⁸ Disponível em: <<https://falecomog1.globo.com/>>. Acesso em: 10 out. 2018.

¹⁹ Disponível em: <<http://especiais.g1.globo.com/es/espírito-santo/eleicoes/2018/quem-eu-escolho/>>. Acesso em: 10 out. 2018.

Em sua metodologia o *Vigie Aqui* se utiliza não só de uma pesquisa ativa, mas de um cruzamento de dados das fotos ou dos nomes dos políticos com os dados levantados, baseado em “[...] informações oficiais pulverizadas em diversas instâncias de tribunais, como STF, STJ, TJs e TRFs. Processos sob sigilo de Justiça não são exibidos, uma vez que não constam na base de dados oficial dos tribunais.”²⁰.

Diante das estratégias apresentadas pelas plataformas de escolha eleitoral, pode-se questionar o sentido do aparecimento repentino de aplicativos do gênero. Além do viés tecnológico que indica uma forma de trazer soluções personalizadas ao usuário, há de se questionar as relações assimétricas entre as metodologias empregadas e a possível criticidade em relação aos candidatos. Como foi constatado nas eleições de 2018, mais de 50% das cadeiras de deputados estaduais e federais foi alterada²¹ por novas candidaturas, o que indica uma percepção de insatisfação sobre o estado das coisas. No entanto, as plataformas de escolha eleitoral não fornecem dados concretos sobre a qualidade e os parâmetros decisórios para o usuário em suas decisões em relação a essas questões.

Nessa perspectiva, compreende-se que as plataformas de escolha eleitoral são focadas na educação política, no sentido mais amplo do termo, e essa prática promove uma clivagem e curadoria de dados personalizada disposta a ajudar os usuários na tomada de decisão. Os usuários estão em constante prontidão e recebem informações das mais diversas plataformas, que conectam “entre nós e nexus, num roteiro multilinear, multissequencial e labiríntico que ele próprio ajudou a construir ao interagir com os nós entre palavras, imagens, documentação, músicas, vídeos etc.” (SANTAELLA, 2004, p. 24). A ubiquidade midiática contemporânea em rede exerce uma grande influência na constituição de espectros políticos de um cidadão, tal como as mídias convencionais (televisão, rádio e jornal, entre outras) já exerceram e ainda exercem.

Esse processo também se constitui nas bolhas discursivas criadas nos ambientes das plataformas sociais e, portanto, sujeitas às regulações e estratégias que impulsionam a circulação tanto em função do valor que é investido para a recepção de certos conteúdos, assim como em relação à retroalimentação de dados via algoritmos que fornecem a essas bolhas as

²⁰Disponível em: <<http://www.vigieaqui.com.br/detectordefichadepolitico>>. Acesso em: 10 out. 2018.

²¹Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45780660>>. Acesso em: 09 out. 2018.

condições para que os usuários encontrem os laços sociais que os fazem se sentir confortáveis.

Em um outro espectro, é possível entender que a escolha e seleção de um candidato nem sempre é um processo racional, mas uma conflituosa mobilização de subjetividades em rede. Safatle (2018) observa que a política não se estrutura meramente em uma dimensão argumentativa de ideias, mas “[...] trata-se da mobilização de afetos, que, por sua vez, expressam adesões a formas de vidas distintas e conflituais. Você não argumenta contra afetos, mas os desconstitui. É um processo diferente²².”. Nesse aspecto, um ambiente cercado de *fake news*, debates, imagens modificadas, vídeos editados, memes e milhares de *links* com informações que atuam de forma cacofônica, leva o usuário a uma organização ou a uma lógica de absorção dessas informações em uma dimensão afetiva, tornando-o um curador automático das camadas de um mundo discursivo que ele deseja atuar, sentir e dialogar.

Dotados dessas informações os usuários e produtores de conteúdo, atuam na confecção de materiais que possam, a um só tempo, impactar e mobilizar pelo afeto, trazendo à tona traços de identificação e o medo imputado ao sujeito – tanto da recordação de sua responsabilidade perante as urnas, como perante os impactos das publicações de discursos contrários aos seus próprios anseios por outros usuários que ele tem mais ou menos contato em redes sociais. Esse talvez seja o principal efeito decorrente da seleção e escolha de um candidato, pois, como observa Safatle (2015, p. 17), “o medo como afeto político central é indissociável da compreensão do indivíduo, com seus sistemas de interesse e suas fronteiras a serem continuamente defendidas, como fundamento para os processos de reconhecimento [...]”.

Conclusões

O jornalismo multiplataforma estimula a criação intensiva de conteúdo, ao mesmo tempo em que oferece uma gama ilimitada de soluções e serviços que promovem a interação entre eles. Neste processo, as plataformas sociais canalizam ou transfiguram vontades políticas em figuras de subjetividades, como nas revoltas na Islândia, Espanha, Estados Unidos, Coreia do Sul, Síria, Egito e Brasil. Essas figuras de subjetividades, como apontam Negri e Hardt (2012), são os canais potentes do ativismo,

²² Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/politica/esta-explodindo-uma-bomba-relogio-que-ninguem-quis-ver>>. Acesso em: 10 out. 2018.

agrupando diversos discursos em subjetividades em rede, configurando-as para operar no cerne das guerras culturais.

As operações desencadeadas nas plataformas sociais se fazem sentir também no campo político, social e histórico. Neste sentido, um dos maiores desafios impostos aos usuários das plataformas sociais consiste em criar as condições para uma existência política possível, que lhe permita interagir com a dinâmica dos filtros-bolha, procurando “[...] romper essa esfera para observar e participar, em um exercício livre de alteridade, outras bolhas que não sejam a sua.” (PADOVANI; MASSAROLO, 2018, p. 587). No entanto, fazem-se necessárias análises complementares de caráter qualitativo e/ou quantitativo junto a usuários para verificação das reais influências das aplicações educativas.

Em termos de funcionamento operacional, algumas plataformas optaram por filtros mais simples, que conduzem o usuário para um sistema de escolha que, muitas vezes, corrobora pontos de vista existentes, e em outras certifica propostas e vontades políticas que já são conhecidas pelo usuário/eleitor, a exemplo dos filtros utilizados nas plataformas *Me Representa* e *Quem eu escolho?*. Na plataforma *Voz Ativa* a revelação em tempo real das reconfigurações encontradas a cada mudança, ajuda o usuário a compreender como esse processo impacta em cada uma das respostas.

Este trabalho procurou analisar a metodologia empregada nos *Quiz* com o objetivo de verificar a lógica de escolhas implementadas dentro dos dispositivos. Uma das conclusões que emergem deste estudo pressupõe, entre outras coisas, que as plataformas de escolha eleitoral trabalham com variáveis que representam pontos de vista extremos dos candidatos, com o objetivo de destacar suas ideias e propostas. No entanto, resta averiguar se esta perspectiva não enviesa as respostas sobre o perfil dos candidatos, bem como a relação assimétrica entre os candidatos que já são conhecidos do grande público e os estreantes na política, haja vista a renovação de bancadas e o número de partidos considerados inexpressivos que saíram como vencedores nas eleições de 2018.

Referências

ALZAMORRA, G.; TÁRCIA, L. Convergência e Transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 8, n. 1, p. 201, 2012.

- ALZAMORRA, Geane; RODRIGUÉS, Tacyana. "Fora Rede Globo": a representação televisiva das "Jornadas de Junho" em conexões intermídia. **Revista E-compós**, Comunicação e Conflitos Políticos, v.17, n.1, 2014.
- ANDERSON, C. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- ALVES, M. **Vai pra Cuba!** - A Rede Antipetista na eleição de 2014. Rio de Janeiro: UFF, 2016 (Dissertação de Mestrado em Comunicação).
- BOSCO, Francisco. **A Vítima tem sempre razão?** Lutas identitárias e o novo espaço público brasileiro. São Paulo: Todavia, 2017.
- CASTELLS M. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. São Paulo: Zahar, 2013.
- COCOO, Giuseppe; CAVA, Bruno. **Enigma do Disforme**: neoliberalismo e biopoder no Brasil Global. Rio de Janeiro: Mauad X, 2018
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Deux régimes de fous**. Paris: Les Éditions de Minuit, 2003.
- JENKINS. H. **Cultura de Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- MASSAROLO, J.; MESQUITA, D. **Narrativa transmídia e a Educação**: panorama e perspectivas (2013). Revista Novas mídias e o Ensino Superior. Unicmap. Disponível em: <https://www.revistaensinosuperior.gr.unicamp.br/edicoes/edicoes/ed09_abril2013/NME_S3.pdf> Último acesso em: 10 abr. 2017.
- NEGRI, A.; HARDT, M. **Declaration**. New York: Argo-Navis. 2012.
- PADOVANI, Gustavo; MASSAROLO, João Carlos. Ativismo de dados como uma prática social nas plataformas. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (Orgs.). **Interfaces do Midiativismo**: do conceito à prática. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. p. 575-589.
- PARISER, Eli. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- SAFATLE, V. **O circuito dos afetos**: corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.
- SCOLARI, C. Transmedia storytelling: new ways of communicating in the digital age. In: **AC/E digital culture**. ANNUAL REPORT. 2014.
- SANTAELLA, L. **Navegar no Ciberespaço** – o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

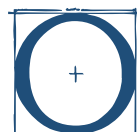


JORNALISMO E AS CRÔNICAS DO GOLPE (Felipe Pena, 2017). Resenha expandida

JORNALISMO AND THE CHRONICLES OF COUP D'ETAT (Felipe Pena, 2017)

Cláudio Cardoso de PAIVA¹
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

À guisa de introdução



livro de Felipe Pena, *Crônicas do Golpe* (2017), atualiza com esmero e sagacidade o gênero da crônica, e assim se sobressai no âmbito da narrativa lítero-jornalística brasileira contemporânea. O seu poder simbólico se nutre de uma rica substância teórica, que lhe confere rara competência comunicativa. Guarnecido dos saberes da filosofia, história, psicologia, sociologia, semiótica e ciência política, Pena nos fornece lentes de aumento para deciframos a trama sociopolítica do século 21, e poderosas pistas para nos orientarmos na densa na teia midiática que envolve, informa, fascina, e ao mesmo tempo, distrai, engana e deforma.

A narrativa é conduzida por meio de uma estratégia inteligente, filtrando os dados na espessa nuvem da informação. Pena atua energicamente no labirinto de notícias da mídia impressa globalizada, dribla a espetacularização do noticiário na TV e enfrenta a avalanche de mensagens - nem sempre veras - em circulação na ciberzona na *internet*.

A obra se constrói como mediação equilibrada entre a gramática ilustrada dos intelectuais (academia, jornalismo, criação literária), o código hermético dos especialistas, os jargões mercadológicos e a linguagem do senso comum afetada pela midiaticização eletrônica (sob a égide do princípio do prazer, diversão e entretenimento). Resulta de reflexões rigorosas, que afluíram como artigos jornalísticos e se tornaram uma coletânea de escritos indignados, publicados antes, durante e após o processo de "*impeachment*", a rigor, um "golpe de estado", de cunho político, midiático e jurídico.

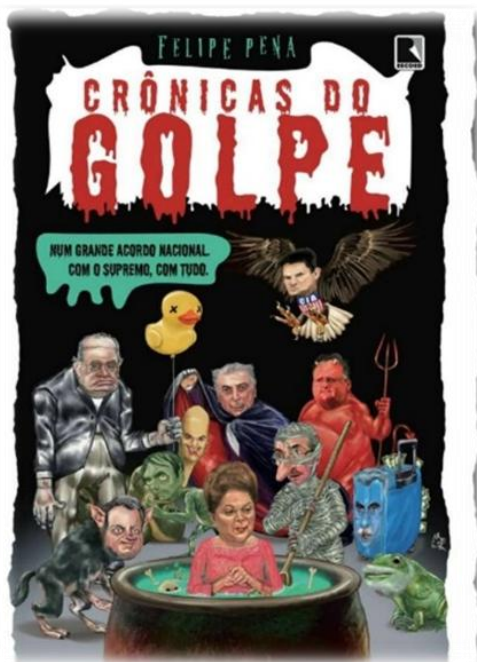
RECEBIDO EM 20 AGOSTO DE 2018
ACEITO EM 07 OUTUBRO DE 2018

¹JORNALISTA. Doutor em Ciências Sociais pela Universidade de Paris V (René Descartes) (1995). Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília (1988). Mestrado em Ciências Sociais pela Universidade de Paris V (Rene Descartes) (1991). Professor do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. Líder do Grupo de Pesquisa do Laboratório de Tecnologias e Linguagens Jornalísticas. Autor dos livros *Dionísio na idade mídia: estética e sociedade na ficção televisiva seriada* (2010) e *Hermes no Ciberespaço - Uma interpretação da comunicação e cultura na era digital* (2013), dentre outros.

O livro é hábil, sobretudo, na sistematização cronológica com que reordena a “reportagem dos acontecimentos”, e perspicaz, na captura, filtragem e depuração dos enunciados midiático-jornalísticos. É louvável seu empenho na contextualização histórica, social e política dos episódios da crise política, e o trabalho de encadeamento fidedigno dos fatos o torna uma referência incontornável para os estudiosos.

Para uma compreensão mais clara da avaliação da história do presente, feita por Pena, conviria iniciar pela apreciação dos títulos dos capítulos, que migram das matérias jornalísticas para o formato livresco.²

Os títulos demonstram o exercício paciente de enunciar os fenômenos, fatos, ocorrências, discursos, atitudes e comportamentos dos atores envolvidos no *theatrum politicum* nacional.



Capa do livro **Crônicas do Golpe**. Rio de Janeiro: Record, 2017.

² 0) Apresentação por Xico Sá. 1) Não é golpe, é muito pior. 2) Quem tem medo de Gilmar Mendes? 3) O juiz que sequestrou um jornalista. 4) Dois juizes e a conta! 5) O macarthismo brasileiro e a espiral do silêncio. 6) Carta em solidariedade a Michel Temer. 7) Dilma e Michel na alvorada dos apaixonados. 8) Diálogo entre os presidentes T. 9) O bandido pediu a saída da diretora do presídio. 10) Carta para filha que não nasceu. 11) Do Felipe de 2016 para o Felipe de 1996. 12) Alexandre de Moraes no STF é o goleiro Bruno na delegacia da mulher. 13) Escola sem partido: a fábrica de inquisidores medievais. 14) Carta de um ex-deputado para seu neto em 2046. 15) O cuspe verde-oliva de Jair Bolsonaro. 16) Bolsominions: quem são e do que se alimentam. 17) De Lula para Aécio em 2080. 18) Como surge um governo autoritário. 19) Saudades da democracia. 20) A manipulação barata de João Dória. 21) O fim do amor entre Tia Eron e Eduardo Cunha. 22) Temer e Geddel puxaram o gatilho na Cidade de Deus. 23) A classe social não é defendida pela renda (um estudo sobre o golpe). 24) Alguns projetos de lei que levarão o país de volta ao século XIX. 25) A massa de coxinha é feita de manobra. 26) O ministro da Justiça é a nova mãe Dinah? (Ou a Polícia Federal perdeu a autonomia?). 27) Não há provas contra Lula, só pedaladas jurídicas. 28) Se a luta é entre Moro e Lula, quem é o juiz da luta? 29) A morte e a morte do jornalismo brasileiro. 30) Devemos Temer Cunha e Bolsonaro. 31) Governo Temer passa a tesoura nos programas sociais. 32) Há fascismo entre as dez medidas propostas pelo MPF. 33) Por que uma saia provoca tanto ódio? 34) Quem puxa o gatilho da homofobia? 35) Dez fatos que demonstram o fim da democracia no Brasil. 36) Temer faz blindagem da blindagem. 37) A ONU ignora Temer. 38) Cenas de estupidez dominical. 39) Quem acidentou Teori? 40) Peço perdão a Luís de Camões. 41) Não falo mais de política. 42) Como pode ser golpe? – Cinco argumentos nas coxas. 43) Cenas de 1968 na ditadura de 2016. 44) Eduardo Cunha explicado na escola. 45) A condução coercitiva do síndico. 46) A Olimpíada do paradoxo. 47) João Dória criou o risco-prisão para seus amigos. 48) Não vai ter conversa com Bial. 49) A tomada do Palácio pelo inverno. 50) Um ano depois o rato partiu para a montanha.

O texto desvenda o acontecimento histórico, a partir de uma lógica de sentido que enxerga a articulação de fenômenos, interesses e ocorrências, aparentemente dispersos, mas com um objetivo comum: a deposição da presidente Dilma Rousseff. Há que se registrar, igualmente, a perspicácia no modo de revelar as táticas, o *modus operandi* da oposição, respeitando os jargões utilizados pela imprensa e repetidos na esfera pública informatizada. Este expediente, em última instância, desvela a forma e o sentido das narrativas que orientam o imaginário sociopolítico no século XXI. Enfim, cumpre destacar a fina ironia com que o escritor-professor-psicólogo-jornalista Felipe Pena elabora a interpretação da complexidade ética e político-ideológica que envolve o fenômeno.

Da capa: embalagem satírica para um circo de horror

Caberia destrinchar as camadas de significação da imagem (já célebre) da capa do livro, feliz adequação entre a intencionalidade do projeto (exposta no conteúdo da obra) e sua configuração plástica, semiótica, imaginal. A recorrência ao desenho do cartunista mineiro Renato Aroeira antecipa a criatividade, exuberância e mordacidade com que Pena mergulha na malha sinistra dos acontecimentos. Sob a forma de charge, sátira e caricatura dos personagens da trama Aroeira arrebatava os sentidos do leitor, expressando com humor ácido as imagens do vice-presidente Temer, ministros, políticos e juizes em representações bem desenhadas, mas em versões ordinárias e abjetas. Trata-se de uma carnavalização assombrosa e denúncia exemplar, similar à visão horrenda de Bosch do mundo medieval. Pertinente, aliás, pois a Idade Mídia tem muitos traços da Idade Média.

Saltando diretamente das fotos e charges dos jornais e revistas, noticiários dos telejornais, memes da *internet*, as imagens espectrais dos personagens inscritos na capa do livro relembram a pérfida mitologia que envolve cada uma dessas tristes figuras.

Mil reverberações dos chistes, piadas, derrisões que correm à boca miúda e na banda larga da *internet*. No alto, o juiz Sérgio Moro jaz metamorfoseado em uma imagem grotesca da águia americana (como um agente da CIA); logo abaixo, à esquerda do observador, o ministro do STF Gilmar Mendes surge envergado como um Quasímodo, segurando pateticamente um balão-pato-amarelo, indiciando uma suposta vinculação com os empresários neoliberais da FIESP; Michel Temer, ao lado, encarna a silhueta agourenta do vampiro Drácula (simbologia já popularmente associada à nefasta figura do presidente), e sob seu manto diabólico ressalta

a imagem desfigurada e repugnante do ministro do STF Alexandre de Moraes.

Em seguida, junto ao desmorto, aparece o ministro Geddel Vieira Lima, representado como um horrendo diabo gordo segurando um tridente. Na camada inferior, lembrando uma espécie de círculo do inferno de Dante, avulta-se a caricatura do senador Aécio Neves, como lobisomem disforme, com um grande nariz de Pinóquio e os olhos (da cobiça) exageradamente arregalados; ao seu lado direito, de perfil, Jair Bolsonaro, aparece corcunda e esverdeado, encarnando uma das personagens medonhas e terríveis da saga *Senhor dos Anéis*.

Mais à direita, o político Eduardo Cunha é simbolizado como uma tenebrosa múmia remexendo um caldeirão de água fervente; ao seu lado, o ex-presidente do PMDB, Romero Jucá, autor do flagrante da frase gravada em *off* e divulgada nos telejornais (“num grande acordo nacional com Supremo e tudo”) é des(d)enhado com uma mala azul abarrotada de dinheiro - um evidente signo de corrupção.

No centro da cena, na base do “quadro dantesco”, a presidente Dilma Rousseff está sendo cozida no caldeirão, com fisionomia resignada. E, parodiando o versinho dos “Engenheiros do Hawaii”, Aroeira é POP e não poupa ninguém; assim, no canto inferior esquerdo do quadro que nos olha, o desenho ambíguo parece ser do ex-presidente Lula, como sapo verde com barba branca, já “engolido pelo golpe”.

A dimensão simbólica, que confere sentido à matéria plástica modelada pelo artista, advém dos afetos (e desafetos) coletivos, verbalizados nos “sistemas de resposta” midiáticos, nas vozes das ruas e redes sociais. O grande volume de dados, registros, denúncias, publicizações de vários tipos, acerca das tramas, trapaças e tramoias dos atores engajados na estratégia de deposição da presidente Dilma, se disseminam nos “vasos comunicantes” da miosfera e se sedimentam ruidosamente no imaginário coletivo.

A semiose pode parecer clichê, mas possui forte analogia com as representações populares dos conspiradores de outras eras; na tela, pulsa a derrisão do poder opressivo e a sátira se faz corrosiva através das imagens da danação eterna dos poderosos.

Simbolizações degradantes e alegorias tenebrosas do poder pelo viés do humor estão presentes na civilização desde as comédias de Aristófanes, autor de *Os Sapos*. Ressurgem na Galáxia de Gutemberg com as clássicas caricaturas do poder, na ilustração dos livros, jornais, revistas; explodem com toda potência na histeria dos audiovisuais, e reaparecem nos memes virais da cibercultura, infestando os *sites* e redes sociais. As narrativas em rede de

José Simão, Benvindo Cerqueira e do Bode Gaiato são animadas pela “vibe” bem humorada, em que se misturam o riso e o siso de uma intervenção estética e filosófica, desarmando os espíritos engessados.

Deste modo, na capa do livro *Crônicas do Golpe – Num grande acordo nacional com supremo e tudo*, a humorada charge de Aroeira funciona como bálsamo para amenizar a narrativa – a ser decupada no livro - do golpe que depôs Dilma Rousseff.

Precisamos discutir a apresentação de Xico Sá

O jornalista e escritor cearense Xico Sá apresenta o livro de maneira lúcida, e faz uma crítica bem-humorada, ironizando a ideologia do ressentimento expressa nas “panelas e caçarolas” da classe média, “ávida por um Brasil limpo da corrupção vermelha”. (Este argumento será desenvolvido metodologicamente – em outro registro – por estudiosos como Marilena Chauí, Jessé de Souza e Márcia Tiburi, entre outros). Todavia, o sotaque de Chico Sá mantém o tom na perspectiva de uma poética do risível, que não se exime de antecipar a denúncia da “tramoia jurídico-parlamentar, em nome de Jesus e das famílias dos Cunhas, Aécios, Maltas e Jucás”, apontando as “fitas gravadas” e o “novelo golpista” que compõem a “trama macabra nos bastidores de Brasília”. Sá testemunha a “narrativa desta página manchada da democracia brasileira”. E confirma a importância do texto de Pena, “livre da solenidade chata dos analistas políticos”, denunciando igualmente o golpismo à base de “malas de dinheiro”, mais do que dos “brucutus movidos pelos militares”. Para ele, “um golpe dos tempos modernos”.

Uma resenha atenta ao capital analítico-cognitivo da obra

Quase todos os textos do livro foram publicados no jornal *Extra*, entre abril de 2016 e maio de 2017, “quando o golpe completou um ano”, e o restante (em número de três) foi divulgado no portal *Jornalismo de Resistência*, segundo as palavras do autor. Ou seja, trata-se de um trabalho jornalístico, em moldes de crônica, que carrega consigo a marca do “engajamento intelectual”, similar, de certa maneira, à atuação do “intelectual orgânico” gramsciano, e aos textos inteligentes do jornal *O Pasquim*, dos anos 60/70.

Aqui não se trata de seguirmos sistematicamente as 153 páginas, mas apresentar uma “síntese” interpretativa do trabalho, apontando os trechos “mais importantes”, no intuito de instigar a reflexão e ensejar uma discussão

junto aos leitores que apreciaram a obra, e atrair os que ainda não conhecem o livro.

“Não é golpe é muito pior”: - A abertura do texto nos atinge como um sopapo: “Você está sendo enganado”. O autor, de saída, problematiza o “pensamento único”, demonstrando como a imprensa “realiza a condução coercitiva da cognição pública”. E, desde já, alinhava uma enunciação que brota dos subterrâneos da nossa instância política, pois o termo “condução coercitiva” remete ao trauma nacional das arbitrariedades que envolveram o julgamento e a prisão do presidente Lula. E alerta para o problema da “seletividade” no julgamento dos processos do STF e da Lava Jato, no que concerne à punição dos culpados em casos de corrupção. E, didaticamente, o professor ressalta que:

o jornalismo não é um espelho da realidade (...) ajuda a construir a própria realidade através da narrativa dos fatos, que se dá pela escolha de linguagens, entrevistados, ângulos etc. Tais escolhas são feitas por indivíduos que tem preconceitos, juízos de valor e diversos outros filtros. (PENA, 2017, p. 16).

Desde o princípio, Felipe Pena instiga um processo de aprendizagem, que, ao contrário de uma pedagogia ortodoxa, abre caminho pela “polifonia de vozes” (BAKHTIN, 1985), a partir da qual os leitores irão interagir com o texto, através do “contrato simbólico” (CHARAUDEAU, 2006), estabelecido implicitamente entre o autor e o leitor.

“Quem tem medo de Gilmar Mendes”: - Trata-se aqui de focalizar o poderoso ministro do STF, discutir os encadeamentos ético-discursivos e a pragmática de sua comunicação marcada pela “parcialidade” e “partidarismo”, os encontros furtivos e as relações escusas com os réus, suas predileções ideológicas e afinidades eletivas. Felipe Pena toca na ferida do sistema republicano, na figura dos magistrados, e, fazendo uma minimalista “análise de discurso” do ministro Mendes, desnuda o mecanismo de aplicação das formas jurídicas pautadas por interesses duvidosos.

“Dois Juízes e a conta!”: - Neste capítulo há emanações satíricas de François Rabelais e a Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento (BAKHTIN, 1987). O encontro gastronômico de Michel Temer e Gilmar Mendes) se torna um prato cheio para os analistas. Na cena, o grotesco toma conta da situação: a comilança, a gargalhada, a falta de modos, as palavras de duplo sentido (“meretíssimo x meretríssimo”, “pedido de vistas x pedido de pizzas”), o escárnio diante do erário público. Fervilham elementos para uma antropológica da vida política brasileira. O chiste, a piada, a

galhofa. Tudo contribui para o exercício da imaginação crítica do cronista, que assimila e desnuda o *nonsense* do diálogo entre os interlocutores, comparsas e cúmplices. No desenlace, a frase debochada: “a conta a ser paga só em maio”, referência às eleições do próximo ano.

“O macarthismo brasileiro e a espiral do silêncio”: - A referência é o conselho de um amigo para o jornalista cessar de escrever o seu “Diário do Golpe” nos jornais. O autor faz referência à Guerra Fria, censura, espionagem, listas e vigilância na época do macarthismo (EUA, década de 50). O dado histórico serve de pretexto para uma nova lição e aprendizagem, por meio de fina abstração teórica: “A espiral do silêncio é um conceito criado por Noelle-Neumann para explicar como as interações sociais tendem a priorizar as opiniões... que parecem dominantes, consolidando-as e ajudando a calar as diferenças”. (PENA, 2017, p. 24).

“Carta em solidariedade a Michel Temer”: - Eis um emprego preciso da fina ironia. Derrisão cruel do uso (antiquado) da mesóclise pelo presidente. A verve crítica se desloca aqui para os mitos da cultura pós-massiva da *Netflix*. O texto termina com saudações inspiradas na ficção do seriado *House of Cards*, em que o personagem Frank Underwood, presidente dos EUA, interpretado pelo ator Kevin Spacey, é corrupto, desleal, criminoso. “Abraços decorativos, Frank Underwood, 08.04.2016”.

“Diálogo entre os presidentes T.”: - A referência satírica se faz em torno de um suposto encontro entre Temer e Trump. Refere à dramática construção dos muros nas fronteiras: entre Estados Unidos e México, mas também um muro separando o Nordeste. Perfaz-se, então, um olhar crítico sobre o lugar-comum dos imigrantes, chicanos e nordestinos, na perspectiva de ambos os presidentes.

O texto faz alusão às estratégias de “reforma da previdência” (objetivo dos neoliberais) e à forma como desdenham da Bolsa Família. E o golpe de misericórdia: remonta o clichê usado pela imprensa para referir-se à primeira dama: “Bela, recatada e do lar”, ou seja, a imagem da “princesa” submissa e reduzida à condição de doméstica, ao contrário das feministas liberadas e mulheres batalhadoras do século XXI.

“O bandido pediu a saída da diretora do presídio”: - O foco atua sobre o traficante Fernandinho Beira-Mar, enviado a um presídio de segurança máxima e eleito como presidente da cadeia pelos detentos. A diretora do presídio pede ajuda ao Ministério Público, STF e PF, mas não é atendida. Fernandinho Beira-Mar é mostrado na TV pedindo a imediata demissão da diretora. Em entrevista, o senador Roberto Requião diz que “Eduardo Cunha pedir a saída de Dilma é como Fernandinho Beira-Mar pedir

a saída da diretora do presídio”. Aproveitando a deixa, Pena faz ágil relato do histórico criminoso de Eduardo Cunha, aí incluindo-se suas antigas relações com PC Farias, envolvido no caso de corrupção com Fernando Collor. “Cunha é réu, mas pode ser tornar o vice-presidente da República”.

“Do Felipe de 2016 para o Felipe de 1996”: - O gênero da crônica jornalística tem parentesco estilístico com o gênero literário: pode adotar a licença do discurso poético, exercitar o poder da subjetividade, forjar laços entre a narrativa factual e a ficcional. Pena cita aqui o livro de Michel Laub, e tece discussões sobre a formação acadêmica, estudos aprofundados, com zelo e atenção à produção de linguagem. Não se pode superestimar a inteligência acadêmica, diz. Faz referência à “palavra do ano”: a “pós-verdade”, e lança uma máxima: “Um pato convenceu o país e muitos ainda acreditam no perigo comunista”. Faz alusões à discussão de temas complexos: homofobia, racismo, questões de gênero e direito ao aborto (no âmbito das redes sociais). Mostra os sutis esquemas de controle e vigilância. Relembra a experiência do “panótico” (o olho que tudo vê e controla). Alerta para a reencarnação do *Big Brother* (Orwell), em nível hipertrofiado. E desenha uma alegoria sinistra da realidade brasileira, onde “o congresso é evangélico, o presidente é o vampiro do Carandiru e o Judiciário não cumpre as leis” (PENA, 2017, p. 38).

“Alexandre de Moraes no STF é o goleiro Bruno na delegacia da mulher”: - Pena relembra o diálogo dos senadores Romero Jucá e Sérgio Machado gravado antes do *impeachment*. “É um acordo botar o Michel num grande acordo nacional... com o Supremo, com tudo”. E prenuncia a atuação do ministro do STF, Alexandre Moraes, que “será o agente político que vai sacramentar o acordo nacional...”. Raposa no galinheiro. “Como se o goleiro Bruno assumisse a delegacia da mulher e Suzane Von Richthofen (patricida e matricida), homenageada no dia dos pais” (PENA, 2017, p. 39).

“O cuspe verde-oliva de Jair Bolsonaro”: - Foca os delitos do deputado Bolsonaro (e atual candidato à Presidência da República), que citou o torturador Cel. Ustra, ao pronunciar seu voto em favor do *impeachment*. Enumera os crimes do parlamentar, capitão reformado do Exército, e suas “virtudes”: misoginia, homofobia, racismo. E registra o episódio da cusparada do deputado Jean Wyllys no deputado, como resposta a uma agressão verbal machista e homofóbica. Para Felipe Pena: “Diante da escarrada verde-oliva de Bolsonaro”, a saliva de Wyllys é quase água benta” (PENA, p. 45).

“Bolsominions: quem são e do que se alimentam”: - Em relação às violentas reações dos seguidores de Bolsonaro, acerca da denúncia sobre

o crime de apologia à tortura, Felipe Pena, psicólogo, recorre ao conceito de “narcisismo das pequenas diferenças”, formulado por Freud na obra *O mal-estar na civilização* (1930). Para o pai da psicanálise,

o narcisismo agressivo rompe a barreira do recalque e se manifesta publicamente quando incentivado por líderes que se supõem acima da lei (e da civilização) ou quando avalizados por um grupo que recorre a pequenas diferenças em relação ao outro para justificar a barbárie (PENA, 2017, p. 47).

Os seguidores de B. o chamam de mito e dão vazão aos “recalques narcísicos”, atacando violentamente os grupos vistos como rivais (gays, negros e feministas), o que pode ser também um “desejo reprimido de ser o outro”. Pena (2017, p. 48) faz referência à Alemanha nazista dos anos 30, assim como recorre às “condições históricas, crise econômica, fim da representação política, desgaste da esquerda, busca do salvador da pátria” (p.48).

“Como surge um governo autoritário”: - O autor faz aqui uma síntese instigante.

Pegue um artista frustrado, do tipo que faz poesia barata ou pinta quadros sem expressão. Em seguida, misture com uma situação econômica ruim, uma classe média alienada, apoio às elites, falso combate à corrupção e a construção midiática de um inimigo comum (PENA, 2017, p. 51).

O professor cita a biografia *Adolf Hitler: os anos de ascensão 1889-1939*, do historiador Volker Ullrich, que cobre desde o seu nascimento até a invasão da Polônia, focando o homem por trás da persona pública. Descreve as conspirações que o alçaram ao poder, traições aos amigos, assassinatos de correligionários e execução dos nazistas rivais. Narra o período da pobreza e obscuridade do tirano. E destaca a importância de mostrar para o mundo, como, numa era de instabilidade política e econômica, criam-se as brechas para a entrada dos oportunistas com sede de poder na cena sociopolítica. E expõe os reais objetivos do golpe: exclusão social e sufocamento da oposição (PENA, p. 51).

“A manipulação barata de João Dória”: - Neste artigo/capítulo o foco incide sobre a figura do político demagógico. Resultado do *marketing* político, surge como o “bom gestor”, em substituição ao político tradicional, seguindo o mantra do neoliberalismo. O prefeito João Dória, *playboy* e dublê de apresentador, se inspira em Donald Trump e encarna o *hater* (o odiador),

arregimentando legiões. Refere também à tentativa neoliberal de colocar o apresentador Luciano Huck como candidato à presidência, cujo perfil é semelhante a Berlusconi, Collor, Trump e Dória (PENA, p. 55).

“A classe social não é definida pela renda (um estudo do golpe)”: - A verve lítero-jornalística do texto de Felipe Pena, pela sua erudição e senso de atualidade, propicia um estilo de comunicação com vasta amplitude cognitiva. Assim, apresenta elementos para uma sociologia do cotidiano, com base na crítica da economia política.

Com a atenção voltada para as manifestações sociais, as narrativas do cotidiano, e sua extensão nos espaços midiáticos, Pena questiona o sentido das manifestações dos setores de direita, com uniformes da CBF, que “pediram a saída da Presidente Dilma”, mas não saem às ruas após escândalo Geddel e a delação de recebimento de propina de 10 milhões por Michel Temer. Pena (2017, p.63) alega que “os movimentos do MBL e o ‘Vem pra rua’ são financiados pelo governo atual” e não são contra a corrupção, mas “representam o preconceito contra as políticas de inclusão e o ódio de classe”. Para explicar o significado das “classes sociais” recorre a uma epistemologia heterodoxa, aliando Sérgio Buarque de Holanda, Jessé de Souza e Freud. Denuncia a falácia do “brasileiro cordial” e os mitos da hospitalidade e generosidade (SBH).

Pena destaca as características do *ethos* nacional, a reação às leis, defesa dos privilégios e falsa meritocracia, a confusão entre esfera pública e esfera privada, e o costume de só ver a corrupção do outro. “Em suma, um homem que se apropria da res-pública através de alianças, amizades e casamentos, transformando-a no quintal de sua própria casa”. Denuncia o “capitalismo dos patos-barões da FIESP, a apropriação do Estado e a manipulação das classes através da colonização do imaginário” (PENA, p. 64).

Remonta o desenho da divisão das classes sociais no Brasil, segundo Jessé de Souza (2017):

- 1) A classe dos endinheirados que domina o capital simbólico e efetivo (1%);
- 2) A classe média que suja a mão para que a primeira continue dominante e sonha em pertencer a ela, embora nunca seja aceita;
- 3) A classe dos trabalhadores que vive em condições precárias;
- 4) A classe dos excluídos, considerada ralé pelas três anteriores.

O foco do problema incide sobre a classe média, considerando o modo como esta aglutina a correlação de forças em favor das classes abastadas. A

classe média, formada por juízes, jornalistas etc. almeja não só os bens materiais, mas prestígio, admiração, sucesso, valores simbólicos forjados pela “indústria cultural”. Bajula os ricos e, visando ascensão social, “legitima a sua narrativa e a sua prática” (PENA, 2017, p. 65).

A crônica desnuda a vida mental e social do brasileiro, remontando a egóica “lógica do self” (Maslow) e o “narcisismo das pequenas diferenças” (Freud), que orientam os valores da classe média. Assim, explica a reação à ascensão das classes populares aos lugares de distinção, outrora privilégio de poucos. “A classe média condena os programas de transferência de renda”; beneficiários são vistos como preguiçosos, o que revela uma profunda aversão aos pobres. A classe média odeia a ascensão da classe subalterna, vista como ameaça aos privilégios e aos objetivos de distinção social. “O que está em jogo (para a classe média) é a disputa pelo capital social”, a conquista dos símbolos que indicam a ascensão no *status quo*. Destarte, Pena oferece um plano geral do estado da luta de classes no País, mapeando um contexto histórico, social, econômico-político, para a compreensão do leitor.

“Alguns projetos de lei que levarão o país de volta ao século XX”: - Metodologicamente, o autor elabora a sua narrativa de modo pragmático, elencando os projetos de lei a serem votados no Congresso Nacional, sob a gestão do presidente Temer. São formulações retrógradas dos segmentos sociais mais conservadores: 1. Instituição do Estatuto da Família; 2. Alteração do Código Penal sobre o aborto; 3. Estabelecimento do Código da Mineração; 4. Redução da maioria penal; 5. Flexibilização do Estatuto do Desarmamento; 6. Alteração da Constituição em favor das entidades religiosas (fim do Estado laico); 7. Flexibilização da regulação sobre autorização dos agrotóxicos; 8. Demarcação das Terras Indígenas; 9. Fim do Direito de Greve; 10. Regulamentação da terceirização sem limite. Sistemáticamente, Pena (2007 p. 67) enuncia os dispositivos que irão imprimir uma conformação negativa ao tecido ético-político e social brasileiro.

Nos dois artigos subsequentes, **“Não há provas contra Lula, só pedaladas jurídicas”** e **“Se a luta é entre Moro e Lula, quem é o juiz da luta?”**, Felipe Pena mira a ação do Poder Judiciário, em sua hermenêutica jornalística, realizando um exercício histórico-interpretativo valioso para investigações futuras. Recolhe as notícias da grande imprensa (e das novas mídias), coletando os dados empíricos à guisa de análise crítica, conferindo um matiz dialógico e investigativo à narração da sua crônica do cotidiano.

Desmonta a aura de imparcialidade do juiz Sérgio Moro e aponta irregularidades em sua metodologia jurídica, citando o caso da divulgação

das gravações ilegais da presidente Dilma Rousseff e o exercício da condução coercitiva, no caso do jornalista Eduardo Guimarães, mas já antecipando o episódio de prisão do ex-presidente Lula.

Critica a midiaticização do Poder Judiciário e a acusação sem provas no caso da posse do triplex do Guarujá, atribuída ao ex-presidente Lula. Nesse contexto de “midiaticização instrumental” (e espetacularização) do acontecimento, o escritor-jornalista aponta o fenômeno da “pedalada jurídica”, que consiste na manipulação do processo jurídico e as estratégias seletivas na condução do julgamento da Lava-Jato.

Antenado nas redes sociais, Pena mapeia o conjunto das principais questões que se agitam no circuito da esfera pública digital: sobre a desigualdade respeitante à consideração das provas criminais no processo contra Lula e outros indiciados; sobre os critérios de validade das provas (recibos de pedágios etc.); sobre o caso dos 13 milhões em espécie dentro de uma mala; sobre a destruição e adulteração das provas no processo; sobre a diferença no montante relativo às propinas pagas pela OAS: 70 M para Cabral, 60 M para Eduardo Cunha, 50 M para Aécio Neves, 45 M para Michel Temer (comprovadamente) e uma reforma no triplex de Lula (sem provas). Conclui, referindo o processo penal como “kafkiano”, em referência à lógica do absurdo na narrativa de Kafka.

“A morte e a morte do jornalismo brasileiro”: - Este texto surpreende pela forma como Pena narra conscientemente o seu “lugar de fala”, antes e depois, dentro e fora da Rede Globo, levando o leitor-jornalista ao exercício de crítica e autocrítica. Cuidadosamente, distingue a prática do jornalismo como aproximação possível da veracidade dos fatos, alertando que “nem a ciência é capaz de atingir a verdade e a objetividade total”. Defende o jornalismo como um modo de “construção social da realidade”, seguindo os sociólogos Berger e Luckmann (1973), e vai mais longe, pela rota das ciências da linguagem, iluminando o trajeto dos pesquisadores em jornalismo:

[...] é no trabalho da enunciação que os jornalistas produzem discursos, que, submetidos a uma série de operações profissionais e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de notícia. Entre a infinidade de fatos apurados pelos jornalistas só alguns serão publicados ou veiculados, levando em consideração critérios como a característica do veículo, suas rotinas de produção e a própria presunção de quem é o seu público. (...) No jornalismo, a objetividade não surgiu para negar a subjetividade e sim para reconhecer a sua inevitabilidade. Seu verdadeiro significado está ligado à ideia de que os fatos são construídos de forma tão complexa e subjetiva que não se pode cultuá-los como expressão

absoluta da realidade. Pelo contrário, é preciso desconfiar desses fatos e propor um método que assegure algum rigor ao reportá-los. (PENA, 2017, p. 84).

Eis um facho de luz na crônica jornalística, em geral carente de análise qualitativa, perspectiva crítica e sobretudo contextualização histórica, social e política.

Didaticamente, Pena (2007, p. 84) resgata - em modo crítico - os conceitos de "lead" e "pirâmide invertida", que "substituíram o jornalismo opinativo pelo factual, priorizando a descrição objetiva dos fatos". Refere o antológico livro *Opinião Pública*, em que Walter Lippmann sistematiza as técnicas jornalísticas. E, cita o célebre Tom Wolfe, um dos autores do "jornalismo investigativo", que declara seu gosto pelo "jornalismo literário", em detrimento do jornalismo "enfadonho, chato, desinteressante".

O autor defende o jornalismo como campo de "batalhas ideológicas", que enfrenta paradoxos, mas cuja eficiente administração pode engendrar um "bom jornalismo". O que não ocorre hoje no País, segundo ele:

A imprensa brasileira construiu uma narrativa para esconder o golpe de Estado que aconteceu no país. Não precisou manipular, bastou contar com os procedimentos organizacionais dos profissionais da redação, conforme as sistematizações propostas por Warren Breed, que vê nas recompensas simbólicas (prestígio social, reconhecimento etc.) recebidas pelos repórteres e editores o incentivo inconsciente para que sigam as políticas editoriais sem sequer precisar de orientação superior. Foi a primeira morte do jornalismo. As primeiras emissoras do país embarcaram na missão de derrubar a presidente. E contaram com a ajuda dos jornais de circulação nacional e das revistas semanais de informação. Mas todos – jornais, revistas e TVs – não fizeram isso assumindo um lado. Fizeram construindo a narrativa de que o golpe não existiu, de que se tratou apenas de um procedimento legalmente constitucional. Foi a segunda morte do jornalismo. No momento, a imprensa brasileira se crê adepta à teoria do espelho. Vende a ideia de que reproduz a realidade, mas, na verdade, é ela que a constrói, dando voz exclusivamente aos que compactuam com sua narração dos acontecimentos. Não há profissionais e veículos capazes de fazer o contraditório. Não há imersão profunda. Não há colhões, como diria Hunter Thompson em seu jornalismo gonzo. Vivemos um estado de exceção e a imprensa o apoia. É a prova de que no Brasil, pode-se morrer três vezes na mesma encarnação. (PENA, 2017, p. 85).

À guisa de conclusão

Isto não é uma resenha, mas pode ser considerada uma resenha expandida. Texto arrebatado pela potência da narrativa do mestre Felipe Pena, este relato deve funcionar – simultaneamente – como uma descrição

(em busca de fidedignidade ao texto original) e uma experiência narrativa, que se identifica com a subjetivação do escritor-jornalista-professor, o qual, ideologicamente, toma partido em sua reportagem dos fatos. Este breve texto empenha-se em comentar parte dos artigos compilados na presente coletânea de escritos jornalísticos (sob a forma de crônica), até o artigo sobre “a morte do jornalismo”, bem pertinente para uma aula de jornalismo, em tempos de *leads* falsos, sujos e malvados.

Há mais, muito mais argumentações, diálogos, protestos indignados, denúncias corajosas e provocações. Este é um dos trabalhos mais fecundos da área, pelo espantoso domínio da narrativa, pelo sólido arsenal teórico-conceitual com que tece sua hermenêutica histórica da recente política nacional. Ou seja, uma rigorosa interpretação da cultura política cotidiana, em que o exercício da subjetividade jamais poderia ficar de fora. Porque é feita com a marca suja da experiência vivenciada. Porque a matéria mexe demais com os nossos corações e mentes. Porque o autor-jornalista-escritor-professor não poderia se eximir de se manifestar num momento crítico como este que vivenciamos.

Esse matiz de subjetividade confere qualidade e distinção à crônica de Felipe Pena. O trabalho é relevante também pelo esforço paciente em sistematizar os acontecimentos que têm deixado atônitos os brasileiros, desde a deposição da presidente. É um livro nobre pela bravura ao chamar as coisas pelo seu próprio nome - e Pena faz isso, usando todas as letras, no artigo “**Não vai ter conversa com o Bial**”:

Houve um golpe parlamentar no Brasil. Esta é a ideia central do livro, baseada em argumentos sólidos, que podem e devem ser contestados. Mas não dá para ignorar as gravações de Sérgio Machado, o acordo com o Supremo, a suruba de Jucá ou a entrevista de Temer confirmando que Dilma caiu pelo conjunto da obra e não pelas supostas pedaladas fiscais. No mínimo deveria haver comentaristas com opiniões divergentes em todos os programas jornalísticos do país. Principalmente em um momento em que se discutem reformas tão importantes, como a trabalhista e a da previdência. (PENA, 2017, p. 129).

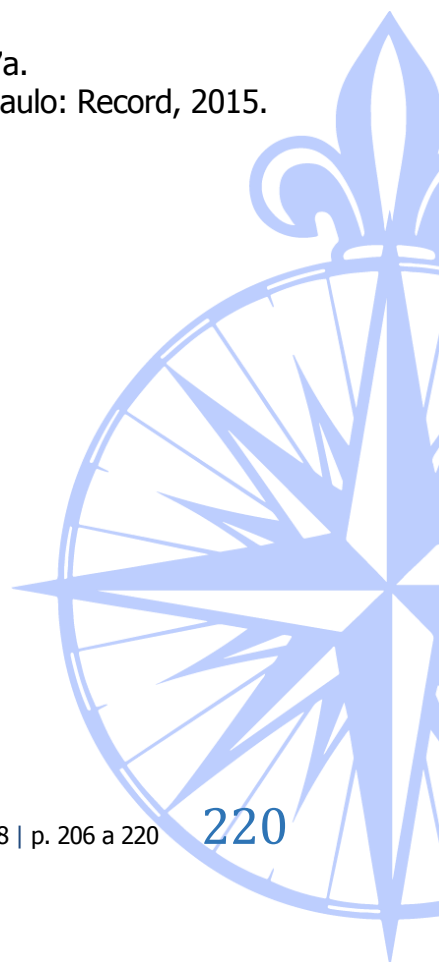
Zola foi um escritor combativo e que usou o jornalismo como forma de protesto contra a injustiça, tornando-se célebre também pela defesa do réu, no “Caso Dreyfuss”, na França, em que um inocente é julgado e condenado arbitrariamente. Precisamos de escritores e jornalistas como Zola, que não ajam motivados pela vaidade e vontade de ascensão social.

O fim do jornalismo não viria pela invasão das máquinas, usurpação

do “lugar de fala” dos profissionais pela semântica dos *robots* e algoritmos, nem pela irradiação das *fake news* nas redes sociais. Este fim se daria pela ausência da ética, solidariedade e responsabilidade social, no âmbito de um *métier* que já foi tão nobre. Em todo caso, o poderoso “livreco”, **Crônicas do Golpe**, constitui uma espécie de barricada, uma forma de resistência; esperemos, não seja um dos últimos da sua espécie.

Referências

- BAKHTIN, M. **Problemas da Poética de Dostoiévski**. São Paulo: Hucitec, 1985.
- BAKHTIN, M. **A cultura popular na Idade Média e na Renascença** – O Contexto de François Rabelais. Brasília: Ed.UnB, 1987.
- BERGER, P; LUCKMANN, T. **A Construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1973.
- CHARAUDEAU, P. **O Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- FREUD, S. **O Mal-Estar na Civilização**. São Paulo: Companhia das letras, 2011.
- LIPPMANN, W. **Opinião Pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.
- PENA, F. **Crônicas do Golpe** – Num grande acordo nacional com o supremo, com tudo. Rio de Janeiro: Record, 2017.
- SOUZA, J. **A radiografia do golpe: entenda como você foi enganado**. Lisboa: Leya, 2016.
- SOUZA, J. **A Elite do Atraso – Da escravidão à Lava Jato**. Lisboa: Editora Leya, 2017.
- SOUZA, J. **O ridículo político**. São Paulo: Record, 2017a.
- TIBURI, M. **Como conversar com um fascista**. São Paulo: Record, 2015.



“ESTIVADOR DE SAPATILHAS”: Felipe Pena exuma as fraturas do jornalismo brasileiro no período pós-golpe

“SNEAKER CARRIER”: Felipe Pena exhumes the fractures of Brazilian journalism in the post-coup period

ENTREVISTA | INTERVIEW | ENTREVISTA

Felipe PENNA¹ • Universidade Federal Fluminense | Brasil

Uma entrevista pode ser compreendida como um espaço de intervenção dialógica em que se prioriza a escuta. Mais que isso, pode ser caracterizada como um lugar de fala para a reapresentação dos fenômenos, para a inquirição sobre aspectos da realidade, para o apontamento de novas visões/revisões sobre os acontecimentos. E tudo isso pode ser feito a partir de um contrato facial, amistoso, as palavras organizando-se numa linha em que ciência e coloquialidade encontram-se e conjugam uma gramática mais fluida, uma conversa mais amena, sem que se percam os dimensionamentos acadêmicos.

Foi o que ocorreu com a entrevista concedida à Âncora, pelo pesquisador e professor da Universidade Federal Fluminense, Felipe Pena, que compõe magistralmente o dossiê proposto para esta edição especial, sob a rubrica, **JORNALISMO, MÍDIA e PODER: o processo de *impeachment* e o contexto pós-Dilma**. A entrevista mobilizou a dinâmica dos sistemas digitais abertos e fechados para interagir com o entrevistado. A realização de diálogos através do *e-mail*, do *Facebook* e do *Messenger* foi fundamental para o processo de interação e de aprofundamento das discussões aqui postas. O resultado constitui-se em uma interlocução rica, profunda, pontuada por uma linguagem ágil, saborosa, um diálogo para ser replicado na mesa do café, em sala de aula, nos debates científicos sobre os tempos sombrios que estamos vivendo, iniciados a partir de 2014, após a reeleição da presidente Dilma Rousseff, e todos os episódios posteriores, até as eleições de 2018 no Brasil.

ENTREVISTA

¹ JORNALISTA. Pós-doutor em Semiologia da Imagem pela Université de Paris III – França. Doutor em Literatura pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Atuou como professor visitante da Universidade de Salamanca – Espanha e pesquisador da New York University (EUA). Professor da área de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense. Contato: felipepena@globo.com.

Os temas centrais da entrevista envolvem as complexidades do jornalismo, da política, das manobras e posições assumidas pelos poderes constituídos da República, das tecnologias e das redes sociais. Pena analisa de maneira aprofundada cada um desses itens, ou os entrelaça em conjunto, com a devida competência, rigor, criatividade, criticidade e, às vezes, com pitadas de ironia, sagacidade e humor. Temos entre nós o pesquisador, o jornalista, o professor universitário, o pensador, o militante crítico, com uma aguda responsabilidade em forjar uma análise contundente sobre os episódios que culminaram no *impeachment* da ex-presidente Dilma, a prisão do ex-presidente Lula e, agora, o processo eleitoral de 2018 e a ameaça que paira sobre a frágil democracia brasileira.



Professor Felipe Pena, autor do livro *Crônicas do Golpe* (2017), em entrevista concedida para televisão.

Já na primeira questão solicitamos a Pena para refletir sobre o jornalismo, trazer uma definição para esta profissão, tão desacreditada em nossos dias, sobretudo o jornalismo praticado nas organizações comerciais de comunicação. Pena nos apresenta os temas caros à reflexão sobre o

jornalismo: Jornalismo e conhecimento, *lead*, objetividade. É o entrevistado que nos diz: “[...] a pretensão objetiva está nos métodos, não nos profissionais que os utilizam. E é essencial que isso seja ressaltado. O lead é usado como tentativa de tornar o texto objetivo porque o jornalista sempre será subjetivo.”.

O tema da ética, tão indispensável, e paradoxalmente esquecido nos dias que correm, também veio à tona na entrevista. Para Pena, “No jornalismo não há fibrose. O tecido atingido pela calúnia não se regenera. As feridas abertas pela difamação não cicatrizam. A retratação nunca tem o mesmo espaço das acusações.”.

Pena reconhece a dificuldade de falar-se hoje sobre o tema, dada a precarização da profissão, onde postos de trabalho são perdidos diariamente; onde impera, tendencialmente, um senso profissional que muitas vezes se incorpora aos ditames da linha editorial e dos interesses econômicos, políticos e corporativos vigentes nas organizações.

Nosso entrevistado reconhece que o que se tem, na atualidade, é um jornalismo uniforme, esvaído do contraditório, narrativa feita para que jornalistas repercutam argumentos frios, entrevistas de “si mesmos”, sem direito às divergências e sem o traço necessário da investigação e aprofundamento dos fatos.

Entregamos, pois, aos leitores da *Revista Latino-americana de Jornalismo* o resultado de dezessete questões respondidas com esmero pelo entrevistado, em diálogo com suas obras clássicas e atuais, a exemplo do livro *Crônicas do Golpe*. Mais que isso: a entrevista de Felipe Pena é um diálogo agudo e contundente com nosso tempo, os dilemas políticos aos quais estamos submetidos, o lugar do jornalismo como narrador dessa fase da história brasileira.

Que a leitura dessa entrevista, realizada pelos professores Pedro Nunes, Joana Belarmino de Sousa e Cláudio Paiva, possa reverberar e ampliar-se em novas e futuras reflexões.

Que a entrevista possa ser aprofundada, em outros campos e áreas do conhecimento que dialogam com o jornalismo e suas imbricações com a cobertura da política, e o lugar que a imprensa brasileira tem assumido ao narrar o longo processo iniciado em 2014, compreendido por partes significativas da sociedade nacional e internacional como golpe jurídico-parlamentar-midiático.

ENTREVISTA REALIZADA EM 26 DE JULHO DE 2018
APROVADA EM 23 OUTUBRO DE 2018



Na condição de professor-pesquisador e jornalista como o senhor conceitua Jornalismo?

Felipe PENA - Sou um estivador de sapatilhas. O máximo que posso oferecer são algumas hipóteses baseadas em trabalho e uma certa preocupação com o estado da arte da profissão. Vários pesquisadores já conceituaram o jornalismo de uma maneira muito mais aprofundada do que eu. Dei minhas modestas contribuições em alguns livros e artigos. É de lá que posso tirar minhas considerações.

No livro *Teoria do Jornalismo* (2005, p. 23), antes de conceituar, faço uma pequena historiografia e tento situar a origem da profissão:

A natureza do jornalismo está no medo. O medo do desconhecido, que leva o homem a querer exatamente o contrário, ou seja, conhecer. E assim, ele acredita que pode administrar sua vida de forma mais estável e coerente, sentindo-se um pouco mais seguro para enfrentar o cotidiano aterrorizante de seu meio ambiente. Mas, para isso, é preciso transpor limites, superar barreiras, ousar. Entretanto, não basta produzir cientistas e filósofos, ou incentivar navegadores, astronautas e outros viajantes. Também é preciso que eles façam os tais relatos e reportem suas informações a outros membros da comunidade que buscam a segurança e a estabilidade do “conhecimento”. A isso, sob certas circunstâncias éticas e estéticas, posso chamar de jornalismo.

Trato dessas circunstâncias no capítulo seguinte. E, a partir delas, proponho um conceito para o jornalismo a partir da junção de cinco características básicas: periodicidade, atualidade, publicidade, universalidade e função social.

Repare que excluo a objetividade como característica porque a considero mal interpretada por profissionais e pesquisadores.

A objetividade é definida em oposição à subjetividade, o que é um grande erro, pois ela surge não para negá-la, mas sim por reconhecer a sua inevitabilidade. Seu verdadeiro significado está ligado à ideia de que os fatos são construídos de forma tão complexa que não se pode cultuá-los como a expressão absoluta da realidade. Pelo contrário, é preciso desconfiar destes fatos e criar um método que assegure algum rigor científico ao reportá-los. (2005, p. 50).

É a partir dessa desconfiança dos fatos que foram criados o *lead*, a pirâmide invertida e outros métodos pretensamente objetivos. Mas a

A natureza do jornalismo está no medo. O medo do desconhecido, que leva o homem a querer exatamente o contrário, ou seja, conhecer.

Felipe PENA
Universidade Federal Fluminense | Brasil

pretensão objetiva está nos métodos, não nos profissionais que os utilizam. E é essencial que isso seja ressaltado. O *lead* é usado como tentativa de tornar o texto objetivo porque o jornalista sempre será subjetivo. Portanto, para responder de forma "objetiva", ofereço a hipótese

de que o jornalismo é um conjunto de operações discursivas condicionadas pelo ambiente social, pela cultura organizacional, pelos constrangimentos hierárquicos, pelos avanços tecnológicos e pela subjetividade dos emissores e receptores.



A partir dessa concepção sobre as complexidades do Jornalismo, como dimensionar a ética no Jornalismo?

Felipe PENA - Minha reflexão mais detalhada sobre a ética está descrita no livro *No Jornalismo não há fibrose* (2010), que foi finalista do Prêmio Jabuti. Naquelas linhas tortas faço estudos de casos concretos, como a Escola Base, o linchamento de Ibsen Pinheiro e o escândalo da Casa Pia, em Portugal.

Mas a expressão que dá título ao livro já estava no *Teoria do Jornalismo* (2005, p. 113), no capítulo sobre ética:

No jornalismo não há fibrose. O tecido atingido pela calúnia não se regenera. As feridas abertas pela difamação não cicatrizam. A retratação nunca tem o mesmo espaço das acusações. E mesmo que tivesse, a credibilidade do injustiçado não seria restituída, pois a mentira fica marcada no imaginário popular. Quem tem a imagem pública manchada pela mídia não consegue recuperá-la. Está condenado ao ostracismo.

“ESTIVADOR DE SAPATILHAS”: Felipe Pena exuma as fraturas do jornalismo brasileiro no período pós-golpe

É a partir do estudo de casos, então, que tento formular algumas considerações sobre a ética no jornalismo. Mas reconheço que é difícil falar sobre o tema, diante da precarização das relações de trabalho na imprensa brasileira. Alguns jornalistas querem ser mais realistas que o rei e acabam reproduzindo discursos do patronato, sem sequer serem demandados para isso.

O que acontece com os comentaristas de política na TV chega a ser vergonhoso. Entrevistam uns aos outros para produzir narrativas uniformes, sem direito à divergência. Não seria este um exemplo claro da falta de ética na profissão? Posso responder que sim, embora acredite que o conceito transcenda o ambiente do trabalho.

Gosto muito das formulações do Claudio Abramo, descritas no livro *A Regra do Jogo* (1988, p. 109)²:

Sou jornalista, mas gosto mesmo é de marcenaria. Gosto de fazer móveis, cadeiras, e minha ética como marceneiro é igual à minha ética como jornalista – não tenho duas. Não existe uma ética específica do jornalista: sua ética é a mesma do cidadão.

O problema é que essa relação do cidadão com o *ethos* tem variáveis que se confundem com a moral. Mas os conceitos são diferentes, apesar da relação intrínseca entre eles. Daí a dissonância cognitiva que descrevo no livro:

Gostamos do direito à liberdade, mas desconfiamos das responsabilidades inerentes a ela. Quando nos colocam regras de conduta, dizemos logo que é censura. Ao menos, é claro que sejam as regras do patrão. Aí, damos outro nome: política editorial. (PENA, 2005. p. 108).

No jornalismo não há fibrose. O tecido atingido pela calúnia não se regenera. As feridas abertas pela difamação não cicatrizam. A retratação nunca tem o mesmo espaço das acusações.

Felipe PENA

Universidade Federal Fluminense | Brasil

² ABRAMO, Claudio. **A regra do jogo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

O seu livro *Teoria do Jornalismo* foi traduzido na Espanha, transformando-se em uma referência na área. Quais os aspectos-chave desta obra que o senhor ainda considera relevantes nessa discussão sobre as teorias do Jornalismo? Quais atualizações o senhor proporia para uma nova edição, tendo em vista as dinâmicas do Jornalismo e a sua afirmação de que “qualquer teoria não passa de um reducionismo” ?

Felipe PENA - Permita-me responder a esta pergunta sem especificações, pois elas não caberiam aqui. O livro precisa de muitas atualizações. As inovações tecnológicas nos últimos 13 anos, que é a idade da obra, tornam qualquer texto sobre jornalismo obsoleto. É preciso contemplar não só as transformações técnicas, mas, principalmente, as cognitivas e as psicossociais.

Entretanto, no próprio livro dou uma pista sobre minhas reflexões acerca da tecnologia ao resgatar o mito do deus Hefestos, que representava a técnica na Grécia antiga e era coxo, mancava da perna direita:

O alerta da perna coxa permite verificar que algumas das críticas ao jornalismo “tradicional” permanecem atuais no universo online, como, por exemplo, a velocidade, a simplificação, a superficialidade e a banalização. Entretanto, além de estas críticas serem potencializadas no ambiente digital (o tempo real e a própria linguagem são exemplos, embora limitados pelos suportes de hardware), o universo da cibercultura também os relaciona com as fantasias de supressão do tempo e do espaço. Mas o devaneio começa antes da própria veiculação da notícia online. A partir da imagem de que o ciberespaço é um mar polissêmico, abre-se a navegação para o exercício das múltiplas possibilidades de identidade, em que a atemporalidade e a imaterialidade presentes nos fluxos de informação que formam o ciberespaço permitem a realização de desejos de forma virtual, em um verdadeiro laboratório existencial, liberto de qualquer tipo de obstrução. Parece o fim dos limites impostos ao humano pelo corpo. No ambiente virtual, tudo é possível. Um deficiente físico pode correr a maratona, um sujeito com acrofobia pode pilotar um avião, homens podem ser mulheres e vice-versa, em um aparente exercício lúdico de todas as possibilidades que possam se apresentar.

Em outras palavras, há a crença de que qualquer um pode intervir em enredos pré-estabelecidos e transformá-los conforme sua própria conveniência, construindo-o e reconstruindo-o, em uma interação inesgotável, com a possibilidade de assumir as mais variadas identidades: sexuais, religiosas, ideológicas, etc. Na

“ESTIVADOR DE SAPATILHAS”: Felipe Pena exuma as fraturas do jornalismo brasileiro no período pós-golpe

verdade, essas diferenças deixam de existir, pois não determinam as relações. O que, aparentemente, seria uma nova utopia igualitária, viabilizada por uma suposta democracia digital. Mas essa completa indistinção já é, ela própria, uma proposta totalizadora.” (PENA, 2005, p. 180).

Estas linhas foram escritas em 2005, quando ainda não estávamos impactados pelas mídias sociais. Mas eu já apontava para o viés totalitário que, hoje, se confirma nas bolhas de informação. Precisaria de uma atualização profunda nessa parte. Ando muito assustado com o que leio e vejo nas mídias sociais. Aparentemente, elas são o terreno ideal para a proliferação do ódio e estão diretamente relacionadas à ascensão de uma direita raivosa que defende a volta da ditadura. Mas quero pesquisar mais sobre o assunto para oferecer uma hipótese minimamente científica. Por enquanto, estou apenas ensaiando uma proposta de estudos para a atualização.

ÂNCORA

O seu livro *Crônicas do Golpe*, publicado pela Record em 2017, apresenta excelentes contribuições para se compreender as dinâmicas conflitivas de nosso cenário político-econômico brasileiro e as inter-relações entre as diversas instâncias de poder que abarcam o Legislativo, o Executivo, o Judiciário e a própria imprensa. Trata-se de uma interpretação aguda que revela com inteligência as nossas fraturas expostas relacionadas com o que o senhor firmemente designa de golpe. Que aproximações e diferenças o senhor estabelece entre o recrudescimento do golpe em 1968 e o golpe jurídico-parlamentar em 2016?

Felipe PENA - O golpe de 2016 foi muito mais sofisticado que o de 1964, pois não houve a necessidade de tanques nas ruas, apenas a aplicação do *lawfare* em uma conspiração jurídica, midiática e parlamentar. Sobre 1968 a comparação com 2018 é inevitável.

Se em 1968 o AI-5 foi o golpe dentro do golpe, a prisão de Lula (e sua consequente inelegibilidade quando liderava as pesquisas com 40% dos votos) foi o golpe dentro do golpe em 2018.

Ainda assim Lula conseguiu transferir votos para Fernando Haddad enfrentar Bolsonaro no segundo turno. Mas o vice de Bolsonaro, general Mourão, já disse que preparara um autogolpe caso a chapa de extrema-direita seja eleita. E Bolsonaro também anunciou que não aceitará o

resultado caso perca as eleições. Ou seja, estão preparando o golpe dentro do golpe do golpe. É assustador.

O que quero dizer é que 2016 abriu as portas para a barbárie. Desde a queda de Dilma Rousseff entramos em uma espiral de decadência. E mesmo que um democrata vença a eleição nada garante a governabilidade. Foi nesse poço sem fundo que os golpistas parlamentares nos meteram. Criaram o monstro do pântano e agora não sabem lidar com ele.

ÂNCORA

Algumas crônicas que compõem o seu livro foram publicadas no jornal *Extra* antes mesmo da "tomada" do Palácio da Alvorada. Em sua coluna o senhor evidenciava as tramas do Legislativo, as manobras do Judiciário, as traições de Temer e a própria crise da democracia brasileira. No portal *Jornalismo de Resistência* o senhor publicou o texto intitulado *A morte e a morte do jornalismo brasileiro*, onde destaca "[...] que a imprensa brasileira construiu uma narrativa para esconder o golpe de estado que aconteceu no país"³. Poderia nos detalhar e contextualizar para nossos leitores em que consiste essa morte do jornalismo brasileiro?

Felipe PENA - Começo pelo jornalismo de TV, mais especificamente aquele que é produzido pelos canais de notícias.

O que tem acontecido é que o agendamento está migrando das notícias para os comentaristas das notícias. Ou seja, não basta que o espectador veja: é preciso que alguém diga o que ele está vendo. Há uma produção de narrativas em cima das narrativas, o que, se tivesse um caráter plural, poderia até ser esclarecedor. Entretanto, como os comentaristas apenas se entrevistam mutuamente, reproduzindo discursos unidimensionais e totalizantes, o possível caráter esclarecedor acaba se tornando o seu contrário.

Nos canais de notícias deveríamos ter comentaristas com opiniões divergentes, como é comum em emissoras como a *CNN*, por exemplo. Um comentarista apresenta uma tese, o outro apresenta uma antítese e o telespectador faz a síntese. Esta deveria ser a dinâmica, mas, infelizmente, ficamos limitados aos afagos mútuos, sem a devida

³ PENA, Felipe. A morte e a morte do jornalismo brasileiro. **Jornalismo de Resistência**. [Rio de Janeiro], [2016].

“ESTIVADOR DE SAPATILHAS”: Felipe Pena exuma as fraturas do jornalismo brasileiro no período pós-golpe

contextualização dos fatos, o que só pode ser feito pela exploração da divergência e da pluralidade de opiniões.

No jornalismo produzido na *Internet* tenho a impressão de que os jornalistas estão se transformando em *instantaneístas*, com o perdão pelo neologismo. Salvo raras exceções, não há checagem e aprofundamento nas reportagens. E, apesar do espaço ilimitado, procura-se reduzir o tamanho dos textos para supostamente atender às exigências da avareza cognitiva do público.

Outro dado desanimador é o de que as métricas (*google analytics* e outras) são cada vez mais importantes no jornalismo *online*. Mais importantes até do que a própria notícia. No grupo de pesquisa em Teorias do Jornalismo da Intercom temos vários estudos sobre o tema. Em um exemplo recente uma pesquisadora do Rio Grande do Sul, que também é repórter do *Zero Hora*, citou o caso de uma reportagem sobre o divórcio do Louro José (personagem da Ana Maria Braga) como a matéria mais visualizada do veículo em detrimento de reportagens sobre a crise habitacional e outros assuntos de relevância social. Segundo ela, os repórteres acompanham em tempo real a visualização de suas reportagens e tendem a se concentrar em assuntos de apelo popular, de consumo fácil, sem a necessidade de aprofundamento. E parte dessa tendência tem relação com o sistema de métricas, que acaba sendo aplicado como uma avaliação do repórter.

Em resumo, temos um jornalismo cada vez mais superficial. E eu nem vou entrar no mérito da crise da mídia impressa.

ÂNCORA

Com base em suas argumentações, quais fatos amplamente revelados pela IMPRENSA evidenciam “o fim da democracia no Brasil”, com a materialização do processo de *impeachment* e o que transcorreu no período pós-Dilma (2016 -2018)?

Felipe PENA - Vou me limitar a enumerar alguns fatos e declarações. Deixo que o leitor faça sua própria interpretação.

Declarações:

- “*Legitimidade do novo governo pode até ser questionada.*” (general Villas-Boas, comandante do Exército, em setembro de 2018).

- “*Vamos fazer uma constituinte com notáveis, sem passar pelo voto.*” (general Mourão, vice de Bolsonaro, em setembro de 2018).
- “*Se eu perder, não vou reconhecer o resultado das eleições.*” (Jair Bolsonaro, candidato à presidência, em setembro de 2018).
- “*Retiro o sigilo da delação de Antonio Palocci.*” (juiz Sérgio Moro, em setembro de 2018, a cinco dias das eleições.)
- “*Tem que mudar o governo para poder estancar essa sangria. Num grande acordo nacional. Com o Supremo, com tudo.*” (senador Romero Jucá, em março de 2016, dois meses antes do golpe.)

Com relação aos fatos, transcrevo parte de minha coluna do jornal *Extra*, publicada no dia 9 de março de 2017 e republicada no livro *Crônicas do Golpe*:

O historiador Jean Lacouture, expoente da Escola dos Anais, na França, dizia que os jornalistas roem as avelãs dos fatos com muita intensidade, sem tempo para a digestão.

Pode ser. Nossa indigestão com o que acontece diariamente no Brasil do desgoverno Temer precipita a interpretação. Mas, se o papel da história é prover o antiácido, acredito que, neste caso, ele será ineficaz.

Mesmo no curto prazo histórico não é difícil perceber que o estado democrático de direito não está vigorando no país desde o dia 12 de maio de 2016, quando os golpistas tomaram conta do Palácio do Planalto.

De qualquer forma, selecionei cinco fatos da segunda semana de janeiro de 2017 (avelãs roídas com calma?) e outros cinco mais recentes para comprovar a tese do título.

Eles demonstram que, ao contrário do que prega a imprensa brasileira, as instituições não estão funcionando.

1. Em janeiro:

- Um oficial de justiça vai entregar uma intimação ao presidente do Senado, Renan Calheiros. Renan o deixa horas esperando e não recebe a intimação.
- Outro oficial de justiça vai à casa de 700 famílias pobres em SP. Está acompanhado pela tropa de choque da PM. Moradores são humilhados e expulsos.
- A PM Paulista apresenta como justificativa para a prisão do ativista Guilherme Boulos uma interpretação tosca da já vilipendiada Teoria do Domínio de Fato.
- Um Delegado da Lava Jato afirma à revista Veja que o "timing" para prender Lula passou, confessando que a existência ou não de provas não tem a menor importância.
- O reitor e uma estudante da UFRJ são processados pelo

“ESTIVADOR DE SAPATILHAS”: Felipe Pena exuma as fraturas do jornalismo brasileiro no período pós-golpe

Ministério Público por terem se manifestado contra o *impeachment* de Dilma Rousseff.

2. Em fevereiro e março:

- Um juiz do Supremo cansa de dar entrevistas antecipando votos sobre temas que ainda irá julgar, ferindo a lei da magistratura e a própria constituição federal.
- O mesmo juiz, que é presidente do Tribunal Superior Eleitoral, visita constantemente o palácio de um réu que ele mesmo irá julgar. O réu é um presidente da república ilegítimo.
- Um juiz de Curitiba é constantemente visto em eventos de natureza empresarial acompanhado dos adversários políticos de um réu que irá julgar. Também participa do lançamento de obras contrárias ao réu e lhe atribui, em linguagem direta, a autoria de fatos ilícitos, ainda que a título de informação. (Nem vou mencionar a liberação dos grampos ilegais para a imprensa porque foi no ano passado).
- O ministério público quer impor à sociedade um pacote de medidas que inclui a restrição do habeas corpus e a validação de provas ilícitas.
- O legislativo faz seu papel ao analisar e emendar as medidas contra a corrupção propostas pelo MP. O STF invalida o trabalho legislativo e manda o projeto voltar para a câmara com o texto original, sem a interferência dos deputados.” (PENA, 2017. p. 97).

ÂNCORA

Professor Felipe Pena, grosso modo diríamos que o Poder Legislativo brasileiro é uma instância de representação carcomida, viciada e ultrapassada no tocante à construção de seus próprios dilemas e paradoxos. A instituição espelha o atraso de nossa legislação eleitoral e o atraso de nossas escolhas, tanto para o Legislativo como para o Executivo. Claro que há honrosas exceções que se aplicam a essa afirmação. Lula e Dilma representam exceções nesse processo de escolhas para o Executivo desse período político que sucede a ditadura militar. Particularmente o Poder Legislativo traduz uma democracia altamente falha, repleta de vícios históricos. A exemplo de outras instâncias de poder, o nosso entendimento caminha no sentido de que o Legislativo precisa ser reestruturado. Em sua maioria esse órgão é constituído por uma casta de deputados e senadores corporativistas e defensores de uma elite atrasada. Conspiram de forma patética e tramam para simular uma aparência de legalidade no Congresso Nacional. Diante desse cenário de horror real como o senhor analisa a dinâmica do Poder

Legislativo marcado por reveses, acordos antiéticos, conchavos e contradições com implicações na vida da política brasileira?

Felipe PENA - O Legislativo somos nós. Nós como sociedade, como representação do que pensa a maioria da população. Os conservadores são maioria no Congresso porque a maior parte da população é conservadora. Podemos até discutir se esse conservadorismo foi construído na perspectiva teórica do *newsmaking*, que é a tese defendida por mim, mas não é possível negar a sua existência.

O nefasto Eduardo Cunha teve uma grande votação no Rio de Janeiro, lastreado por sua participação em igrejas evangélicas e rádios religiosas. O ainda mais nefasto Jair Bolsonaro cresceu na esteira de sua defesa da pauta armamentista e valendo-se de um discurso homofóbico e misógino. E eles têm seguidores, têm fãs, têm representatividade. Infelizmente, são o retrato do país.

Este é um ponto. Outro ponto, bem diferente, é o nosso defasado sistema eleitoral, que veda a fiscalização dos congressistas. Como eles são eleitos pelo quociente de votos dos partidos e/ou coligações ficam distantes dos eleitores. É por isso que defendo o voto distrital, cuja dinâmica permite uma maior proximidade e a consequente fiscalização dos eleitos. Aí voltamos ao *newsmaking* e vamos ao agendamento da imprensa.

Estou convencido de que a única maneira de fazer uma reforma política é através da convocação de uma assembleia constituinte exclusiva, eleita com essa única finalidade, sem o poder de legislar no sistema atual, cuja extinção aconteceria assim que os trabalhos fossem finalizados.

O problema é que esse debate sempre é agendado pela imprensa como uma pauta antidemocrática ou uma “coisa bolivariana”, como alguns reacionários gostam de classificar. Trata-se de um absurdo que perpetua nosso sistema proporcional defasado, elegendo os *Tiriricas* e sua trupe sem votos.

A Grande Imprensa se tornou a guardiã de nossa representação carcomida, viciada e ultrapassada.

Felipe PENA

Universidade Federal Fluminense | Brasil

“ESTIVADOR DE SAPATILHAS”: Felipe Pena exuma as fraturas do jornalismo brasileiro no período pós-golpe

A Grande Imprensa se tornou a guardiã de nossa representação carcomida, viciada e ultrapassada. É ela que impede sua reestruturação. Ao inviabilizar a constituinte o agendamento inviabiliza a reforma política. E, como podemos perceber pela bancada recentemente eleita, temos mais representantes da bancada BBB (boi, bíblia e bala). Ou seja, está armado o circo para um conservadorismo ainda maior na nova legislatura.

ÂNCORA

O Poder Judiciário não foge dessa lógica perversa associada ao descrédito atribuído aos outros poderes da república brasileira. Por contraditório que pareça o nosso judiciário brasileiro também tem sido acusado de parcial, arbitrário, corporativista e causador de instabilidade política. Nesse sentido, o pensador português Boaventura Santos tem destacado, em entrevistas e artigos acadêmicos, um grau acentuado de ativismo político do judiciário brasileiro. Como o senhor avalia essa atuação do judiciário brasileiro concomitante ao processo de convivência por parte de segmentos da Grande Imprensa em não aprofundar deslizes e manobras de decisões jurídicas consideradas políticas?

Felipe PENA - O Judiciário é um puxadinho do baronato brasileiro. Claro que há exceções, mas a maior parte dos juizes vem das classes dominantes e espelha seus preconceitos e narcisismos. Todo o sistema, da universidade ao concurso para magistrado, é feito para perpetuar essa lógica.

E o que faz a imprensa brasileira? Transforma o juiz em herói, em um personagem mitificado dessa mesma Disneylândia. Ele vira o pateta com capa de super-homem.

Felipe PENA
Universidade Federal Fluminense | Brasil

O ativismo político do Judiciário, conforme descrito pelo Boaventura Santos, é mais um cômodo desse puxadinho. Como o baronato perdeu poder com a ascensão da esquerda, acionou seus filhos para tentar recuperá-lo.

Vejam o exemplo do Sérgio Moro, cuja formação é intrinsecamente americana. Para ele, o direito é uma Disneylândia, um parque de diversões jurídicas. A Teoria do Domínio de Fato, explicitada na sentença contra Lula, é um de seus brinquedos favoritos.

E o que faz a imprensa brasileira? Transforma o juiz em herói, em um personagem mitificado dessa mesma Disneylândia. Ele vira o Pateta com capa de Super-Homem.

A sentença contra Lula é uma ficção da Disney. O personagem é acusado de furtar um pão. Ele tem alergia a glúten, mas, ainda assim, o Ministério Público vê indícios suficientes para apresentar uma denúncia de furto ao juiz da comarca, alegando que o pão poderia ser "desviado" para outra pessoa.

Vamos considerar que o MP tem razão. O que deve fazer o juiz? Ora, é simples: encaminhar o julgamento com base na denúncia de furto. Não há outra alternativa, é o que está na lei, é o que está escrito no Código de Processo Penal.

Entretanto, no meio do julgamento, uma testemunha diz que viu o personagem atravessar o farol vermelho em frente à padaria. Caberia ao juiz abrir um novo processo, já que se trata de outra infração, mas, contrariando a lei, o magistrado condena o réu por avançar o sinal e ignora o furto do pão. Ou seja, a sentença não tem relação com a denúncia, o que a torna desprovida de qualquer valor jurídico.

Há vários erros na sentença em que Moro condenou o ex-presidente Lula. Poderíamos falar sobre a inobservância das provas apresentadas pela defesa, sobre o excesso de adversativas no texto e até sobre a nulidade da testemunha-chave. Mas vou me ater à resposta do juiz ao embargo de declaração. Daí a metáfora da história da Disney.

No caso do triplex atribuído a Lula, o MP apresentou denúncia dizendo que o apartamento foi recebido como pagamento de vantagem indevida ao ex-presidente, tendo como contrapartida a facilitação de três contratos da empreiteira OAS com a Petrobrás. Mas, em sua sentença, o juiz Sérgio Moro ignora a denúncia e baseia a condenação no depoimento de Léo Pinheiro, cuja principal afirmação é a de que Lula tinha uma "conta corrente" de propinas na OAS. Esse foi um dos pilares do embargo de declaração da defesa do ex-presidente. E qual foi a resposta de Moro? Reproduzo abaixo:

Este juiz não afirmou em lugar nenhum que os valores conseguidos pela OAS nos contratos com a Petrobrás foram usados para pagamento de vantagens indevidas ao ex-presidente.

Ou seja, o próprio Moro confessa que sua sentença não se baseou na denúncia. Portanto, de acordo com a lei, ele deveria abrir outro processo.

“ESTIVADOR DE SAPATILHAS”: Felipe Pena exuma as fraturas do jornalismo brasileiro no período pós-golpe

Além disso, ao dizer que a vantagem indevida não tem relação com a Petrobrás, Moro retira o caso do âmbito da Lava Jato e inviabiliza sua permanência como juiz do processo.

Mas como ele é o herói da imprensa quase ninguém o contesta. Só aqueles que conhecem os bastidores do parque da Flórida e observam as regulares visitas de seus donos aos *Patetas* com capa de Super-Homem.

ÂNCORA

O *Twitter*, e suas reverberações na blogosfera e no *Facebook*, construiu uma narrativa sobre o *impeachment* e todas as ocorrências posteriores, narrativa que engendrou uma espécie de ciberarena, se quisermos, algo como uma ciberguerrilha na qual os grupos contra e a favor enfrentaram-se e ainda se enfrentam. O senhor considera que essa narrativa construída em 140 caracteres tem poder de fogo como narrativa crítica desses acontecimentos?

Felipe PENA - Como narrativa, o *twitter* tem alguma eficácia. Como crítica, tenho minhas dúvidas. Nas atuais condições de nossa blogosfera, em que boa parte do público se informa através de memes, 140 caracteres são quase uma enciclopédia. Com 280 o sujeito acha que escreveu a *Ilíada*.

Nas atuais condições de nossa blogosfera, em que boa parte do público se informa através de memes, 140 caracteres são quase uma enciclopédia. Com 280 o sujeito acha que escreveu a *Ilíada*.

Felipe PENA
Universidade Federal Fluminense | Brasil

É triste, mas é um fato. O José Saramago dizia que, nesse ritmo, acabaríamos voltando aos grunhidos como forma de comunicação. E quando observo a comunicação por *emojis*, que é predominante no *WhatsApp*, percebo que estamos nesse caminho.

Por outro lado, nós, como comunicadores, não podemos estar ausentes dessa plataforma. Então, é preciso encontrar formas de exercer a crítica, apesar do exíguo espaço.

Tento encontrar uma linguagem para isso, mas nem sempre dá certo. Na verdade, acho que poucas vezes consigo me expressar com

eficiência. Faço muitos experimentos, acrescento fotos e vídeos, uso metáforas e outras figuras de estilo. Entretanto, tenho a impressão de que não existe um tom adequado. Ou melhor, se existe um tom ele está sempre em transformação, e seria necessário uma permanente atualização para manter um nível eficiente de comunicação. Ainda assim, com todas essas limitações, travo minhas batalhas no *Twitter*. E não vou parar.

ÂNCORA

O número dos seus seguidores já ultrapassa os 25 mil. Com quem, de fato, você dialoga nas redes? Com o campo jornalístico, o campo político, a sociedade? Talvez até fazendo uma correlação com a questão anterior, essa batalha poderá interferir em um resultado positivo para as esquerdas, ou acirrar o contra-ataque, e até acionar medidas de controle e de restrição das liberdades de expressão na ciberesfera?

Felipe PENA - Não sei se existe diálogo nas redes. Os algoritmos estão nos jogando para bolhas semânticas, afastando as divergências. Eu me esforço para não bloquear os *haters*, mas confesso que já fiz isso algumas vezes. É um movimento paradoxal, pois, ao mesmo tempo em que queremos o diálogo, temos pouca paciência para os divergentes. Na maioria das vezes porque os argumentos são inconsistentes, rasos ou sem qualquer educação. Mas, em outras, porque precisamos tocar a vida e não nos dedicamos verdadeiramente ao debate na rede.

Isso é um erro. Precisamos encontrar a linguagem adequada para exercer o bom combate político nas redes sociais ou acabaremos engolidos pelos *bolsominions* e outros atores da extrema-direita que já se especializaram nas narrativas da ciberesfera.

A *Internet* possibilitou o exercício do narcisismo das pequenas diferenças, conforme conceituado por Sigmund Freud, abertamente, sem constrangimentos. A *Internet* permitiu a famosa saída do armário e, de certa forma, acabou incentivando os instintos primitivos de violência através da formação de grupos.

Vou usar o exemplo dos seguidores de Bolsonaro para tentar explicar essa tese a partir do viés freudiano.

“ESTIVADOR DE SAPATILHAS”: Felipe Pena exuma as fraturas do jornalismo brasileiro no período pós-golpe

O conceito de “narcisismo das pequenas diferenças” foi explorado por Freud nos textos *Psicologia de grupo* (1921)⁴ e *Mal-estar na Civilização* (1930)⁵. Para o autor, a civilização, sob o império da lei, é a responsável pela inibição da agressividade humana, que é uma expressão narcísica do ego. No entanto, tal narcisismo agressivo rompe a barreira do recalque e se manifesta publicamente quando incentivado por líderes que se supõem acima da lei (e, portanto, da civilização) ou quando avalizados por um grupo que recorre a pequenas diferenças em relação ao outro para justificar a barbárie.

Os *bolsominions* se encaixam em ambos os casos. Seguem o líder, a quem chamam de mito, e dão vazão aos recalques narcísicos atacando as diferenças dos grupos que elegem como rivais. Daí a constante referência agressiva a homossexuais, negros e feministas. Em muitos casos tal referência esconde algo ainda mais profundo: um desejo reprimido de ser o outro. Por isso, considero muito provável a hipótese de o deputado Bolsonaro usar a violência contra grupos LGBTQI+⁶ como forma de reprimir seu próprio desejo homossexual.

Quando alguns críticos consideram a palavra nazista exagerada para definir um *bolsominion*, sempre pergunto se as características citadas por Freud nos parágrafos acima não estavam presentes também na Alemanha da década de 1930. Da mesma forma, recorro a algumas condições históricas, como crise econômica, desgaste da esquerda, falta de representatividade política e a busca por um salvador da pátria. Não estaria sendo pavimentado o caminho para um totalitarismo nazifascista no país? Ou vocês ainda acham que é exagero?

É nas redes sociais (mais no *Facebook* do que

Não sei se existe diálogo nas redes. Os algoritmos estão nos jogando para bolhas semânticas, afastando as divergências.

Felipe PENA
Universidade Federal Fluminense | Brasil

⁴ FREUD, Sigmund. **Psicologia de Grupo e a Análise do Ego**. Obra completa de Sigmund Freud. Rio de Janeiro: Imago. 1969. (Vol. XVIII).

⁵ FREUD, Sigmund. **O mal-estar na civilização**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

⁶ Lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, *queer*, intersexuais e todas as outras expressões da diversidade sexual e de gênero (assexuais/*arromântiques*/agênero, pan/poli etc.)

no *Twitter*) que os seguidores de Bolsonaro se encontram. É lá que eles se organizam para hostilizar os grupos e pessoas com quem têm as diferenças narcísicas.

Os *bolsominions* usam a expressão “vamos lá oprimir”. E, juntos, reverenciam o líder, atacam o “inimigo” e se masturbam mutuamente através dos xingamentos que utilizam. Já vimos esses acontecimentos na história recente. A praça virtual pode se transformar na praça do nosso bairro rapidamente. E essa eleição presidencial provou que a opressão está muito perto.

ÂNCORA

Vivenciamos dias dramáticos nesse processo de *impeachment* da ex-presidenta Dilma, e, na atualidade, a prisão do ex-presidente Lula continua protagonizando situações das mais inusitadas. Nas redes sociais há uma produção gigantesca de conteúdos sobre esses acontecimentos. Que narrativa, sobretudo no *Twitter*, você destacaria para ressaltar a interação da audiência conectada com respeito a esses acontecimentos? Como o *Twitter* narrou, por exemplo, o dia da votação, pelo Congresso, do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff?

Felipe PENA - O *Twitter*, conforme mencionei na resposta anterior, tem uma patente limitação crítica. Entretanto, os que produzem a narrativa em 140 ou 280 caracteres acreditam que fazem uma crítica embasada. Daí a impressão de que há um Fla-Flu crítico nas redes sociais quando um fato polêmico como a prisão de Lula está acontecendo.

Na verdade, a narrativa nem é crítica, nem é polarizada como um Fla-Flu. Temos, no máximo, um jogo entre Flamengo e Olaria (pequeno clube carioca), já que os que atuam de um lado são potencializados pela grande mídia, que tem sua própria narrativa e interfere nesse jogo.

No *WhatsApp*, então, a batalha é ainda mais desigual. E essa é a mais cruel das mídias sociais, a prova cabal de que fracassamos como civilização. Nas eleições de 2018 as *fake news* contra Haddad e Manuela se multiplicaram sem qualquer fiscalização do Tribunal Superior Eleitoral. Houve ataques à família dos candidatos, à honra e até ao corpo. Os mais variados tipos de torpeza foram criados e não quero citar exemplos para não dar destaque a sandices.

O que gostaria de destacar é o dado quantitativo. De acordo com o Datafolha (entrevista do diretor Mauro Paulino à *GloboNews* em 8/10/2018), 44% dos eleitores de Bolsonaro compartilham notícias sobre

“ESTIVADOR DE SAPATILHAS”: Felipe Pena exuma as fraturas do jornalismo brasileiro no período pós-golpe

política no *WhatsApp*. Já do lado de Fernando Haddad esse número cai pela metade: são 22%. Nessa matemática está parte da bem-sucedida campanha de Bolsonaro, concebida desde o início como estratégia de guerrilha através da propagação de *fake news* pela plataforma cujo rastreamento é quase impossível.

E qual é a responsabilidade da Grande Imprensa neste fenômeno? Ela é causa e consequência. Como os veículos da grande mídia se limitam a produzir teses, sem espaço para as antíteses, o público percebe a manipulação e resolve que só consumirá informações de sua própria bolha através do *WhatsApp*. Ato contínuo, os veículos criam empresas de checagem de informações e apontam para o *fake* que o usuário recebeu pelo celular. E o que fazem os consumidores desse *fake*? Acham que é a grande mídia que está mentindo. Pronto. Está fechado o ciclo. Causa e consequência ao mesmo tempo.

ÂNCORA

A Grande Imprensa tem atuado como uma espécie de “terceira turma”, “terceira instância”, conforme já frisaram alguns articulistas desse processo. A imprensa divorciou-se de uma visão plural dos acontecimentos. A imprensa presta atenção às redes sociais? A imprensa escuta as audiências conectadas?

Felipe PENA - Acho que já respondi a parte dessa pergunta quando fiz a crítica aos canais de notícias que não dão espaço para opiniões divergentes entre seus comentaristas e, portanto, impedem a síntese de ideias.

Foi tal procedimento que produziu, por exemplo, a narrativa do antipetismo, aquela que atribui todos os males do país a um único partido. Os opositores dos governos petistas aproveitaram essa narrativa para impor as pautas conservadoras e criar o fenômeno Bolsonaro. A reação da imprensa aconteceu tarde, quando passou a mostrar os vídeos do capitão

insultando negros, agredindo mulheres e defendendo torturadores. Em um desses vídeos ele até confessa que é sonegador de impostos.

Entretanto, como já havia a experiência midiática de produzir narrativas contra o PT, os

A imprensa brasileira realiza uma condução coercitiva da cognição pública.

Felipe PENA
Universidade Federal Fluminense | Brasil

defensores de Bolsonaro passaram a dizer que aqueles vídeos também eram a construção de uma narrativa. Conseguiram fazer com que boa parte do público questionasse o que estavam vendo e ouvindo da própria boca do Bolsonaro. Ou seja, subverteram a lógica e passaram a dizer para suas bolhas o que era fato ou *fake*.

A eleição de 2018 não foi uma polarização antipetista, foi uma polarização antifatos. E uma eleição em que os memes para produção de *fakes* valeram mais do que imagens de um candidato falando atrocidades e confessando que é um sonegador de impostos.

Com essas reflexões respondo à segunda parte da questão: a imprensa não presta a devida atenção às redes sociais.

ÂNCORA

Na crônica *Não é Golpe, é muito pior* o senhor afirma que a "imprensa brasileira realiza uma condução coercitiva da cognição pública" e ainda destaca que "a trapaça narrativa funciona em três etapas". Poderia nos contextualizar esse recorte interpretativo e detalhar essas etapas?

Felipe PENA - A condução coercitiva da cognição funciona como indutora da opinião pública através da produção de narrativas específicas. Sua estratégia está sempre embutida nas perguntas, não nas respostas. O golpe de 2016 foi a primeira etapa. Quando os repórteres perguntavam aos juristas se o *impeachment* era ilegal eles respondiam que não, pois estava previsto na Constituição. Mas a pergunta certa deveria ser: "*impeachment* sem crime de responsabilidade é legal?". Neste caso, a resposta seria negativa, pois a maioria não classificava as famosas pedaladas fiscais como crime de responsabilidade. Então, o repórter sempre induzia através da pergunta.

Na segunda etapa, relativa à prisão de Lula, ninguém fez a pergunta certa, que seria sobre a sentença de Sérgio Moro. Qualquer leigo percebe que essa sentença não corresponde à denúncia, o que invalida todo o processo

Não há mais lugar para narrativas totalizadoras que privilegiam grupos e dão poder a corporações e/ou indivíduos.

Felipe PENA

Universidade Federal Fluminense | Brasil

“ESTIVADOR DE SAPATILHAS”: Felipe Pena exuma as fraturas do jornalismo brasileiro no período pós-golpe

de acordo com o Código Penal. Mas nenhum repórter indagou o juiz sobre o assunto.

Na terceira etapa, a da eleição presidencial, tentam carimbar o rótulo de extremista em Fernando Haddad ao dizer que o pleito está polarizado, dividido em polos opostos. Ora, Haddad e Bolsonaro não são faces da mesma moeda, mas os repórteres insistem em perguntar aos analistas políticos qual dos extremos vencerá as eleições e por que o centro ficou de fora.

Este é o novo agendamento midiático do golpe (desenvolvo o argumento na última resposta da entrevista).

ÂNCORA

A Mídia Independente tem funcionado enquanto oxigênio para se contrapor ao discurso de manipulação da Grande Imprensa. Também opera falhas nesse contexto de crise política, onde tudo é apressado e demanda velocidade. É possível fazer observações e críticas a esse jornalismo que atua de forma independente?

Felipe PENA - A imprensa alternativa/independente tem uma importância enorme para equilibrar o debate público. Mas também precisa abrir espaço para o contraditório. Se eu fosse editor de um jornal de esquerda adoraria ter colunistas de direita. Não há mais lugar para narrativas totalizadoras que privilegiam grupos e dão poder a corporações e/ou indivíduos. O público começa a perceber a manipulação e/ou a cultura corporativista. Seja no campo estético, seja no político, as vozes marginalizadas se levantam. Os discursos já não são autônomos e a ação comunicativa já não se faz por transferência, e sim por ressonância. A cidadania está no plural, na diversidade, na simplicidade, na acessibilidade. A cidadania está na crítica da informação.

A minha crítica, no entanto, vem acompanhada de uma ressalva: é preciso ter muito cuidado ao propor o paradigma da manipulação para a análise da mídia. Gostaria de propor uma reflexão mais profunda.

Para isso tomo por base a teoria organizacional, de Warren Breed. Acho que o termo "manipulação" é simplista. A manipulação obviamente existe, mas, muitas vezes, a ordem para manipular a notícia não vem de cima. Simplesmente há uma introjecção da cultura do veículo por parte dos profissionais. E alguns querem ser mais realistas que o rei. E, claro, tem muito puxa-saco no mundo. Para Warren Breed,

o contexto profissional-organizativo-burocrático exerce uma influência decisiva nas escolhas do jornalista. Sua principal fonte de expectativas, orientações e valores profissionais não é o público, mas o grupo de referências constituído pelos colegas e pelos superiores na redação. O jornalista, então, acaba socializado na política editorial da organização através de uma lógica de recompensas e punições.⁷

Em outras palavras, ele se conforma com as normas editoriais, que passam a ser mais importantes do que as crenças individuais. E isso deve ser considerado quando falamos em manipulação.

ÂNCORA

E as coberturas da Imprensa Internacional sobre o processo de *impeachment*, a onda de conservadorismo, retrocessos do (des) governo Temer, Laja Jato, prisão de Lula e trapalhadas do judiciário brasileiro. O que o senhor nos apresenta de interessante quanto aos fatos reverberados com profundidade crítica por parte dessa Imprensa Internacional?

Felipe PENA - O Brasil flerta com o fascismo. A votação de Jair Bolsonaro é a mais expressiva prova disso. A imprensa internacional tem cumprido o dever de lembrar que, antes de virar ditador, Hitler foi eleito na Alemanha. Aliás, a imprensa alemã é a mais aterrorizada com o que está acontecendo no Brasil.

Quando as instituições foram quebradas lá atrás, no golpe contra Dilma, passamos a viver um "vale-tudo". Já naquela época a imprensa internacional chamou a atenção do público externo para a nossa frágil democracia. E

O Brasil flerta com o fascismo. A votação de Jair Bolsonaro é mais expressiva prova disso.

Felipe PENA
Universidade Federal Fluminense | Brasil

quando Lula foi preso o quadro ficou ainda mais claro. Os principais jornais do mundo consideram Lula um preso político e têm a responsabilidade de apresentar Jair Bolsonaro como o fascista que ele é.

⁷ Entrevista de Felipe Pena intitulada "A manipulação nem sempre vem de cima" concedida a Pedro Zambarda no Stória Brasil, em 2017.

“ESTIVADOR DE SAPATILHAS”: Felipe Pena exuma as fraturas do jornalismo brasileiro no período pós-golpe

No dia 8 de outubro de 2018, quando o resultado do primeiro turno foi conhecido, dei entrevista para alguns veículos estrangeiros. Não houve um repórter que não manifestasse suas preocupações com o país e suas angústias sobre o rumo nefasto que estamos tomando.

The Guardian, The New York Times, El País e RTP, entre muitos outros, têm correspondentes no Brasil e, ao nos observar com o olhar estrangeiro, conseguem ter uma visão mais crítica sobre nossos erros. Acho indispensável a leitura desses veículos para empreender uma tentativa mais eficaz de compreender a realidade brasileira.

ÂNCORA

A Rede Globo tem uma postura paradoxal, pois se mostra avançada na área da ficcionalidade, como as séries *Anos Rebeldes* e *Os dias eram Assim*, e é tendenciosa nas reportagens dos telejornais. Na condição de ex-diretor de análise de conteúdo da Rede Globo e comentarista da *GloboNews*, como enfrentar essa equação contraditória?

Felipe PENA - Eu perdi amigos, perdi trabalhos, perdi convívio familiar. Tudo por conta de meu posicionamento político. Ninguém quer ouvir o contraditório. Deixei de ser convidado para debater na *GloboNews*, fico à margem das discussões públicas, tenho dificuldades para mostrar que essa equação não é contraditória, conforme sugerido na questão, já que a própria *Globo* tem produtos como os citados *Anos Rebeldes* e *Os dias eram assim*. Basta lembrar a frase do próprio Roberto Marinho quando os militares pediram para ele entregar funcionários ligados à esquerda que trabalhavam no grupo Globo: “Dos meus comunistas cuido eu.” A frase pode parecer arrogante, mas é a prova de que o fundador era mais tolerante do que seus sucessores. Ou, então, os sucessores estão mal assessorados.

Quando fui diretor de análise de conteúdo da Rede Globo limitava-me a analisar os roteiros de teledramaturgia da emissora. Nunca permiti que ideias políticas contaminassem o trabalho. Implantei um método baseado em meus estudos de semiologia da imagem durante o pós-doutorado na Sorbonne e contratei uma equipe de profissionais e pesquisadores para me ajudar. Era um método científico, com objetivos claros, que utilizava ferramentas de análise elaboradas com rigor. Não havia espaço para subjetividades políticas.

Nosso trabalho (meu e da equipe que contratei) tinha dois eixos. No primeiro, fizemos um mapa das audiências de todas as novelas da *Globo* nos últimos 20 anos. Em seguida, identificamos os picos de audiência, capítulo a capítulo, e qualificamos a estratégia narrativa que estava sendo usada nos capítulos com maior repercussão, isolando pontos fora da curva, como dias de chuva ou eventos extraordinários, entre outros. Também avaliamos a influência dos peritextos (chamadas durante a programação, reportagens etc.) e do mundo virtual no andamento das narrativas.

Por esse método, conseguimos entender os caminhos que mais seduziam o público e, também, os que haviam sido rejeitados. Criamos gráficos e *tags* para facilitar o entendimento da pesquisa, mas ela nunca chegou à direção geral, creio.

Nosso segundo eixo de trabalho foi mapear os personagens de todas as novelas, identificando suas características e seus dilemas, tanto nas tramas principais como nas paralelas. Assim, pretendíamos evitar as repetições (lembro que houve três exames de DNA numa mesma semana em novelas da *Globo*), atualizar os comportamentos e propor situações dramáticas em sintonia com o *zeitgeist*, o espírito da época.

Tudo isso deveria ser conversado com autores e diretores. Achei que seríamos uma ferramenta, um apoio para os talentosos autores da *Globo*. Mas nosso departamento nunca foi acionado. Eu pensava como autor (é o que sou, um autor – apenas estava diretor), ou seja, se estivesse com uma novela no ar ou prestes a entrar na grade gostaria de ter uma assessoria como a da nossa equipe.

Já na *GloboNews* era exatamente o contrário. O que o Estúdio I precisava era de opiniões divergentes para enriquecer o debate. E eu argumentava com as minhas, que não são as mesmas da linha editorial da emissora e da maioria dos comentaristas. Mas era exatamente essa a característica divergente que deveria ser valorizada, como acontece nos programas de debates da *CNN*.

Acho que é uma miopia de qualquer veículo não abrir espaço para o contraditório. Fica muito mais interessante para o telespectador, gera polêmicas, anima as redes sociais e influencia na própria audiência.



Quais novos elementos entrariam hoje no agendamento realizado no livro *Crônicas do Golpe?*

Felipe PENA - Aprofundo aqui a resposta à pergunta 14, pois considero que o novo agendamento é tentar transformar Haddad e Bolsonaro em faces da mesma moeda, tratando-os como extremos opostos.

O discurso de que o segundo turno será disputado entre dois extremos é uma falácia. Bolsonaro e Haddad não são dois lados da mesma moeda, como parte da imprensa tenta carimbar. Basta reparar nos discursos de ambos para perceber a enorme diferença entre eles. Enquanto um defende torturadores ligados à ditadura, o outro tem a democracia como valor absoluto. E as diferenças não param por aí (embora esta seja suficiente).

A candidatura de Haddad representa muito mais o centro do que a esquerda. Ele é, no máximo, um candidato de centro-esquerda, jamais de extrema-esquerda - espaço talvez ocupado pelo PSTU, que prega a rebelião como única alternativa política.

Haddad nunca questionou o processo democrático. Nunca elogiou a ditadura. Nunca disse que contestaria o resultado das urnas caso não fosse eleito, como faz Bolsonaro. Ao contrário de seu adversário, Haddad jamais ameaçou mulheres, jamais chamou quilombolas de gado, jamais estimulou a violência e o preconceito.

Não se trata, portanto, de uma eleição polarizada, já que os candidatos não representam polos opostos, muito menos extremos opostos, com o perdão da redundância. O que Bolsonaro e Haddad representam são concepções diferentes sobre a função da política. Enquanto o primeiro se utiliza da urna para legitimar um projeto autoritário (com proposta de autogolpe defendida pelo seu vice), o segundo tem como meta a retomada do projeto de desenvolvimento do qual participou como ministro de Lula. Pode-se criticar o PT em muitos aspectos, alguns com fortes razões, mas durante os 13 anos de governo do partido a democracia jamais foi ameaçada.

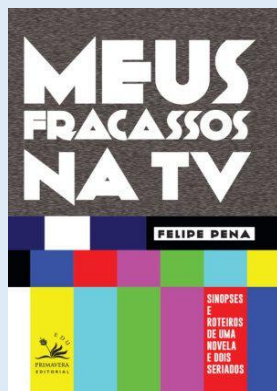
Bolsonaro é o candidato da ignorância, segurando um fuzil na mão direita e uma bíblia na esquerda. Bolsonaro é o candidato do ódio, da bancada da bala, dos falsos pastores que usam o nome de Deus com fins econômicos e eleitorais. Para ser a face da mesma moeda Haddad teria que utilizar as mesmas armas do adversário, mas até seus maiores críticos admitem que o ex-prefeito de São Paulo não tem esse perfil. Haddad é um conciliador formado na tradição dialética da universidade. Professor e advogado, foi ministro da Educação durante sete anos. Ganhou uma eleição e perdeu outra, sem contestar o resultado.

Bolsonaro e Haddad são duas faces de diferentes moedas. A única polarização admissível neste provável segundo turno é entre a civilização e a barbárie, o que nos coloca diante de um dilema muito maior, que transcende a eleição. Um dilema sobre o tipo de sociedade que queremos. Um dilema que começa nas urnas, mas pode terminar nos porões dos quartéis ou nas salas de aula.

Um dilema entre o pau-de-arara e os livros didáticos - inclusive, os de jornalismo.

PRINCIPAIS LIVROS | Felipe PENA

- PENA, Felipe. **Crônicas do Golpe**. Rio de Janeiro: Record, 2017.
- PENA, Felipe. **Meus fracassos na TV**. São Paulo: Primavera Editorial, 2015.
- PENA, Felipe. **No jornalismo não há fibrose**. Rio de Janeiro: Cassará, 2012.
- PENA, Felipe. **Geração Subzero: 20 autores congelados pela crítica, mas adorados pelos leitores**. Rio de Janeiro: Record, 2012.
- PENA, Felipe. **1000 perguntas: Teoria da Comunicação**. Rio de Janeiro: LTC, 2012.
- PENA, Felipe. **O Verso do Cartão de Embarque**. Rio de Janeiro: Record, 2011.
- PENA, Felipe. **Seu Adolpho: uma biografia em fractais de Adolpho Bloch, fundador da TV e da Revista Manchete**. Rio de Janeiro: Usina das Letras, 2010.
- PENA, Felipe. **Teoría del Periodismo**. Sevilha: CS Ediciones, 2006.
- PENA, Felipe. **Jornalismo Literário**. São Paulo: Contexto, 2006.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.
- PENA, Felipe. **Teoria da Biografia sem fim**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.
- PENA, Felipe. **Televisão e Sociedade**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2002.



JORNALISMO E INTERESSE PÚBLICO: uma análise da *Agência Câmara Notícias* a partir da categorização de fatos

JOURNALISM AND PUBLIC INTEREST: an analysis of the Agency News Camera from the categorization of facts

Edgard PATRÍCIO¹
Leidyane VIANA²

Universidade Federal do Ceará | Brasil

Resumo

Este artigo objetiva avaliar o interesse público na produção noticiosa da *Agência Câmara Notícias*. Considerando a proposta editorial da Comunicação da Câmara, utilizamos como base teórica os estudos do interesse público no Jornalismo. Analisamos um corpus de 211 notícias, buscando visualizar o interesse público no tipo de fato relatado, de acordo com a classificação de Gomis (1991, 2002) em Resultados (acontecimentos que apresentam fatos consumados), Explosões (fatos inesperados com consequências drásticas), Deslocamentos (etapas ou fases de um acontecimento) e Aparições (eventos caracterizados pela manifestação oral). Concluímos que há um potencial de interesse público na *Agência Câmara*, contudo a prevalência de critérios institucionais impede que esse potencial seja mais elevado.

Palavras-chave

Jornalismo; Interesse público; Agência Câmara Notícias.

Abstract

This article aims to evaluate the public interest in news production of the Agency News Câmara. Considering the editorial proposal of the Communication of the Chamber, we use as theoretical basis the studies of the public interest in Journalism. We analyzed a corpus of 211 news articles, seeking to visualize the public interest in the type of fact reported, according to the classification of Gomis (1991, 2002) in Results (events that present consummate facts), Explosions (unexpected facts with drastic consequences), Dislocations (stages or phases of an event) and Apparitions (events characterized by oral manifestation). We conclude that there is a potential of public interest in the Câmara Agency, but the prevalence of institutional criteria prevents this potential from being higher.

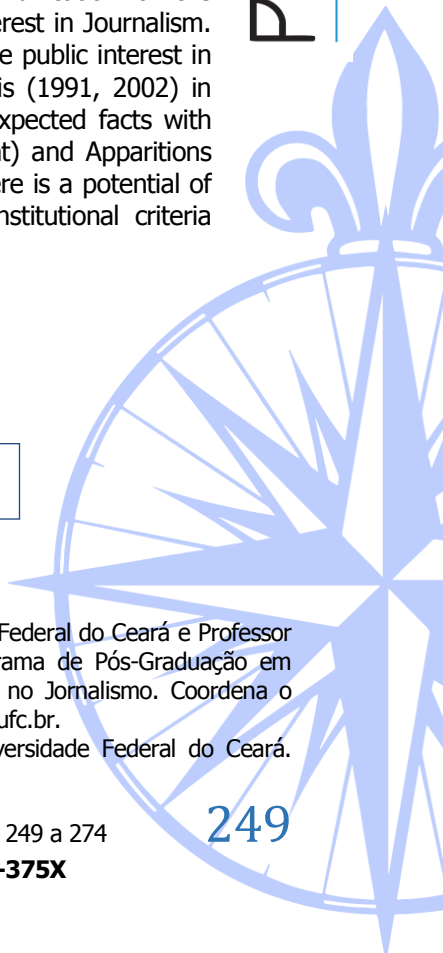
Keywords

Journalism; Public interest; Agência Câmara News.

RECEBIDO EM 10 DE AGOSTO DE 2018
ACEITO EM 20 DE OUTUBRO DE 2018

¹ JORNALISTA. Doutor e mestre em Educação Brasileira pela Universidade Federal do Ceará e Professor Adjunto do Curso de Jornalismo/Instituto de Cultura e Arte e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC. Membro do grupo de pesquisa PraxisJor - Práxis no Jornalismo. Coordena o Programa de Extensão Comunicação e Políticas Públicas. Contato: edgard@ufc.br.

² JORNALISTA e Revisora de Texto. Mestra em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará. Contato: leidyane.viana@gmail.com.



Introdução

Num contexto de perda de credibilidade das instituições, especialmente do Legislativo – a confiança no Congresso Nacional do Brasil era de 22% em 2015, só perdendo para os partidos políticos (IBOPE, 2015) –, da exigência dos cidadãos por transparência e da incapacidade da imprensa em atender às demandas da democracia, surgem veículos de comunicação ligados ao Estado que se apresentam como peças para suprir as deficiências da mídia e para fornecer informações voltadas para o interesse público de que os cidadãos precisam. As mídias legislativas, como as da Câmara dos Deputados,³ enquadram-se nesta categoria, e seu papel no acompanhamento dos mandatos parlamentares e no estímulo à cidadania é ressaltado por alguns autores (BARROS, BERNARDES e LEMOS, 2008; BERNARDES, 2010; JARDIM, 2007; QUEIROZ, 2007; SANT’ANNA, 2009).

Para além do papel a ser cumprido pelas instituições jornalísticas privadas, sob concessão pública ou não, portanto, a Câmara dos Deputados possui um sistema de comunicação – composto por uma TV, uma rádio e uma agência *online* (a *Agência Câmara Notícias*) – que se propõe, segundo o seu Manual de Redação, a fomentar o debate público e o exercício da cidadania, por meio do fornecimento de notícias objetivas, isentas e apartidárias, cujo critério de noticiabilidade seja o interesse público. Tal escopo objetiva, por fim, atender ao pleno direito à informação do cidadão e contribuir para o aperfeiçoamento da democracia (MALVAZI, 2004). Se nesses veículos não há o confronto com a lógica do mercado, em virtude de serem financiados com recursos públicos, ocorre, por sua vez, um conflito entre duas lógicas distintas, a do campo do Jornalismo e a do campo da Política, o que se torna problemático em virtude da subordinação hierárquica dos jornalistas aos deputados (BERNARDES, 2010, 2011; BERNARDES; MACEDO, 2014).

Bernardes (2010, 2011) defende que a diversidade de forças na Câmara, pela presença de 513 deputados com matizes ideológicos diversos, e a luta dos jornalistas por autonomia permitem que objetivos relacionados ao interesse público sejam alcançados. Contudo, no ano de 2015, a pressão do meio político pode ter-se ampliado, depois que uma mudança no

³ No Brasil, como explicam Paulo e Alexandrino (2009), o Poder Legislativo federal é bicameral, ou seja, é composto por duas Câmaras: Câmara dos Deputados e Senado Federal. Enquanto este último é formado por representantes dos estados e do Distrito Federal, de forma paritária (três senadores para cada um deles), a primeira é constituída por representantes do povo, de modo proporcional à população dos estados (PAULO e ALEXANDRINO, 2009).

regimento da Câmara, proposta pelo então presidente Eduardo Cunha e aprovada pelo plenário da Câmara, passou a permitir a nomeação de deputados para o comando da Secretaria de Comunicação (Secom).⁴

O nosso foco é analisar a informação política produzida e publicada pela *Agência Câmara Notícias*. Ressaltamos que o nosso objeto de estudo está marcado pela ambiguidade entre Jornalismo e Comunicação institucional. Contudo o discurso institucional dos agentes vinculados à Secom da Câmara aponta para a defesa de uma prática jornalística por seus veículos. Portanto, este artigo está orientado pelo viés jornalístico. Nossa discussão se orienta no intuito de identificar o potencial de interesse público nas notícias da *Agência Câmara*.

É importante ressaltar que não encontramos na literatura propostas de avaliação do cumprimento do interesse público por notícias, com a sugestão de índices ou critérios de medida. Reconhecemos, ademais, como ressalta McQuail (2012), a incerteza e ambiguidade que envolvem o trabalho de avaliar a atuação da mídia no interesse público, “principalmente porque a ‘sociedade’, em nome de quem a avaliação é conduzida, é provavelmente a parte que menos fala por si própria com uma única voz identificável” (p. 25). Desse modo, como dizer que isto ou aquilo seja do interesse público por ser do interesse da sociedade? Aliás, o interesse público pode ser resumido como sendo o interesse da sociedade?

A Agência Câmara Notícias

A Agência foi criada para dar mais visibilidade às atividades legislativas, divulgando, em tempo real, informações sobre votações em plenário, audiências públicas no âmbito das Comissões, reuniões de bancadas parlamentares, entre outras atividades, explica Bernardes (2010). Além da cobertura jornalística em tempo real, a Agência oferece informações sobre a pauta de votações do dia, o resumo da pauta de votações da semana, notícias consolidadas sobre cada fato noticiado em tempo real, reportagens especiais que abordam todas as propostas em tramitação sobre grandes temas (BERNARDES, 2010, p. 33).

A Agência de notícias está hospedada no portal da Câmara dos Deputados – no endereço <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/> – e divide seu conteúdo em 21 Temas. Cinco destes ficam em destaque, visíveis no menu horizontal: Administração Pública, Direito e Justiça, Política,

⁴ Para mais informações, ver: <<http://goo.gl/G9AvuQ>> e <<http://goo.gl/dc9aIu>>. Acesso em 03 mai. 2015.

Segurança e Trabalho e Previdência. E todas as opções, inclusive as que dissemos antes, surgem quando se posiciona o cursor sobre o botão “Todos”, dispostas em ordem alfabética: Administração Pública; Agropecuária; Assistência Social; Cidades; Ciência e Tecnologia; Comunicação; Consumidor; Direito e Justiça; Direitos Humanos; Economia; Educação e Cultura; Esportes; Indústria e Comércio; Institucional; Meio Ambiente; Política; Relações Exteriores; Saúde; Segurança; Trabalho e Previdência; Transporte e Trânsito; e Turismo. Ressaltamos a presença nesta lista da opção Institucional, remetendo para a página de Comunicação Institucional, onde constam “notícias institucionais”.

O Manual de Redação da Casa faz uma distinção na atuação dos quatro veículos da Câmara, que resultariam em diferenças de conteúdo: enquanto as emissoras de Rádio e TV têm como destinatários diretamente o grande público, isto é, os cidadãos, o Jornal e a Agência, principalmente esta, têm como público-alvo outros órgãos da imprensa, atuando como fontes de outros veículos. Assim sendo, as emissoras de Rádio e TV “devem desfrutar de maior liberdade estilística e nas respectivas linhas editoriais”, pois estas devem preocupar-se com a preservação e a conquista de ouvintes e telespectadores (MALAVAZI, 2004, p. 20). Por sua vez:

[...] o Jornal e, principalmente, a Agência são fonte de informações emanadas da Câmara dos Deputados e, por isso, têm como principal missão divulgar extensiva e intensivamente, as atividades legislativas da Casa – especialmente aquelas que, historicamente, pouca atenção vêm merecendo da imprensa dita ‘de mercado’, sobretudo os trabalhos das comissões técnicas (MALAVAZI, 2004, p. 20).

Ressaltamos, contudo, que a Agência, por ter o suporte digital, tem a vantagem de constituir a memória da Câmara, podendo exibir conteúdos que revelam a história do processo legislativo, com um caráter informativo inigualável pelos outros veículos. Exatamente por fazer uso da mídia digital, que permite ao público escolher os conteúdos que pretende acessar, a Agência é o veículo com o caráter mais informativo de todos da Câmara (BERNARDES, 2010, p. 180).

Em entrevista mais recente com as editoras-chefes da Agência, contudo, fica claro, que, na prática, o cidadão é visto como público das suas informações: “o objetivo da Agência é levar informação de qualidade sobre os trabalhos da Câmara para o cidadão”,⁵ visando a dar transparência ao que

⁵ Entrevistas realizadas por e-mail com o diretor e as editoras-chefes da Agência Câmara, em 14/10/2015, 23/12/2015 e 02/06/2016, respectivamente.

acontece na Casa. Quando um cidadão tem o interesse e a iniciativa de buscar informações sobre um deputado específico ou sobre uma proposta em análise na Câmara, por exemplo, é ao portal que ele vai se direcionar, acabando, assim, por deparar-se com notícias produzidas pela Agência, e podendo optar pelo seu consumo.

A partir disso, podemos dizer que são três as funções da *Agência Câmara*: (1) promover a transparência das atividades realizadas na Câmara dos Deputados; (2) fornecer informações de interesse público aos cidadãos; (3) alimentar a imprensa de fatos com valor jornalístico ocorridos ou a ocorrer na Câmara.

Segundo dados coletados no primeiro semestre de 2016, com o então diretor da Imprensa Escrita, João Pitella Júnior,⁶ a *Agência Câmara* trabalha num sistema de cobertura integrada/compartilhada com a *Rádio Câmara*: são 13 repórteres trabalhando para os dois veículos (mas esse número pode variar em função de integração também com a TV). Além disso, a Agência conta com 03 produtores e 09 editores. Um dos editores é o próprio diretor; e outras duas são as editoras-chefes (Luciana Couto e Mônica Nunes). Não há divisão em núcleos ou editorias, ou seja, todos os repórteres e editores ficam disponíveis para qualquer tipo de cobertura.

Apesar da indicação de que a pauta é definida a partir do interesse público, percebe-se que este não é diferenciado da noção de interesse do público: uma das editoras afirma, por exemplo, que os critérios são “decididos no dia-a-dia, levando em conta o número de repórteres e os assuntos que estão na pauta. O plenário é sempre prioridade. As CPIs também têm bastante interesse do público. E audiências de temas relacionados a projetos de grande interesse da sociedade”.⁷ Tal imprecisão conceitual também é percebida na fala de Sérgio Chacon: “[...] a gente prioriza as matérias que vão ter maior interesse público, popular, e que, portanto, você veiculando essas matérias, você vai ter maior audiência nos veículos de comunicação da Casa”.⁸ Ou seja, usa-se “interesse do público” por “interesse público” indistintamente.

Em relação à escolha das fontes, segundo as editoras-chefes, adota-se a seguinte regra: ouvir os parlamentares envolvidos no assunto (autores dos projetos, relatores, deputados que participam da discussão), e, em caso de “repercussão”, ouvir os dois lados, os quais seriam, segundo elas, o

⁶ *Op. cit.*

⁷ *Op. cit.*

⁸ Entrevista à pesquisadora, em 14/12/2015, via *Skype*.

governo e a oposição. Em outros casos, os dois lados também podem ser buscados quanto ao posicionamento divergente sobre o assunto. Ademais, ressaltam que a participação de fontes externas não é prática comum nas matérias da Agência, pois, como o material é originário principalmente dos eventos realizados na Câmara. Vê-se, assim, que os profissionais buscam se guiar por procedimentos comuns da prática jornalística, contudo ficam limitados aos “muros” da Câmara. Até que ponto é possível realizar o interesse público com tal restrição?

Interesse público e Jornalismo

A ligação do Jornalismo ao interesse público deve-se à conexão do Jornalismo à democracia, ao papel que aquele assume nesta. McQuail (2012) verifica tal fato para a mídia de forma geral:

A existência de algum tipo e de um certo grau de interesse público na operação da mídia de massa já foi clara e amplamente aceita, e isso tem muito a ver com o surgimento da democracia e de uma “esfera pública”, na qual opiniões são formadas e expressas por cidadãos com base no conhecimento comum e em valores largamente promovidos (p. 19).

Segundo Silva (2002), “A publicidade (no sentido de visibilidade) dos fatos de interesse público é condição *sine qua non* para a existência de um contexto de democracia e manifestação do pensamento” (p. 59, grifo do autor). Haveria, assim, um valor de interesse público ligado aos fatos. Mas o que seria o referido “interesse público” no qual os atores sociais do Jornalismo dizem se basear? E o que seriam fatos de interesse público? Faria (2012) destaca o fato de a credibilidade e a força da imprensa estarem enraizadas, entre outros valores, no conceito de interesse público.

Christofoletti e Triches (2014) mostram que o conceito de interesse público é largamente apontado como princípio nos códigos de ética de jornalistas de várias partes do mundo, sem que haja uma definição consensual sobre o termo. Apesar da imprecisão, salientam que tal noção ganhou as vezes de “princípio fundamental”, sendo utilizado para ferir até mesmo princípios consolidados no âmbito do direito internacional, como a presunção de inocência e a privacidade.

[...] o “interesse público” é um valor que dilata os limites autoimpostos pelos jornalistas, permitindo frestas perigosas, já que o conceito carece de definição mais nítida e universalmente aceita. Tudo ou quase tudo pode ser feito em nome dele. Entretanto, o que

chama a atenção é que pouquíssimos códigos determinam o que vem a ser “interesse público”, dando margem para um grau imenso de subjetividade no julgamento de ações (p. 501).

Segundo Helds (1970, apud MCQUAIL, 2012), há três principais variantes de teorias de interesse público: (1) a teoria da preponderância, que acredita que o interesse público é definido de maneira majoritária, ou seja, de acordo com a escolha da maioria; (2) a teoria do interesse comum, que se refere a casos em que se acredita que os interesses são comuns a todos os membros da sociedade; (3) a teoria unitária, que se baseia na ideia de que há um esquema de valores em que o que é válido para um é válido para todos. Para McQuail, quando se pensa na “comunicação pública”, as abordagens majoritária e unitária podem ser descartadas: a primeira não dá conta de questões de longo prazo, de natureza técnica ou que digam respeito à minoria, enquanto a segunda apresenta frequentemente uma natureza autoritária, paternalista ou ideologicamente contestável. Resta, assim, a variante que aponta para um “interesse comum”.

Tal definição, contudo, mostra-se bastante abrangente, não podendo ser tomada ao pé da letra. Transplantada para o Jornalismo, por exemplo, poderíamos questionar que tipo de pauta/matéria/assunto diria respeito a toda a coletividade? Precisamos considerar que as notícias também são elaboradas, e assim precisam ser, com base no interesse de parcelas da sociedade. Por exemplo, informações acerca da declaração de imposto de renda, em 2016, interessavam de maneira direta a 28 milhões de pessoas,⁹ ou cerca de 15% da população brasileira. Deixariam as notícias sobre esse assunto de ter relevância social, ou, como é o caso, interesse público? Avaliamos, então, que esse conceito precisa ser apropriado sob a percepção do Jornalismo.

Vidal (2009) relaciona o conceito de interesse público com a cidadania:

[...] pode-se conceituar a notícia de Interesse público como aquela que contribua para o desenvolvimento intelectual, moral e físico do cidadão, com informações que possibilitem ao leitor refletir e tomar decisões em relação ao governo, à saúde, à segurança, à educação, ao trabalho, enfim, exercer a cidadania. Em suma, a notícia de interesse público tem agregado ao seu valor-notícia um valor de cidadania. É o valor que possibilita ao cidadão ter integração e

⁹ Ver em: <<http://g1.globo.com/economia/imposto-de-renda/2016/noticia/2016/04/faltando-1-dia-para-o-prazo-final-mais-de-6-milhoes-ainda-nao-declararam-ir.html>> Acesso em: 15 maio 2016.

participação na vida em sociedade (p. 85).

Nesta definição, Vidal (2009) dá exemplos de assuntos que possuem interesse público: governo, saúde, segurança etc. Contudo, a autora deixa entrever que, para que uma notícia sobre esses assuntos seja de interesse público, ela precisa cumprir um requisito: contribuir para o desenvolvimento intelectual dos cidadãos. Percebemos, então, a existência de um valor de interesse público associado ao conteúdo ou à qualidade informativa de uma notícia.

Em que medida os valores de interesse público têm a chance de prevalecer na imprensa diante da sua realidade ambígua e contraditória? Para Kovach e Rosenstiel (2004), o primeiro e o segundo elementos essenciais do Jornalismo, respectivamente, são o compromisso com a verdade e a lealdade com os cidadãos, os quais assegurariam o atendimento ao interesse público e, ademais, garantiriam o próprio sucesso comercial de uma empresa jornalística. O atendimento ao interesse público só pode ocorrer, entretanto, com independência editorial, como ressalta Bucci (2008a), ou seja, desde que haja “autonomia para apurar, investigar, editar e difundir toda informação que seja de interesse público, o interesse do cidadão, e não permitir que nenhum outro interesse prejudique essa missão” (p. 56). Com relação a esse aspecto, a *Agência Câmara* sofre sérias restrições.

Compreendemos, então, que o interesse público das/nas notícias pode ser visto sob diferentes ângulos e níveis. Para este artigo, vamos considerar que uma dada informação pode possuir interesse público pelo evento de que trata. Desse modo, vamos considerar que um parâmetro pode ajudar a mensurar o interesse público nas notícias de um meio: o tipo de fato relatado.

O importante e o interessante no Jornalismo

Nas redações jornalísticas, ressalta Gomis (2002), não existe muito tempo para análises minuciosas acerca da noticiabilidade dos fatos. Por conta disso, dois adjetivos resumem o caráter das notícias e são utilizados para decisões rápidas: o importante, ou o que todos devemos saber, e o interessante, aquilo que é agradável conhecer. Segundo definição de Héctor Borrat, citada pelo autor, o interesse jornalístico relaciona-se à capacidade de suscitar comentários, e a importância histórica refere-se à capacidade de provocar novos fatos, ou seja, de gerar consequências. Para o autor, os dois cobrem todo o campo de valores-notícia. Apesar de ele não se utilizar dos

termos interesse público e interesse do público, vemos que as ideias evocadas por importante e interessante aproximam-se, respectivamente, daqueles: “Se comunicamos um fato que é importante, prestamos um serviço à comunidade. Se imprimimos algo que é interessante e que, com efeito, interessará ao leitor, venderemos mais jornais ou, no caso dos meios audiovisuais, atrairemos mais audiência” (GOMIS, 2002, p. 226).

Gomis (1991), entendendo notícia como a definição jornalística de um fato, preocupa-se com a seguinte indagação: “O que é mais notícia e por quê?”. Mesmo reconhecendo a importância de se averiguar as características que um fato deve ter para se tornar notícia e os traços que possuem os fatos que os meios selecionam e vendem como notícia, para ele, a questão decisiva não é saber o que é notícia, mas averiguar o que é mais notícia. O autor argumenta, então, que “um fato é mais notícia que outro na medida em que dele derivam mais fatos que sejam notícia do que de outro que com ele se compara” (p. 95, tradução nossa), mas também “o que é mais notícia provoca mais comentários” (p. 102, tradução nossa), ou seja, há uma combinação da expectativa de consequências e de comentários na seleção do fato noticiado.

Desse modo, ele defende que “a noticiabilidade, isto é, a capacidade que um fato tem de ser transformado em notícia, pode medir-se por sua repercussão, seja no próprio meio, seja nos concorrentes” (GOMIS, 2002: p. 230). Repercussão, segundo o autor, é definida como toda referência a uma notícia anterior, seja um novo fato que se produziu como consequência do anterior ou um comentário referido ao fato. Para ele, os veículos não consideram apenas o critério “comercial” (dar o que o público quer), pois não levam em conta somente o “interesse” de um fato, mas também a sua “importância”, o que vai depender do tipo de veículo. Os sensacionalistas valorizam principalmente, senão unicamente, a expectativa de comentários, ou seja, o interessante, enquanto em periódicos mais sérios, esta lógica se inverte.

Gomis (2002) enumera mais alguns elementos para distinguir o importante do interessante. Segundo ele, “o importante, o que terá consequências, o que permanecerá na história, escasseia. O interessante, o que fará o povo falar, o que provocará comentários que formarão a realidade, abunda” (p. 231). Como exemplo do primeiro, ele cita notícias sobre as eleições gerais, que ocorrem de anos em anos e cujos resultados afetam a vida de todos; do segundo, ele fala de declarações do Chefe do Governo, que podem acontecer dia a dia, mesmo sem gerar consequências

reais para o país. Ademais, “as notícias importantes são fatos reais, de gestação trabalhosa. As interessantes podem ser pseudoeventos e produzir-se com facilidade” (p. 231). Ele ressalta que o importante e o interessante se combinam nos noticiários, além de que “o importante e o interessante se conjugam e se alternam em uma mesma ação” (p. 232).

Gomis (1991, 2002) distingue alguns traços ou modelos que se manifestam nos fatos noticiosos ou que tornam jornalístico ou noticioso um fato. Segundo o autor, “em todo fato noticioso ocorrem traços que explicam que se tenha convertido em notícia, tenha sido captado com rapidez pelos meios, atraia o interesse do público e possa repercutir em novos fatos” (GOMIS, 1991: p.115, tradução nossa). Ele reduz todas as características que fazem de um fato notícia a quatro traços: resultados, explosões, aparições e deslocamentos. De acordo com Gomis (1991), não se pretende com isso classificar o material noticioso, pois em um fato pode haver dois ou três desses traços e, com trabalho, pode-se identificar qual o dominante, mas explicar as características dos fatos difundidos como notícias e por que foram escolhidos como notícias.

O primeiro deles, o resultado, é o registro indiscutível que encerra, de maneira clara, um processo ou ação, são dados, fatos consumados, “notícias inatacáveis, como o esqueleto sólido e consistente da informação” (GOMIS, 1991: p. 116):

O ato de assinatura de acordos costuma ser um dos símbolos visuais que sublinham o resultado. Outro símbolo é o número, a cifra. Os resultados são os preços, as cotações, os índices, os escrutínios de votos e as sondagens, as estatísticas e até os placares esportivos, no caso das partidas de futebol, de basquete, de tênis... (GOMIS, 2002, p. 232).

O autor ressalta, porém, o fato de que, obviamente, nem todos os resultados têm a mesma importância ou a mesma dimensão: “O mais importante, diria eu, é o que corresponde à ordem do interesse geral, aquilo que um dia será história. A política é o âmbito fundamental desta classe de importância e por isso os meios a recolhem com tanto cuidado [...]” (GOMIS, 2002: p. 232). Os resultados de futebol, para o autor, ainda que suscitem comentários e despertem interesse, não podem ser classificados como interessantes. Eles são importantes porque são fatos que repercutem em novos fatos e descrevem a trajetória fundamental de um processo, um torneio, por exemplo, mesmo que seja em um âmbito muito restrito e que não faça parte do interesse geral.

Gomis (1991) destaca os governos como grandes fabricantes de resultados: são resultados as leis parlamentares; os decretos e ordens ministeriais; as sentenças e resoluções judiciais; as decisões políticas, como nomeações, separações e demissões. Estes eventos são marcados pela presença da “assinatura”, outro grande símbolo dos resultados, juntamente com o “número”. Para o autor, ademais, “as notícias importantes costumam ser resultados” (GOMIS, 2002: p. 232), e são estes que dão seriedade informativa aos meios. De modo inverso, talvez se possa também dizer que os resultados habitualmente geram notícias importantes.

Em segundo lugar, as explosões, que representam o contrário dos resultados, no sentido de serem o polo negativo da ação social. “São a alarmante irrupção de um fato inesperado e violento, destrutivo, no decorrer da vida cotidiana. Pode ser importante, como um magnicídio, um grande atentado terrorista, a erupção de um vulcão ou um terremoto” (GOMIS, 2002: p. 233). O autor fala que as explosões podem ser importantes, ou seja, não necessariamente o serão. É o caso dos assuntos policiais ou outros tratados pela imprensa sensacionalista: “Um crime passional não recebe um vistoso tratamento nos meios por sua importância, mas por seu interesse mórbido. Muitos o comentarão, mas não terá maiores repercussões na vida social nem passará para a história” (p. 233). Para Gomis (2002) “Se estes dois aspectos ou modelos estão presentes na esfera do importante, os outros dois estão presentes, sobretudo, na ordem do interessante” (p. 233).

As aparições referem-se “às presenças eloquentes e, geralmente, públicas de personagens conhecidos que dizem algo curioso ou significativo. É o comentário convertido em notícia, a palavra considerada como fato: declarações, discursos, conferências, respostas ocasionais, frases intencionadas” (GOMIS, 2002: p. 233). Para o autor, frequentemente, são pseudoeventos, e, nas editoriais de Política, representam as opiniões que “competem com os fatos” (BEZUNARTEA, 1996, apud GOMIS, 2002: p. 233). Para Gomis (1991), “A aparição é geralmente jornalismo barato, e mesmo gratuito, com o qual se obtém um bom rendimento – faz as pessoas falarem – com um investimento bem reduzido” (p. 125).

Por sua vez, os deslocamentos, segundo o autor, são o equivalente social e coletivo das aparições, sendo mobilizações mais amplas.

São indicações significativas, representações de trajetórias, movimentos e agrupações, concentrações, mudanças de lugar, reuniões de pessoas, alterações de grupos ou costumes e habitualmente coincidem com as aparições com as quais se

completam. Os deslocamentos são as visitas ou reuniões de chefes de Estado ou de Governo, as manifestações e greves, os congressos científicos ou literários e até podem ser considerados deslocamentos os roubos, seqüestros e detenções (GOMIS, 2002, p. 234).

Esse aspecto pode estar presente em atos importantes, mas, geralmente, representa uma maneira de chamar a atenção para um problema ou um grupo social. Assim sendo, pode ter consequência (característica dos fatos importantes), mas, mais comumente, provoca comentários (atributo dos fatos interessantes). Ou seja, os deslocamentos tendem mais para o interessante do que para o importante. Ademais, “os deslocamentos oferecem inúmeras aparições, sendo também geradores de pseudo-eventos”, destaca Moraes (2011).

Desse modo, entendemos o seguinte: os resultados e as explosões, vistos numa escala, costumam ser fatos mais importantes do que as aparições e os deslocamentos. Contudo, entendemos ser preciso considerar o assunto ou o conteúdo a que se referem. Por exemplo, se compararmos o interesse público contido nas declarações de um parlamentar acerca do andamento de um projeto de lei, o que pode ser tomado como aparição ou deslocamento, com o contido no resultado de uma partida de futebol, é difícil dizer que o segundo é mais importante que o primeiro. Assim, é preciso considerar não só os traços constantes dos fatos, mas, além disso, o assunto e o conteúdo a que se referem. Acreditamos que essa ponderação não é necessária para nossa análise em virtude de as notícias desta estarem todas centradas no universo da Política.

Gomis (2002) aponta que, no conteúdo da informação, os resultados e as explosões costumam ser mais escassos do que as aparições e os deslocamentos. O autor lança mais uma diferenciação entre o importante e o interessante:

A presença do importante cumpre uma função: comunicar diariamente ao cidadão as informações que deve conhecer para estar a par do desenvolvimento dos assuntos públicos e, eventualmente, poder participar nos processos sociais. [...] O interessante, por outra parte, fornece o material da conversação diária, permite a todos comunicar suas idéias, suas impressões, seus critérios e dados sobre os mais variados assuntos (GOMIS, 2002, p. 235).

Apesar de os meios terem aumentado a oferta de informações, analisa o autor, a oferta de temas importantes é menos flexível. Isto se dá porque “tudo que é importante tende a exigir tempo, cuidado, revisões e

experimentos” (GOMIS, 2002, p. 236), como ocorre na política, onde os resultados escasseiam:

As leis têm seus trâmites e processos largos e lentos; a Justiça tarda anos até apresentar resultados, ou seja, em ditar sentença. Os governos se reúnem, é verdade, uma vez por semana, mas nem sequer às próprias autoridades ou a seus porta-vozes, parece importante todos seus pronunciamentos, declarações ou decisões. O importante é, acima de tudo, difícil de explicar com clareza e tampouco os governos estão sempre tão interessados em explicar tudo com detalhes, temendo reações contrárias (GOMIS, 2002, p. 235).

Por conta disso, para o autor, os meios suprem a escassez de resultados com aparições e a falta de fatos com opiniões.

A impossibilidade de produzir mais fatos importantes se supre com novas doses de notícias curiosas, de anedotas interessantes, de declarações fáceis, de comentários repetidos e, às vezes, agonizantes. Os jornalistas lutam por manter o interesse e, entre tantos esforços, perde-se de vista o importante (GOMIS, 2002, p. 237).

Esta não parece ser a realidade apenas dos jornais comerciais. Acreditamos que ela pode ser verificada também nos veículos da Câmara. Em que medida, então, o importante, seguindo a visão desse autor, está presente na *Agência Câmara*? Fazemos essa pergunta exatamente com a intenção de questionar em que medida as notícias desse veículo se aproximam do interesse público, entendendo que o importante, pelas definições apresentadas, pode ser relacionado com o interesse público. Ressaltamos, contudo, que tal medida ocorre em termos de predominância, e não de exclusão. Isto é, notícias da Agência que apresentam resultados terão, pode-se supor, mais relevância do que aquelas que tragam apenas declarações (aparições). Assim, aquelas possuem mais interesse público do que estas. Com isto, ressalte-se, não estamos dizendo que as últimas não possuem interesse público, até porque elas também atendem ao princípio da transparência, na medida em que oferecem dados sobre a atuação ou o posicionamento de um parlamentar. Por conta disto, utilizaremos tal classificação de Gomis (1991, 2002) como elemento para a análise proposta neste trabalho. Chamamos, então, de primeiro valor de interesse público o tipo de fato trazido na notícia.

Tipo de fato e interesse público – a análise da produção da Agência Câmara Notícias

Estratégias metodológicas

Tendo em vista que a análise de conteúdo trabalha com “a materialidade linguística através das condições empíricas do texto” (CAREGNATO e MUTTI, 2006, p. 683), e que, ademais, permite analisar um grande volume de dados, resolvemos adotar esse método. A análise aqui desenvolvida baseia-se em, pelo menos, três procedimentos descritos por Bardin (1979): a categorização, a inferência e o tratamento informático dos dados, do modo explicado a seguir.

Com base na discussão teórica desenvolvida e nas perguntas de pesquisa que intentamos responder, a análise empírica será desenvolvida na identificação dos tipos de fatos ou tipos de eventos que predominam na cobertura dos dias selecionados: Resultados, Explosões, Aparições ou Deslocamentos (GOMIS, 1991, 2002). Tal análise segue classificação sugerida por Gomis (2002) para os tipos de fatos tratados pelo Jornalismo ou para os traços ou modelos dos fatos noticiosos, conforme vimos, e objetiva delinear um panorama das notícias da *Agência Câmara*, fornecendo-nos um primeiro dado acerca da sua importância ou relevância. Com a categorização das notícias em Resultados, Explosões, Deslocamentos ou Aparições, verificamos o fato noticiado em si, ou seja, de que evento trata a notícia. Os dados obtidos nesta fase permitem fazer inferências acerca da relevância dos próprios acontecimentos relatados ou da relevância de que sejam relatados. Assim, vamos considerar como:

– Resultado: acontecimentos que apresentam fatos consumados, com mais consequências/repercussões para a população ou para a vida política do país, como a aprovação de projetos e decisões diversas, ainda que estas exijam outras etapas.

– Explosões: fatos inesperados com consequências drásticas para o país ou para a população.

– Aparições: eventos caracterizados pela manifestação oral (opiniões, declarações, posicionamentos de deputados em debates diversos), que, como tais, geram mais comentários do que consequências.

– Deslocamentos: indicações significativas ou acontecimentos marcados por movimentos e agrupamentos, como reuniões ou a realização de audiências, que, comumente, provocam mais comentários do que consequências. São, ainda, eventos geradores de Aparições.

Como vimos, para Gomis (1991, 2002), as notícias importantes costumam ser Resultados, o que não exclui, obviamente, a possibilidade de

que possam também ser enquadrados nos outros tipos. Entendemos que o inverso também é verdadeiro: os Resultados costumam gerar notícias importantes. Compreendemos, ademais, que o importante pode ser relacionado com o interesse público, como vimos, ressaltando-se que tal medida ocorre em termos de predominância, e não de exclusão. Isto é, notícias da Agência que apresentam Resultados terão, hipoteticamente, mais relevância do que aquelas que tragam apenas Aparições ou Deslocamentos. Ou seja, a princípio, revelariam mais interesse público. Contudo, pensamos que, além de serem importantes, os Resultados são também interessantes, pelo menos para o conjunto de notícias relativo à Política aqui levantado. Ou seja, tais notícias podem ter um grau mais elevado de interesse público e, ao mesmo tempo, têm incorporadas também um valor de interesse do público, uma vez que deve interessar a um maior número de pessoas saber de matérias aprovadas (Resultado) do que de uma declaração (Aparição).

Não vamos, assim, classificar as notícias em importantes ou interessantes. Primeiro, por não acreditarmos que as Aparições e os Deslocamentos sejam mais interessantes dos que os Resultados e, caso ocorram, do que as Explosões; segundo, por não estarmos trabalhando a partir da dicotomia entre interesse público e interesse do público, ou entre importante e interessante, mas sim tendo em vista as interseções entre os dois. Em vez disso, então, vamos considerar uma escala hipotética em que os Resultados possuem mais interesse público do que as Explosões; estas, mais interesse público do que os Deslocamentos; e estes, mais interesse público do que as Aparições.

Corpus para análise

Selecionamos as notícias a serem analisadas em cinco dias aleatórios do ano de 2016, de modo a constituir uma semana artificial, como sugerido por Bauer (2000, apud HERSCOVITZ, 2010). As notícias são encontradas por meio de mecanismo de busca presente na parte superior da página da Agência, onde se vê "Buscar em Notícias". Após se clicar no botão de busca, abre-se uma página com ferramentas de busca avançada, que permite especificar a data ou o período desejado. Ao aplicarmos o filtro, mostram-se todas as notícias para esse dia ou período.

Fizemos a composição da amostra tomando-se meses alternados, a partir do mês de início de uma sessão legislativa, ou seja, fevereiro, e coletando um dia da semana de cada mês, do seguinte modo: a segunda-feira com mais notícias de fevereiro (15/02/2016); a terça com mais notícias

de abril (26/04/2016); a quarta com mais notícias de junho (01/06/2016); a quinta com mais notícias de agosto (25/08/2016); e a sexta com mais notícias de outubro (14/10/2016). A aleatoriedade visa a oferecer um elemento de objetividade na seleção do corpus, evitando direcionamentos ou vieses na escolha. Mesmo trabalhando com a aleatoriedade, outros fatores poderiam “direcionar” os resultados das análises. Por exemplo, projetos polêmicos, fatos envolvendo o presidente da Casa, situações extremas, que, a princípio, não teriam como ser abarcadas por essa aleatoriedade. Ainda assim, tal procedimento revela-se o mais seguro para se fugir desses vieses. Chegamos, então, a 211 notícias (Tabela 1).

Tabela 1 – Seleção de notícias

FEVEREIRO		ABRIL		JUNHO		AGOSTO		OUTUBRO	
SEGUNDAS		TERÇAS		QUARTAS		QUINTAS		SEXTAS	
01/02/2016	18	05/04/2016	49	01/06/2016	77	04/08/2016	18	07/10/2016	19
08/02/2016	0	12/04/2016	51	08/06/2016	60	11/08/2016	17	14/10/2016	30
15/02/2016	18	19/04/2016	31	15/06/2016	73	18/08/2016	11	21/10/2016	19
22/02/2016	10	26/04/2016	55	22/06/2016	48	25/08/2016	31	28/10/2016	0
29/02/2016	16			29/06/2016	40				

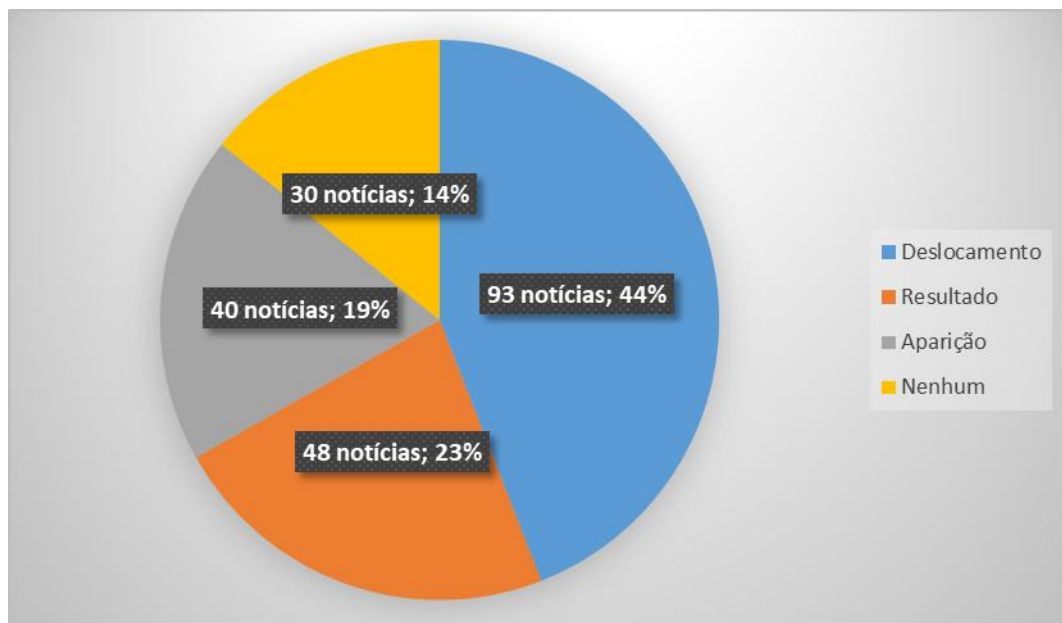
Fonte: Elaborada pelos autores.

Nessa análise, trabalhamos com as 211 notícias, somente a partir dos títulos. É importante enfatizar que não estamos igualando o interesse público ao interesse jornalístico. Se estamos tomando este como base para a análise, deve-se ao fato de o discurso dos próprios produtores do veículo que analisamos defenderem uma atuação pautada no Jornalismo. Ou seja, focamos no interesse público vinculado ao interesse jornalístico porque a produção da Agência é jornalística, segundo os próprios profissionais.

Análise empírica dos dados

Nesta parte da análise, fazemos um esforço no sentido de interpretar o que seriam fatos de interesse público. Vamos utilizar para tal a classificação de Gomis (1991, 2002) para os tipos de fatos: Resultados, Explosões, Aparições e Deslocamentos. Apresentamos, a seguir, os traços dominantes nas notícias analisadas. Das 211 notícias, analisadas a partir do título, temos:

Gráfico 1 – Traços dominantes nas 211 notícias analisadas.



Fonte: Elaborado pelos autores.

O perfil mostrado no gráfico acima revela um predomínio de notícias marcadas pelo traço Deslocamento, com 93 notícias ou 44% do total. Temos, por exemplo, notícias que tratam de agendamentos de debates ou reuniões, como “Conselho de Comunicação debate hoje migração das rádios AM para FM” e “Oposição reúne-se na terça para definir ações na retomada dos trabalhos”, em 15/02/16; que trazem informações sobre debates ocorrendo (tempo real), como “Desvinculação sobre contribuição social acirra debate em comissão”, em 01/06/2016, e “Debatedores reclamam de decreto sobre a transferência de terras para o Amapá”, em 25/08/16; notícias sobre votações ou sobre acordos, como “Plenário inicia Ordem do Dia para votar MP sobre Fundo de Garantia à Exportação” e “Líderes e STF fecham acordo para votação do reajuste do Judiciário nesta quarta”, em 26/04/16.

Ou seja, em todas essas notícias, o fato noticiado é um desenvolvimento, um ponto no percurso das diversas atividades legislativas ou que envolvam a Câmara ou seus membros. São notícias que tratam de indicações da situação, de trajetórias, de movimentos. É exatamente o tipo de fato narrado pelo Jornalismo para o caso de mostrar a evolução de uma história, fazer um acompanhamento do estágio de um fato.

Pensando-se na divisão de Gomis (1991, 2002), os Deslocamentos teriam menos interesse público que os Resultados e as Explosões e mais interesse público do que as Aparições. Se pensarmos em termos de consequências, efetivamente os Deslocamentos são fatos que, por si sós, não

trazem consequências, sendo assim, não geram tanta repercussão. É o caso das audiências públicas realizadas na Câmara para debate de temas polêmicos, que geralmente estão na “ordem do dia” das pautas midiáticas. Apesar da importância dos debates pela possibilidade de se ter acesso a vários pontos de vistas sobre os diversos temas, eles praticamente não são noticiados na imprensa comercial, como ressalta Bernardes (2010). A autora destaca que isso se deve justamente ao fato de as audiências não trazerem consequências para o país, uma vez que delas não saem decisões imediatas.

Esse é um caso exemplar de como o interesse público pode, por vezes, ser desconsiderado pela grande mídia. Se considerarmos como fundamental à realização do interesse público a formação do cidadão, no sentido de este ter acesso ao maior número possível de informações para compor uma opinião fundamentada sobre as questões públicas, as audiências são eventos que podem contribuir para realizar esse intento. Contudo, como discutimos anteriormente, há uma gama de fatores a ser considerada na hora de decidir o que vai virar notícia, e as audiências acabam sendo preteridas. Os Deslocamentos, ademais, são fundamentais para o acompanhamento dos cidadãos, uma vez que nesses são divulgadas informações acerca do que vai ocorrer e do que está ocorrendo, possibilitando a atuação cidadã na forma de pressão ou de cobrança de seus representantes.

O segundo tipo de fato mais frequente são os Resultados, que caracterizam 48 notícias (23%). Temos nesse leque de notícias: aprovações de matérias em comissões, que configuram um tipo de resultado intermediário, pois, algumas vezes, procede-se à votação em plenário, como “Comissão isenta cadeiras de rodas e aparelhos auditivos do Imposto de Importação”, em 15/02/16, e “Comissão aprova PEC sobre efetivação de servidores de empresas extintas”, em 01/06/2016; aprovações em plenário, como “Câmara aprova aumento salarial para ministros do STF” e “Aprovado reajuste para servidores de diversas carreiras do Executivo federal”, em 01/06/2016; sanções, como “Sancionada lei que facilita repressão ao tráfico de pessoas”, em 14/10/2016; e, único caso, análise de resultados de uma lei, em “Lei que facilita adoção de criança com deficiência completa 2 anos sem muitos resultados”, em 15/02/2016.

As notícias importantes, para Gomis (1991, 2002), costumam ser Resultados. Para os veículos comerciais, provavelmente, os resultados ocorridos na Câmara são os assuntos que mais ganham noticiabilidade, em especial as aprovações em plenário, o que ocorre em virtude das consequências daí geradas. Acreditamos que temas ou discussões em outras

fases ganham repercussão na imprensa, principalmente, quando um assunto apresenta uma combinação de interesse público com interesse do público.¹⁰

Os fatos com traço Aparição vêm em seguida aos com Resultado: são 40 notícias (19%). Aqui estão listadas notícias com declarações de grupos políticos ou de deputados, como “Líderes governistas querem prioridade para ajuste fiscal, CPMF e reforma da Previdência”, em 15/02/2016, e “Deputado critica PT por pressionar pela comissão do impeachment de Temer”, em 26/04/2016, declarações oriundas dos debates em audiências promovidos na Câmara, como “Professor de Direito diz que não há sentido em mudar marco legal do pré-sal”, em 26/04/2016, ou de depoimentos em CPIs, como “Depoente diz que entregou R\$ 4 milhões a funcionário de Eduardo Cunha”, em 26/04/2016.

As Aparições, para Gomis (1991, 2002) costumam ser interessantes, ou seja, geram mais comentários do que consequências. Existe um questionamento, como aponta o autor, acerca da substituição de fatos por falas na imprensa, em especial na cobertura de Política. Essa fórmula é usada, principalmente, em favor da polêmica, do conflito, formas narrativas utilizadas para chamar a atenção do público e para gerar interesse, o que explica por que esse traço tende mais para o lado do interesse do público do que para o interesse público.

A despeito dessa percepção, nos títulos da Agência com esse traço, não se percebe o intuito de gerar polêmica, especialmente porque predominam, nos dias analisados, declarações proferidas por convidados externos em audiências públicas, com opiniões ou dados acerca dos temas tratados, ou seja, informações mais técnicas. Tal constatação confirma o procedimento adotado pelos jornalistas da Câmara em dar destaque aos especialistas na cobertura desse tipo de evento, como apontam os profissionais entrevistados por Bernardes (2010).

Destaca-se, ademais, que não houve, nos dias analisados, nenhum fato com o traço Explosão, o que é natural em virtude de se tratar de casos mais incomuns, tendendo para o trágico. Por fim, ressaltamos que um número até considerável de notícias, 30 (14%), não apresentou nenhum dos traços apontados por Gomis (1991, 2002) entre as características que

¹⁰ A título de exemplo, ver três casos distintos: <<http://noticias.r7.com/brasil/projeto-que-previdenizacao-em-caso-de-traicao-tramita-no-congresso-nacional-20032016>>, <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/03/1864640-camara-discute-projetos-que-podem-mudar-politicas-de-direitos-das-mulheres.shtml>> e <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/03/1864008-idade-minima-de-65-anos-nao-pode-ser-retirada-de-jeito-nenhum-diz-relator.shtml>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

transformam os fatos em notícia. Colocamos nesse rol notícias abordando o conteúdo de projetos de lei, que não se referem a um fato específico, por exemplo “Projeto dispensa SUS de realizar licitações para adquirir hemoderivados”, em 15/02/2016, “Projeto prevê que 5% de carrinhos de compras em supermercados sejam cadeiras de rodas”, em 26/04/2016, “Grandes produtores de resíduos podem ser responsáveis pelo tratamento do lixo”, em 14/10/2016. Ou seja, são textos que abordam aspectos de projetos, mas não deixam claro em que situação se encontram, por isso, dizemos que eles não se referem a um fato. Pode, e deve, provavelmente, haver fatos subjacentes a esses projetos, contudo, não são dadas as referências para se tomar conhecimento deles.

De maneira mais simples, vemos que não existem traços de Resultado ou Explosão nem de Aparição nessas notícias. Sobra, então, o Deslocamento. Contudo, essas notícias não trazem o desenvolvimento ou a indicação de uma situação, nem uma trajetória. Remotamente, pode-se dizer que elas apresentam uma perspectiva. Na nossa visão, elas não se configuram como fato, pois não indicam nenhum acontecimento, como seria, por exemplo, em “projeto apresentado na Câmara prevê...”, cujo fato seria a apresentação do projeto, ou em “projeto em análise na Câmara...”, cujo fato seria a sua análise. Os títulos informam apenas do que trata determinado projeto, sem dados factuais. Seriam, por conta disso, os textos que mais se distanciam do caráter noticioso e talvez sejam a fórmula adotada para preencher a cobertura em dias em que há poucos ou nenhum evento ocorrendo na Câmara.

Essa interpretação é confirmada pelas informações passadas pelas editoras da Agência, segundo as quais, “[nos dias de pouco movimento], os repórteres fazem as matérias dos projetos apresentados ou aprovados nas comissões”.¹¹ Ou seja, além do caso das notícias sobre os projetos, essa prática ajuda a explicar o grande número de notícias com traço de Resultado nos dados analisados. Voltando-se a estes, constatamos que, das 48 notícias com esse traço, 31 ou 64,6% se referem a aprovações ou rejeições de matérias em comissões. Podem ser, assim, o tipo de texto produzido para preencher a pauta, sem a devida cobertura. Esses dois casos, portanto, representam também situações em que o critério institucional se mostra superior ao jornalístico, sendo o interesse público, dessa forma, menos considerado.

¹¹ Entrevistas realizadas por *e-mail* com o diretor e as editoras-chefes da Agência Câmara, em 14/10/2015, 23/12/2015 e 02/06/2016, respectivamente

Considerações finais

Podemos dizer, afinal, que os Resultados, de acordo com a escala de importância pensada a partir de Gomis (1991, 2002), possuem mais interesse público do que os Deslocamentos e as Aparições? No nosso entendimento, a resposta para essa questão precisa ser relativizada. Se o critério fundamental for o imediatismo das consequências geradas pelos fatos (ou até a maior possibilidade de geração de consequências), certamente, os Resultados possuem mais interesse público do que os demais, e, assim sendo, os veículos comerciais estariam certos na escolha do tipo de fato da Câmara que noticiam preferencialmente. Se, por outro lado, o fundamental for a formação da opinião, os Deslocamentos, principalmente, mas também as Aparições mostram-se mais relevantes. Por meio destes, são noticiadas as várias etapas dos processos de decisão e debatidos os diversos argumentos e pontos de vista envolvidos nas questões.

Se, por sua vez, considerarmos o controle do mandato pelos cidadãos, o que dizer? Para esse caso, parece-nos também que os Deslocamentos e as Aparições são mais importantes do que os Resultados, uma vez que, os fatos dos primeiros tipos fornecem informações antecipadas sobre aquilo que pode ser decidido, a respeito de prováveis consequências, possibilitando ao cidadão exercer uma cidadania mais ativa caso queira. Privilegiando-se, então, o consumo cidadão das notícias, no final das contas, somos levados a crer que os Deslocamentos e as Aparições possuem mais interesse público do que os Resultados, desde que as notícias sejam trabalhadas com foco na abordagem temática, em vez do destaque ao conflito ou à polêmica, ou seja, numa fórmula cujo fim seja a realização da transparência e a formação do cidadão. O grande número de temas noticiados num curto período de tempo, além da divulgação de textos sobre eventos ou sobre as aprovações nas comissões sem a devida cobertura, conforme relatos das editoras, levam-nos a crer que essa orientação também não seja adotada pela Agência.

A ênfase dada aos Resultados pelos meios de comunicação comerciais deve-se também a uma questão prática: a correria do dia a dia não permite que os indivíduos se dediquem a um sem número de informações que não trate de mudanças concretas na sua vida. Então, podemos dizer que tal opção dos veículos é uma demanda do seu próprio público, da natureza de consumo estabelecida. Já para a Agência, o foco não é uma relação de consumo comercial, mas sim questões atinentes às condições de vivência da cidadania na contemporaneidade e de existência da própria democracia, assuntos que ainda precisam ser bastante debatidos.

Se pensarmos que o maior interesse público em relação ao fato está relacionado ao acompanhamento do dia a dia da Câmara, considerando-se a realização da transparência dos atos de agentes públicos, um aspecto ligado ao factual pode ser avaliado nas notícias. Pensando nisto, percebemos, pelo menos, cinco graus de interesse público, que se relacionam ao nível de atualização ou de antecipação dos fatos nas notícias da Agência:

Tabela 2 – Graus de interesse público por tipos de notícia da Agência.

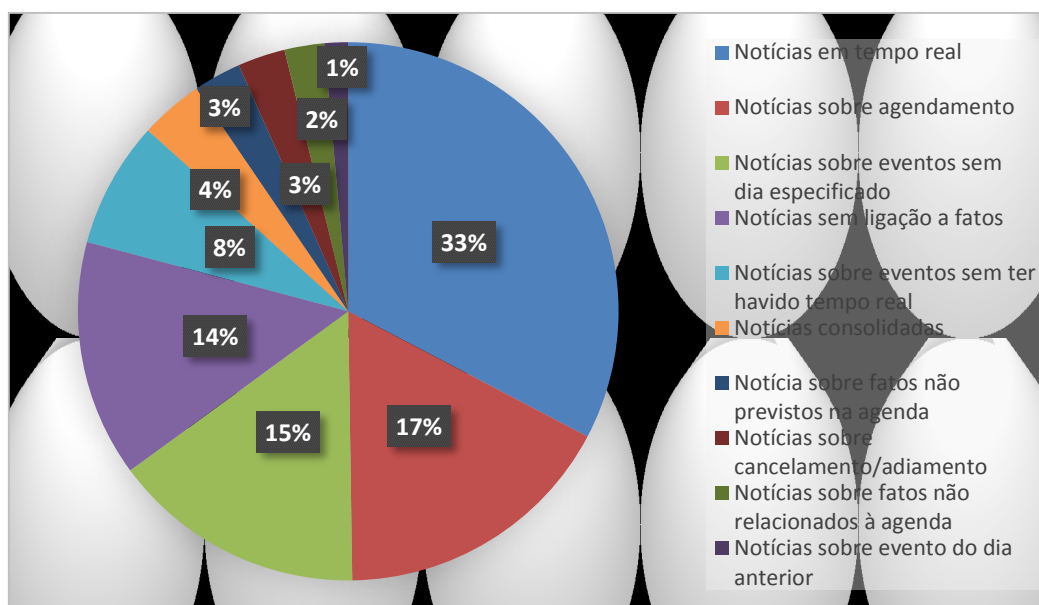
Grau de interesse público	Descrição	Tipos de notícia
Primeiro grau	Por trazerem uma previsibilidade das atividades ou um acompanhamento quase simultâneo.	1. Notícias sobre agendamento de eventos; 2. Notícias sobre cancelamento/adiamento; 3. Notícias em tempo real; 4. Notícias consolidadas.
Segundo grau	Por trazerem uma atualização de atividades decorridas na Câmara no mesmo dia, mesmo sem ter havido uma cobertura simultânea ou um agendamento.	1. Notícias sobre eventos sem ter havido cobertura em tempo real; 2. Notícias sobre fatos não relacionados à agenda da Câmara; 3. Notícias de fatos não previstos na agenda.
Terceiro grau	Pela defasagem em relação à ocorrência do fato.	1. Notícias sobre eventos de dia anterior (audiências).
Quarto grau	Pela falta de informação em relação a quando se deu o fato (grande defasagem da informação).	1. Notícia sobre evento sem dia especificado (aprovações em Comissões).
Quinto grau	Pela ausência de fatos.	1. Notícias sem ligação a fatos (conteúdo de projetos)

Fonte: Elaborada pelos autores.

É importante ressaltar que não pretendemos, com tal divisão, estabelecer uma escala fechada de medição do interesse público entre as notícias. Além disso, não queremos, ao considerar o factual como elemento de distinção, indicar que o maior interesse jornalístico determine o maior interesse público. Tal parametrização decorre da maior possibilidade de acompanhamento dos fatos que ocorrem na Câmara, o que se relaciona de maneira direta com o elemento factual. Seria, por essa perspectiva, então, um elemento jornalístico essencial para o próprio interesse público.

No geral, a ocorrência desses tipos de notícias foi distribuída como mostra o gráfico abaixo:

Gráfico 2 – Tipos de notícias na Agência.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Pelo gráfico, temos que 57% de notícias são do primeiro grau de interesse público: notícias sobre agendamento, sobre cancelamento/adiamento, em tempo real e consolidadas; 13% são do segundo grau de interesse público: notícias sobre eventos sem ter havido cobertura em tempo real, sobre eventos não relacionados à agenda e não previstos na agenda; 1% são do terceiro grau de interesse público: notícias sobre eventos do dia anterior; 15% são do quarto grau de interesse público: notícias sobre eventos sem dia especificado; e 14% seriam do quinto grau de interesse público: notícias sem ligação a fatos. Assim, considerando-se o fator acompanhamento das atividades legislativas pelos cidadãos, os dados mostram que uma parte mais elevada dos fatos (70%) possui alto grau de interesse público (primeiro ou segundo grau).

É importante observar ainda que os 15% de notícias do quarto grau se referem às notícias do tipo Resultado, segundo a classificação de Gomis (1991, 2002), que tratam de aprovações em comissões, que, de acordo com ressalva feita anteriormente, foram elaboradas sem a devida cobertura dos fatos, além de terem uma defasagem no tempo. Já as notícias do quinto grau são as mesmas que não apresentaram nenhum traço de fato, conforme a divisão de Gomis (1991, 2002). As notícias desses dois grupos são, além disso, as que se distanciam das características do formato jornalístico: a defasagem e a falta de referência temporal dos fatos nos permitem dizer

isso. Assim, as notícias que possuem menos interesse público são exatamente as matérias que podem ser vistas com maior caráter institucional.

Associando a classificação de Gomis (1991, 2002) com os tipos de notícias da Agência, temos: das 93 notícias com traço Deslocamento, 79,5% são do primeiro grau de interesse público, 18,5% do segundo grau; 1% do terceiro e 1% do quarto; das 48 notícias do tipo Resultado, 27% são do primeiro grau, 8,4% do segundo grau e 64,6% do quarto grau; das 40 notícias do tipo Aparição, 80% são do primeiro grau, 15% do segundo grau e 5% do terceiro grau; das 30 notícias com nenhum traço, 100% são do quinto grau de interesse público. Assim, os números mostram que as notícias do tipo Deslocamento e Aparição são as de maior interesse público na Agência.

Dessa forma, consideramos que a classificação dos traços dos fatos, proposta por Gomis (1991, 2002), foi útil para uma identificação inicial dos tipos de fatos relatados pela Agência, mas sem a correspondência entre Resultados/interesse público e Deslocamentos ou Aparições/interesse do público. É bom lembrar, no entanto, que tal utilização empírica não foi pensada pelo autor, mas proposta por esta pesquisa. Além disso, ele faz ressalvas com relação ao tipo de assunto de que tratam as notícias que contenham resultados, que teriam diferentes graus de importância com relação à temática. No nosso caso, então, deve-se considerar o fato de a temática ser somente política e de não se aplicar a dicotomia entre importante e interessante da forma pensada pelo autor. Por conta disso, então, foi preciso considerar o consumo cidadão das notícias e propor um novo agrupamento para avaliar o interesse público nas notícias.

Referências

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.
- BARROS, Antônio Teixeira de; BERNARDES, Cristiane Brum; LEMOS, Cláudia Regina Fonseca. As mídias legislativas e a redefinição da noticiabilidade política no Brasil. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 14, n. 1, p. 11-24, jan./jun. 2008.
- BERNARDES, Cristiane Brum. **Política, institucional ou pública? Uma reflexão sobre a mídia legislativa da Câmara dos deputados** – Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) e Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento (Cefor) da Câmara dos Deputados. Brasília, 2010.
- BERNARDES, Cristiane Brum. Visibilidade política e controle da produção jornalística nos veículos de comunicação da Câmara dos Deputados. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 6. Brasília, p. 151-182, jul./dez. 2011.

BERNARDES, Cristiane Brum; MACEDO, Sílvia Mugnatto. Mudanças nas rotinas de produção do Jornalismo da Câmara dos Deputados: o processo de integração das mídias legislativas. **Contemporânea: Comunicação e Cultura**, v. 12, n. 1. Salvador, p. 125-146, jan./abr. 2014.

BUCCI, Eugênio. **Sobre Ética e Imprensa**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008a.

BUCCI, Eugênio. **Em Brasília, 19 horas: a guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo Lula**. Rio de Janeiro: Record, 2008b.

CAREGNATO, R. C. A.; MUTTI, R. Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. **Texto & Contexto Enfermagem**. Florianópolis, v. 15 (4), out./dez., p. 679-684, 2006.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; TRICHES, Guilherme Longo. Interesse público no jornalismo: uma justificativa moral codificada. **Revista Famecos**, v. 21, n. 2, p. 484-503, 2014.

FARIA, Armando Medeiros. Imprensa e interesse público. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 174-179.

GOMIS, Lorenzo. Do importante ao interessante. Ensaio sobre critérios para a noticiabilidade no jornalismo. **Pauta Geral**. Revista de Jornalismo. Salvador: Calandra, Ano 9, n. 4, p. 225-258, 2002.

GOMIS, Lorenzo. **Teoria del periodismo**. Cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós, 1991.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Márcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010, p. 123-142.

IBOPE. **Índice de Confiança Social 2015**. Disponível em: <http://www.ibopeinteligencia.com/arquivos/antigos/ics_brasil.pdf>. Acesso em: 20 maio 2016.

JARDIM, Márcia de Almeida. **Antenas do Legislativo: os canais de televisão legislativos de Sarney a Severino**. Trabalho apresentado no II Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política. Belo Horizonte/MG, novembro, 2007.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do Jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. 2. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

MALAVAZI, Ademir (Org.). **Manual de Redação da Secretaria de Comunicação Social da Câmara dos Deputados**. Brasília: Câmara dos Deputados, Secretaria de Comunicação Social, 2004.

MCQUAIL, Denis. **Atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público**. Porto Alegre: Penso Editora, 2012.

MORAES, Bruno Sodré de. **Jornalismo Público: um olhar sobre o Repórter Brasil**. Disserta o – Programa de Pós-Gradua o da Faculdade de Comunica o da Universidade de Brasília (PPG/FAC/UnB). Brasília, 2011.

PAULO, Vicente; ALEXANDRINO, Marcelo. **Direito constitucional descomplicado**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2009.

QUEIROZ, Dulce. Jornalismo institucional nas TVs legislativas. **Os casos do Brasil e do México** – Dissertação – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Brasília, 2007.

SANT’ANNA, Francisco. **Mídia das fontes**: um nono ator no cenário jornalístico brasileiro. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2009.

SILVA, Luiz Martins da. Imprensa e cidadania: possibilidades e contradições. In: MOTTA, Luiz Gonzaga (Org.). **Imprensa e poder**. Brasília/São Paulo: Editora da UNB/Imprensa Oficial SP, 2002, p. 47-74.

VIDAL, Delcia M. M. **Imprensa, jornalismo e interesse público**: perspectivas de renovação – a notícia cidadã. 2009. 221f. Doutorado em Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade de Brasília. Brasília, 2009.

