

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**

Mayra Regina Coimbra

A disputa de sentidos sobre a imagem de Dilma Rousseff: as estratégias de construção da imagem da ex-presidente *versus* o enquadramento noticioso da Folha de S. Paulo no período do impeachment

**Juiz de Fora
2018**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**

Mayra Regina Coimbra

A disputa de sentidos sobre a imagem de Dilma Rousseff: as estratégias de construção da imagem da ex-presidente *versus* o enquadramento noticioso da Folha de S. Paulo no período do impeachment

**Juiz de Fora
2018**

Mayra Regina Coimbra

A disputa de sentidos sobre a imagem de Dilma Rousseff: As estratégias de construção de imagem da ex-presidente *versus* o enquadramento noticioso da Folha de S. Paulo no período do impeachment

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial a obtenção do grau de Mestre. Área de concentração: Comunicação e Sociedade

Orientador: Prof. Dr. Luiz Ademir de Oliveira

Juiz de Fora

2018

Mayra Regina Coimbra

A disputa de sentidos sobre a imagem de Dilma Rousseff: As estratégias de construção de imagem da ex-presidente versus o enquadramento noticioso da Folha de S. Paulo no período do impeachment

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial a obtenção do grau de Mestre. Área de concentração: Comunicação e Sociedade

Aprovada em 23 de fevereiro de 2018

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Luiz Ademir de Oliveira – Orientador
Universidade Federal de São João del Rei

Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal – Convidado
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof. Dr. Carla Montuori Fernandes – Convidada
Universidade Paulista

AGRADECIMENTOS

A Deus, por me dar saúde e forças para caminhar esta longa jornada e me acompanhar em cada passo.

A minha mãe Tânia pelo apoio, pela confiança e por todos os esforços que fez para que eu pudesse realizar o sonho de me dedicar a vida acadêmica. Obrigada por fazer o possível e o impossível para tornar meus sonhos reais, mesmo que precise abrir mão dos seus.

Ao meu pai Coimbra, pelo amor, pela compreensão e pelo apoio em todo o meu caminhar.

Ao meu irmão Eduardo, por sempre acreditar no meu esforço e me apoiar.

A minha avó Naná, por todo o incentivo, zelo e amor.

Ao meu namorado Nelliton, que esteve do meu lado durante esta etapa, me incentivou e soube me entender em cada momento. E principalmente por acreditar em mim.

A toda a minha família que sempre esteve ao meu lado.

Ao meu amigo e também orientador Prof. Dr. Luiz Ademir de Oliveira. Obrigada por me acompanhar desde sempre. Se hoje eu estou aqui, um dos motivos é você. Você me fez despertar o gosto pela pesquisa e pela academia. Você acreditou no meu potencial e me ajudou a dar os primeiros passos. Você é um exemplo para mim. Obrigada por me ensinar, apoiar, aconselhar. Sempre terei um carinho muito grande por você.

Ao Prof. Dr. Paulo Roberto, que sempre esteve presente durante esse processo. Sempre disposto a me ensinar, aconselhar, incentivar. Foi um prazer ter te conhecido e um prazer conhecer o ser humano maravilhoso que é. Você inspira aqueles que estão ao seu lado. Sua ajuda foi fundamental para a concretização deste trabalho.

A Prof. Dr^a. Carla Montuori pelo carinho, atenção e também pela disponibilidade em participar da minha banca e trazer contribuições.

A todos os professores e funcionários do PPGCOM-UFJF que sempre estiveram dispostos a oferecer o melhor que tinham, seja nas aulas ou nas conversas pessoais.

Aos amigos do mestrado, Vanilda, Cibele e Vinícius pela amizade ao longo desses anos. A força e o apoio de vocês foram fundamentais para que todo esse processo se tornasse mais leve.

Aos meus alunos do estágio docência que tanto me ensinaram e me mostraram o quanto a sala de aula é linda e revigorante.

Estendo os meus agradecimentos a todos que tornaram meus dias mais prazerosos, me incentivaram e acreditaram que eu seria capaz de concluir esta etapa. Esta conquista é nossa.

A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu, mas pensar o que ninguém ainda pensou sobre aquilo que todo mundo vê.

(Arthur Schopenhauer)

RESUMO

A partir da relação dialética entre o campo político e a instância midiática, a presente dissertação se propõe a discutir as relações de poder exercidas mutuamente por esses campos. A ideia é enfatizar a centralidade do espaço midiático sobre o campo da política e como esse campo se tornou arena central para as disputas políticas. A seguir, são retomadas a importância do campo midiático na construção de realidade social e as especificidades da política brasileira. A pesquisa desenvolve um estudo de caso sobre a construção imagética criada pela presidente Dilma Rousseff e o enquadramento midiático durante o processo do *impeachment* sob duas perspectivas: as declarações feitas oficialmente pela presidente e as matérias publicadas no jornal *Folha de S. Paulo*. Busca-se verificar quais foram as estratégias utilizadas por Dilma Rousseff para construir sua imagem diante de um momento de crise e, em contrapartida, qual enquadramento o jornal fez da imagem da presidente e de seu governo durante o mesmo período. Como *corpus* de análise, são analisados, primeiramente, os espaços institucionais, quando Dilma ainda estava em exercício e, em seguida, as suas publicações em rede social, quando estava afastada. A proposta é analisar quais artifícios ela mobilizou para fortalecer a sua imagem diante de um período conturbado. O segundo objeto analisado são as matérias publicadas pelo jornal *Folha de S. Paulo* durante o mesmo período. Procura-se verificar se a imprensa, por meio de sua cobertura, projetou uma imagem negativa, positiva ou neutra de Dilma Rousseff na posição de presidente investigada. Como estratégia metodológica, recorreu-se à Análise de Conteúdo de Bardin (1977). A partir dela, foi possível analisar separadamente os objetos e identificar os pontos de convergência e divergência na construção da imagem da presidente e de seu governo. Nota-se, portanto, que a presidente se articulou a partir de temas que lhe davam segurança, tais como: a construção da imagem de governo e a construção da imagem do País. Enquanto o jornal se articula de modo oposto, ele não menciona aspectos positivos do governo, nem mesmo detalha o processo de *impeachment*. Ele faz um recorte que sustenta a importância da ocorrência do processo tomando como recorte três aspectos: a crise econômica, a crise política e a corrupção.

Palavras-chave: *Impeachment*; Enquadramento; Folha de S. Paulo; Dilma Rousseff; Imagem política.

ABSTRACT

From the dialectic relationship between the political field and the media context, the present dissertation proposes to discuss the relations of power exercised mutually by these fields. The idea is to emphasize the centrality of the media space on the field of politics and how this field has become the central arena of political disputes. Next, the importance of the media field in the construction of social reality and the specificities of Brazilian politics is resumed. The research develops a case study on the imaginative construction created by President Dilma Rousseff and the media framework during the impeachment process from two perspectives: the statements made officially by the president and the articles published in the Folha de S. Paulo newspaper. It seeks to verify what strategies Dilma Rousseff used to construct her image in the face of a crisis and, in contrast, which framework the newspaper made of the image of the president and his government during the same period. As corpus of analysis are analyzed first the institutional spaces when, Dilma was still in exercise and then their publications in social network, when it was away. The proposal is to analyze what devices she has mobilized to strengthen her image in the face of a troubled period. The second object analyzed is the articles published by Folha de S. Paulo newspaper during the same period. It seeks to verify if the press, through its cover, projected a negative, positive or neutral image of Dilma Rousseff in the position of president investigated. As a methodological strategy, we used the Bardin Content Analysis (1977). It was possible to analyze the objects separately and identify the points of convergence and divergence in the construction of the image of the president and his government. It is noted, therefore, that the president was articulated from issues that gave him security, such as: building the image of government and building the image of the country. While the newspaper articulates itself in the opposite way, it does not mention positive aspects of the government, nor even details the process of impeachment. It makes a clipping that supports the importance of the occurrence of the process, taking as a cut three aspects: the economic crisis, the political crisis and corruption.

Keywords: Impeachment; Framing; Folha de S. Paulo; Dilma Rousseff; Political Image.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Representação gráfica dos temas acionados por Dilma Rousseff nos pronunciamentos políticos.....	159
Figura 2 - Representação gráfica dos temas mais explorados por Dilma Rousseff nos pronunciamentos políticos.....	161
Figura 3 - Representação gráfica do conteúdo das postagens publicadas na fanpage de Dilma Rousseff no facebook.....	176
Figura 4 - Representação gráfica do formato das postagens publicadas na fanpage de Dilma Rousseff no facebook.....	178
Figura 5 - Representação gráfica da valência dos títulos do jornal Folha de S. Paulo no período do Impeachment.....	193
Figura 6 - Representação gráfica da valência das matérias do jornal Folha de São Paulo no período do Impeachment.....	201
Figura 7 - Representação gráfica da valência das matérias de capa do jornal Folha de São Paulo no período do Impeachment.....	204
Figura 8 - Representação gráfica das editorias evidentes no período do Impeachment.....	206
Figura 9 - Representação gráfica dos gêneros jornalísticos utilizados no jornal Folha de São Paulo no período do Impeachment.....	210
Figura 10 - Representação gráfica dos temas mais acionados no jornal Folha de São Paulo no período do Impeachment.....	212

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Calendário do <i>Impeachment</i>	136
Quadro 2 - Acontecimentos políticos e relação de pronunciamentos.....	144
Quadro 3 - Pronunciamentos Políticos de Dilma Rousseff.....	145
Quadro 4 - Temas acionados por Dilma Rousseff nos pronunciamentos políticos.....	160
Quadro 5 - Temas mais evidentes nos pronunciamentos.....	160
Quadro 6 - Acontecimentos políticos e relação de postagens.....	170
Quadro 7 - Conteúdo das postagens.....	175
Quadro 8 - Formato das postagens.....	177
Quadro 9 - Fatos e Notícias.....	189
Quadro 10 - Títulos e Valência.....	192
Quadro 11 - Matérias e Valências.....	200
Quadro 12 - Matérias de Capa e Valência.....	203
Quadro 13 – Editorias.....	206
Quadro 14 – Gênero.....	210
Quadro 15 - Temáticas acionadas.....	211
Quadro 16 - Fontes.....	222
Quadro 17 - Personagens.....	223

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
2 A RELAÇÃO SIMBIÓTICA ENTRE O CAMPO DA POLÍTICA E A INSTÂNCIA COMUNICATIVA MIDIÁTICA.....	21
2.1 A MÍDIA COMO ARENA PÚBLICA PARA AS DISPUTAS POLÍTICAS	21
2.2 A DIMENSÃO ESPETACULAR DA POLÍTICA	36
2.3 A SOCIEDADE MEDIATIZADA: DO PODER DOS CAMPOS SOCIAIS AOS CIRCUITOS INFORMATIVOS E COMUNICACIONAIS.....	54
3 O PAPEL DA IMPRENSA NA CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS POLÍTICOS	61
3.1 A PERSPECTIVA CONSTRUCIONISTA E AS TEORIAS DO JORNALISMO	62
3.2 FRAME: UMA QUESTÃO DE ENQUADRAMENTO.....	84
4 CRISE DE REPRESENTAÇÃO POLÍTICA, PRESIDENCIALISMO DE COALIZÃO E O CONTEXTO POLÍTICO BRASILEIRO.....	91
4.1 CRISE DE REPRESENTAÇÃO	91
4.2 FUNCIONAMENTO DO REGIME POLÍTICO-INSTITUCIONAL BRASILEIRO: PRESIDENCIALISMO DE COALIZÃO	107
4.3 A CRISE INSTITUCIONAL E POLÍTICA BRASILEIRA: O <i>IMPEACHMENT</i> DE DILMA E SEUS DESDOBRAMENTOS	116
5 A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA EX-PRESIDENTE DILMA ROUSSEFF E O ENQUADRAMENTO NOTICIOSO DA MÍDIA.....	125
5.1 METODOLOGIA E <i>CORPUS</i> DE ANÁLISE.....	125
5.1.2 Pesquisa Documental.....	126
5.1.3 Análise de Conteúdo.....	128
5.2 O CONTEXTO POLÍTICO: DA QUEDA DOS ÍNDICES DE POPULARIDADE AO <i>IMPEACHMENT</i>	132
5.3 ANÁLISE DOS PRONUNCIAMENTOS POLÍTICOS DE DILMA ROUSSEFF	136
5.4 ANÁLISE DAS POSTAGENS NA <i>FANPAGE</i> DE DILMA ROUSSEFF	160
5.5 ANÁLISE DAS MATÉRIAS PUBLICADAS NA <i>FOLHA DE S. PAULO</i>	178
5.5.1 Uma análise dos títulos e valências.....	180
5.5.2 Uma análise das matérias publicadas pela <i>Folha de S. Paulo</i> e suas valências	183
5.5.3 Uma análise das matérias de capa e suas valências.....	191
5.5.4 Uma análise das editorias mais evidentes nas matérias analisadas.....	194
5.5.5 Uma análise dos gêneros mais evidentes nas matérias analisadas.....	196
5.5.6 Uma análise das temáticas mais acionadas.....	200
5.5.7 Uma análise das fontes.....	211

6 ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DE IMAGEM DE DILMA ROUSSEFF E DE SEU GOVERNO PELA FOLHA DE S. PAULO.....	214
6.1 ENQUADRAMENTO: A CONSTRUÇÃO DO PROCESSO DE IMPEACHMENT PELA FOLHA	214
6.2 A IMPRENSA COMO ATOR POLÍTICO: O PODER SENTENCIADOR	221
6.3 A IMAGEM DO GOVERNO E DA PRESIDENTE DILMA	224
6.4 AS FONTES E PERSONAGENS	227
6.5 TRÊS PILARES DO IMPEACHMENT: CRISE POLÍTICA, CRISE ECONÔMICA E CORRUPÇÃO	228
7 CONCLUSÃO.....	231
8 REFERÊNCIAS.....	236

1 INTRODUÇÃO

A expansão midiática na sociedade contemporânea refere-se a um processo que trouxe importantes impactos na vida dos indivíduos e dos diversos campos que organizam a coletividade social. Diante desse cenário, é possível reconhecer e afirmar que os meios de comunicação, atualmente, assumiram um papel fundamental na vida em sociedade, visto que eles são responsáveis por organizar e estruturar a realidade vivenciada (FRANÇA, 2012).

Entre os campos que sofreram as influências dessa expansão, podemos apontar o campo político. A maior parte da informação política, de que dispõem os cidadãos médios para formarem juízo sobre a realidade – e, portanto, também sobre a política –, provém do papel desenvolvido pela instância midiática. As relações entre essas duas instâncias têm se tornado cada vez mais próximas e, conseqüentemente, na mesma medida, cresceram os estudos que tentam compreender esses processos. Por isso, são feitos os seguintes questionamentos: quais motivos fazem os atores políticos utilizar o espaço midiático? Esses espaços servem para estruturação de seus discursos? Esses espaços lhes garantem visibilidade? O campo político incorpora as lógicas comunicacionais dos meios de comunicação? Os meios de comunicação, na sua atividade de comunicar, exercem o papel social de influenciar as realidades?

Esses são alguns dos questionamentos que levaram autores como Rodrigues (1990), Rubim (2001), Gomes (2004) e Lima (2006) a discutirem de que forma se dá essa interface entre mídia e política e quais as implicações para o tecido social. É nítido como as pessoas passaram a se apropriar da atividade midiática para organizar sua realidade e dar sentido ao mundo em que vivem. A política, junto de seus membros, teve de se reformular e se adaptar a essas lógicas para atingir seu propósito e executar sua função.

No sistema democrático, o político necessita conquistar o poder ininterruptamente e dominar as maiorias. Para isso, precisa estar visível, pois ninguém escolhe um representante sem saber de sua existência. Se a mídia confere existência e dá legitimidade aos personagens, ela passa a ser um elemento fundamental para a realização da política e torna-se objeto de interesse de todos os personagens políticos (RODRIGUES, 1990; GOMES, 2004; THOMPSON, 1998; MANIN, 1995).

A mídia constitui-se, então, no palco principal e importante instrumento para as articulações dos atores políticos durante suas disputas políticas e eleitorais ao

mesmo tempo em que a mídia também foi influenciada pela política e passou a se estruturar a partir do discurso e do funcionamento desse campo. Nessa relação, é possível observar como os meios de comunicação estão em constante disputa para construir imagens públicas dos atores políticos, aos olhos da população, que consome os recortes e enquadramentos feitos pela mídia, na medida em que os atores políticos encontram-se em disputa para prevalecer suas imagens, de modo positivo, diante daqueles que os enxergam enquanto atores. É uma disputa constante entre imagens idealizadas e imagens a serem propagadas (GOMES, 2004; PORTO, 2004; SCHWARTZENBERG, 1977).

Nesse sentido, nota-se que existe cada vez mais uma preocupação em controlar a imagem, arquitetar estratégias e administrar situações que sejam capazes de não colocar em risco aquilo que as pessoas enxergam de determinado líder. A dificuldade torna-se ainda maior quando constatamos que a imagem pública não é algo que se possa fixar, torná-la definitiva diante de todos os seres. Ainda que se tente controlá-la, o comportamento humano não é algo sistemático, rigorosamente controlado para produzir um único significado, até mesmo porque a imagem pública de alguém só começa a existir na recepção, no momento em que as pessoas recebem as informações (GOMES, 2004).

Essa luta constante pela construção/desconstrução, imposição e fidelização de imagens, antes restritas aos períodos que compreendiam as grandes disputas eleitorais, agora já abrange períodos extensos, nos quais não são possíveis definir quando começam ou quando terminam. Trata-se de um conceito apontado nesta dissertação, trabalhado por alguns autores e chamado de campanha permanente (MELO; BAPTISTA, 2013; HECLO, 2000).

É impossível falar desse processo de disputa por imagens sem falar, por exemplo, de alguns fenômenos como a espetacularização e a personalização da política. Há alguns autores que defendem que esses são alguns elementos característicos da mídia, que a política herdou quando precisou se articular nesse novo espaço (GOMES, 2004; MANIN, 1995). No entanto, há quem diga que a espetacularização, por exemplo, sempre se fez presente na arte da política. Ela apenas encontrou um novo espaço para atuar e se mostrar visível (SCHWARTZENBERG, 1977).

Atual ou não, é inegável que essa característica é elemento indissociável do modelo de política que temos atualmente. Os atores políticos estão em constante processo de atuação e encenação. Tudo é planejado, nada é espontâneo. O figurino, os gestos, o cenário e o discurso são preparados de modo que convençam as pessoas do papel que se representa. A política funciona, em alguma medida, de modo semelhante às encenações teatrais e

cinematográficas, e o Estado auxilia nesse processo produzindo os espetáculos (GOFFMAN, 2013; GOMES, 2004; SCHWARTZENBERG, 1977).

Nesse cenário, observam-se os personagens, os diversos papéis por eles representados, a dramatização dos enredos e a evocação da diversão, do riso, da comoção, da sensibilização, da ansiedade e do medo. Junto a esse processo, nota-se também o surgimento crescente da importância da figura de um político em detrimento do seu partido. A luta política migrou do campo de ideias e opiniões para a disputa e difusão de imagens. O confronto de teses e argumentos, tão característicos da política passada, deram espaço a um jogo dramatizado e vedetizado, centrado nas imagens e impressões que os atores políticos passam. Percebe-se, cada vez mais, como a própria mídia explora os atributos pessoais em detrimento dos aspectos administrativos ou políticos de seus governos.

Diante da personalização, podemos apontar também a deterioração das relações de identificação entre representantes e representados na sociedade atual. Num sistema democrático, é preciso haver uma identificação entre quem ocupa o papel de representante e entre aqueles que vão dar legitimidade para que alguém exerça o poder em seu nome: o povo. No entanto, o que se nota é um nítido distanciamento entre os sujeitos e as instituições. As constantes associações de escândalos e corrupções à imagem de políticos e de instituições políticas têm causado um enorme descrédito na população. Tal processo tem levado as pessoas ao desinteresse pelo exercício da cidadania e pela participação política (MANIN, 2001; PELLEZZI; BASTIANI, 2015).

Alguns autores defendem até que estamos vivendo um processo de crise de representação ou até mesmo uma crise no sistema democrático. Os próprios partidos não têm servido de garantia para a existência de uma mediação eficiente entre Estado e sociedade. Explicado pela falta de credibilidade destes diante dos cidadãos, as pessoas precisam acreditar que os seus anseios e as suas necessidades serão levados em conta na atividade política. Logo, se elas não acreditam que os partidos e seus representantes possam fazer isso, o sistema democrático não funciona, visto que não existe legitimidade para votar e escolher alguém (BAQUERO; VASCONCELOS, 2013).

A partir do trabalho desenvolvido nesta dissertação, pretende-se mobilizar por meio desses debates conceituais o funcionamento da política brasileira contemporânea e a sua relação com o espaço midiático, tendo como foco um período de crise: o processo de *impeachment*. Intenciona-se, portanto, pensar quais as estratégias de comunicação utilizadas pela ex-presidente Dilma Rousseff e de que modo elas foram eficientes ou não contrapostas às

narrativas produzidas pela mídia além de compreender quais os discursos propostos pelos meios de comunicação sobre essa mesma personagem.

A dissertação tem como primeiro objeto empírico de investigação os pronunciamentos políticos de Dilma Rousseff durante o período em que esteve em atividade. O segundo objeto de investigação são as publicações feitas pela ex-presidente em sua rede social, *Facebook*, durante o período em que esteve temporariamente afastada, para os desdobramentos do processo. O terceiro objeto analisado foi a cobertura midiática da imprensa sobre todo o período do processo desde seu momento inicial até o seu desfecho. O objeto de análise escolhido foi o jornal *Folha de São Paulo*, veículo que tem a maior tiragem conforme o Índice de Veiculação Circular.

Em razão da extensão do objeto e para a melhor compreensão dos dados, foi realizado um recorte no material analisado. Considerando que o processo do *impeachment* se iniciou em 2 de dezembro de 2015, com a aceitação do presidente da Câmara, Eduardo Cunha, e o afastamento definitivo por votação no Senado ter acontecido apenas em 31 de agosto de 2016, optou-se por criar um calendário com os principais acontecimentos nesse período.

Para a realização dos estudos, utilizam-se dos seguintes procedimentos metodológicos: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e análise de conteúdo. A análise de conteúdo, conforme aponta Bardin (1977), trata-se de um método que aplica tanto técnicas quantitativas quanto qualitativas, com intuito de se obterem, por procedimentos sistemáticos e descrição do conteúdo, os indicadores capazes de permitir ao pesquisador realizar inferências sobre o objeto investigado. Esse método de análise é composto por cinco etapas: (1) a organização da análise, (2) a codificação, (3) a categorização, (4) a inferência e (5) o tratamento informático.

A partir de tal metodologia, foram definidas algumas categorias de análise a serem aplicadas nas três fontes de pesquisa: nos pronunciamentos em cerimônias, atos e eventos, nas publicações em seu perfil no *Facebook* e na cobertura do jornal *Folha de S. Paulo*. No caso dos pronunciamentos, foram definidas as seguintes categorias: (1) Construção da imagem da ex-presidente Dilma Rousseff (PT); (2) Construção da imagem de governo; (3) Construção da imagem do País; (4) Temáticas políticas (economia, educação, saúde, políticas sociais, infraestrutura e energia, políticas para mulheres, manifestações, segurança, combate à miséria, tecnologia, mobilidade urbana, ascensão social e desigualdade social); (5) Ataque aos adversários; e (6) Personagens acionados.

Para as postagens em sua *fanpage*, foram definidos os seguintes critérios de análise: (1) Construção da imagem da ex-presidente; (2) Construção da imagem do País; (3) Desconstrução da imagem do País; (4) Construção da imagem de governo; e (5) Ataque aos adversários. Para verificar o enquadramento dado pelo jornal *Folha de São Paulo* nos dias de cada acontecimento delimitado pelo calendário do *impeachment*, será feita uma análise das notícias levando-se em conta algumas categorias com ênfase no enquadramento, tais como: (1) título e valência; (2) valência da notícia – positiva, negativa ou neutra; (3) caderno em que foi publicada; (4) gênero da matéria (editorial, coluna, reportagem, notícia, artigo assinado); (5) temática predominante; (6) fontes e personagens; e (7) enquadramento noticioso feito pelo jornal.

Para verificar a valência da imagem pessoal de Dilma Rousseff e de seu governo dentro do período analisado, a pesquisa toma como base a metodologia utilizada pelo Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (DOXA), que indica se a notícia é positiva, negativa ou neutra. Tomar-se-á como valência positiva quando a matéria reproduzir as promessas, as declarações ou ataques aos adversários, quando os textos destacarem resultados favoráveis sobre suas metas e programas de governo ou quando apresentar declarações ou comentários de pessoas ou entidades favoráveis à sua pessoa. Tomar-se-ão como valência negativa as matérias que reproduzem críticas às ações governamentais, os ataques da oposição ou de terceiros ao governo ou a figura da presidente. Por fim, a valência neutra será tida quando a matéria não possuir avaliação moral, política ou pessoal da presidente, ou quando a matéria apresentar conteúdos positivos e negativos com pesos relativamente iguais.

A hipótese principal deste trabalho é de que Dilma Rousseff se apoiou na construção de sua imagem pessoal e no discurso sobre as conquistas, principalmente, em termos de políticas sociais nas gestões do PT, visto que a imagem do seu governo estava desgastada pelo processo e pela fragilidade política e falta de apoio de seu mandato. E que a *Folha de S. Paulo*, por sua vez, buscou legitimar o discurso favorável ao *impeachment* em três pilares – corrupção, crise econômica e crise política – no enquadramento de suas matérias, para justificar a realização do *impeachment* e o afastamento da ex-presidente de seu cargo.

A dissertação está dividida em cinco capítulos. No Capítulo 2, intitulado “A relação simbiótica entre o campo da política e a instância comunicativa midiática”, são abordadas as diferentes conceituações de poder por meio da visão de autores como Bourdieu (2001), Foucault (1979) e Thompson (1998). Além da conceituação do termo, discute-se também como o poder é percebido na composição dos campos sociais e como os indivíduos

se apropriam dele em suas relações cotidianas. Depois de exposta a discussão sobre o tema, autores como Rodrigues (1990), Rubim (2001), Miguel e Biroli (2010) são utilizados para associar as relações de poder entre os campos da comunicação e da política. Discute-se como esses dois campos interagem e se relacionam entre si. Nessa perspectiva, discute-se ainda como a política se adapta ao campo midiático e como ela é transformada em função das características desse espaço. A espetacularidade e a personalização também são trabalhados a partir da visão de Gomes (2004), Rubim (2001) e Goffman (1975).

No Capítulo 3, intitulado “O papel da imprensa na construção dos cenários políticos”, discute-se o papel desempenhado pela imprensa na atividade de produzir notícias, contribuindo para o processo de construção de realidades e orientação de mundo. Por intermédio de autores como Traquina (2004, 2005) e Tuchman (1993), apresenta-se a problemática da objetividade jornalística, traçando um panorama das teorias do jornalismo desde a perspectiva funcionalista até as teorias construtivistas. Diante dessa discussão, é apresentada também uma teoria contemporânea na qual o presente trabalho se baseia: a teoria do enquadramento sob o olhar de Porto (2004) e Gitlin (1980).

No capítulo 4, intitulado “Crise de representação política, presidencialismo de coalizão e o contexto político brasileiro”, é apresentada a discussão do que é o conceito de representação e como ele passou a ser articulado no espaço político por meio dos argumentos de Hannah Pitkin (2006). Depois de exposta tal perspectiva, apresenta-se uma discussão do momento político vivenciado e marcado pela baixa participação popular, pelos altos índices de volatilidade política e pelo descrédito às figuras políticas, instituições e partidos sob o olhar de Pellenz e Bastiani (2015), Baquero e Vasconcelos (2013) e Castells (2001). A perda de eficiência dos partidos políticos e a falta de identificação têm contribuído para o que muitos autores apontam ser uma crise no modelo democrático. Depois de apresentado o contexto geral, o capítulo apresenta um breve histórico, sob o olhar de Souza (2016), Boito (2016) e Santos (2017), da crise política vivenciada no Brasil com o processo de *impeachment*. Discute-se, também, o conceito de presidencialismo de coalizão, tão característico desse momento de estagnação do governo Dilma, sob as argumentações de Pereira e Joukoski (2015), Abranches (1988) e Mainwaring (1993).

No capítulo 5, intitulado “A construção da imagem da ex-presidente Dilma Rousseff e o enquadramento noticioso da mídia”, são trabalhadas as análises dos objetos empíricos: os pronunciamentos políticos, as publicações em redes sociais e as matérias publicadas no jornal *Folha de S. Paulo* durante o processo de *impeachment*. Num primeiro momento, é apresentada a metodologia utilizada no material, que inclui análises qualitativas e

quantitativas. Por fim, são estabelecidos os pontos de convergência e dissonâncias entre os objetos trabalhados ao longo da pesquisa.

2 A RELAÇÃO SIMBIÓTICA ENTRE O CAMPO DA POLÍTICA E A INSTÂNCIA COMUNICATIVA MIDIÁTICA

Neste capítulo, serão discutidas as relações existentes entre o campo da política e o campo da mídia, buscando compreender as disputas, conflitos, tensões e influências que um campo exerce sobre o outro. Para isso, é necessário compreender as relações de poder que existem entre essas instâncias e verificar como elas agem sobre o indivíduo em sociedade. Para tal desenvolvimento, o capítulo foi dividido em três tópicos.

No primeiro tópico, será discutido como a instância midiática se tornou palco propício e fundamental para o desenrolar das disputas políticas. Essa discussão centra-se na apresentação de estudos de autores como Bourdieu (2001), Foucault (1979) e Thompson (1998) sobre o que é o poder, onde ele se encontra e como ele é exercido e é percebido na sociedade. Em seguida, discute-se como o poder está presente na composição dos campos sociais e como os indivíduos se apropriam dele em suas relações.

Ao tratar dos campos sociais, é dado destaque para o campo dos *media* e o campo político. São apresentadas as especificidades de cada um, as suas concordâncias e incongruências. O percurso da ascensão do campo dos *media* com o processo da modernidade e as transformações na ambientação política também são mencionados, para que seja possível, em seguida, ser discutido no tópico seguinte como o campo política teve de se adaptar à lógica midiática e em que medida teve suas estruturas modificadas nesse novo espaço de atuar, no qual a principal característica é a espetacularização da atividade política. Nesse tópico, é discutido como o campo político se organiza a partir da visibilidade, como os atores políticos exercem seu poder diante do público e como eles estruturam suas encenações e criam seus espetáculos.

O último tópico trata-se do processo de midiaticização¹, visto que atualmente a mídia se tornou um instrumento de mudança cultural e social. A discussão trabalha com o fato de a mídia ter passado a permear de modo incisivo a vida das pessoas a ponto de que não se pode compreendê-la como algo separado das instituições culturais e sociais.

2.1 A MÍDIA COMO ARENA PÚBLICA PARA AS DISPUTAS POLÍTICAS

Para compreendermos a dimensão da relação que envolve o campo da mídia e o campo da política, é necessário entender o instrumento que rege todos os campos nos quais os

¹ Trata-se do processo de redimensionamento dos meios de comunicação, que tem afetado intensamente as relações entre os atores sociais.

indivíduos sociais estão em constante busca: o poder. Antes de iniciarmos a discussão dos campos midiático e político e compreendermos como eles se relacionam entre si, é importante trazer à tona alguns tipos de questionamentos que nos permitem entender melhor o funcionamento e ampliar as discussões sobre os campos sociais em questão. O que é o poder? Que tipo de poder está em disputa? Como se dão as relações de poder? De onde nascem? Como se sustentam? Em que se baseiam? Quem ou o que possui poder? Como é possível identificar ou medir o poder?

A definição sobre o que é o poder pode ser assimilada por uma conceituação sociológica. Segundo Johnson (1997), no *Dicionário de Sociologia*, a palavra poder é um conceito sociológico que abrange vários significados e em torno dos quais há também grande divergência. A definição mais comum é a de Max Weber, que “conceitua o poder como a capacidade de controlar indivíduos, eventos ou recursos – fazer com que aconteça aquilo que a pessoa quer a despeito de obstáculos, resistência ou oposição” (JOHNSON, 1997, p. 177). Esse poder pode ser usado desde as formas mais explícitas, para controlar pessoas ou eventos, até as formas mais sutis como a capacidade de não agir ou até mesmo a capacidade de moldar crenças e valores das pessoas por meio do controle sobre a mídia ou instituições educacionais.

Para o autor, o poder é um recurso no qual os indivíduos ou sistemas sociais podem possuí-lo: “O poder seria algo que pode ser conservado, cobiçado, capturado, retirado, perdido ou roubado; e que é usado basicamente em relações de antagonismo, envolvendo conflito entre os que o têm e os que não o têm” (JOHNSON, 1997, p. 177).

Foucault (1979) trata o tema do poder com uma abordagem diferente. Para ele, o poder não está localizado em um determinado ponto, estrutura ou nas mãos de alguém como um bem ou uma riqueza. O poder é algo que não se pode deter em mãos, como uma propriedade, mas deve ser compreendido como algo que circula e está em todas as partes. Dessa maneira, todos os indivíduos estão envolvidos e imersos em relações de poder e não podem ser considerados alheios a essas relações.

É preciso não tomar o poder como um fenômeno de dominação maciço e homogêneo de um indivíduo sobre os outros, de um grupo sobre os outros, de uma classe sobre as outras; mas ter bem presente que o poder não é algo que se possa dividir entre aqueles que o possuem e o detêm exclusivamente e aqueles que não o possuem. O poder deve ser analisado como algo que circula, ou melhor, como algo que só funciona em cadeia. Nunca está localizado aqui ou ali, nunca está nas mãos de alguns, nunca é apropriado como uma riqueza ou um bem. O poder funciona e se exerce em rede. Nas suas malhas os indivíduos não só circulam, mas estão sempre em posição de exercer este poder e de sofrer sua ação; nunca são o alvo inerte ou consentido do poder, são sempre centros de transmissão. Em outros termos, o poder não se aplica aos indivíduos, passa por eles (FOUCAULT, 1979, p. 193).

Segundo Foucault (1979), é possível afirmar que o poder não existe. O que existe, na verdade, são relações de poder distribuídas por toda a sociedade, presentes em todos os lugares e em todas as pessoas, pois somos seres sociáveis e isso nos torna relacionáveis com o poder. Esse poder pode e vai atuar como uma força capaz de coagir, disciplinar e controlar os indivíduos. Ou seja, trata-se de um elemento estruturante da sociedade, capaz de mantê-la hierarquicamente organizada.

Outro autor que também analisa as relações de poder existentes na sociedade é Pierre Bourdieu (2001). De acordo com ele, o poder é um instrumento simbólico e invisível, que rege todas as pessoas em sociedade. Esse poder simbólico age como um poder de construção da realidade, que, por sua vez, tende a estabelecer uma ordem, ou seja, confere um sentido imediato do mundo. Conforme Bourdieu (2001, p. 7), esse poder somente pode ser exercido com a cumplicidade dessas mesmas pessoas que estão subordinadas a ele.

[...] num estado do campo em que se vê o poder por toda a parte, como em outros tempos não se queria reconhecê-lo nas situações em que ele entrava pelos olhos adentro, não é inútil lembrar que – sem nunca fazer dele, numa outra maneira de o dissolver, uma espécie de círculo cujo centro está em toda parte e em parte alguma – é necessário saber descobri-lo onde ele se deixa ver menos, onde é mais completamente ignorado, portanto, reconhecido: o poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível, o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem.

Para o sociólogo, o poder simbólico atua de modo que pareça natural (sem coerção), de forma inconsciente, remetendo, assim, a uma violência simbólica, pois, ao naturalizá-lo, está camuflando os processos de dominação, isto é, está escondendo os processos históricos e sociais que deram origem às formas atuais de dominação. A arte, a religião e a língua são algumas dessas estruturas simbólicas que impõem uma maneira de agir, operar ou executar uma determinada ação que é seguida sempre pelas pessoas.

O poder simbólico como poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário. Isto significa que o poder simbólico não reside nos sistemas simbólicos em forma de uma *'illocutionary force'*, mas que se define numa relação determinada – e por meio desta – entre os que exercem o poder e os que lhe estão sujeitos, quer dizer, isto é, na própria estrutura do campo em que se produz e se reproduz a crença. O que faz o poder das palavras e das palavras de ordem, poder de manter a ordem ou de a subverter, é a crença na legitimidade das palavras e daquele que as pronuncia, crença cuja produção não é da competência das palavras (BOURDIEU, 2001, p. 14-15).

Thompson (1998) discute a relação do indivíduo na sociedade e sua interação com os meios de comunicação e também se preocupa em explicitar como o poder está presente nas instituições e relações. Para o autor, a posição que um indivíduo ocupa dentro de um campo ou dentro de uma instituição está estreitamente ligada ao poder que esta possui. Ele conceitua o poder, no seu sentido mais geral, como “a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas consequências” (THOMPSON, 1998, p. 21). Ele ainda explica que o poder é frequentemente associado à política e ao Estado. No entanto, na maior parte das vezes, ele se manifesta em ambientes e situações que não têm nada a ver com as instituições já citadas.

O poder é um fenômeno social penetrante característico de diferentes tipos de ação e de encontro, desde as ações reconhecidamente políticas dos funcionários públicos até os encontros mais prosaicos entre indivíduos na rua. Se hoje comumente associamos poder à política, isto é, às ações de indivíduos agindo em nome do Estado, isto é porque os Estados se tornaram particularmente centros importantes de concentração de poder no mundo moderno. Mas a importância das instituições estatais não nos deveria ocultar o fato de que o poder manifestamente político é somente uma forma mais especializada de poder, e de que os indivíduos normalmente exercem poder em muitos contextos, que pouco ou nada têm a ver com o Estado (THOMPSON, 1998, p. 21).

Segundo o autor, a atuação do poder se dá quando o indivíduo emprega os recursos que lhe são disponíveis. Por recurso, ele entende todos os meios que lhe possibilitam alcançar concretamente os objetivos e interesses. O indivíduo pode aumentar o seu poder caso haja uma acumulação dos recursos. Esses recursos podem ser acumulados individual ou coletivamente, por meio de organizações institucionais, que também são bases importantes para o exercício do poder.

Thompson (1998) procura distinguir os quatro tipos principais de poder, que conceitua como: o econômico, o político, o coercitivo e o simbólico. Apesar de classificá-los, alerta que essa é uma conceituação apenas analítica, pois, na realidade, essas diferentes formas de poder comumente se sobrepõem de maneiras complexas e variadas.

O poder econômico é aquele que surge da atividade produtiva do homem, ou seja, provém das atividades relacionadas com a extração da matéria-prima e da sua posterior transformação em bens que podem ser comercializados e consumidos no mercado. O poder político advém da atividade de coordenação dos indivíduos na sociedade e da regulamentação dos padrões dessa interação, em que o Estado é a instituição paradigmática do poder político.

No entanto, Thompson (1998) explica que a capacidade do Estado de exercer autoridade geralmente vai depender da sua capacidade de exercer outras duas formas de

poder, que, apesar de distintas, relacionam-se: o poder coercitivo e o poder simbólico. Como poder coercitivo, ele entende toda ação que implica o uso ou a ameaça da força física para dominar ou conquistar um oponente. A forma mais importante de poder coercitivo é o poder militar. Já o poder simbólico pode ser classificado como aquele que surge na atividade de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas. Esse poder pode provocar reações, sugerir caminhos, induzir a crer e a descrever e a tomar decisões coletivamente.

Depois de exposto o instrumento que norteia as relações sociais, é primordial compreender como funciona o espaço onde se trava essa interação e entender como os sujeitos, que estão imersos nesse espaço, se organizam. Isto é, trata-se de entender a relação existente entre indivíduo e sociedade, que foi e tem sido cada vez mais objeto de reflexões e estudos.

O pensamento de Bourdieu (2001) auxilia a iniciar reflexões sobre a relação sujeito-sociedade. O autor estuda a interação dialética entre a sociedade e o indivíduo, como forma de compreensão do mundo social, dos diversos espaços que o compõem, suas hierarquias e, conseqüentemente, suas lutas internas. Para compreender a sociedade, Bourdieu cria o conceito de “campo”, que, segundo ele, é um espaço estruturado, no qual os agentes interagem e competem por uma posição que os projetem como detentores de poder e lhes permitam exercê-lo. Ou seja, trata-se de um espaço de conflito onde se desenrolam lutas para adquirir ou manter o monopólio sobre uma espécie específica de capital, seja ele material, simbólico ou social.

Cada espaço social corresponde, assim, a um campo específico – cultural, educacional, científico, econômico, jornalístico etc., no qual travam-se lutas, a fim de determinar a posição social dos sujeitos, revelando, por exemplo, as figuras de “autoridade”, detentoras de maior poder simbólico. Desse modo, é possível compreender os campos sociais não somente como campos de força, mas também como campos de lutas. “Cada campo é um campo de forças dotado de uma estrutura, e também de um campo de lutas para conservar ou transformar esse campo de forças” (BOURDIEU, 2001, p. 69).

De acordo com o autor, cada campo tem mecanismos próprios e possui propriedades que lhe são particulares. Existe, portanto, os mais variados tipos, como o campo da religião, o da política, o das artes, o da ciência e o da moda entre outros. Segundo Araújo *et al.* (2009), na concepção de Bourdieu, a estrutura do campo é semelhante à estrutura de um jogo, com lutas e tensões, no qual os agentes estão cientes das regras estabelecidas e participam desse evento disputando posições e lucros específicos. Esta luta travada no interior

dos campos está diretamente relacionada à distribuição e posse de um tipo de capital que se deseja obter. Ela ocorre entre aqueles que pretendem assumir posições e entre aqueles que desejam mantê-las. O que motiva os agentes a buscarem a sua posse e a elaborarem estratégias de luta é a forma como o capital específico de um campo está desigualmente distribuído e acumulado.

Se um campo é um espaço social estruturado, pode-se dizer que existe nele dominantes e dominados, que estão o tempo todo tentando mudar ou conservar o campo de forças em ação. Dessa maneira, entende-se que, dentro de um campo, há um processo cíclico e contínuo de busca ou manutenção do capital. Aqueles que detêm e monopolizam o poder tendem a organizar estratégias para a conservação deste. E aqueles que são novatos e desejam o poder articulam estratégias para a obtenção deste como forma de subverter a dominação. Caracteriza, assim, os momentos de crise quando os questionamentos dos antigos dominantes são colocados em cheque e os novatos procuram alterar as posições de poder.

É importante ainda dizer que essas lutas não se dão apenas dentro dos campos em questão, mas também fora deles e entre eles; ou seja, os campos sociais são ao mesmo tempo, concorrentes e complementares entre si. Em cada campo – seja no político, no cultural, no religioso, no econômico etc. –, existe um capital específico (o capital que vale em relação a um determinado campo). Para Bourdieu (2001), as pessoas “ricas em capital específico” são aquelas que “são reconhecidas pelos seus pares”. Segundo o autor, é em busca desse reconhecimento que são travadas as lutas pelo poder em questão.

Na perspectiva de Bourdieu (2001), o capital acumulado em determinado campo nem sempre será transferível para outros campos. Podemos pensar, por exemplo, em pessoas que conseguiram transferir o seu capital acumulado na vida artística para o campo da política. No entanto, nem sempre isso é possível, limitando-se, frequentemente, à validade para o próprio campo.

Para Araújo *et al.* (2009), é crucial destacar que subjacente à luta existe o reconhecimento do mérito que envolve tal disputa. Tanto dominantes quanto dominados estão de acordo com a importância desse jogo, contribuindo, assim, para a sua reprodução. Dessa forma, podemos compreender que a essência do campo é a luta, a transformação e os embates. Em determinadas circunstâncias, as lutas podem cessar. Nesse momento, o campo se torna um aparelho, que é quando a resistência dos dominados é anulada e a luta constitutiva desse espaço não existe mais.

Miguel (2003) também se apropria do conceito de campo trabalhado por Bourdieu (2001).

Campo é um sistema de relações sociais que estabelece como legítimos certos objetivos, que assim se impõem ‘naturalmente’ aos agentes que dele participam. Esses agentes, por sua vez, interiorizam o próprio campo, incorporando suas regras, também de maneira ‘natural’, em suas práticas, o que Bourdieu chama de *habitus* (MIGUEL, 2003, p. 119).

Em sua obra, Miguel (2003) concentra-se em compreender o campo da política como caminho promissor para entendermos a interação entre os meios de comunicação e a política: duas esferas que se realizam por lógicas distintas, mas que interferem uma na outra. Retornando a um dos conceitos de Bourdieu (1986, p. 164), campo político é “o lugar em que se geram, na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos, entre os quais os cidadãos comuns, reduzidos ao estatuto de ‘consumidores’, devem escolher”.

Dentro do campo da política, e de qualquer campo social, existe ainda o que Bourdieu (1986) chama de “capital simbólico” como sendo um aparato de prestígio ou de carisma que uma instituição ou indivíduo possui dentro de determinado campo, que lhe permite se destacar diante dos outros que integram esse mesmo espaço. Sendo assim, o capital simbólico possibilita que um indivíduo ou instituição desfrute de uma posição de destaque diante de um campo.

Para Miguel (2003), o capital político nada mais é do que uma forma de capital simbólico. Isto é, ele depende, em maior ou menor grau, do reconhecimento dos sujeitos presentes nesse campo. Na política, é perceptível essa luta dos agentes por capital simbólico, por exemplo, quando estes lutam por votos e/ou por popularidade, para que sejam reconhecidos, pois a sua existência se configura a partir do momento em que são vistos.

Vale ressaltar que, como toda forma de capital, o capital político encontra-se desigualmente distribuído na sociedade. Devido a essa desigual distribuição, associado ao fato de ele permitir um reconhecimento imediato da dominação, o capital simbólico é, desse modo, o principal instrumento de violência simbólica quando ele impõe seu peso sobre os que não possuem ou possuem poucas possibilidades de ação dentro do campo.

Depois de expostas as características do campo político, iremos tratar a seguir do campo midiático. Rodrigues (2001), em sua obra, apresenta as especificidades do campo dos *media*, bem como sua interação com o campo da política. Todavia, faz, inicialmente, algumas conceituações importantes para a compreensão dos dois campos em questão. Como campo social, o autor entende que:

Um campo social constitui uma instituição social, uma esfera de legitimidade. O religioso, a família, o militar, o político, o científico, o econômico, são indiscutivelmente campos sociais. [...] Definem esferas de legitimidade que impõem com autoridade indiscutível atos de linguagem, discursos e práticas conformes, dentro de um domínio específico de competência. A legitimidade é assim o critério fundamental de um campo social. Reconhece-se pelo fato de poder ocupar o lugar de sujeito de enunciação: ‘a família exige’, ‘a economia deve e exige’, ‘a política impõe’ são enunciados que colocam instituições sociais no lugar de sujeito de um dizer ou de um fazer e remetem para a capacidade de impor com legitimidade indiscutível algo ao conjunto do tecido social (RODRIGUES, 2001, p. 143-144).

Para Rodrigues (2001), o corpo social de um campo é formado pelo conjunto de detentores da legitimidade, no qual a característica principal desse corpo social é a visibilidade. Esta será proporcional à sua organização; ou seja, quanto maior e mais formal for a organização de um campo, maior será a sua visibilidade, e vice-versa. Sobre os regimes de funcionamento desse espaço, o autor explica que cada campo social funciona sob um ritmo específico e com intensidade diversificada. No entanto, é necessário que eles tenham uma certa periodicidade, pois, caso não preserve um determinado ritmo no seu modo de funcionamento, eles tendem a diluir-se e a fazer esquecer sua presença, podendo até mesmo enfraquecer sua força coercitiva.

O seu ritmo de funcionamento é tanto mais frequente, intenso e acelerado quanto mais sagrada e total é a sua ordem ou então quanto mais a sua força se encontra contestada ou diminuída. É no decorrer da aceleração do seu ritmo de funcionamento que um campo social se formaliza e aumenta a sua visibilidade simbólica (RODRIGUES, 2001, p. 148).

As dimensões dos campos sociais também são enfatizadas pelo autor. Para ele, todos os campos sociais, seja o campo da política, da mídia, da religião ou da economia, coexistem entre si. “Desta composição dos processos e das funções entre os diferentes campos sociais resultam reflexos que se projetam em cada um dos campos e os atravessam” (RODRIGUES, 2001, p. 149). A força de um campo advém da capacidade que ele possui de conseguir impor aos outros campos os seus valores e também quanto maior for o número de campos que ele conseguir projetá-los.

Sobre o campo midiático, Rodrigues (2001) faz importantes afirmações. Para ele, esse campo exerce, hoje, o papel de mediador social. Ele dá visibilidade a todos os outros campos sociais, seja ele a política, a religião, a ciência, a arte etc., e também a um grande universo de indivíduos. E mais do que dar visibilidade, ele contribui no processo de nortear a sociedade e dar sentido ao mundo por meio de sua prática.

O campo dos *media* [...] está estruturado e funciona segundo os princípios da estratégia de composição dos objetivos e dos interesses dos diferentes campos, quer essa composição prossiga modalidades de cooperação, visando, nomeadamente, o reforço da força da sua legitimidade, quer prossiga modalidades conflituais, de exacerbação das divergências e dos antagonismos (RODRIGUES, 2001, p. 152).

Entretanto, o *campo dos media* nem sempre ocupou esse espaço de centralidade na vida das pessoas. Nos séculos passados, o campo religioso é quem dava conta e era o principal responsável por explicar muitas coisas, como, por exemplo, a origem e a criação do homem. Ou seja, as narrativas divinas é que imputavam sentido à vida das pessoas. Porém, a modernidade trouxe uma inquietação e fez com que o homem começasse a buscar uma outra explicação, esta agora baseada na razão, rompendo, , com as noções divinas, o que o autor chama de “secularização dos ritos sociais”.

A viragem da modernidade caracteriza-se, antes de mais nada, no século XVII, por uma desvalorização daquilo que é enunciado e por uma concentração no processo de enunciação. Quando o locutor era seguro (‘Deus fala no mundo’), a atenção virava-se para o discernimento dos seus enunciados, para os ‘mistérios’ do mundo. Mas quando esta certeza se perturba com a perturbação das instituições políticas e religiosas que a garantiam, a interrogação volta-se para a possibilidade de encontrar substitutos ao único locutor: quem vai falar? e a quem? O desaparecimento do Primeiro Locutor cria o problema da comunicação, isto é, uma linguagem a realizar e já não unicamente a escutar. [...] Por outras palavras, é porque perde o seu lugar que o indivíduo nasce como sujeito. O lugar que lhe fixava outrora uma linguagem cosmológica, entendida como ‘vocação’ e localização numa ordem do mundo, torna-se um ‘nada’, uma espécie de vazio, que obriga o sujeito a dominar um espaço, a colocar-se ele próprio como produtor de escrita (RODRIGUES, 2001, p. 25).

Esse processo ganhou força quando o homem se “desencantou” com a realidade e passou a buscar respostas em uma razão humana para entender sua própria existência e a sua relação com o mundo. Surgiu, assim um novo sujeito racional rompendo com a lógica religiosa. Esse sujeito assume sua nova identidade como produtor de discurso e de ação e vê na mídia um novo espaço, capaz de substituir a instância religiosa na tarefa de dar respostas e sentido sobre o que acontece no mundo.

Nesse sentido, segundo Rodrigues (2001), os meios de comunicação tornaram-se veículos formadores de opinião pública. Para o autor, o espaço público, então, acabou se tornando um espaço privado. A mídia apoderou-se da atividade de mediadora social e passou a organizar os espetáculos. O público deixou de ser sujeito formador de opinião e se tornou um objeto na mira dos discursos da mídia. Quem antes era produtor de discurso passou, com a mídia, a ser consumidor de produtos discursivos. Portanto, a mídia ganhou legitimidade e substituiu a opinião pública tradicional. Ela passou a organizar os discursos, unificá-los e a tratar como verdade aquilo que ela produzia e dizia.

Dessa maneira, conforme aponta Rodrigues (2001), o campo midiático transformou-se em uma instituição que abriga todos os outros campos sociais, sendo a função do primeiro de mediar os outros campos que recorrem a ela. Por exemplo, a política não se faz ser entendida por todos se estiver no seu espaço. A partir do momento em que ela recorre à mídia, ela passa a fazer sentido e a existir para as pessoas que não têm total domínio sobre o assunto. Isso vale não só para a política, mas também para qualquer outro campo social.

A respeito dos discursos do campo dos *media*, Rodrigues (2001) explica que eles apresentam duas funções comunicacionais importantes. A primeira é sua função referencial, que consiste em dar conta de todos os acontecimentos que ocorrem no mundo e localizar o sujeito humano dentro do caos social. A segunda é sua função fática, que consiste na manutenção do contato com o público. Se delimitar as fronteiras de um discurso é tarefa complicada, a delimitação do discurso midiático é uma tarefa ainda mais árdua devido à sua capacidade de circulação por todos os outros tipos de discurso.

Para dar conta dessa distinção, o autor afirma que os discursos midiáticos são esotéricos. Ou seja, trata-se de um discurso institucional que fora transformado para que se faça ser entendido por todos, até mesmo aqueles que não têm domínio algum sobre o assunto. Essa característica contribui de forma positiva para a permeabilidade dos discursos das outras instituições que são exotéricos. Isto é, trata-se de discursos proferidos dentro dos campos sociais, que são próprios do entendimento deles.

Por exemplo, o discurso político organizado no interior de seu campo, com todos os termos e significações, só é compreendido por aqueles que dele fazem parte. Nesse sentido, os discursos institucionais precisam se adequar às exigências do discurso midiático, para se fazerem presentes e também entendíveis a todos que estão em contato com a mídia.

No entanto, segundo Rodrigues (2001), as fronteiras entre os discursos esotéricos e os discursos exotéricos não são sempre claras nem indiscutíveis; pelo contrário, são marcadas por relações de permanente tensão, que podem até mesmo gerar situações de conflito.

Rodrigues (2001) ainda aponta as funções estratégias de composição do discurso midiático: (1) as estratégias de naturalização, que tendem a naturalizar o recorte arbitrário da multiplicidade de domínios da experiência realizado na modernidade; (2) as estratégias de reforço, em que o discurso midiático reforça, confere visibilidade e também dá legitimidade, mantendo presentes alguns discursos no imaginário social; (3) as estratégias de compatibilização, nas quais o discurso midiático desempenha um papel particularmente significativo de compatibilizar proposições contraditórias. É isso que torna o discurso

midiático apto para assegurar as suas funções de mediação; (4) as estratégias de exacerbação dos diferendos, pois nem sempre o discurso midiático desempenha um papel harmonizador ou de compatibilização entre divergentes. Por vezes, ela tende a exacerbar essas diferenças; e, por último, (5) as estratégias de visibilidade, em que o discurso midiático é a instituição por excelência destinada a dar visibilidade pública às outras instituições. Aquilo que não é objeto da sua intervenção acaba não tendo existência socialmente reconhecida.

As relações que o campo dos *media* estabelece com o campo da política também são explicitadas por Rodrigues (2001). Segundo o autor, o campo midiático, aos poucos, foi deixando de ser instrumento de informação, para ser também um espaço de encenações e entretenimento. Ele funciona como instrumento de visibilidade para os acontecimentos políticos, e estes, por sua vez, são obrigados a se adaptar à lógica do campo dos *media*.

Os órgãos de informação tornaram-se, nas democracias, cada vez menos claramente meios de informação, de proposta de projetos de sociedade, de programas políticos, e cada vez mais obviamente um campo social de encenação pública de imagens de marca que emprestam aos homens políticos, em função da sua própria estratégia de diversão e de sedução. O campo político, por seu lado, molda-se à lógica publicitária e do *marketing* em detrimento da sua função ideológica tradicional. Este fenómeno contribui poderosamente para a ideologia pós-moderna da impropriamente chamada morte das ideologias (RODRIGUES, 2001, p. 161).

Ao tratar da relação entre o campo político e o midiático, Rodrigues (2001) menciona o instrumento que os rege: o poder. Para ele, as sociedades democráticas atualmente têm generalizado e difundido a ideia de que o poder político tende à total transparência de seus atos. No entanto, é uma concepção equivocada, uma vez que se esquecem da lógica do poder que está por trás desse campo como de todos os outros. Diferentemente da lógica da informação, a lógica política não tem função transparente, mas sim a função do segredo. Isso porque aquele que detém o poder é aquele que detém o segredo. Dessa forma, aquele que tem poder político detém o poder, e aquele que tem o poder da informação dissemina o poder.

Nas sociedades democráticas, nas sociedades em que o campo dos *media* penetra o conjunto do tecido social, o trabalho do poder consiste, por conseguinte, em deslocar interminavelmente as zonas de segredo. Paradoxalmente, é através do mecanismo de revelação das margens de tecido social, da criação da ilusão da totalidade da transparência total, do acesso direto e espontâneo à totalidade, da experiência, aos acontecimentos e aos fatos, que os *media* contribuem para a camuflagem das zonas de sombra do poder, desviando delas pudicamente os olhares (RODRIGUES, 2001, p. 162).

Na concepção de Rodrigues (2001), pelo fato de o campo midiático ter se tornado o instrumento responsável por gerar o efeito de realidade das coisas e pelo seu caráter

publicitário, tudo que se desloca fora dessa área, ou seja, fora do espaço midiático, tem como possibilidade a imersão de fonte de poder efetivo. Os sujeitos dessa relação são, portanto, detentores do poder autônomo da palavra e da ação. Em busca desse poder que está circulando entre os campos, o autor afirma que existe conflitos intensos regendo essas relações.

Para ele, existe outra briga que envolve os campos sociais com o campo dos *media*, no qual todos os campos sociais “brigam” para se manterem no topo da mídia. Todos eles concorrem entre si e acabam se chocando. Um exemplo desse tipo de conflito é o campo da religião *versus* o campo da ciência. Cada um, a seu modo, defende a veracidade de seus preceitos e luta para fazer com que estes sejam aceitos pela maioria da sociedade. Isso porque se sabe que a mídia tem se tornado o mais novo instrumento mobilizador capaz de provocar efeito de consenso. Os discursos produzidos pelos veículos possuem forte noção de verdade, que acaba instaurando na cabeça das pessoas verdades absolutas em cima daquilo que elas recebem. E isso se encaixa não só a acontecimentos, mas também a ideias, estilos, modos de vida, padrões e modelos entre outros.

A discussão envolvendo a modernidade e o surgimento da mídia também é enfatizada por Thompson (1998), que afirma que os meios de comunicação são partes integrais dos contextos de produção social. Assim como Rodrigues (2001), o autor propõe um estudo da modernidade não mais focado nos valores e crenças, mas sim nos meios de produção e circulação das formas simbólicas de comunicação. As alianças envolvendo as elites religiosas e políticas foram gradativamente perdendo espaço diante do desenvolvimento pelo qual a sociedade estava passando. A fragmentação da autoridade religiosa e o declínio de seu poder político foram acompanhados pela gradual expansão de outros sistemas de conhecimento.

Nesse cenário, estava acontecendo uma outra mudança importante na organização social do poder simbólico: o desenvolvimento da mídia. A técnica da prensa e especialmente a difusão de bens simbólicos alteraram as relações de poder preestabelecidas. O surgimento da indústria gráfica representou o surgimento de novos centros e redes de poder simbólico. O desenvolvimento da imprensa na produção e na disseminação de informação marcou o comércio das notícias. Os indivíduos que liam esses jornais ou escutavam sua leitura por outros ficavam conhecendo fatos acontecidos em lugares distantes. A circulação dessas formas primitivas de jornal ajudou a criar a percepção de um mundo de acontecimentos distantes do ambiente imediato do indivíduo, que, todavia, tinham relevância potencial para suas vidas.

Com o desenvolvimento da comunicação, houve uma reorganização do espaço e do tempo. As pessoas passaram a compreender as coisas além de seus contextos sociais imediatos e a distância pareceu diminuir. Um mesmo acontecimento poderia, agora, ser colocado em diferentes espaços simultaneamente. Os horizontes do indivíduo moderno se dilataram com as mídias. E a compreensão de mundo também foi modelada pelos produtos que esta produzia. O mundo tornou-se cada vez menor, já que não há mais uma imensidão de territórios desconhecidos, mas um demasiadamente explorado.

Rubim (2001) também nos estimula a pensar a contemporaneidade como uma sociedade essencialmente estruturada e ambientada pela mídia. Essa realidade é nomeada por ele de “Idade Mídia”, também compreendida como sociedade das redes, caracterizada pela abolição dos obstáculos e, marcada pela desterritorialização, desmaterialização e também pelo caráter fluido, volátil e dinâmico com que as coisas acontecem. Um dado comum, que tem centrado as discussões de um extenso número de pensadores, é a compreensão da contemporaneidade como uma sociedade transbordante de comunicação e de informação. Nunca se viu antes uma sociedade dependente e ao mesmo tempo consonante com a mídia. Nesse novo espaço de rede, a comunicação é responsável por acolher e envolver o indivíduo no mundo na atualidade. É ela que faz dar sentido às coisas e aos acontecimentos.

A comunicação adquire um *status* estruturante na contemporaneidade porque torna-se dispositivo essencial para a realização do capital, para o conhecimento da atualidade e para costurar em rede o mundo contemporâneo, constituindo assim uma singular sociabilidade, composta de espaços geográfico e eletrônico, convivência e televivência, globalidade e localidade, enfim de realidade contígua e telerrealidade. A onipresença tentacular da comunicação e sua manifesta exposição através da permanente fabricação e mediação de sentido pela mídia constitui a singular ambiência da contemporaneidade (RUBIM, 2001, p. 174).

Para o autor, existem algumas variáveis que são essenciais para compreendermos essa nova sociedade estruturada e ambientada pela comunicação, que, em dadas situações, podem servir como indicadores acerca da pertinência e da sintonia dessa nomeação a uma determinada sociedade. Essas variáveis devem ser consideradas e mesmo mensuradas para tornar possível a caracterização de uma sociabilidade como Idade Mídia.

Os requisitos podem ser enumerados nos seguintes tópicos: (1) a expansão quantitativa da comunicação, principalmente em sua modalidade midiaticizada (aumentaram os números de tiragens, de audiência e de rede em ação); 2) a diversidade de novas modalidades de mídia presente na sociedade; (3) a mídia tornou-se forma hegemônica de experiência e de conhecimento da vida, do real e do mundo (um exemplo é o número de horas que os meios

ocupam no cotidiano das pessoas); (4) o poder dos meios culturais midiáticos para organizar e difundir comportamentos, percepções, ideias e valores; (5) a influência da comunicação midiática sobre o pensar e o sentir da sociedade e dos indivíduos; (6) a ascensão da mídia como espaço público privilegiado e hegemônico; (7) a possibilidade de uma representação de vida de âmbito planetário e em tempo real; e (8) o crescimento vertiginoso no mercado de trabalho na área da informação e da produção de bens simbólicos. A junção de todas essas variáveis, e provavelmente de outras possíveis de elaborar, devem confirmar e permitir a mensuração desse ambiente transbordante de comunicação, que vai construindo e envolvendo o estar no mundo no espaço e no tempo.

Segundo Rubim (2001), a incidência da comunicação na atualidade não só estrutura e ambienta a contemporaneidade, mas também afeta em profundidade a configuração da sociabilidade atual, pois ela se vê composta de “marcas” possibilitadas pela mídia, tais como o espaço eletrônico, a televidência e a globalização. O primeiro emerge como sendo um espaço sem território, mas que, em contrapartida, permite virtualizações e atualizações contínuas. A televidência viabilizada pela mídia, por sua vez, pode ser compreendida como uma vivência à distância, descolada do lugar e despreendida da presença. É a capacidade de se vivenciar um ausente. Já a globalização caracteriza-se pela disponibilização cotidiana de um fluxo de informação e de significação provenientes de uma extração global, e não apenas local, como anteriormente.

No entanto, Rubim (2001) adverte para um possível pensamento equivocado acerca dessas variáveis. Não se pode, nem muito menos se deve fazer retornar uma atribuição desmedida dos poderes da comunicação midiática em relação aos outros campos. Seus estudos não compactuam com essa apressada e equivocada solução. Seu intuito é analisar como se comportam as duas esferas sociais e desvendar como se efetua seu enlace sem qualquer tentativa de definir uma dominância de um campo sobre o outro ou um conflito entre eles. O autor afirma exatamente o contrário. O que existe são disputas e alternância de predomínios da política ou da comunicação em determinadas situações, em campos de força determinados.

Miguel e Biroli (2010) também endossam essa percepção ao discutirem a configuração da mídia na sociedade moderna. Os autores preocupam-se em compreender os impactos desse desenvolvimento para o campo da política. Para eles, é da mídia que provêm, direta ou indiretamente, grande parcela das informações de que dispomos para nos situarmos no mundo. E por estarmos tão imersos no discurso midiático, muitas vezes, nem percebemos a extensão de sua presença e de seus impactos sobre as mais variadas esferas contemporâneas,

entre elas a política. Esse campo, inclusive, pode passar por alterações em suas práticas. Os autores citam quatro dimensões principais nas quais se observa essa alteração provocada pela mídia.

A primeira é que a mídia se tornou o principal instrumento de contato entre a elite política e os cidadãos comuns. Esse acesso à mídia acaba reduzindo o peso dos partidos políticos. A segunda dimensão é que o discurso político foi obrigado a adaptar-se conforme a lógica dos meios de comunicação de massa. Abreviar a fala, reduzi-la a umas poucas palavras, de preferência “de efeito”, tornou-se imperativo para qualquer candidato à notoriedade midiática. A terceira dimensão é: a mídia é a principal responsável pela produção da agenda pública. Ela privilegia alguns assuntos em detrimento de outros. E, por último, a quarta afirmação é: mais do que no passado, os candidatos têm de adotar uma preocupação central com a gestão de visibilidade. Logo, nota-se que o jogo de influências envolvendo mídia e política é bastante complexo e que um campo está sempre envolvido no outro.

A relação entre o campo da política e a instância midiática também é palco das reflexões de Lima (2006). De acordo com o autor, antes de estabelecer uma discussão, é preciso delimitar sob quais perspectivas conceituais de mídia e política ele está falando. Mídia, do latim *medium*, é entendida como um conjunto de instituições que usa tecnologias próprias para realizar a comunicação humana e que implica sempre a necessidade de existência de um aparato tecnológico intermediário para que se efetive a comunicação. Portanto, a comunicação presente na mídia passa a ser uma comunicação midiaticizada, na qual existem algumas características que a definem. Primeiro, a padronização dos conteúdos, a unidirecionalidade e a produção centralizada de matérias. Já política, segundo o autor, deriva-se da palavra grega *polis* e tem como significado “tudo que diz respeito à cidade, o que é urbano, civil, público”. Ou seja, devemos compreender a política como o exercício do poder associado à ideia de público. Logo, a política é, ou pelo menos deveria ser, a atividade visível relativa às coisas do Estado.

Feitas essas considerações iniciais, para o fim de trabalhar a interação entre os dois campos, Lima (2006) apresenta sete teses, preliminares, que tratam da relação entre mídia e política e como esses dois campos se articulam entre si. São elas: (1) a mídia ocupa uma posição de centralidade nas sociedades contemporâneas, permeando diversos campos da atividade humana, especialmente na esfera política. Sabe-se que a construção de conhecimento público, que possibilita a tomada de decisões no cotidiano, só é possível pela sua existência; (2) não há política nacional sem mídia, pois os políticos precisam ser vistos e legitimados. Um determinado acontecimento ou uma determinada pessoa somente passa a

existir e se torna pública se aparecer na mídia; (3) a mídia exerce várias das funções atribuídas aos partidos políticos, como a construção da agenda pública, a fiscalização das ações de governo e a canalização das demandas da população; (4) a mídia alterou radicalmente as campanhas eleitorais, que antes eram realizadas sem grandes investimentos e hoje são o ponto forte de uma eleição. É impensável falar de campanhas políticas sem mencionar os altos gastos com investimento midiático; (5) a mídia transformou-se em importante ator político. Ela não só media os acontecimentos, como também faz parte deles de forma ativa; (6) a concentração dos meios de comunicação nas mãos de poucos compromete a isenção que se espera dela, especialmente no Brasil, onde se tem uma parcela muito pequena da população detentora dessas propriedades; e, por fim, (7) as características históricas da população brasileira, que se destacam pelas altas taxas de analfabetismo, o que só potencializa o poder da mídia no processo político.

No entanto, o pensamento de Lima (2006), apesar de ter contribuído para os estudos envolvendo política e mídia, precisam ser compreendidos de forma cautelosa, pois o autor leva em consideração apenas as mídias massivas sem levar em conta a realidade vivenciada atualmente com as redes digitais, que se mostraram extremamente importantes e não devem ser deixadas em segundo plano.

2.2 A DIMENSÃO ESPETACULAR DA POLÍTICA

Entender a lógica midiática é também falar sobre encenações e espetáculos. Todavia, é fundamental retomarmos a discussão inicial do assunto que gira em torno da visibilidade proposta pelos meios de comunicação e conferiu mudanças na forma de fazer política. De acordo com Thompson (1998), os meios de comunicação causaram uma transformação na relação entre o público e o privado e, conseqüentemente, na visibilidade e no poder. Do século XVI em diante, a palavra “público” passou a ser associada ao Estado, e a palavra “privado” passou a referir-se ao que da esfera pública era separado ou excluído.

Antes do desenvolvimento da mídia, a publicidade dos indivíduos ou dos acontecimentos era ligada ao compartilhamento de um lugar comum. Com o desenvolvimento da mídia, a publicidade de indivíduos, ações ou eventos não está mais limitada à partilha de um lugar comum. Ações e eventos podem se tornar públicos pela gravação e transmissão para outras pessoas, as quais estão fisicamente distantes do tempo e do espaço de suas ocorrências.

Nesse sentido, com o advento da imprensa, o ato de tornar algo público se transformou em algo cada vez mais dependente do acesso aos meios de produção e transmissão da informação. As figuras políticas, por exemplo, no final do século XX, não têm

outra escolha se não se submeterem-se à lei da visibilidade, pois se corria o risco de serem esquecidas. Para existir, era preciso estar presente. Como não era possível estar presente em todos os lugares para um número grande de pessoas, a mídia exerceu essa função que lhes deu visibilidade.

No entanto, para Thompson (1998), essa visibilidade mediada é uma faca de dois gumes. Ao mesmo tempo em que os meios de comunicação criaram novas formas de administração de visibilidade, possibilitando aos líderes maior exposição pública diante de seus reais ou potenciais eleitores, numa escala inimaginada antes, eles também trouxeram novos e grandes riscos. Dadas a exposição e a amplitude da mídia, as mensagens produzidas por líderes políticos podem ser recebidas e também entendidas de maneira da qual não se pode monitorar ou controlar diretamente. Isso constitui-se uma fragilidade para os líderes. É por isso que eles precisam administrar e controlar ao máximo essa visibilidade, a fim de que não escape de suas rédeas e funcione contra eles.

Essa incapacidade de controlar a visibilidade é fonte permanente de problemas para os políticos. Eles se preocupam o tempo todo em monitorar suas ações, expressões, pois qualquer ato indiscreto ou expressão inconsequente, se forem gravados e transmitidos a milhões de espectadores, podem caracterizar consequências devastadoras. Entre esses riscos, Thompson (1998) destaca quatro tipos recorrentes: a gafe e o acesso explosivo; o desempenho de efeito contrário; o vazamento; e o escândalo. As gafes e os acessos explosivos estão entre as fontes mais comuns de problemas para os líderes políticos. Elas representam a incapacidade do indivíduo de controlar o próprio comportamento, seus sentimentos, suas ações ou suas expressões.

A partir das concepções propostas por Thompson (1998) é possível pensar de forma mais crítica e fazer novas reflexões sobre o assunto. A política contemporânea é uma política baseada em escândalos. Alguns dos escândalos propostos por ele, como sendo negativos, nem sempre significarão prejuízos à imagem de um candidato. Uma gafe, por exemplo, pode humanizar um candidato. Torná-lo mais real e atrair a atenção de quem o assiste ou o ouve.

Com a televisão, esse problema é algo ainda maior, pois, ao ser gravado, pode ser transmitido para milhões de espectadores e repetido inúmeras vezes para audiências ainda mais crescentes.

Se formos ainda além e pensarmos na *internet*, que tem seduzido os representantes e ganhado espaço no ambiente político, os impactos são ainda maiores e essa preocupação se torna também mais evidente. Nesse espaço, é impossível estabelecer algum

controle do que é postado ou por quem é postado. Em questão de segundos, uma fala, uma foto ou um vídeo pode se multiplicar com a velocidade jamais vista e ganhar proporções inimagináveis anteriormente. Detalhes de sua vida pessoal, escândalos políticos e gafes em público são viralizados em questão de segundos e podem destruir a imagem dos políticos.

Na *internet*, todos podem falar o que quiser, da forma como quiser e influenciar muitas pessoas com suas opiniões. Ainda que se tente controlar aquilo que se posta, é impossível direcionar a forma como será recebida a mensagem e compartilhada pelos usuários desse espaço. É um ambiente ao mesmo tempo fértil para a política, mas ainda mais desafiador aos políticos.

Outro risco apontado pelo autor é o desempenho de efeito contrário. Ele acontece quando um líder político não obtém um desempenho satisfatório do que previa e acontece exatamente o oposto ao desejado. O problema não está na sua incompetência, segundo Thompson (1998), mas na sua apressada avaliação de como suas ações poderiam ser recebidas e entendidas pelas pessoas que as veem ou as ouvem. O que acontece é que os receptores não estão fisicamente presentes no lugar de produção de fala; logo, o produtor da mensagem torna-se incapaz de monitorar as respostas daqueles e ajustar o seu desempenho a elas. Já o vazamento e o escândalo podem ser entendidos como uma falha no esforço de administrar a relação entre a região frontal e o comportamento de fundo quando a informação ou a conduta que os indivíduos querem negar ou esconder é exposta ao domínio público podendo comprometer ou prejudicar potencialmente a imagem que o indivíduo deseja projetar.

Os estudos de Goffman (1975), apesar de não tratarem especificamente das encenações políticas, e sim das relações cotidianas, são importantes contribuições para entendermos como os políticos representam através de seus discursos. Ao analisar as interações sociais que acontecem entre os indivíduos, o autor explica que, assim como nos palcos, as pessoas desempenham representações também no seu dia a dia. Nesse sentido, todo e qualquer homem vai estar sempre e em todo o lugar representando um papel. E são esses papéis que vão interagir uns com os outros estabelecendo relações.

Goffman (1975) destaca que, quando uma pessoa interage com a outra, ela procura obter informações a seu respeito com a finalidade de controlar a interação e, assim, saber de que forma deve agir diante dela. Para o autor, quando você adquire informação sobre um indivíduo, está adquirindo também um conhecimento prévio do que se pode esperar dele. Deve-se lembrar de que em uma interação todos os elementos comunicam alguma coisa, seja

a forma de falar, de vestir ou até mesmo os elementos que compõem o cenário. É justamente esse conjunto de coisas que vai montar uma representação.

Na perspectiva do autor, a partir do momento em que uma pessoa está na presença de outras, em geral, existem algumas razões que a levam a atuar de forma teatral na tentativa de obter dos observadores a resposta que lhe interessa. No entanto, essa atuação pode ser consciente ou não. Goffman (1975) ainda ressalta que, no jogo da interação, o observador provavelmente terá vantagens sobre o ator, pois este, ao projetar uma informação diante de outros, está se expondo. E, por mais que quem observe esteja passivo, ele sempre projeta uma definição em decorrência do que ele presenciou. Entretanto, se o ator tem consciência disso, ele pode manipular suas expressões de maneira que engane seus observadores, permitindo o jogo de informação e atuação.

Todavia, Goffman (1975) aponta a existência de uma certa fragilidade nas representações. Um indivíduo nunca conseguirá ter um controle pleno numa interação, pois podem ocorrer fatos que contradizem ou desacreditem o discurso, fazendo com que o observador lance dúvidas do que está sendo recebido. Qualquer mínimo “acidente” ou gesto involuntário (escândalos, gafes etc.) é capaz de contradizer discursos e destruir imagens. É por isso que qualquer encenação, seja em uma rádio ou TV, palestra ou conversa, mais simples que for, exigirá do locutor um planejamento e ensaio cuidadoso do texto, a fim de que pareça normal e que se evitem os erros. A dramatização precisa ser planejada, arquitetada para que tenha caráter natural ou que fique próxima disso. E é nesse mundo de dramas encenados que as práticas relacionais se tornam verdadeiros espetáculos.

Goffman (1975) ressalta que a representação de um indivíduo é sempre idealizada na tentativa de mostrar ao mundo um aspecto melhor de si mesmo, um ângulo diferente, uma visão mais valorizada, para fazer ser reconhecido e admirado socialmente. Por fim, é possível compreender o fato de que nascemos em um ambiente representativo e somos já criados com a noção de que precisamos encenar um espetáculo, quer tomemos conhecimento disso ou não. Faz parte da natureza humana representar.

Schwartzberg (1977) também se preocupa em compreender o processo de encenação social, porém ele discute especificamente o poder do espetáculo presente no campo político. Para ele, o espetáculo está no poder e o Estado transformou-se numa grande empresa teatral, preocupado em produções espetaculares, a fim de atingir o público eleitor. Já a política deixou de atuar no campo das ideias e se tornou produtora de espetáculos, reduzindo tudo à mera encenação política.

Segundo o autor, no passado, o poder era quase anônimo. Com o passar dos anos, a arte política se fez figurativa e o poder se humanizou e adquiriu vida. Um homem ou uma mulher é quem simboliza a nação, o Estado ou o partido. Esse dirigente figura o poder; ou seja, ele o representa. Sendo assim, os políticos começaram a se preocupar em construir imagens capazes de captar e fixar a atenção do público. A imagem serve, portanto, de rótulo. Ela não precisa ser uma imagem real, mas, uma vez que você a cria, deve manter-se fiel a ela. Todos ambicionam ser o personagem central do teatro político. E por isso o mundo da política foi buscar no mundo do teatro e do cinema a prática do *star system*.

E nessa de preferir “parecer ser” do que “ser realmente o que é”, o autor apresenta os grandes papéis que estão no repertório político. Tem-se o herói, o homem comum, o líder charmoso e o pai do povo entre outros. Escolhido o papel, é preciso montar o espetáculo. De acordo com Schwartzberg (1977), o fato de os políticos buscarem inspiração nas técnicas teatrais ou cinematográficas são para melhor confundir a arte da política. Para isso, ajustam-se à “midiapolítica”, à política tal como convém os meios de comunicação de massa: a “grande imprensa”, o rádio e a televisão. Nesse processo constante de encenação, nota-se uma abundância de gestos e mímicas. Há uma preocupação com as roupas, aparência, ângulos e luzes. Essas estrelas são, na verdade, falsas estrelas, fabricadas por ilusionistas peritos (diretores ou coordenadores de campanha), que modelam com extraordinário talento como se os políticos fossem argila.

O mundo do espetáculo e o da política vão se entrosando cada vez mais, forçados a seduzir o público. E nesse cenário de sedução, o autor propõe uma discussão sobre a “midiapolítica”. A partir do século XV, com o desenvolvimento da imprensa, a comunicação por escrito suplantou a comunicação oral ou pela imagem. No século XIX e início do século XX, a imprensa alcançou o seu apogeu graças ao progresso de suas técnicas de impressão e ao surgimento da comunicação pela voz e pela imagem. Esse progresso dos meios de comunicação audiovisuais devolveu toda a importância ao rosto e à voz, aos fatos e aos gestos.

Numa democracia em que governar é convencer, e também conquistar a opinião pública para suas teses, é importante se fazer ser visto e reconhecido. Entretanto, a imprensa pode e vai servir igualmente para “vender” pessoas mais do que ideias. O rádio foi a primeira grande experiência de massa da “implosão” eletrônica. Ele estabelece uma relação pessoal entre o líder e o ouvinte. As pessoas vão se tornando mais conhecidas que seus programas. Abre, então, um novo campo à personalização da política. Ele fala com as donas de casa, as pessoas idosas, os jovens e os automobilistas.

Contudo, na década de 1950, a televisão começou a suplantar o rádio como meio de comunicação política privilegiado. Mesmo associada ao rádio, atualmente, a televisão se transformou no principal esteio da “midiapolítica” e do *star system* na vida pública. Os políticos passam a ambicionar, antes de tudo, aparecer nos programas televisivos, difundir sua imagem e atrair a atenção. Esses espaços, por sua vez, valorizam, sobretudo, as impressões e as emoções muito mais do que opiniões ou pensamentos complexos. Os telespectadores, por sua vez, não estão buscando só informações, mas também divertimento. Eles veem na televisão uma maneira de fugir ao real, esquecendo a monotonia dos problemas cotidianos.

Para esses telespectadores, a televisão constitui a principal fonte de distração, de *entertainment*. Logo, cabe ao político transformar-se, se não em *entertainer*, pelo menos em um *showman* habilidoso. Caso contrário, não conseguirá captar sua atenção e seu voto. Schwartzberg (1977) ainda ressalta que não se impõe um candidato à força na cabeça das pessoas, mas, ao contrário, tenta-se vendê-los. Não se violenta o público usando técnicas brutais. Ele é seduzido de maneira suave.

O candidato torna-se um produto, que deve conquistar o eleitorado e provocar “compras”, que nesse sentido são os votos ou preferências do público. E a embalagem desse produto é seu aspecto físico, sua maneira de falar, de sorrir, de mexer. O eleitor-consumidor “compra” o candidato-produto mediante estratégias emocionais muito mais do que pela razão. É por esse motivo que temos, cada vez mais, muitos profissionais envolvidos e estratégias diversas para trabalhar a imagem de um político nesse jogo de encenação.

Nesse ambiente, onde a política vai se transformando a cada dia em espetáculo, vale lembrar que não existe espetáculo sem espectadores. A personalização do poder não está apenas naquele que o exerce, mas também naqueles que a ela se submetem ou a alimentam. O superdesenvolvimento favoreceu o surgimento do poder personalizado, pois criou uma sociedade robotizada, uma “sociedade de massa”, demograficamente mais numerosa, mais burocrática, na qual o indivíduo tem a impressão de ser destituído de valor. Essa sociedade desumanizada e mecanizada, que suprime ou relaxa os laços pessoais, provoca, por vezes, um fenômeno de compensação: a personalização do poder. Graças aos meios de comunicação de massa, que reproduzem em toda parte a imagem e a voz do dirigente, o cidadão tem finalmente a impressão de um contato direto.

Mas o vedetismo do poder tem também raízes psicológicas. Reproduz, à sua maneira, no plano religioso. A religião é uma perda, por parte do homem, de sua substância: ele a projeta num “ente divino”, que lhe é exterior e simples produto de sua consciência. Essa alienação do homem no ente divino encontra um equivalente na alienação do cidadão num

ídolo político. Transfere para o herói tudo o que ele próprio gostaria de ser ou fazer sem poder ou ousar.

No entanto, Schwartzberg (1977) nota um problema no processo de personalização da política. O que durante muito tempo era questão de ideias e opiniões, hoje em dia tornou-se uma difusão de imagens. Reduziu-se a luta política a uma rivalidade entre pessoas. Substituiu-se o difícil confronto de teses, a lenta comparação de argumentos, por uma espécie de jogo dramatizado e vedetizado. O vedetismo do poder procura seduzir mais do que convencer, encantar mais do que argumentar. Simplifica de forma extrema o debate público. A eleição passa, então, a representar um ato de fé na pessoa do chefe. E o eleitor dá sua assinatura em branco. Ele se coloca nas mãos de um dirigente que mais tarde decidirá por ele. Ao invés de despertar os cidadãos, os políticos apenas os hipnotizam, manipulando suas necessidades infantis de dependência. Fascinado por essa política do perfil, o público substitui a política do programa.

Todavia, é preciso fazer algumas considerações sobre as proposições de Shartzenberg (1977). Primeiro, porque a política não é refém da mídia. Ela apenas apropriou-se desse espaço para fazer-se presente. Segundo, porque o espetáculo não é próprio da política atual. Ele já existia anteriormente em outros momentos da história política. Terceiro, porque o contexto atual modificou bastante. A comunicação hoje é engendrada por um novo espaço de exposição: a mídia digital. A política, aos poucos, vai se deslocando para esse espaço e exige de seus representantes uma modificação na forma de atuar. Eles necessitaram compreender a utilização desse espaço e também a sua principal característica, que é a de *feedback*. Nesse espaço, existe a possibilidade de os indivíduos exporem suas ideias, criticarem, apoiarem, contradizerem, argumentarem, compartilharem. O indivíduo não é hipnotizado ou manipulado pelo político. Ele tem a possibilidade e a opção de escolher, de aceitar e de compreender o que está sendo exposto.

Debord (1997) também tem uma linha de pensamento semelhante à de Schartzenberg (1977). Ele foi um importante pesquisador que revolucionou sua época e causou grande impacto socialmente. Sua obra ainda é persistente nos dias atuais e serve como ponto de partida para refletir sobre a vida social e seu caráter espetacular. No entanto, é preciso cautela para analisar suas reflexões, uma vez que o livro foi escrito sob a forma de manifesto. Debord (1997) apresenta dois eixos interpretativos relevantes para se compreender a concepção de espetáculo. A primeira é que o espetáculo está indispensavelmente ligado ao capitalismo e a mercadoria. Desse modo, a sociedade do espetáculo pode ser entendida como proveniente da sociedade capitalista. Essa visão é a mesma de alguns pensadores que

defendem a ideia de que essa sociedade é uma modernidade contemporânea do capitalismo, marcada pela intensa presença da comunicação, das telecomunicações, da informática e da informação. O outro eixo interpretativo é a separação entre real e representação. A cisão entre esses dois campos marca a possibilidade da existência da sociedade do espetáculo. Nesse cenário, as imagens são privilegiadas no campo da representação.

Rubim (2001), por sua vez, afirma que não podemos aceitar as reflexões de Debord (1997) integralmente sem questioná-las. Por exemplo, a construção de suas análises se prejudica quando Debord entende o conceito de espetáculo como algo sempre negativo. Essa visão prejudicada de suas teorias decorre de dois movimentos. O primeiro é a redução do espetáculo a noções econômicas, intrinsecamente ligadas a questões mercantis e capitalistas, que impossibilita, assim, sua existência em outra estrutura social. O segundo é a contradição questionável entre real e representação. Debord se contradiz em um primeiro momento ao dizer que “a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real” (DEBORD, 1997, p.8) e, posteriormente, constrói um confronto entre real (com conotação positiva) e espetáculo (marcado por um viés negativo). A valorização do real e a desvalorização da representação na sociedade atual marcada por mediações fragilizam uma reflexão crítica nesse contexto.

Outro ponto contrário que Rubim (2001) aponta sobre a obra de Debord (1997) é quando ele assinala que as imagens, as quais se destacam da vida se fundem em uma unidade que não pode ser restabelecida. Ela faz parte de uma outra realidade chamada de pseudomundo à parte. Para Rubim (2001), o conceito de “pseudomundo à parte” não se configura como o mais adequado para se ligar ao espetáculo, nem mesmo o espetáculo presenciado por nós atualmente. Existem vários problemas nessas formulações: primeiro – pensar a representação como se ela não fosse inseparável da construção da realidade; segundo – pensar a representação como se ela fosse menos real do que a realidade em si; e terceiro – supor um acesso ao real sem necessitar obrigatoriamente das representações e mediações.

Ao contrário das concepções de Debord (1997), hoje é impossível se pensar a realidade sem levar em conta os aspectos da mediação. Não existe a possibilidade de uma relação direta com a realidade que não seja mediada. Se analisarmos bem, notamos que a representação nada fica distante da realidade. Algumas vezes, só é possível enxergá-la baseada nos recursos de mediação. Depois de apontada essas considerações sobre o pensamento deboriano, pode-se revisitar a sociedade do espetáculo e reformular alguns conceitos e teorias que em dados momentos foram limitados e se enfraqueceram. A superação dessas deficiências em sua obra exige uma reinterpretação a partir de outras teorias.

Nesse contexto, Gomes (2004) é um dos autores que também se debruça a analisar a dependência da atividade política sobre os recursos e linguagens da comunicação de massa. Para o autor, é possível traçar três estágios capazes de identificar a interface entre mídia e política. A primeira se deu nos anos 1940, momento em que a comunicação alcançava um espantoso número de pessoas (as massas) e percebeu-se a capacidade desse meio de reproduzir discursos e mediar a sociedade. Nesse sentido, os meios de comunicação passaram a ser vistos como instrumentos poderosos que poderiam ser usados para o bem ou para o mal. Nesse cenário, cresceu a discussão de tentar pensar nos efeitos que esses meios poderiam causar nos campos sociais, principalmente a política.

Já nos anos 1960, essa preocupação se findou e surgiu uma nova discussão, na qual existia uma tentativa de estabelecer uma relação concreta entre essas duas grandezas institucionais (mídia e política). No entanto, tratava-se de uma tarefa muito difícil, pois ambas são muito amplas e mais complexas do que pareciam ser, conferindo uma tarefa bastante árdua a de uni-las. Mas essa tarefa era perfeitamente justificável, uma vez que a comunicação penetrava o tempo todo a política e também pelo caráter óbvio de que não era possível pensar em política sem considerar junto a comunicação. Nesse período, que compreende os anos 1960 e 1970, a mídia é tida por estudiosos como a grande vilã. As críticas eram extremamente severas e negativas. Somente nos anos 1980 é que a comunicação foi vista de forma mais madura. E a política e a mídia passaram a ser compreendidas como dois campos autônomos que se relacionam entre si.

Para tratar desse relacionamento, Gomes (2004) enxerga essa relação como sendo algo conflituoso e tenso. Para ele, a instância midiática é previsível e seus produtos são previamente criados com base no lucro e no que as pessoas desejam consumir. Ela surge para atender a uma demanda do sistema produtivo capitalista. A mídia funciona como uma vitrine, na qual precisa expor seus produtos. Esses produtos, quando expostos, precisam atrair, chamar atenção, despertar sensações. E como ela se trata, de uma forma ou de outra, de um negócio, precisa ter uma previsibilidade. A política, por sua vez, é imprevisível e racional. Ela é um campo de argumentação e de participação dos sujeitos característico do processo democrático. Tudo pode acontecer nesse espaço a qualquer momento e a qualquer hora.

No entanto, o pensamento de Gomes (2004) a respeito dessa dicotomia é contraditório. Se pensarmos na política atualmente, é possível apontar características significantes de que a política tem se transformado, assim como a mídia, em uma instância baseada no lucro. Ainda que ele não se configure financeiramente, a política visa ao convencimento de uma parcela significativa da população por meio de apoios e votos. Ela se

faz atrativa, chama atenção, se mostra presente para os indivíduos, a fim de que estes sejam despertados pelos seus eventos. A previsibilidade, antes inimaginada pelo autor, já é possível ser percebida. Há acontecimentos políticos que foram programados para ocorrer em dias específicos, a fim de atingir determinadas pessoas e conseguir objetivos específicos.

Nesse cenário, surge um questionamento bastante comum ao tratarmos dessa relação. Se a política e a mídia são campos tão antagônicos, como elas se relacionam? Conforme o autor, existem duas premissas que respondem a essa pergunta e explicam a acomodação do discurso político ao discurso midiático. Primeira, nas democracias de massa, os políticos são obrigados a recorrer à mídia para estabelecer contato com o eleitor, uma vez que a política precisa atingir um grande número de pessoas e a comunicação estabelecida nesses ambientes é uma comunicação de massa, que alcança um número extenso de indivíduos. Segunda, porque existe uma demanda por parte dos indivíduos de conhecer o atual estado do mundo. O indivíduo necessita saber o que está acontecendo no seu bairro, na sua cidade, no seu país e até mesmo fora dele.

Se a política precisa se acomodar ao campo midiático, a fim de que faça sentido para as pessoas, ela estaria, então, tendo que se adequar às regras de funcionamento desse campo para o qual ela migra. Algumas das transformações pelas quais a política passou na contemporaneidade podem ser levantadas, tais como: (1) O predomínio da imagem pelo verbal. A televisão é um meio rápido, que se utiliza de textos curtos, diretos, fortes e velozes. A imagem é preferida em detrimento dos textos. A política, ao se projetar nesse espaço, precisa converter a noção de ideologias em marcas, preferências e gostos, assim como os produtos produzidos pela mídia; e (2) Converter a política para a lógica comunicacional de produzir entretenimento, espetáculos, competições e curiosidades ao invés de propor discussões profundas. Uma vez que vivemos em sociedades com pouco capital cultural, muita impaciência, pouco tempo livre, pequeno interesse político e considerável oferta de programas mais interessantes, a política recorre ao discurso lógico da mídia em parâmetros suficientes para produzir votos e preferências.

Dessa forma, considerando a política como um campo que precisa do espaço midiático para ser vista e reconhecida, ela acaba tendo de recorrer às estratégias e lógicas midiáticas. Gomes (2004) aponta, então, alguns mecanismos que constituem o funcionamento da mídia: (a) a ruptura das regularidades: é noticiável tudo aquilo que tem caráter novo, surpreendente. “Noticiável é, antes de tudo, o interessante”. (GOMES, 2004, p.314). Todos os acontecimentos extraordinários que envolvam pessoas, coisas e/ou relações excepcionais são

mais suscetíveis de se transformar em notícia. Portanto, há um predomínio daquilo que é extravagante, inabitual, inesperado, exorbitante, desmedido.

O segundo mecanismo acionado são (b) a diversão e o entretenimento. A informação contemporânea é aquela que diverte, que é leve, que seduz, que oferece uma profusão de imagens, do predomínio da beleza que entretém os olhos e da facilidade de entendimento. “O princípio da estruturação da informação é, cada vez mais, a cota mínima aceitável de informação, ou seja, informação suficiente para que se saiba que algo se deu, com alguém, em algum lugar” (GOMES, 2004, p. 315). Trata-se de atingir o espectador em seu tempo livre, depois de uma jornada intensa de trabalho, próprio da sociedade contemporânea, em que você deve distrair, proporcionar alegria e prazer no consumo e na apreciação. Por isso, os textos são curtos e lineares, contendo exposição detalhada e com o máximo possível de beleza plástica (cores, imagens, *design*). Dispensa-se tudo aquilo que pode parecer profundo e possa solicitar um esforço de raciocínio.

O terceiro, e último, subsistema acionado é o drama. Enredos dramáticos que provoquem temor, piedade, raiva, indignação, surpresa, comoção, angústia e riso são preteridos em decorrência de outros que não acionam essas características. A melhor notícia é aquela capaz de produzir um efeito dramático sobre o destinatário; é aquela capaz de mexer com ele, de emocioná-lo. A ideia é que as pessoas em contato com esses fatos midiáticos se tornem personagens deles e se sintam comovidas e atraídas por eles.

A ruptura, a diversão e a encenação se tornaram valores indispensáveis à lógica da comunicação de massa. Tudo que for contrário a isso é evitado no trânsito desse espaço. A regularidade, o tédio, a profundidade e a lentidão não podem fazer parte desse cenário. Um bom comunicador, que queira se apropriar desse espaço e obter sucesso, deve produzir o máximo de engajamento emocional e propiciar o mínimo de interpretação possível. Deve seduzir com a aparência, utilizar a beleza e criar personagens que podem ser rapidamente identificados.

Diferentemente do que afirma Gomes (2004), para Rubim (2001), o espetáculo não é uma característica própria da política, nem tão pouco exclusiva da sociedade atual. Todas as instâncias e práticas sociais atualmente recorrem a esse recurso. A mídia tornou-se apenas uma nova plataforma de atuação. A política, por exemplo, já demonstrava indícios de sua ligação com o espetáculo desde os seus primórdios. Com o senado romano, a coroação do rei, a posse do presidente, as manifestações de rua, as eleições e toda e qualquer ação política supõem essa encenação. O que vemos hoje é uma reformulação do conceito de espetáculo decorrente de uma nova formação social.

Segundo Rubim (2001), a marca da nossa atualidade é dada pela cultura como espetáculo. Na mídia, ela ganhou espaço privilegiado. As copas do mundo de futebol, os megafestivais de música e as olimpíadas exemplificam com exatidão algumas das celebrações espetaculares atuais. As sociedades hoje se tornaram o principal espaço de fabricação do espetacular e a televisão converteu-se no principal meio de exposição deste. Por isso, cabe a uma sociedade como essa a nomeação de “sociedade do espetáculo” não no sentido de Debord (1997), mas de modo mais amplo.

No entanto, para Rubim (2001), o espetacular só consegue prender e fisgar as pessoas se o evento acontecer publicamente. Para que algo seja alcançado em grandes proporções pelo público, é preciso utilizar-se de uma localização estratégica, de preferência um lugar público geográfica ou virtualmente. É por isso que a mídia se destaca. É inegável, portanto, a sua importância na projeção dos fatos e na organização dos sentidos sociais. Com sua dimensão espaço-temporal, a mídia maximiza um acontecimento e o leva a todas as pessoas em qualquer lugar e em qualquer momento. Ela confere visibilidade e promove a exposição.

A sociedade destacada por Rubim (2001) está em sintonia com a atual fase do capitalismo, na qual informação e comunicação tornaram-se mercadorias e o espetáculo é o que as torna vendável. Tanto a política quanto a cultura, religião ou qualquer outro campo social estão em constante disputa entre si, para chamar atenção de todos e acabam por utilizar esse recurso.

Maria Helena Weber (1999) aponta quatro espetáculos políticos: o editorial, o articulado, o autônomo e o arbitrário. No editorial, estão aquelas encenações de diferentes gêneros discursivos, mas que estão todas ligadas e sob o controle da instituição midiática. O modelo articulado é aquele que se conforma na interação obrigatória entre mídia e política, sempre retratando os eventos de caráter excepcional, como as eleições por exemplo. O modelo de espetáculo autônomo é aquele que implica a existência de um fato político de grandes proporções e a imprevisibilidade capaz de obrigar a mídia a mudar sua lógica de cobertura, como, por exemplo, a morte de um político, a sentença de um caso político ou o vazamento de informações que possam comprometer alguém. E, por fim, o modelo arbitrário é aquele que supõe um descontrole da mídia em função da política. Um exemplo são as propagandas políticas eleitorais. Não cabe às emissoras decidirem se vão ou não ceder espaço para tais encenações, mas são obrigadas a fazerem isso.

Rubim (2001) faz uma ressalva ao afirmar que a mídia capaz de conferir valor e exposição aqueles que nela se apresentam não deve ser compreendida apenas pelo espetáculo.

Se o simples fato de algo de estar sendo divulgado na mídia conferisse o conceito de espetáculo, ele perderia a validade. Sob essa perspectiva, o autor traça uma distinção entre os conceitos de midiaticização e espetacularização. O primeiro é a simples veiculação de algo pela mídia. Já o segundo é o nome que se dá ao processo de enquadramento e configuração de um evento com base na teatralidade e na dramaticidade, podendo ele estar exposto ou não na mídia.

Alguns autores contemporâneos têm insistido nessa ideia de que a mídia, principalmente a televisão, tornou-se espaço privilegiado da luta política atualmente. Para o autor, o deslocamento da política para a tela excluiu a rua e retirou dela o caráter até então privilegiado da realização da política como acontecia antes. Os comícios, as passeatas e as conversas na praça, em ruas e bairros deram lugar à televisão, ao rádio e à *internet*. Esses lugares, baseados na presença física, ainda continuam a funcionar, porém em menor dimensão.

Dessa forma, Rubim (2001) constata que a política midiaticizada tem incidência sobre aquela realizada em espaços convencionais. O próprio fato de existir o “ao vivo” acabou excluindo a necessidade de estar presente em algum lugar. E, pelo fato de autores saberem que estão sendo vistos, acabam encenando de forma que não aconteceria se não soubessem que estavam sendo filmados. Essa transposição da política em outro espaço implicou mudanças relevantes na dinâmica desse sistema, principalmente o surgimento de novos atores, como os marqueteiros, publicitários, analistas de sondagens e comunicadores, e também novos instrumentos operativos, como planejamento estratégico, produtores de imagens, linguagens e modos de comunicar. Dessa forma, a política passa a não mais se fazer como tal, mas inevitavelmente fica sob as ordens e os padrões de produção da mídia. Ela teve de se adaptar às lógicas midiáticas.

Falar de espetáculo também nos obriga a falar de representação política e como a figura do líder político se transformou em peça fundamental para a organização da política. Um dos autores fundamentais para compreendermos as modificações que a representação política veio sofrendo ao longo do tempo é Manin (1995). Segundo o autor, é possível apontar três principais tipos de governo representativo – o governo parlamentar, a democracia de partido e a democracia do público – e como eles foram se estabelecendo ao longo do tempo. Trata-se de tipos ideais², conforme formulação weberiana, que tentam explicar os regimes democráticos em contextos históricos diferenciados. Além disso, deve-se levar em conta que é

² Tipo Ideal é um termo utilizado por Weber para se referir a generalizações criadas com a finalidade de se analisar uma dada situação social.

uma discussão voltada para países desenvolvidos europeus, e não exatamente para a realidade latino-americana.

Segundo Manin (1995), o governo parlamentar era aquele constituído de eleições, em que somente eram eleitos os indivíduos que gozavam da confiança dos cidadãos. Essa confiança advinha das relações locais que os eleitores possuíam com os candidatos e também da relação de notoriedade que estes tinham socialmente, e não pela relação que eles possuíam com os outros representantes ou organizações políticas. Nesse modelo de governo, o representante mantém uma relação direta com os eleitores. Ele é eleito por pessoas com quem tem um contato frequente pelo fato de elas pertencerem, na maioria das vezes, a uma mesma comunidade. Essas relações de proximidade local e de pertencimento eram a explicação do voto das pessoas, reafirmando os laços visíveis e invisíveis que existiam. Só era eleito um tipo particular de pessoas: os notáveis, aqueles que se distinguiam da maioria dentro daquela sociedade.

Esses representantes não eram porta-vozes dos eleitores, mas sim homens de confiança destes. Essa independência se explica pelo fato de que foram eleitos não pelos seus méritos políticos, mas sim pelo seu simples prestígio local. Algumas questões, como, por exemplo, a liberdade de religião, o livre comércio e outros tantos temas, não eram discutidas durante as campanhas eleitorais, nem eram decisivas durante os resultados de uma votação. Se as eleições escolhiam pessoas tendo em vista a confiança pessoal que elas inspiravam, as opiniões dos cidadãos sobre assuntos políticos não encontravam um canal de expressão. Às vezes, o próprio eleitorado nem dispunha dessas opiniões, que só apareciam em situações de crise. Essas vozes, quando existiam, não repercutiam do lado de dentro.

Com a ampliação do voto, no entanto, o modelo de governo parlamentar entrou em decadência e notou-se o surgimento de um sentimento de incongruência entre representante e representado. Nesse sentido de extensão do eleitorado, ficou difícil de os candidatos conseguirem estabelecer relações pessoais. Os cidadãos passaram a não votar mais em pessoas que eles conheciam pessoalmente, mas em um candidato que carregasse as cores de um determinado partido. Os partidos políticos surgem aqui, segundo Manin (1995), para mobilizar esse numeroso eleitorado, como forma de atingir todos. Aparece, então, um segundo tipo de governo representativo: a democracia de partido.

Nesse tipo de governo representativo, o povo não vota mais em uma pessoa conhecida; vota em um partido. E com esses partidos, são criadas relações de fidelidade, as quais provocam uma estabilidade eleitoral. Os eleitores, além de votarem sempre em candidatos daquele partido, acabam transferindo suas preferências partidárias de uma geração

para outra. Os filhos votam como os pais, e os habitantes de uma determinada localidade, assim também, os seguem durante anos. A eleição nesse tipo de governo desintegra o vínculo pessoal presente no parlamentarismo e começa a apresentar os primeiros indícios de uma crise na representação política. O voto na democracia de partidos não era uma questão de escolha, mas de identidade social e de destino.

Isso acabou por dividir a sociedade em torno das diferenças econômicas e culturais. É por isso que, na democracia de partido, a representação se torna um reflexo da estrutura social e acaba acirrando os conflitos dos diferentes setores da sociedade. Esse pluralismo existente com o surgimento dos partidos se refletiu em um conflito social duradouro, resultante da industrialização e do conflito de classes. Nesse modelo de governo, começaram a surgir às plataformas com os programas políticos que eram utilizados nas campanhas eleitorais. No início, os eleitores não tinham muito conhecimento sobre essas plataformas e faziam suas escolhas com base no sentimento de pertencimento e identidade social.

Essas plataformas serviam para unificar os partidos. O povo não votava visando às ações dessas propostas, mas à identificação com eles. Quando os cidadãos tinham algum conhecimento sobre essas propostas, eles capturavam apenas as palavras mais marcantes e repetidas durante as campanhas, inclusive aquelas as quais lhe interessavam e os beneficiavam. Assim, tanto o governo parlamentar quanto a democracia de partido baseavam-se na confiança. A diferença é que no primeiro a confiança se dava em cima de uma pessoa; já no segundo, ela era atribuída a um partido.

Num cenário onde existem diferenças muito evidentes e contraditórias de interesses, existe também o risco de se desencadearem lutas. Se há a vitória de um desses campos, o outro, em virtude daquilo que ele defende, sofrerá a derrota e será atingido por ela. A estabilidade consequente do governo de partidos acirra esse risco quando a minoria não consegue reverter a situação política num futuro muito próximo. Para minimizar os riscos desse confronto, o representante precisa estabelecer um contato com a minoria. A democracia de partido só se torna um governo viável quando o representante se interessa também pelos os interesses opostos e consegue equilibrá-los junto aos da maioria. Desse modo, o conceito de conciliação resume o sucesso da democracia.

Nesse tipo de governo, Manin (1995) afirma que os partidos propiciam formas de expressão para que o povo tenha liberdade de reivindicar seus direitos e expor sua voz, seja por meio de manifestações, campanhas ou petições. A imprensa surge aqui como uma possibilidade de dar voz aos partidos, representantes e ações políticas. Os cidadãos passaram a

ser mais bem-informados e os mais interessados puderam saber mais sobre esse ambiente por meio da imprensa. No entanto, essa imprensa não é responsável por dar voz ao povo. O papel da mídia nesse tipo de governo tende a ter um caráter partidário, em que partido e imprensa podem manter interesses mútuos e agir como aliados de um grupo e/ou opostos a outro. Essa situação representa uma violação ao princípio de que nesse tipo de governo a opinião pública pode se manifestar com independência diante do controle do governo. É possível manifestar uma opinião diferente da defendida pelo partido no poder; todavia, ele não encontra espaço para exprimir isso.

Para o autor, existe um problema nesse tipo de representação e ele se encontra na liberdade de se decidir politicamente sobre algum assunto na democracia de partido. Manin (1995) afirma que existe uma rígida disciplina sobre os votos no interior de cada partido. Quando um político se torna membro de um partido, ele precisa assumir os princípios que regem tal organização e precisam agir pautados a estes princípios. Uma vez determinada a posição do partido, seus representantes não podem mudar de opinião em função dos debates. Por isso, as posições de cada grupo são quase sempre as mesmas, qualquer que seja o assunto posto em votação. Isso significa que os políticos não avaliam as propostas em função da sua qualidade, mas conforme as particularidades de cada partido representado.

É imprescindível fazer um adendo nesse momento em que a história democrática do Brasil é conturbada e marcada por várias rupturas institucionais. Entre os anos de 1945 e 1964, o País ensaiou, ainda que de forma limitada, a organização do regime democrático e um embrião de um sistema partidário. Mas foi apenas em 1982 que essa realidade se efetivou. Em 1985, a densidade desse regime se tornou mais expressiva com a redemocratização do Brasil marcada pela proliferação de partidos políticos. O multipartidarismo é característica central do sistema político presente no País e, durante algum tempo, movimentou o imaginário de grande parte da população, que chegou a ter uma identificação muito forte com ideais propostos pelos membros desses grupos. No entanto, em função dos escândalos recentes, esses números estão cada vez mais em declínio e o estilo de representação atual não tem sido suficiente para dar conta dos problemas atuais, como será discutido no capítulo seguinte.

Manin (1995) segue discutindo que esse modelo de representação também entrou em declínio. Para o autor, desde os anos 80 do século XX, no caso europeu, nos últimos anos, tem-se observado uma nítida modificação dos resultados eleitorais, que tendem a variar de uma eleição para outra, ainda que não existam modificações no quadro econômico, social e cultural dos eleitores. Essa nova realidade caracteriza um novo tipo de governo: a democracia de público, na qual o principal fator influenciador de voto do eleitor é a personalidade do

candidato. As pessoas cada vez mais tendem a votar em uma pessoa, e não em um partido. Esse voto está pautado na personalidade imprimida na imagem que o candidato passou durante o período eleitoral. Os partidos continuam existindo, mas sua força é transferida para um líder, o qual passa a ser o principal instrumento político.

Segundo o autor, esse acontecimento se explica por dois fatores: (1º) os canais de comunicação política afetam a relação entre eleitor e candidato, que consegue, por meio da rádio e da televisão, estabelecer contato com o povo independente da mediação dos partidos. E a televisão confere uma proximidade muito grande entre esses dois eixos, recordando a natureza face a face que caracterizou a primeira forma de governo. Nesse sentido, os vencedores de uma eleição não são aqueles que possuem maior prestígio social ou local, mas sim aqueles dotados da capacidade de comunicar, aqueles que dominam as técnicas da mídia. E (2º) são as novas condições em que os eleitos exercem o poder. Tanto os candidatos quanto os partidos dão ênfase à individualidade dos políticos ao invés dos planos políticos.

Como a atividade do governo aumentou consideravelmente nas últimas décadas, as plataformas eleitorais ficaram parecidas, as promessas quase nunca foram cumpridas e o voto personalista se tornou um importante instrumento de voto para o povo. A figura individual do candidato passou a se sobrepôr à imagem do partido que ele representa. Suas qualidades e suas aptidões pessoais passaram a ser levadas em conta na hora de o povo tomar as decisões. A confiança pessoal que o candidato inspira é o que designa votos a ele. Mais uma vez, a confiança tão relevante e presente nas origens do governo representativo, assume importância decisiva na democracia do público. As pessoas escolherão um produto fruto dessa pluralidade, que melhor combine com seus interesses. Ou seja, elas irão ouvir todas as propostas dos planos políticos, mas só irão absorver aquelas nas quais existirem assuntos de importância imediata para elas, como: sua família, sua cidade, seu bairro, classe ou qualquer grupo do qual fazem parte.

Por fim, Manin (1995) também constata que o eleitor desse tipo de governo se tornou flutuante (não deposita seu voto de acordo com uma mesma identificação partidária). Pelo contrário, ele não se sente identificado com partido algum. Nesse ambiente onde predomina o personalismo na hora do voto, os meios de comunicação tornaram-se o principal espaço para a produção, divulgação e legitimação de imagens políticas e também como espaço para o convencimento e a persuasão. Se há alguns anos garantir proximidade entre eleitor e político era quase que estar a um passo do governo, hoje uma pessoa encontra-se próxima a ele se conseguir fazer bom uso dos meios de comunicação de massa e se conseguir administrar de forma convincente as imagens por eles construídas. Ou seja, o *marketing*

político e o *marketing* eleitoral se apresentam como cruciais nessa nova ambientação política na mídia.

Albuquerque e Dias (2002) discordam da visão de Manin (1995) de que está havendo um declínio da importância dos partidos políticos. Para eles, essa via de interpretação é útil à construção de um quadro geral do problema. Porém, demonstra certos limites se considerarmos o assunto detalhadamente. Eles afirmam que os meios de comunicação de massa não têm substituído os partidos em sua função de mediadores políticos fundamentais. Pelo contrário, essas instituições coexistem e estabelecem relações entre si. É claro que essas relações envolvem uma dose de disputa entre as duas instituições, mas não deve se reduzir somente a isso.

Segundo Albuquerque e Dias (2002), o caso brasileiro representa o limite de todas as generalizações nesse sentido. A situação política do Brasil não permite estabelecer uma relação coerente entre o aumento da importância dos meios de comunicação e o declínio dos partidos políticos. Primeiro, porque a vida política no Brasil jamais se estruturou a partir de um sistema partidário sólido. Logo, não é possível notar uma desestruturação de um sistema partidário existente atualmente. Segundo, porque o modelo brasileiro de realização de campanhas e propagandas políticas atenua esses efeitos personalizantes, destacados por autores como Manin (1995). Assim, a propaganda política na televisão brasileira é caracterizada pelo fornecimento aos partidos políticos, e não de forma direta aos seus candidatos.

Desde o período da redemocratização até os dias atuais, nota-se que os partidos políticos nunca se consolidaram como expoentes decisivos na definição eleitoral. No Brasil, pouco se vota em partidos. O eleitor ainda prefere a votação nominal, ou seja, aquela capaz de escolher, dentro dos partidos, aqueles candidatos que ele julga serem capazes de defender seus interesses pessoais. É válido destacar também que as campanhas eleitorais são, em sua maioria, essencialmente individualistas. Elas valorizam, na maior parte das vezes, o perfil dos candidatos em detrimento da estrutura partidária. Ou seja, percebe-se um personalismo persistente na dinâmica política brasileira, não sendo um fenômeno novo este da fragilidade dos partidos.

Isso não confirma o modelo de “democracia de público” descrito por Manin (1995). Albuquerque e Dias (2002) enxergam um movimento contrário a este, no qual há um fortalecimento das identidades partidárias entre os eleitores e a utilização da legenda partidária como recurso para captar votos para elites políticas. De acordo com eles, o impacto

do modelo brasileiro de propaganda política na televisão sobre os partidos é exatamente o contrário.

No entanto, é essencial destacar que a força dos partidos políticos tem diminuído na atualidade. Há uma descrença generalizada por parte da população, que não se vê identificada por político algum, nem mesmo partido. O número expressivo de organizações dificulta as pessoas a criarem identificação contínua com elas. E o frequente entrelaçamento de questões de corrupção e de escândalos políticos envolvendo os partidos agravaram a imagem desses sujeitos diante da população, a qual acredita que todos são iguais, todos são corruptos, e a única saída é apostar em personalidades, principalmente se estas estiverem “alheia” ao mundo da política.

É nesse ambiente de personalidades que o jogo passa a ser travado em dimensões semelhantes às narrativas literárias. É preciso que existam o bom moço e o mal, o belo e o feio, o desenvolto e o tímido. Há uma disputa de imagens crescente que leva a discussões para questões como a espetacularização proveniente de práticas teatrais e cinematográficas até à política.

2.3 A SOCIEDADE MUDIATIZADA: DO PODER DOS CAMPOS SOCIAIS AOS CIRCUITOS INFORMATIVOS E COMUNICACIONAIS

Outro ponto que merece destaque nesta discussão envolvendo a sociedade, a comunicação e a modernidade é o processo de midiatização presente na atualidade. Segundo Sgorla (2009), o processo de midiatização surgiu do processo de globalização somado ao desenvolvimento tecnológico e sua convergência. Ele alterou as práticas e relações dos atores sociais individuais e coletivos na contemporaneidade. Nesse cenário, é possível notar como as tecnologias, bem como as técnicas, as lógicas e as linguagens da mídia passaram a fazer parte da dinâmica dos vários campos sociais. Para o autor, a relação entre mídia e sociedade tem produzido transformações importantes e que merecem ser estudadas.

Segundo Verón (2001, p. 15 *apud* SGORLA, 2009, p. 63), “uma sociedade em vias de midiatização é aquela onde o funcionamento das instituições, das práticas, dos conflitos, das culturas, começa a estruturar-se em relação direta com a existência das mídias”. Ou seja, a lógica do sistema midiático é quem ordena e orchestra a vida em sociedade. O que observamos, hoje, é que a “estrutura social, política e econômica da ‘sociedade midiatizada’ é tecida com base em gramáticas que ditam a visibilidade, anunciabilidade e a publicização exacerbada dos atores sociais” (SGORLA, 2009, p. 64).

Nesse sentido, é possível afirmar que a midiaticização alterou e modificou a sociedade contemporânea. Com todos os seus processos tecnológicos, verificou-se um reajuste nas rotinas e nas práticas sociais, no qual os atores sociais, provenientes desse espaço, também passaram a se apropriar dessas mudanças. Exemplos, explicitados pelo autor, que traduzem esse processo na sociedade são a popularização das máquinas fotográficas digitais e dos celulares, e a criação facilitada, por qualquer pessoa, de *sites* na *internet*. Isso demonstra como as lógicas e as gramáticas originárias do campo midiático se instalaram na vida das pessoas. Outra mudança verificada foi que os processos relacionais e comunicacionais, por exemplo, passaram a se dar a partir de fluxos de tempos e espaços que não são mais vinculados à ideia de copresença.

Sgorla (2009) também se preocupa em examinar os discursos dos campos sociais (político, religioso e jurídico entre outros) no processo de “midiaticização”. Para o autor, esses campos se viram obrigados a redesenhar sua estrutura, bem como sua gramática e suas estratégias de acordo com as características midiáticas.

Nesse esquema nada acontece de forma aleatória ou despreziosa, sem planejamento. Determinados campos e atores sociais elaboram, estrategicamente, artifícios para ampliar a absorção das lógicas midiáticas, assumindo a gramática própria das mídias em suas conformações. Ao se apropriarem das lógicas midiáticas (mesmo que não abram mão de suas características específicas), os campos e atores sociais as utilizam para produzir novas estratégias de sobrevivência no ‘espaço midiaticizado’, com a finalidade de obter visibilidade e ganhar relevância no tecido social (SGORLA, 2009, p. 66).

Até o espaço midiático é transformado em função da midiaticização conforme explica Sgorla (2009). Uma das mudanças mais visíveis, segundo a autora, é a ampliação de suas estratégias de interação com os públicos, que modificaram os modelos teóricos clássicos da comunicação. Um exemplo claro dessa mudança é a percepção, antes, fixa, envolvendo o emissor e o receptor. Atualmente, é possível notar que essa relação emissor e receptor se tornou um pouco complexa.

O internauta, por exemplo, pode assumir características de produtor. Pode adquirir, então, o papel de “interagente”, aquele que também constrói e interfere no processo de criação da realidade. Inúmeros exemplos dessa realidade podem ser citados, tais como: o jornalismo ao abrir espaço em *blogs* para a participação do público, a televisão ao abrir espaço para o público ser repórter por um dia, a interação entre um radialista e um ouvinte, por meio de mensagens instantâneas na *internet*, os programas televisivos se utilizando de

linguagem e formas instantâneas da *internet* e o envio de vídeos e fotos por parte dos telespectadores.

A partir desta movimentação dos atores e dos campos sociais ao encontro das tecnologias midiáticas, é possível observar como se dá a reformulação e a reordenação dessa sociedade e de suas práticas, que passaram a estar mergulhadas em novos sentidos e novas significações, reconfigurando, assim, um novo modo de ser e estar no mundo, condicionados a uma nova forma de existir e de agir socialmente.

Hjarvard (2012) também é um dos estudiosos que concentrou suas pesquisas na compreensão da mídia como agente de mudança cultural e social. O autor explica que a teoria da midiaticização surgiu como uma nova proposta teórica para repensar questões antigas relacionadas ao papel exercido pela mídia e a sua influência na sociedade. As teorias tradicionais pensavam na mídia como um campo separado das demais. No entanto, nota-se que sua ação se permeou de tal maneira em nossas vidas que não podemos compreendê-la como algo separado das instituições culturais e sociais.

Segundo Hjarvard (2012), a mídia e seus aparatos de comunicação não são apenas tecnologias que indivíduos e organizações podem utilizar quando quiserem. Pelo contrário, ela se tornou parte fundamental para o funcionamento de outras instituições de modo que ela as obriga, em maior ou menor grau, a submeterem-se à sua lógica: “A mídia é, ao mesmo tempo, parte do tecido da sociedade e da cultura de uma instituição independente que se interpõe entre outras instituições culturais e sociais e coordena sua interação mútua” (HJARVARD, 2012, p. 54-55).

Para que se compreenda a influência desse meio na cultura e no dia a dia da sociedade, é preciso falar de um conceito chave: a midiaticização. Segundo o autor, esse termo tem sido utilizado em diversos contextos, para se referir à influência exercida pela mídia sobre uma série de fenômenos. A primeira vez que o conceito foi utilizado foi para se referir ao impacto dos meios de comunicação na comunicação política e também os seus efeitos na ação política. O primeiro a usá-lo foi o pesquisador sueco de comunicação Kent Asp. Ao teorizar sobre a midiaticização na política, ele explica que “um sistema político é, em alto grau, influenciado pelas e ajustado às demandas dos meios de comunicação de massa em sua cobertura política” (ASP, *apud* HJARVARD, 2012, p. 55).

Exemplos claros dessa teorização são percebidos na atualidade quando se percebe que os políticos têm pensado e preparado suas declarações públicas de modo que se obtenha a personalização através de suas falas ou que tragam em seus discursos polaridades. Agindo dessa forma, eles aumentam a chance de atrair a mídia e de se obter uma cobertura midiática.

Outros estudiosos que também se preocuparam em trabalhar o conceito de midiaticização foram Mazzoleni e Schulz (1999), também citados por Hjarvard (2012). Segundo os autores, Fernando Collor de Mello, durante sua campanha eleitoral em 1989, Silvio Berlusconi, na Itália, e Tony Blair, na Inglaterra, são exemplos de políticos que se apropriaram dos meios de comunicação com o objetivo de trabalhar sua imagem e as mensagens veiculadas por eles. Para eles, “a política midiaticizada é a política que perdeu sua autonomia, que tornou-se dependente, em suas funções centrais, dos meios de comunicação de massa e é continuamente moldada pelas interações com eles” (MAZZOLENI; SCHULZ *apud* HJARVARD, 2012, p. 57).

Para Thompson (1998), o processo de midiaticização é um fenômeno que está intrínseco ao processo de desenvolvimento da sociedade moderna. Ou seja, ele acredita que a midiaticização sempre acompanhou a atividade humana. A invenção da imprensa, associada ao nascimento da tecnologia, possibilitou a circulação da informação na sociedade de um modo que nunca se viu antes. A *internet* aparece nesse contexto atual como um instrumento modernizador capaz de ações inimagináveis no passado. Os meios de comunicação auxiliaram no processo de transformação da sociedade agrária em feudal e apresentaram inúmeros avanços de modernização. Essas transformações alteraram também o modo de agir dos indivíduos e instituições, que precisaram se adaptar a essa nova lógica.

Diferentemente de Baudrillard (1994), citado por Hjarvard (2002), que acredita que a expressão midiaticização é consequente da nossa condição pós-moderna, marcada pelo surgimento dos meios de comunicação que possibilitaram uma nova consciência social e cultural, o autor entende que os símbolos – imagens, sons, propagandas etc. – formam simulacros que não só parecem mais reais do que a realidade em si, como também a substituem. “O que é midiaticizado não é o que sai na imprensa diária, na televisão ou no rádio: é o que é reinterpretado pela forma de signo, articulado em modelos e administrado pelo código” (BAUDRILLARD *apud* HJARVARD, 2012, p. 61).

Essa teoria do simulacro pode ser vista, de acordo com o autor, através da midiaticização sobre a Guerra do Golfo (1990-1991). Para ele, essa guerra não aconteceu; foi apenas uma invenção de simulacros feita pelos meios de comunicação. Ou seja, significa dizer que aquilo que foi noticiado pela imprensa não foi o que aconteceu de fato. Eles apenas guiaram a percepção do público mediante a seleção de imagens e símbolos dispersos nos meios de comunicação. Para Hjarvard (2012), não devemos tomar a teoria de Baudrillard ao pé da letra. Devemos apenas compreender que os meios de comunicação assumiram atualmente uma posição muito presente na nossa sociedade a ponto de nossas percepções e

construções de realidade ter como ponto de partida as representações mediadas pelos meios de comunicação.

Em certa medida, Hjarvard (2012) até concorda com as afirmações feitas por Baudrillard (1994). Na ótica dele, a midiatização de fato complicou e dificultou as distinções entre a realidade e as representações midiáticas. No entanto, ele ressalta que suas proposições são demasiadamente simples e muito exageradas. A principal característica concebida nessa teorização, que vale ser destacada, é que a midiatização possibilita a expansão das oportunidades para a interação em ambientes e espaços virtuais, que vai trazer, portanto, diferentes percepções do real.

No campo da política, por exemplo, a interação mediada é responsável por permitir que os políticos e os eleitores tenham contato um com outro e também com as suas ideias sem a necessidade de dividir o mesmo espaço geográfico além do fato que lhe permite alcançar um número maior de pessoas e estabelecer uma relação de contato mediado. Os programas do Horário Gratuito de Programa Eleitoral e os debates políticos são exemplos de ferramentas de interação que são apresentadas nas mídias e encurtam os espaços entre políticos e eleitores.

Para que um político consiga seu objetivo maior, que é o de ser eleito, ele necessita fazer com que suas propostas atinjam o máximo de pessoas possíveis. Se não é mais provável estabelecer contato face a face com todos os cidadãos e possíveis eleitores, como antigamente, torna-se necessário que se estabeleça uma interação mediada por meio do rádio, da TV ou da *internet* e das redes sociais. Hjarvard (2012, p. 66) ainda explica que o conceito de midiatização não deve ser confundido com o de mediação:

Mediação refere-se à comunicação através de um meio pelo qual a intervenção pode afetar tanto a mensagem quanto a relação entre emissor e receptor [...] Por outro lado, a midiatização refere-se a um processo mais a longo prazo, segundo o qual as instituições sociais e culturais e os modos de interação são alterados como consequência do crescimento da influência dos meios de comunicação.

As consequências que o processo de midiatização pode trazer à sociedade vai depender de dois fatores: do contexto e das características do meio onde ela se dá. Dessa forma, é possível destacar duas formas de realização: a midiatização direta e a midiatização indireta. A primeira refere-se às situações nas quais a atividade não era mediada anteriormente e se converte em uma forma mediada. Ou seja, quando ela é realizada através da interação de um meio de comunicação. Um exemplo a ser mencionado é quando o jogo de

xadrez pode ser admitido no ambiente virtual, onde os participantes não estão reunidos fisicamente e essa relação é ordenada por um *software*.

Já a mediação indireta trata-se de quando a atividade é mais influenciada em sua forma, em seu conteúdo e na sua organização pelos mecanismos midiáticos. Como exemplo, podemos citar uma visita a restaurantes de hambúrguer, como o Burger King ou McDonald's. Essa não é uma experiência apenas de alimentação, mas você está exposto a outras experiências, como os filmes em cartaz e as animações, devido à crescente indústria de *merchandising* que os envolve. O autor também explica que formas diretas e indiretas de mediação em alguns casos coincidem e nem sempre é fácil distingui-las.

Ainda segundo Hjavard (2012), a mídia funciona como uma instituição independente. Ela desempenha um papel próprio e fornece meios para que as demais instituições e atores sociais se comuniquem. A família, a política e a religião são exemplos de instituições que sofrem influência dos meios de comunicação durante sua atividade.

[...] a mediação implica que outras instituições, cada vez mais, tornem-se dependentes dos recursos que os meios de comunicação controlam, e têm que se submeter a algumas das regras pelas quais os meios funcionam a fim de ganhar acesso a esses recursos (HJAVARD, 2012, p. 70).

José Luiz Braga (2012), em seu artigo “Circuitos *versus* campos sociais”, também teoriza sobre mediação. O autor, portanto, debruça-se em compreender os efeitos e as consequências que a mediação trouxe para a sociedade contemporânea – “que é um atravessamento dos campos sociais estabelecidos, gerando situações indeterminadas e experimentações correlatas” (BRAGA, 2012, p. 31). Todavia, antes de conceituar mediação, ele estabelece a diferença em relação ao conceito mediação.

Para estabelecer tal distinção, o autor utiliza as discussões propostas nos trabalhos de Jesús Martín-Barbero. Para Martín-Barbero (2009), o processo de mediação refere-se à relação entre o ser humano e a realidade que o circunda. Trata-se da percepção mediada que temos de um conhecimento, do qual não temos contato com tal realidade: “[...] nosso relacionamento com o ‘real’ é sempre intermediado por um ‘estar na realidade’ em modo situado, por um ponto de vista – que é social, cultural, psicológico” (BRAGA, 2012, p. 32).

Nessa relação, é possível apontar diversos objetos que funcionam como instrumentos mediadores, tais como: a linguagem, a história de vida, as experiências práticas, o trabalho, a educação formal recebida, a inserção de classe e os campos sociais. Para Braga

(2012), as mediações não funcionam apenas como experiência para conhecimento do mundo, mas também funcionam como uma possibilidade de enfrentamento, de resistência, de ação e de uma interação político-social. Ele sugere que a mensagem, ao ser veiculada, passa por diversos filtros, os quais permitem a ressignificação das mensagens recebidas pela mídia ainda que estas tenham sido criadas sob outros pretextos e com outras visões de mundo. Por isso, não é possível controlar a recepção gerada nesse processo mediador.

Depois de exposto o conceito de mediação, Braga (2012) apresenta a discussão do conceito de midiatização. Segundo o autor, ele encontra-se em processo de construção se pensarmos nas novas tecnologias que estão surgindo e se fazendo presentes na sociedade. No entanto, ele faz uma ressalva: a midiatização não deve estar circunscrita apenas à indústria cultural, nem mesmo às inovações tecnológicas que emergiram. Com o processo de midiatização, é possível observar uma velocidade e uma diversificação crescentes dos modos como a sociedade interage com a sociedade.

Os estudos de Fausto Neto (2010) também tratam de importantes contribuições para a discussão do conceito de midiatização. Segundo o autor, estamos vivendo a transição de uma “sociedade dos meios” para uma “sociedade midiatizada”. Para ele, na sociedade dos meios, os ruídos, presentes no processo de passagem de uma mensagem do emissor para o receptor, eram vistos como algo negativo para o processo comunicativo. Porém, essa visão foi superada. Na sociedade midiatizada, admite-se que o receptor é um sujeito ativo e o processo de circulação de mensagem é visto como espaço de reformulação e apropriação de conteúdo. Ou seja, a mídia é vista como um espaço de maiores possibilidades de relação interacional no ambiente político-social.

Na perspectiva de Fausto Neto (2010), o processo de midiatização afeta a lógica do funcionamento dos campos sociais discutidos anteriormente (BOURDIEU, 2001; RODRIGUES, 1990). No funcionamento da sociedade midiatizada, a relação rígida dos campos sociais começa a ser quebrada. Não se trata mais de apontar a mídia como um campo, cuja tarefa é organizar a vida social e o processo de interação dos outros campos, “mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade – de suas práticas, lógicas e esquemas de codificação – estão atravessadas e permeadas por pressupostos e lógicas do que se denominaria ‘a cultura da mídia’” (BRAGA, 2012, p. 43).

3 O PAPEL DA IMPRENSA NA CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS POLÍTICOS

Os meios de comunicação, ao realizarem sua atividade de produzir notícias, são considerados como um instrumento capaz de construir realidades, visto que é por meio de sua ação que as pessoas tomam conhecimento sobre o que acontece à sua volta e é por meio desses acontecimentos que vão pautar suas ações e suas conversas. Durante muito tempo, prevaleceu a ideia de que o jornalismo, enquanto empresa capitalista, tinha como regra a objetividade e que as notícias eram um retrato fiel da realidade.

Entretanto, diversos estudos surgiram questionando essa visão e chegaram, então, à conclusão de que a objetividade é um mito. Trata-se de uma estratégia utilizada pelo jornalista e pela empresa para evitar críticas sobre o seu trabalho e assegurar o seu papel na atividade de noticiar um fato (TRAQUINA, 2005; TUCHMAN, 1993).

A realidade criada por meio de notícias não se dá de forma fiel tal como ela é. Durante o processo de narração de um fato, a realidade passa a ser construída sob os olhos do jornalista. Esse indivíduo, por mais profissional que seja, não é isento de opiniões, de visões, de valores. Ele carrega consigo uma cultura, um ideal, uma visão de mundo, uma interpretação sobre a realidade, que de alguma forma vai interferir no processo.

Ao recortar um fato, no processo de enquadramento, para que este vire notícia, ele vai enquadrar sob determinada perspectiva, sobre um determinado ângulo, que poderia ser qualquer outro. Ainda que ele queira narrar o acontecimento como um tempo, ele não consegue. Existem inúmeros fatores como o tempo, o espaço, as rotinas de produção e a cultura jornalística que vão agir diretamente nesse recorte impossibilitando a narração completa do fato (PORTO, 2004; GITLIN, 1980).

O tópico a seguir apresenta uma discussão das teorias do jornalismo. É abordada desde a perspectiva funcionalista, aquela que compreende a imprensa como um retrato fiel da realidade, até às teorias construtivistas, conhecidas como teorias contemporâneas, que compreendem o processo de produção da notícia sob a perspectiva de que o jornalismo é um construtor de realidades. Ele interfere e sofre interferência dos indivíduos presentes nesse meio. A partir de tais abordagens teóricas, pretende-se explorar a teoria do enquadramento visto que é uma das metodologias adotadas com o intuito de verificar o papel da imprensa no processo de construção de imagens de personagens políticos diante de períodos de crise. A escolha do percurso de apresentação das teorias jornalísticas foram estratégicas para a explanação da abordagem metodológica adotada.

3.1 A PERSPECTIVA CONSTRUCIONISTA E AS TEORIAS DO JORNALISMO

Compreender qual o papel desempenhado pelo jornalismo e também pelos jornalistas em nossa sociedade trata-se de uma tarefa que instigou diversos pesquisadores. De que forma nossa realidade é construída pelo que vemos, lemos e ouvimos nas mídias? A mídia é capaz de construir perspectivas sociais? Como se dá seu papel nessa construção? Esses são alguns dos questionamentos que instigaram e continuam instigando muitos pesquisadores a se lançarem por esses caminhos.

No entanto, antes de entrarmos no debate sobre o campo jornalístico como agente social e construtor de realidade, devemos retroceder um pouco e compreender como a realidade social é apreendida e construída pelo homem, em um cenário inicial, no qual não abordaremos a mídia como campo de construção.

Berger e Luckmann (1985), em sua obra *A construção social da realidade*, partem da Sociologia do Conhecimento para compreender as relações entre o pensamento humano e o contexto social no qual está inserido. Para os autores, o ser humano é um ser sociável, que ocupa um lugar privilegiado entre os demais seres, uma vez que consegue se instaurar em uma vida em sociedade mediante a linguagem. Ou seja, o homem, diferentemente dos animais, é um ser capaz de viver em sociedade, adaptar-se facilmente a lugares e ambientes e, por meio da linguagem, apreender e produzir conhecimento.

Para os autores, o ser humano estabelece uma relação dialética com a sociedade: ao mesmo tempo que o homem constrói e molda a sociedade, ele é por ela influenciado e, conseqüentemente, por ela é moldado. Ele não é apenas produto do meio, assim como afirma Durkheim, mas também é produtor capaz de modificar a ordem social na qual está inserido. “A vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente” (BERGER; LUCKMANN, 1985, p. 35). Essa relação paradoxal é um processo contínuo no desenvolvimento social.

A relação entre o homem, o produtor e o mundo social, produto dele, é e permanece sendo uma relação dialética, isto é, o homem (evidentemente não o homem isolado, mas em coletividade) e seu mundo social atuam reciprocamente um sobre o outro. O produto reage sobre o produtor. A exteriorização e a objetivação são momentos de um processo dialético contínuo. [...] A sociedade é um produto humano. A sociedade é uma realidade objetiva. O homem é um produto social (BERGER; LUCKMAN, 1985, p. 87).

Esta relação que envolve os indivíduos e o mundo social se caracteriza pela percepção do mundo que o indivíduo tem e onde ele construiu influenciado pelo próprio mundo. Seguindo esse raciocínio, para compreendermos a construção social que envolve os sujeitos, os autores apresentam o conceito de realidade. Para eles, o mundo consiste em múltiplas realidades, que são fundamentais para a percepção da vida cotidiana. Pode-se destacar duas: a realidade objetiva e a realidade subjetiva.

A realidade objetiva trata-se daquela que é constituída por objetos e estruturas que já existiram antes da inserção do homem na cena. Esta se apresenta ao ser humano de forma já pronta; ou seja, trata-se do mundo institucionalizado que o indivíduo já encontra pronto quando nasce. Ao nascer, o homem é inserido em uma realidade que já implica um determinado local, uma determinada família, com certas influências religiosas, políticas e culturais. O homem apenas incorpora esses aspectos. Nessa realidade, ele não possui condições de influenciá-la também, pois esse mundo encontra-se institucionalizado.

Um mundo institucional, por conseguinte, é experimentado como realidade objetiva. Tem uma história que antecede o nascimento do indivíduo e não é acessível à sua lembrança biográfica. Já existia antes de ter nascido e continuará a existir depois de morrer. Esta própria história, tal como a tradição das instituições existentes, tem caráter de objetividade. [...] As instituições estão aí, exteriores a ele, persistentes em sua realidade, queira ou não. Não pode desejar que não existam. Resistem às suas tentativas de alterá-las ou de evadir-se delas (BERGER; LUCKMANN, 1985, p. 86).

Segundo Berger e Luckmann (1985), essa realidade objetiva é resultado de ações que se repetiram no tempo e, após essa repetição, tornaram-se hábitos, que, tipificados (nomeados), se institucionalizam. Como exemplo, podemos pensar a questão da violência contra a mulher. No início, tratava-se apenas como algo naturalizado. Aos poucos, um grupo de pessoas foram se questionando de forma que se tornou um hábito questionar e se indignar com essa prática de modo que, atualmente, existem leis que coíbem esse ato.

Como exemplo, pode ser citada a criação da Delegacia de Polícia de Defesa dos Direitos da Mulher. Ela surgiu no ano de 1985 e se configurou como mais um avanço no combate à violência contra a mulher. Trata-se da única unidade do gênero que funciona 24 horas por dia, atendendo a todas as mulheres vítimas da violência e de qualquer outra forma de discriminação. Essa criação veio após reclamações de mulheres sobre o atendimento até então prestado nas delegacias de polícia comuns, onde geralmente eram ouvidas por homens. Outro exemplo dessa institucionalização foi a Lei nº 11.340, conhecida como Lei Maria da

Penha, criada em agosto de 2006, com intuito de aumentar o rigor das punições sobre os crimes domésticos.

Toda atividade humana está sujeita ao hábito. Qualquer ação frequentemente repetida torna-se moldada em um padrão, que pode em seguida ser reproduzido com economia de esforço e que, *ipso facto*, é apreendido pelo executante como tal padrão. [...] As ações tornadas habituais, está claro, conservam seu caráter plenamente significativo para o indivíduo, embora o significado em questão se torne incluído como rotina em seu acervo geral de conhecimentos. [...] Esses processos de formação de hábitos procedem toda institucionalização (BERGER; LUCKMANN, 1985, p. 77-78).

No entanto, ainda há muitos comportamentos que revelam um machismo predominante e um comportamento de misoginia. Mulheres ainda são atacadas constantemente pelos seus companheiros, pelos colegas de trabalho, por familiares e por amigos. Mulheres são vítimas de abusos, e o discurso de que a culpa é de sua roupa e de seu comportamento é recorrente. O pensamento social ainda não evoluiu e ultrapassou esses preconceitos. A própria ex-presidente, durante o processo do impeachment, vivenciou situações delicadas de preconceito ao gênero. Muitos dos xingamentos que recebia estavam entrelaçados ao fato de ela ser mulher.

Berger e Luckmann (1985) explicam que existe ainda a realidade subjetiva, que pode ser compreendida sob duas perspectivas: a socialização primária e a socialização secundária. A primeira acontece na infância quando o indivíduo inserido na sociedade se torna também um membro dela. Nessa socialização, ele está formando a sua identidade, está aprendendo a andar, a falar, a agir diante das regras preestabelecidas na sociedade em que está colocado. Ela se dá nas escolas e na família, quando vão, aos poucos, aprendendo as regras de convívio com pais, familiares e professores.

Na socialização secundária, o indivíduo já se encontra socializado e estabelece contato com outros setores da sociedade. Essa socialização somente existe devido às instituições. Nela, os indivíduos adquirem papéis sociais por meio de sua profissão e de seu círculo de amigos. Nessa socialização, ao contrário da primeira, na qual o homem aceitava tudo o que lhe era imposto e apresentado, o indivíduo tem o poder de argumentar, discordar e contestar aquilo que lhe está sendo apresentado.

Para os autores, os conhecimentos adquiridos na socialização primária tendem a ser muito mais conservados do que aqueles da socialização secundária. Por exemplo, um conhecimento teórico a respeito do processo de profissionalização de um indivíduo tende a ser esquecido se não for de interesse deste. Ao contrário, um conhecimento adquirido pela

transmissão de seu núcleo familiar pode ter valor social muito maior e ser aprendido e perpetuado.

Segundo Berger e Luckmann (1985), o indivíduo pode adotar uma postura conservadora sem questionar as instituições (conservação rotineira). Pode ser um indivíduo crítico, que, porém, não propõe alterações (conservação crítica). Ou pode ser uma pessoa que junto com outras pessoas irão transformar o mundo (alterações da ordem social). Todas essas ações somente são possíveis a partir da linguagem: o elemento central de intercâmbio com os outros indivíduos.

Da mesma forma que a linguagem é configuradora da vida social, com o advento da modernidade a mídia surgiu como instrumento fundamental para a configuração da vida em sociedade. Vera França (2012) afirma que essa é uma instância que institui e também é instituída pelo social. Ao discutir a mídia como um dos lugares onde surgem e se produzem os acontecimentos, a autora confirma a tese de que os aparatos midiáticos são importantes instrumentos de estudo para a compreensão da construção da realidade.

Diferentemente de outros pesquisadores, que acreditam que mídia e sociedade seriam duas instâncias separadas, a autora enxerga a mídia como instância que faz parte da sociedade: “É uma das instituições da sociedade, e congrega os múltiplos dispositivos através dos quais essa sociedade produz e faz circular suas informações” (FRANÇA, 2012, p. 11). Para França (2012), a mídia tornou-se um espaço privilegiado onde a sociedade é capaz de falar consigo mesma e também falar de si mesma. O que marca esse espaço são os acontecimentos, matéria-prima do jornalismo, que se constrói exatamente em torno deles. Ao jornalista, cabe a tarefa de farejar, identificar e, então, narrar. Segundo ela, nossas narrativas sociais são construídas em torno dos acontecimentos quando estes adquirem uma nova vida, uma segunda vida: “Transformados em narrativas, os acontecimentos passam a existir também como discurso, representação” (FRANÇA, 2012, p. 14).

França (2012) explica ainda que, durante muito tempo, prevaleceu a convicção em uma teoria na qual se enxergavam a mídia e o jornalismo como um instrumento que acolhe e repercute os acontecimentos do mundo: a teoria do espelho. No entanto, contemporaneamente, surgiu uma explicação contrária a esta, que, por sua vez, acentua a centralidade da mídia diante do mundo: a perspectiva construcionista.

Nessa teoria, o acontecimento é aquilo que o jornalismo constrói, o que implica a supressão do acontecimento em sua dimensão primária: “Não é o impacto do acontecimento que importa – ou sequer se ele aconteceu, mas a construção midiática em torno dele” (FRANÇA, 2012, p. 15). Longe de assumir uma postura pessimista da influência midiática

em nossa sociedade, França (2012) explica que é inegável o fato de que estamos sendo o tempo todo soterrados por mais informações do que temos condições de processar e às quais podemos reagir.

Todavia, antes de tratarmos a mídia sob a perspectiva construcionista, como instrumento ativo na construção social da realidade, é preciso lembrarmos da perspectiva inicial que se tinha da mídia, conhecida como perspectiva instrumental. Ela predominou desde o final do século XIX até meados do século XX. No entanto, essa visão foi considerada extremamente reducionista e acabou sendo superada pelos estudiosos. Estes chegaram ao consenso de que a mídia, juntamente com outros atores da sociedade, é responsável por criar uma visão de mundo e apresentá-la aos indivíduos, que têm a capacidade de compartilhar ou contestar.

Para compreendermos o papel construcionista da mídia, atualmente, podemos retomar a obra de Rodrigues (1990), na qual ele já apontava indícios de que a comunicação havia atingido um espaço de centralidade na vida das pessoas. Ela havia substituído a religião e passado a dar sentido e organizado o caos social através de palavras, imagens e sons. Hoje, essa visão é ainda mais nítida. Podemos verificar, com facilidade, como o jornalismo, por meio das suas notícias, executa o papel de construir a realidade e dar sentido ao mundo onde vivemos.

Ao mediar e articular discussões e acontecimentos sociais de interesse coletivo, a mídia desempenha um papel central no processo de construção social da realidade. Essa realidade é construída cotidianamente por meio da produção e consumo de notícias, que permite orientar o indivíduo nas suas conversas, nas suas ações e nas suas concepções. Para traçarmos essa perspectiva da mídia como construtora da realidade, apresentamos a seguir uma discussão sobre as teorias do jornalismo e como elas se desenrolaram.

Ao tratar das teorias do jornalismo, Pena (2006) explica que é preciso estar ciente de que qualquer teoria não passa de um reducionismo. Ao teorizar sobre um determinado assunto, nós o fazemos sob um enquadramento que aponta um determinado ponto de vista, produzindo interpretações críticas, que poderiam ser vistas sob qualquer outro ângulo, de forma muito mais complexa. Porém, ele explica que as teorias servem para que se possa aprofundar o conhecimento sobre elas: “Por mais paradoxal que pareça, reduzir também é ampliar” (PENA, 2006, p. 9). Traquina (2005) acrescenta que é preciso assimilar as teorias na sua totalidade, entender que elas não se excluem umas das outras: “[...] estas teorias não são puras ou necessariamente independentes umas das outras” (TRAQUINA, 2005, p. 148). Portanto, é preciso compreendê-las no seu aspecto mais amplo.

Antes de iniciarmos a discussão, é preciso destacar que elas se dividem em duas partes. Na primeira, temos as teorias conhecidas como clássicas, que tratam o jornalismo sob uma perspectiva instrumental. E, na segunda perspectiva, temos as teorias contemporâneas, que compreendem o processo de produção de notícias sob a visão construtivista. A primeira e mais antiga das teorias é conhecida como Teoria do Espelho. Para Traquina (2005), a concepção básica dessa teoria é que as notícias são um retrato fiel da realidade; ou seja, as notícias são um espelho do que acontece à nossa volta. O jornalista é apenas um comunicador desinteressado, que narra de forma imparcial os acontecimentos. Ele é mediador dos fatos. Não tem nenhum interesse, a não ser informar a sociedade com a verdade independentemente do fato ou das pessoas envolvidas: “O papel do jornalista é definido como o do observador que relata com honestidade e equilíbrio o que acontece, cauteloso em não emitir opiniões pessoais” (TRAQUINA, 2005, p. 149).

Os primeiros pressupostos dessa teoria surgiram nos países mais desenvolvidos com o desenvolvimento dos meios de comunicação: a imprensa. Esse crescimento, que marcou os séculos XIX e XX, se caracterizou por dois momentos: I) a comercialização do jornalismo e II) a profissionalização dos jornalistas. Ao mesmo tempo, é possível apontar uma outra mudança: o desenvolvimento do governo democrático, que acabou produzindo um discurso social em torno do papel dos *media*³ e da responsabilidade de seus profissionais.

Diante desse cenário, um novo paradigma surgiu no lugar do velho, que concebia o papel dos meios de comunicação como armas políticas e os jornalistas como militantes partidários. Esse novo paradigma passa a enxergar o jornalista como um observador honesto e fiel com aquilo que ele vê, preocupado em não emitir opiniões a respeito. Essa concepção, que ainda é dominante atualmente, tem dois momentos cruciais importantes de serem recordados. O primeiro surgiu em meados do século XIX com a ideia de um novo jornalismo: o jornalismo de informação. A concepção principal desse primeiro momento era a separação entre fatos e opiniões. O segundo momento apareceu no século XX, nos anos 20 e 30, com a discussão do conceito de objetividade.

Para Traquina (2005), dificilmente, os jornalistas aceitarão ataques à Teoria do Espelho, uma vez que a legitimidade e a credibilidade dos jornalistas estão inclusas na crença de que as notícias refletem a realidade. Nesse sentido, a mentira e a invenção são violações fundamentais da regra jornalística. No entanto, ele enxerga que a teoria do espelho é uma explicação “pobre” e “insuficiente”, que não dá conta de explicar todas as variáveis do estudo

³ *Media* pode ser compreendido como o conjunto dos meios de comunicação de massa.

jornalístico. Pena (2006, p. 127) endossa essa afirmação ao dizer que a metáfora do espelho é uma teoria bastante limitada:

Se o número de acontecimentos é muito maior do que o espaço que a imprensa tem para divulgá-los, a maioria deles acaba nem retornando, nem se propaga no meio. Ou seja, a luz da maior parte dos fatos fica retida nas redações. É absorvida, não retorna ao meio.

Gaye Tuchman (1993) argumenta que o discurso de objetividade proposto pelos jornalistas são rituais estratégicos que visam a proteger o jornalista dos riscos de sua profissão. Por ritual, a socióloga norte-americana entende ser o procedimento rotineiro que tem pouca importância para o fim desejado. Dessa forma, o jornalista, ao adotar o parâmetro de objetividade, a fim de trabalhar os fatos relativos à realidade social, neutraliza potenciais críticas ou processos jurídicos que poderão surgir diante de sua atividade. Esse procedimento visa a mitigar as pressões contínuas relativas aos prazos, aos processos de difamação e às repressões por parte de seus superiores.

Para a socióloga, o jornalista ainda enfrenta um problema relativo ao tempo. Na maior parte das vezes, ele não tem tempo suficiente para analisar e refletir sobre as matérias que escreve. Ou seja, o prazo é muito pequeno para ele se familiarizar e recolher todos os detalhes de um acontecimento. Dessa forma, ele precisa tomar decisões imediatas relativas à validade, à fiabilidade e a “verdade”. Anexo a essa realidade, o jornalista ainda enfrenta a hierarquia e a pressão existentes na cadeia organizacional da qual ele faz parte, uma vez que ele sabe que o seu trabalho escrito passará por uma organização composta por uma hierarquia de editores e assistentes que poderão ser corrigidos ou repreendidos caso não agrade seus superiores.

Para Tuchman (1993), existem três fatores que ajudam um jornalista a definir um fato objetivo: a) a forma: os atributos das notícias e dos jornais que exemplificam os processos noticiosos; por exemplo: o uso das aspas; b) o conteúdo: as noções de realidade social que os jornalistas consideram como adquiridas; e c) as relações interorganizacionais: suas experiências com essas organizações nos levam a tomar por certas algumas das coisas acerca delas.

Aliado a esses procedimentos, Tuchman (1993) percebeu que podem ser adotados quatro procedimentos estratégicos para que o jornalista consiga a objetividade: 1) a apresentação de possibilidades conflituais: quando o repórter não consegue confirmar certas afirmações feitas por outras pessoas, ele apresenta os dois lados da questão sem favorecer

qualquer indivíduo ou organização. Ao apresentar ambas as versões, ele permite, supostamente, ao leitor decidir por si mesmo; 2) a apresentação de provas auxiliares: consiste na localização e citação de fatos suplementares, que geralmente são aceitos como verdadeiros; 3) o uso judicioso das aspas: quando apresentam uma fala sobre aspas, os jornalistas julgam que deixam de participar da notícia e deixam os fatos falarem; e 4) a estruturação da informação numa sequência apropriada: o uso da pirâmide invertida, na qual a informação mais importante de um acontecimento é apresentada no primeiro parágrafo e as outras seguem-se adiante.

Após a Teoria do Espelho, uma outra teoria surgiu durante o século XX, com o processo de consolidação da indústria cultural: a Teoria Frankfurtiana. Essa teoria compreende a imprensa a partir da lógica capitalista. Ela pode ser pensada a partir da obra *Mudança estrutural da esfera pública*, em que Jurgen Habermas (1984) descreve as fases da imprensa e de que forma ela se consolidou em grandes empresas nos moldes capitalistas, momento em que se tem a emergência da indústria cultural. Para compreendermos a proposição dessa teoria, vale retomar essas discussões de Habermas (1984), nas quais ele aponta as fases da imprensa. De acordo com o autor, a história do desenvolvimento da imprensa pode ser dividida em três momentos.

O primeiro foi chamado de imprensa artesanal, quando os jornais funcionavam de forma amadora como classificados ou anúncios. Havia poucas notícias. Estas, quando apareciam, relatavam mortes, nascimentos ou desastres. Já nos séculos XVIII e XIX, surgiu uma nova fase da imprensa, chamada de político-literária. Era um momento em que se travava uma luta entre burguesia e aristocracia e os jornais funcionavam com espaço pedagógico e político, para difundir as ideias dos grupos. A questão econômica era deixada de lado. Nesse período, o desenvolvimento tecnológico ganhava espaço e começaram a surgir inúmeras impressões em larga escala.

Segundo Habermas (1984), no fim do século XIX e no início do século XX, com o intenso desenvolvimento do capitalismo, o jornalismo também passou a assumir essa concepção e a priorizar o lucro, em detrimento da liberdade de agir e pensar do jornalismo, uma vez que o proprietário é o principal articulador da imprensa e do jornal. O conteúdo jornalístico era apenas um produto a ser vendido, caracterizando essa fase denominada de Teoria Frankfurtiana.

Ainda nas teorias consideradas clássicas, podemos citar a Teoria do *Gatekeeper* ou da Ação Pessoal iniciada nos anos de 1950. Ela foi desenvolvida por David Manning White, o primeiro a aplicar o conceito de *gatekeeper* no jornalismo. Segundo Traquina

(2005), esse termo foi inicialmente utilizado pelo psicólogo social Kurt Lewin, em um artigo, publicado em 1947, a respeito de decisões domésticas sobre a compra de alimentos para a casa. O termo *gatekeeper* se refere à pessoa que toma uma decisão dentre outra sequência de decisões.

Nessa teoria, o jornalista, ao produzir uma informação, faz uma série de escolhas, as quais devem passar por diversos *gates*, ou seja, portões. Esses “portões” são decisões que o jornalista toma para decidir se irá escolher determinado fato como uma notícia ou não.

Se a decisão por parte do jornalista for positiva, a notícia acaba por passar pelo ‘portão’, ou seja, ela torna-se visível e é noticiada; se não for, a sua progressão é impedida, o que na prática significa sua morte porque significa que a notícia não será publicada, pelo menos nesse órgão de informação (TRAQUINA, 2005, p. 152).

Segundo Traquina (2005), o jornalista David Manning White publicou, em 1950, os resultados de seus estudos, que se basearam numa pesquisa sobre a atividade de um jornalista, de meia idade, em um jornal de porte médio norte-americano, o Mr. Gates. Ao acompanhar o trabalho desse jornalista, White anotou, durante o período de uma semana, os motivos que o levaram a rejeitar todas as notícias que ele não usou na publicação do jornal. A conclusão obtida mediante essas anotações é que o processo de seleção de notícias é subjetivo e arbitrário.

Para Schudson (1989 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 152), nessa teoria, também conhecida como teoria da ação pessoal, as notícias são compreendidas como um produto dos jornalistas enquanto pessoas e as suas intenções.

É somente quando analisamos as razões apresentadas por ‘Mr. Gate’ para a rejeição de quase nove décimos das notícias (na sua procura do décimo para o qual tem espaço) que começamos a compreender como a comunicação de ‘notícias’ é extremamente subjetiva e dependente de juízos de valor baseados na experiência, atitudes e expectativas do *gatekeeper*. Neste caso particular, os 56 enunciados apresentados podem ser divididos em duas categorias principais: 1) rejeição do incidente devido à sua pouca importância e 2) seleção a partir de muitos relatos do mesmo acontecimento (WHITE, 1951, p. 145 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 152).

Para Traquina (2005), essa teoria ainda enfrenta problemas de aceitação, pois se trata de uma teoria que minimiza dimensões importantes do processo de produção de notícias; portanto, tem uma visão ainda muito limitada. Ela analisa as notícias apenas sob o ponto de vista de quem as produz: o jornalista. “É uma teoria que privilegia apenas uma abordagem microsociológica, no nível do indivíduo, ignorando por completo quaisquer fatores macrosociológicos” (TRAQUINA, 2005, p. 153). Essa teoria, então, enfrenta problemas na

sua dimensão, uma vez que ela ignora significativos processos que estão envolvidos, por exemplo, na produção de notícias. Trata-se de uma visão bem limitada do fazer jornalístico.

Após as contribuições de David Manning White, outros estudiosos, como Mc Combs e Shaw (1977), Hirsch (1977) e Gieber (1956), reanalisaram os dados obtidos por White. Segundo Traquina (2005), Hirsch concluiu que o jornalista, ao escolher um acontecimento como notícia, exerceu sua liberdade dentro de um espectro limitado e que grande parte das razões apresentadas por “Mr. Gate” estavam, na verdade, refletindo o peso das normas profissionais, e não razões subjetivas do jornalista.

Na visão de Traquina (2005), Gieber (1956) realizou um novo estudo envolvendo 16 jornalistas com as mesmas responsabilidades que “Mr. Gates” e refutou as conclusões obtidas por White. Para Gieber, citado por Traquina (2005), o fator predominante envolvendo o trabalho jornalístico estava na estrutura burocrática da sua organização, e não nas avaliações pessoais do jornalista. Estas, por sua vez, raramente interferiam no processo de seleção do que seria ou não notícia.

Uma nova teoria surgiu, seguindo os estudos da época, conhecida como Teoria Organizacional, proposta por Warren Breed. De acordo com Traquina (2005), essa teoria maximiza a perspectiva teórica e compreende o jornalismo a partir do ponto de vista da organização e não somente pelo jornalista; portanto, sai de uma perspectiva micro para uma abordagem macrossociológica. Ao inserir o jornalista no contexto das

organizações pelas quais ele trabalha, está levando em conta uma perspectiva mais abrangente e completa das teorias.

Para Breed, citado por Traquina (2005), as normas da organização se sobrepõe às normas jornalísticas. “O jornalista se conforma mais com as normas editoriais da política editorial da organização do que com quaisquer crenças pessoais que ele ou ela tivesse trazido consigo” (TRAQUINA, 2005, p. 154). Ou seja, o jornalista passa a agir conforme a política da organização por meio de uma sucessão sutil de punições e recompensas. Importa a cultura organizacional, e não a cultura profissional.

O primeiro mecanismo que promove o conformismo é a socialização do redator no que diz respeito às normas do seu trabalho. Quando o jornalista inexperiente começa o seu trabalho, não lhe é dita qual é a política editorial. Nem nunca será. Isto pode parecer estranho, mas as entrevistas, uma após outra, vieram-no confirmar (BREED, 1993, p. 154 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 154).

Traquina (2005) explica que, segundo as observações de Breed, a linha de pensamento da direção de uma organização controla o trabalho e a ação do jornalista ao longo

do tempo por meio de um processo de osmose. Todos os profissionais, com a exceção dos novos, já estão cientes da política editorial da empresa para a qual trabalham. Os profissionais recém-integrados dentro de uma empresa vão, ao longo do tempo, descobrir e interiorizar seus direitos, obrigações, normas e valores. Alguns chegam até a adotar a prática de antever aquilo que se espera dele, para obter alguma recompensa e evitar sanções ou penalidades. Nessa teoria, a ênfase se encontra na cultura organizacional, e não na cultura profissional.

Breed aponta seis fatores responsáveis por conferir conformismo do profissional com a política editorial da empresa. O primeiro se refere à autoridade institucional e às sanções tendo em vista que os jornalistas têm receio de receberem punições pelas suas ações, uma vez que os chefes de jornais têm o poder de decidir quem irá cobrir qual acontecimento. Deve-se ressaltar que os acontecimentos são encarados de formas diferentes pelos jornalistas. Outras punições também são possíveis como a reescrita do texto, a colocação da notícia nas páginas interiores e a assinatura ou não do jornalista. Como segundo fator, são apontados os sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores. O convívio diário, ao longo do tempo, pode fazer com que os jornalistas criem laços de amizade e sentimentos de obrigação com a empresa e seus superiores.

Deve-se respeito aos jornalistas mais velhos que tenham servido de modelo aos calouros ou que tenham, de qualquer outro modo, prestado ajuda. Tais obrigações e sentimentos pessoais calorosos para com os superiores têm um papel estratégico no seu 'aliciamento' para o conformismo (BREED, 1993, p. 158 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 156).

O terceiro fator citado por Breed diz respeito às aspirações de mobilidade, já que grande parte dos jornalistas tem consigo o desejo de alcançar uma posição relevante na organização. Lutar contra a orientação política do jornal é um grande empecilho para a mobilidade profissional. O quarto ponto tem a ver com a ausência de grupos de lealdade em conflito. Para Breed, o local de trabalho dos jornalistas é um ambiente relativamente pacífico; portanto, é difícil o desenvolvimento de conflitos organizacionais. Como quinta variável, o autor cita o prazer da atividade, pois os jornalistas gostam do papel que desempenham e têm um ambiente de cooperação na sala de trabalho. Além disso, segundo o autor, a profissão ainda proporciona uma série de gratificações, diversas experiências, testemunho em primeira mão dos acontecimentos e convivência com pessoas notáveis e famosas.

Por fim, Breed aponta como sexto fator o fato de que as notícias se constituem como um valor. Isto é, o jornalista enxerga as notícias como valor máximo, como um desafio constante, tanto no processo de apreensão como de construção e de exibição. Existe, assim,

uma harmonia entre jornalistas e direção pautada pelo interesse em comum que perpassa todos os envolvidos: a notícia. Breed explica que os seis fatores juntos são responsáveis por conferir o conformismo do jornalista para com a política editorial da empresa.

Para Traquina (2005, p. 159-160), a teoria organizacional enxerga as notícias como sendo o resultado de processos de interação social do jornalista com a organização jornalística:

O jornalista sabe que seu trabalho vai passar por uma cadeia organizacional em que seus superiores hierárquicos e os seus assistentes têm certos poderes e meios de controle. O jornalista tem que se antecipar às expectativas dos seus superiores para evitar os retoques dos seus textos (trabalho suplementar para a organização) e as reprimendas – dois meios que fazem parte do sistema de controle, e que podem ter efeitos sobre a manutenção ou não do seu lugar, a escolha das suas tarefas, e a sua promoção – quer dizer, nada menos do que a sua carreira profissional.

Ao compreender o trabalho jornalístico como um produto que pode ser influenciado pelos meios que a organização dispõe, pode-se inferir, segundo Traquina (2005), que essa teoria aponta para a importância da questão econômica. Essa é uma questão determinante na resposta que se dá à pergunta por que as notícias são como são, em que o jornalismo é visto como um negócio à procura do lucro.

Para Traquina (2005), nos anos 1960, uma fase quando predominaram ondas de protesto dentro das universidades e exigiu-se de seus membros mais reflexão, surgiu a Teoria da Ação Política, um novo viés marcado por novas preocupações e novas perspectivas. Deixou-se de lado a preocupação com o jornalista ou com a organização e passou a se pensar na relação do jornalismo com a sociedade. Nesse novo momento, os estudiosos passaram a compreender questões políticas e sociais dentro da atividade jornalística: “[...] o estudo do jornalismo debruça-se sobre as implicações políticas e sociais da atividade jornalística, o papel social das notícias e a capacidade do Quarto Poder em corresponder às enormes expectativas em si depositadas [...]” (TRAQUINA, 2005, p. 163).

Na versão da esquerda, os *media* são compreendidos como instrumentos que auxiliam a manter o sistema capitalista. Já na versão de direita, o argumento é de que os *media* são instrumentos que colocam em xeque o sistema capitalista. Segundo o autor, nessa teoria, seja na visão de esquerda ou de direita, os meios de comunicação são vistos como instrumentos disponíveis para servir a interesses políticos: “As notícias são distorções sistemáticas que servem [a]os interesses políticos de certos agentes sociais bem específicos que utilizam as notícias na projeção da sua visão do mundo, da sociedade etc.” (TRAQUINA, 2005, p. 165).

Expostas as teorias consideradas clássicas e instrumentais, é preciso avançar e discutir as teorias construcionistas. Esse novo paradigma teórico surgiu nos anos 1970 e é considerado um momento de virada nos estudos sobre o processo de produção jornalística. Essas novas teorias não carregam semelhança alguma com às anteriores. Pelo contrário, há uma negação às teorias clássicas, como, por exemplo, críticas à Teoria do Espelho. Para Traquina (2005), é impossível pensar nos meios de comunicação como instrumentos que apenas refletem a realidade. Ao contrário, de acordo com o autor, as notícias ajudam a construir a própria realidade. Ou seja, o jornalismo funciona como um dos agentes responsáveis por atuar na construção social da realidade junto com outros atores sociais.

Seguindo essa perspectiva das Teorias da Ação Política, podemos discutir aqui a imprensa a partir da ótica da manipulação das notícias. Perseu Abramo (2016) é um dos pesquisadores que afirmam que a grande imprensa adota a manipulação da informação no trabalho jornalístico. Conforme o autor, a mídia tornou-se um instrumento crítico para coordenar ações políticas. É ela quem descreve os fatos, contextualiza, dá sentido e também quem julga, quem orienta o julgamento e até mesmo a execução dos atos.

Se, antes, a socialização dos indivíduos se dava basicamente na família, nas igrejas ou nas escolas, hoje, porém, tanto a família quanto a igreja ou a escola estão sendo confrontadas com outra organização: os meios de comunicação. Eles têm substituído algumas de suas funções e assumido seu papel enquanto fonte legitimadora de ações e crenças.

Constrói consensos, educa percepções, produz ‘realidades’ parciais apresentadas como a totalidade do mundo, mente, distorce os fatos, falsifica, mistifica – atua, enfim, como um ‘partido’ que, proclamando-se porta-voz e espelho dos ‘interesses gerais’ da sociedade civil, defende os interesses específicos de seus proprietários privados (ABRAMO, 2016, p. 20).

Conforme Abramo (2016), os meios de comunicação não refletem a realidade. Eles apenas oferecem ao público fatos que têm algum tipo de relação com a realidade; todavia, é uma relação indireta. Refere-se indiretamente à realidade, uma realidade que se apresenta de forma distorcida. Logo, o que cada leitor tem para si é uma imagem da realidade que, quase na maioria das vezes, não é real.

Para o autor, é possível identificar alguns tipos ou modelos de manipulação presentes na atividade jornalística: (1) padrão de ocultação – refere-se à presença e ausência dos fatos reais na produção das notícias; ou seja, trata-se das escolhas e dos silenciamentos do que será concebido como notícia; (2) padrão de fragmentação – trata-se da seleção dos aspectos da realidade, que serão enquadrados como notícia; ou seja, quando um fato é

escolhido para ir aos jornais, ele é decomposto e a imprensa seleciona apenas o que julga ser mais importante. Essa escolha não tem a ver necessariamente com a natureza dos fatos, e sim com as decisões da linha editorial ou do órgão de imprensa; (3) padrão da inversão – esse padrão refere-se à troca de lugares e também de importância das partes que compõem a notícia. Existe a inversão da relevância dos aspectos (o secundário é apresentado como principal, e vice-versa), a inversão da forma pelo conteúdo (o texto passa a ser mais importante que o fato que está sendo reproduzido), a inversão da versão pelo fato (no qual o que importa não é o fato em si, mas a versão que se tem dele por meio do órgão de imprensa) e a inversão da opinião pela informação (substituir, inteira ou parcialmente, a informação pela opinião). Por fim, tem-se o (4) padrão da indução – no qual a população é induzida a consumir uma outra realidade, artificialmente inventada. “O leitor é induzido a ver o mundo como ele não é, mas sim como querem que ele o veja” (ABRAMO, 2016, p. 49).

Abramo (2016) acredita que o processo de manipulação da realidade por meio da produção de informação se dá mediante um propósito; ou seja, tem um porquê. Ela não ocorre aleatoriamente. Podemos citar alguns dos propósitos que movem essas manipulações: a concentração da mídia no Brasil, o fato de que a maioria dos órgãos de comunicação são de propriedade de empresas privadas, a figura do anunciante, que tem responsabilidade pelo produto final, a imposição direta ou indireta desse anunciante, no qual o empresário se vê obrigado a alterar os fatos e a ambição de lucro, que move os empresários a distorcer para agradar ou para vender mais e aumentar seus lucros.

Dessa forma, Abramo (2016) explica que os órgãos de comunicação se transformaram em novos órgãos de poder; isto é, eles se transformaram em partidos políticos. Alguns elementos configuram essa teoria:

(1) Da mesma forma que os *partidos* têm seus manifestos de fundação, seus programas, suas teses, os *órgãos de comunicação* têm seus projetos editoriais, suas linhas editoriais, seus artigos de fundo; (2) Os *partidos* têm estatutos, regimentos internos e regulamentos; os *órgãos de comunicação* têm seus manuais de redação, suas normas de trabalho; (3) Os *partidos* têm seu aparato material: sedes, móveis e equipamentos, verbas, veículos etc. Os *órgãos de comunicação* também têm seu aparato material, frequentemente mais diversificado e mais moderno que o da mídia dos partidos; (4) Os *partidos* têm seus filiados, seus militantes, seus quadros dirigentes centrais e intermediários. Os *órgãos* têm o equivalente: empregados, chefes, diretores, editores de quem exigem adesão e fidelidade frequentemente maior que a que os partidos exigem de seus filiados; (5) Os *partidos* têm normas disciplinares com as quais aplicam sanções aos filiados que se afastam da linha partidária. Os *órgãos* também têm normas disciplinares, com as quais aplicam prêmios de reforço aos que se desviam da linha editorial; (6) Os *partidos* têm sede central, diretórios regionais e locais, células, núcleos, áreas de influência e intercâmbio com entidades do movimento social. Os *órgãos* têm sede central ou matriz, sucursais, correspondentes e enviados especiais, contratos e convênios com outros órgãos e

com agências internacionais; (7) Os *partidos* são um ponto de referência para segmentos sociais, têm seus simpatizantes e seu eleitorado. Os *órgãos* também são um ponto de referência para milhares ou milhões de leitores/espectadores, têm seus simpatizantes e seguidores, o seu *leitorado*; (8) Os *partidos* procuram ter os seus boletins, o seu jornal, a sua revista, seus volantes e panfletos, seus carros de som e seus palanques com alto-falantes, enfim, seus meios de comunicação. Os *órgãos de comunicação* são os meios de comunicação de si mesmos enquanto partidos; (9) Os *partidos* procuram conduzir partes da sociedade ou conjunto da sociedade para alvos institucionais, para a conservação de algumas instituições e para a transformação de outras; têm enfim um projeto histórico relacionado com o poder. Os *órgãos de comunicação* também procuram conduzir a sociedade, em parte ou no todo, no sentido da conservação ou da mudança das instituições sociais; têm, portanto, um projeto histórico relacionado com o poder; (10) Os *partidos* têm representatividade, em maior ou menor grau, na medida em que exprimem interesses e valores de segmentos sociais [...] Os *órgãos de comunicação* agem como se também recebessem *mandatos* de representação popular, e alguns se proclamam explicitamente como detentores de *mandatos* [...] (ABRAMO, 2016, p. 61-63).

Para Abramo (2016), essas analogias revelam como os órgãos de comunicação se transformaram em entidades novas, diferentes daquilo que elas eram em sua origem. Eles agem recriando a realidade e manipulando as informações. “Recriando a realidade à sua maneira e de acordo com seus interesses político-partidários, os órgãos de comunicação aprisionam seus leitores nesse círculo de ferro da realidade irreal e sobre ele exercem todo o seu poder” (ABRAMO, 2016, p. 65).

Depois de expostas as primeiras perspectivas teóricas sobre o fazer jornalístico, torna-se necessário tratar da discussão das teorias que surgiram a partir da década de 1970, momento no qual estas passaram por significativas alterações em decorrência da mudança de paradigma na comunicação. A perspectiva funcionalista é considerada deficiente e limitada. Passa-se, então, a prevalecer a perspectiva construcionista (BERGER; LUCKMANN, 1985), mencionada anteriormente, a qual enxerga o jornalismo como instrumento ativo na construção social da realidade ao lado de outros atores sociais. São teorias que concebem a possibilidade de um acontecimento ser descrito de maneiras diferentes, até porque os jornalistas atuam em um sistema cultural individual.

Para Traquina (2005), as pesquisas que surgiram nos anos 1970 constituíram um momento de virada, trazendo para discussão a emergência de um novo paradigma que compreende as notícias como construção. Essas novas teorias rejeitam as notícias como espelho por diversas razões. Primeira, porque as notícias não refletem uma realidade, mas elas ajudam a construir a própria realidade. Segunda, porque uma linguagem neutra é impossível. E terceira, porque os *media* noticiosos são responsáveis por estruturar inevitavelmente a sua representação dos acontecimentos, que dependem de diversos fatores: aspectos

organizacionais, as limitações orçamentais e até mesmo a maneira como a rede noticiosa lida com a imprevisibilidade dos acontecimentos.

Para esse paradigma, que enxerga as notícias como construção, é inadequado afirmar que as notícias são resultado de distorção, da mesma forma que é inadequado dizer que as atitudes políticas dos jornalistas são fatores determinantes no processo de produção das notícias. De acordo com Traquina (2005), esse novo paradigma surgido nos anos 1970 não quer dizer que as notícias sejam ficção.

[...] dizer que uma notícia é uma estória não é de modo algum rebaixar a notícia, nem acusá-la de ser fictícia. Melhor, alerta-nos para o fato de a notícia, como todos os documentos públicos, ser uma realidade construída, possuidora da sua própria validade interna (BIRD; DARDENNE, 1993, p. 265 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 171).

Nessa perspectiva, podemos citar a Teoria Estruturalista compreendida no seu aspecto macrossociológico. Traquina (2005) aponta que essa teoria se difere da teoria da ação política, uma vez que reconhece a “autonomia relativa” dos jornalistas em relação a um controle econômico direto. O autor parte da crença de que as notícias são resultado de processos complexos de interação social entre os agentes sociais. Envolve, por exemplo, os jornalistas e as fontes de informação, os jornalistas e a sociedade. Stuart Hall *et al.* (1973), citados por Traquina (2005), defendem que as notícias são um produto social resultante de vários fatores, tais como: a) a organização burocrática dos *media*; b) a estrutura dos valores-notícia e a prática e a ideologia profissional dos jornalistas; e c) o momento de ‘construção’ da notícia – identificação e contextualização, no qual os ‘mapas’ culturais do mundo social são utilizados na organização dos fatos.

Para Traquina (2005), a Teoria Estruturalista visualiza o papel dos *media* como crucial, pois são eles que definem para a maioria da população quais os acontecimentos relevantes e significativos que ocorrem na sociedade, assim como oferecem interpretações poderosas de como as pessoas devem compreender os acontecimentos sociais.

Para os defensores desta teoria, o processo de produção das notícias não só pressupõe a natureza consensual da sociedade como sublinha o papel das notícias no reforço da construção da sociedade como consensual. Os ‘mapas de significado’ incorporam e referem os valores comuns, formam a base dos conhecimentos culturais e são mobilizados no processo de tornar um acontecimento inteligível (TRAQUINA, 2005, p. 179).

Segundo o autor, aqueles que defendem essa teoria afirmam que a função dos *media* não se limita simplesmente a “criar” as notícias, nem mesmo a transmitir a ideologia da

“classe dirigente”. Os *media* não seriam os definidores primários dos acontecimentos noticiosos, mas a sua relação estrutural com o poder os faz representar um papel secundário quando reproduzem as definições daqueles que têm acesso privilegiado. Stuart Hall *et al.* (1993 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 180) esclarecem: “Nesta perspectiva, no momento da produção jornalística, os *media* colocam-se numa posição de subordinação estruturada aos *primary definers*”.

Outra teoria que segue a mesma linha de pensamento e considera as notícias como um resultado da interação social é a Teoria Etnoconstrucionista. Traquina (2005) enfatiza que essa teoria visualiza as notícias como resultado constituinte de um processo de produção que prevê a percepção, a seleção e a transformação de um acontecimento em um produto final: as notícias. Ou seja, essa teoria pressupõe uma seleção no meio de várias opções, daquilo que tem probabilidade de virar notícia; isto é, o fator de noticiabilidade.

Os defensores dessa teoria explicam que, durante o processo de escolha do que pode ou não virar notícias, existe a tirania do fator tempo, que pressiona os jornalistas, sempre desafiados a elaborar um produto final (notícia, jornal, telejornal etc.) dentro de um tempo hábil. Esse trabalho está sempre orientado no cumprimento das horas de fechamento da organização jornalística. Pressionadas por essa tirania da hora, as organizações jornalísticas se veem desafiadas, pois os acontecimentos podem surgir em qualquer lugar, a qualquer momento, de forma imprevisível.

Diante desse cenário, Traquina (2005) explica que as empresas se veem obrigadas a elaborar estratégias frente a esse desafio. Ou seja, elas precisam impor ordem no tempo e no espaço. A ordem no tempo pode ser entendida, segundo Wolf (1987), como a estruturação das empresas jornalísticas em criar uma agenda na qual seja possível enumerar uma lista de acontecimentos possíveis, permitindo que seja preparada uma produção com antecedência. Como exemplos, podemos citar os campeonatos esportivos e os pleitos eleitorais. É uma tentativa, por parte da organização, de planejar o futuro.

A ordem no espaço refere-se à lógica que as empresas jornalísticas precisam impor para capturar os acontecimentos. Em um momento quando o espaço global e o espaço local estão cada vez menores, Tuchman (1993) afirma que as empresas jornalísticas precisam se utilizar de três estratégias para cobrir um maior número de acontecimentos: 1) a territorialidade geográfica – na qual as empresas dividem o mundo em áreas de responsabilidade territorial; 2) a especialização organizacional – na qual as empresas estabelecem “sentinelas” em certas organizações que podem produzir notícias; e 3) a especialização em termos de temas – em que as empresas autodividem-se mediante temas

(seções) que conseguem preencher os espaços nos jornais. Essas estratégias se dão na tentativa de fazer com que aqueles assuntos mais cabíveis de se tornarem noticiáveis sejam capturados.

Segundo Traquina (2005), é importante ressaltar que essa teoria enxerga o processo de produção das notícias como um processo interativo, no qual os diversos agentes sociais são responsáveis por exercerem papéis ativos durante o processo de negociações constantes, em que o jornalista não é um mero reproduzidor da realidade, e sim um construtor.

Tanto a Teoria Estruturalista quanto a Teoria Etnoconstrucionista rejeitam veemente a Teoria do Espelho e acreditam que as notícias são resultado da interação existente entre jornalistas e fontes, jornalistas e sociedade, jornalistas e empresa jornalística. Ambas as teorias estão cientes dos constrangimentos organizacionais e dos valores-notícia. No entanto, admitem também que o jornalista participa ativamente na construção das notícias, que são resultado da cultura profissional e da sociedade.

Seguindo essa perspectiva, outras abordagens foram surgindo na tentativa de superar os problemas encontrados nas teorias anteriores ou de tentar visualizar melhor a atividade de produção jornalística. Essas novas teorias apresentam uma característica em comum: elas discutem os critérios de noticiabilidade; ou seja, aquilo que garante um fato virar notícia. Nesse cenário, cabe destacar uma nova proposta de estudo: o *newsmaking*. *Newsmaking* pode ser traduzido como produção das notícias. Esse estudo enxerga a mensagem como um produto socialmente produzido. Trata-se de uma perspectiva construtivista, que rejeita veemente a Teoria do Espelho.

Mauro Wolf (1999) explica que essa teoria dá ênfase à produção de informações. Isto é, ela se preocupa com a transformação dos acontecimentos em notícias, que tem o jornalista como sujeito principal nesse processo de intermediação do fato em si e do fato que será narrado em forma de notícia. Essa perspectiva também envolve as fontes jornalísticas e as etapas do processo de produção das notícias: a captação de informações, o tratamento, a edição e a distribuição.

Hohlfeldt (2010) endossa esse discurso. Para ele, os estudos sobre o *newsmaking* levam em consideração a cultura profissional dos jornalistas, bem como a organização do trabalho e dos processos produtivos da informação. Isso porque os meios de comunicação precisam: (1) tornar possível o reconhecimento de um fato como algo notável de ser noticiado, (2) criar relatos capazes de desmistificar os discursos particulares e torná-los generalizáveis, e (3) organizar temporal e espacialmente de modo que as notícias fluam e possam ser exploradas racionalmente.

Para compreender a teoria do *newsmaking*, Hohlfeldt (2010) explica que é preciso entender o conceito de noticiabilidade; ou seja, o conjunto de requisitos capazes de fazer com que um fato adquira existência enquanto notícia. A noticiabilidade, por sua vez, é constituída por “valores notícias”. Estes são infinitos e comumente são agrupados em cinco grandes categorias: (1) Categorias substantivas, (2) Categorias relativas ao produto, (3) Categorias relativas ao meio de informação, (4) Categorias relativas ao público e (5) Categorias relativas à concorrência. Essas categorias, assim, podem ser subdividas em muitas outras.

As “Categorias Substantivas” articulam-se ao acontecimento em si e aos seus personagens. Elas dizem respeito: (1) ao grau de importância – quanto maior o nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento, mais chances ele tem de se tornar noticiável; (2) a quantidade de pessoas envolvidas – quanto maior o número, com maior noticiabilidade o fato se apresenta; e (3) a relevância e a significatividade do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação – fatos que podem se desdobrar em produções jornalísticas futuras, aqueles que não se esgotam em si mesmos.

Essa mesma categoria ainda pode ser dividida quanto ao interesse: (1) capacidade de entretenimento – o inesperado, o incerto sempre atrai; (2) interesse humano – aquelas que atraem as pessoas e podem chegar ao sensacionalismo; e (3) composição equilibrada do noticiário – é preciso manter um equilíbrio entre notícias positivas e negativas, entre notícias alegres e tristes.

Quanto às “Categorias relativas ao produto”, Hohlfeldt (2010) explica que elas se subdividem em: (1) Brevidade – o tamanho do relato deve ser compatível ao limite exposto pelo noticiário; (2) Condição de desvio da informação – refere-se ao fato de que para o jornalismo notícias ruins são sempre mais interessantes do que as notícias boas; (3) Atualidade (*novelty*) – refere-se à continuidade da cobertura de um fato ou a suíte; (4) Atualidade interna (*internalnovelty*) – refere-se à organização da empresa jornalística. Essa categoria funciona, especialmente, no jornalismo investigativo quando as fontes condicionam suas declarações à qualificação de *off* ou aos desdobramentos de acontecimentos sobre os quais não se têm qualquer controle; (5) Qualidade – o material a ser veiculado precisa ter o mínimo de qualidade compatível com o veículo a ser transmitido; e (6) Equilíbrio – a edição também deve ser equilibrada.

O terceiro grupo refere-se às “Categorias relativas ao meio de informação” e tem a ver menos com o assunto e como a informação é veiculada. Ela é subdividida em: (1) Bom material visual x texto verbal – é preciso existir um equilíbrio entre texto e imagem para que sejam bons o suficiente para serem veiculados; (2) Frequência – a acessibilidade das fontes ou

do local do acontecimento pressupõe maior regularidade e continuidade de uma cobertura; e (3) Formato – existe uma formatação para atender à composição da narrativa jornalística (introdução, desenvolvimento e conclusão ou abertura de possíveis desdobramentos).

O quarto grupo refere-se às “Categorias relativas ao público”, que dizem respeito à imagem que o profissional ou o veículo possuem de seus receptores e o modo pelo qual se preocupam com eles. Ela pode ser subdividida em: (1) Estrutura narrativa – a narrativa precisa ser clara aos olhos do receptor, atender ao interesse de informações de serviço e servir também para distração e entretenimento do receptor; e (2) Protetividade – há uma preocupação em não noticiar fatos que possam criar pânico, traumas ou ansiedades desnecessários.

Por fim, em quinto, estão as “Categorias relativas à concorrência”. Sabe-se que os meios de comunicação são empresas que concorrem entre si e buscam, constante, saber qual a pauta de notícias de suas concorrentes de modo que possam competir com elas ou até neutralizá-las. Essa categoria se subdivide em: (1) Exclusividade ou furo – os veículos buscam ser o primeiro a narrar um fato ou os desdobramentos deste; (2) Geração de expectativas recíprocas – a decisão sobre a publicação ou não de um fato pode ser decidida pela expectativa que se tem de que outro veículo concorrente também possa ou não divulgar esse mesmo fato; (3) Desencorajamento sobre inovações – os veículos de comunicação mais tradicionais evitam narrar acontecimentos que possam atingir ou ir contra os valores pressupostos de seus leitores, desenvolvendo um conservadorismo de conteúdo; e (4) Estabelecimento de padrões profissionais – os profissionais mais novos tendem a copiar o comportamento dos mais velhos, assim como os veículos mais novos tendem a copiar os mais tradicionais.

Hohlfeldt (2010) explica que a produção das notícias é importante em três (ou quatro) diferentes fases: (1) recolha ou captação de informações; (2) seleção de informações; (3) apresentação ou edição; e (4) distribuição. O autor conclui que a perspectiva do *newsmaking* mostra uma espécie de autossuficiência do jornalismo. Isso significa que o processo comunicacional se apresenta com absoluta autonomia em relação às demais categorias da sociedade, situação que pode gerar questionamentos. No entanto, esse estudo mostra-se importante, porque nos ajuda a entender o modo como a informação flui.

O agendamento, ou *agenda-setting*, é outra abordagem que também pode ser considerada nesta exposição. Essa teoria foi proposta nos anos 1970 pelos pesquisadores americanos Maxwell McCombs e Donald Shaw. Essa teoria discute o fato de que a mídia é quem determina quais assuntos farão parte das conversas dos consumidores de notícias.

Segundo Hohlfeldt (2010), esse estudo iniciou-se nos Estados Unidos por meio do trabalho de pesquisadores que se propunham a atuar em equipe e se comprometiam a cruzar as diversas teorias, de modo que pudesse compreender de forma mais clara o processo comunicacional. A *agenda-setting* é, portanto, chamada por eles de hipótese, uma vez que não se trata de um caminho fechado, mas sim uma experiência, um caminho possível que se não der certo não invalida a perspectiva presente na teoria.

O autor aponta os pressupostos dessa teoria: (a) o fluxo de informação – o processo de comunicação não é um processo fechado. As pessoas recebem durante todo o tempo uma quantidade absurda de informação, que os leva a um excesso e uma sobrecarga, que, se não forem trabalhados devidamente por aquele que recebe, podem se perder. Essas informações podem ser guardadas de maneira consciente ou inconsciente de modo imperceptível na memória.

Hohlfeldt (2010) aponta o segundo pressuposto: (b) os meios de comunicação influenciam o receptor a médio e longo prazos, diferentemente do que se acreditava nas teorias passadas de que os meios de comunicação exerciam influência imediata. E, por fim, (c) os meios de comunicação, embora não consigam impor o que o público deve pensar em relação a um determinado tema, são capazes de a médio e longo prazos, influenciar sobre o que pensar e falar. Ou seja, dependendo dos assuntos agendados pela mídia, o público poderá, a longo prazo, incluí-los em suas preocupações, conversas ou ações.

McCombs (1968), citado por Hohlfeldt (2010), desenvolveu uma pesquisa, na qual acompanhou o início da campanha eleitoral para presidente dos Estados Unidos em 1968. O estudo comparava os temas mais relevantes para os eleitores e os temas mais enfatizados pelos meios de comunicação. A partir do resultado desses estudos, verificou-se que a mídia havia influenciado significativamente o eleitor, uma vez que os temas mais expostos por ela eram semelhantes aos temas considerados mais importantes para os cidadãos.

Os estudos seguintes concluíram, conforme aponta Hohlfeldt (2010), que o agendamento da mídia depende não apenas do grau de exposição ao qual o receptor está exposto, mas também ao tipo de mídia e ao grau de relevância e interesse que esse receptor tem com o tema, com o reconhecimento que ele tem do fato, com a sua necessidade de informação ou com a falta dela.

Vizeu (2003) também endossa esse pensamento. Para o autor, essa teoria sustenta a ideia de que as pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função do que os meios de comunicação veiculam. Ou seja, os meios de comunicação, mediante o seu recorte e de

suas notícias, determinam os temas sobre os quais o público falará ou discutirá em sua realidade social.

O *agenda-setting* é consideravelmente mais que a clássica asserção que as notícias nos dizem sobre o que pensar. As notícias também nos dizem como pensar nisso. Tanto a seleção de objetos que despertam a atenção como a seleção de enquadramentos para pensar esses objetos são os poderosos papéis do *agenda-setting* (MCCOMBS; SHAW, 1993, p. 62 *apud* VIZEU, 2003, p. 77).

Essa teoria prevê, portanto, que os *media* são responsáveis por fornecer a compreensão da realidade social às pessoas. Além disso, os elementos destacados e enfatizados na agenda midiática acabam tornando-se igualmente importantes para o público, que conhece como real e verdadeiro aquilo que está sendo visto e evidenciado nesses meios.

Seguindo essa mesma perspectiva, pode-se citar outra teoria conhecida como Espiral do Silêncio. Segundo Pena (2006), a primeira vez que se ouviu esse conceito foi em 1972, durante o 20º Congresso Internacional de Psicologia, em Tóquio, por meio de um trabalho intitulado *Return to the concept of powerful mass media. Studies of broadcasting 9*, de Elizabeth Noelle-Neuman. No entanto, foi apenas em 1984 que a pesquisadora alemã relacionou suas ideias em um único livro, publicado nos Estados Unidos, de nome *A espiral do silêncio – opinião pública: nossa pele social*.

As pesquisas da alemã Noelle-Neuman, conforme explica Holthfeldt (2010), mostravam a influência da mídia como agente modificador e formador da opinião sobre a realidade. Elas mostram que as pessoas são influenciadas não pelo que outros dizem, mas pelo que as pessoas imaginam que os outros poderiam dizer. Uma vez que ninguém deseja ser minoria, os indivíduos não querem se sentir isolados uns dos outros. Dessa forma, as pessoas moldam-se para se aderir ao pensamento da maioria.

Nas pesquisas desenvolvidas pela autora, é importante destacar dois conceitos: o de clima de opinião e o de espiral do silêncio. “O Clima de Opinião” refere-se ao fato de as pessoas se calarem e depois se adaptarem às opiniões, e estas serem, logo em seguida, transformadas em opinião majoritária e ganharem a adesão dos indivíduos sociais. Um exemplo claro trata-se da importância de se realizarem pesquisas para campanhas políticas com o intuito de medir o clima de opinião.

O segundo conceito discutido pela alemã é o de “Espiral do Silêncio”. Trata-se da influência que as opiniões dominantes exercem sobre os indivíduos. Ou seja, aquilo que as pessoas imaginam ser pensamento da maioria realiza-se de modo constante no tempo. Um

exemplo a ser citado são as campanhas eleitorais quando um candidato é considerado amplo favorito e as pessoas sentem vergonhas de assumir posições contrárias às opiniões da maioria.

Segundo Noelle-Neuman (1972), citado por Hohlfeldt (2010), os pressupostos que sustentam essa teoria podem ser colocados como: (1) a sociedade ameaça os indivíduos que pensam diferente da maioria com o isolamento; (2) os indivíduos experimentam um medo constante do isolamento; (3) esse medo faz com que eles tentem, a todo momento e de toda forma, avaliar o clima de opinião, ou seja, aquilo que a maioria está pensando; e (4) os resultados provenientes dessa avaliação influenciam no comportamento em público.

Hohlfeldt (2010) explica que essa teoria experimenta muitas críticas. Todavia, há um consenso de que suas bases são fortes e servem de inspiração para diversas pesquisas empíricas a respeito da influência midiática sobre o público e também sobre a formação da opinião desse público.

Depois de traçado o panorama dessas teorias, a discussão a seguir será em torno do tema: enquadramentos noticiosos, que serão base da análise a ser feita sobre a cobertura da imprensa no período do *impeachment*, que resultou no afastamento definitivo da ex-presidente Dilma Rousseff. As teorias que trabalham com o enquadramento noticioso são ricas para se compreender como os veículos noticiosos – nesse caso, o jornal *Folha de S. Paulo* – selecionam e evidenciam determinados aspectos de um fato em detrimento de outros a partir de uma escolha do que merece ou não ser visto, comportando-se como um importante ator político, uma vez que sua ação de enquadrar os fatos pode interferir na construção da realidade social dos indivíduos. Neste estudo em questão, o enquadramento pode interferir na construção dos cenários políticos e na imagem dos atores políticos pelo imaginário social.

3.2 FRAME: UMA QUESTÃO DE ENQUADRAMENTO

Uma das abordagens que tem ganhado terreno atualmente sobre o fazer jornalístico é o de enquadramento (*framing*). O desenvolvimento desse enfoque ainda é muito recente, porém tem mobilizado os estudos no campo da comunicação política. Essa teoria tem oferecido uma nova perspectiva para compreendermos o papel da mídia na atualidade. Como vimos anteriormente, por meio das teorias iniciais do jornalismo, o papel da mídia era compreendido como o de informar os cidadãos e servir a democracia, de forma objetiva e imparcial. No entanto, para Porto (2004), esse paradigma encontra-se em declínio, pois não é suficiente para entendermos a relação da comunicação com o mundo exterior. Logo, o enquadramento é percebido como um novo enfoque teórico possível para superar as limitações do “paradigma da objetividade”. O estudo baseado no *frame*, que em português

significa recorte, permite assimilar o motivo pelo qual o jornalista, ao executar sua tarefa de cobrir um acontecimento, observa algumas coisas e exclui outras; além do que, ele ainda ajuda a organizar a realidade social.

Para traçarmos essa nova perspectiva baseada na teoria do enquadramento, vale resgatarmos o surgimento do conceito, que foi desenvolvido inicialmente pelo sociólogo Erving Goffman, em sua obra *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, que, traduzida recentemente, ganhou o nome de *Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise*. Segundo Goffman (2012), enquadramentos são princípios de organização que governam os eventos sociais e nosso envolvimento nesses eventos. Para ele, tendemos a perceber os acontecimentos à nossa volta de acordo com os enquadramentos que nos permitem responder à pergunta: “O que está ocorrendo aqui?” Dessa forma, o conceito pode ser entendido como marco interpretativo mais geral construído socialmente, permitindo que as pessoas enxerguem sentido nos eventos e nas situações sociais.

Na ótica de Goffman (2012), a experiência social que cada indivíduo possui resulta da forma como ele enquadra a realidade ao seu redor. Essa realidade é sempre enquadrada a partir de uma perspectiva individual. De acordo com ele, a visão que uma pessoa tem daquilo que está ocorrendo será provavelmente muito diferente da visão de outra. O processo de enquadramento direciona suas reflexões para o conceito de quadro (*frame*). Segundo o autor, essa é uma estrutura cognitiva limitada, empregada de modo subjetivo pelo indivíduo, a fim de que ele possa atribuir significados aos acontecimentos ao seu redor.

Goffman (2012) explica que a mídia pode ser considerada um bom exemplo para compreender o processo de enquadramento da realidade por meio de sua tarefa de produção e veiculação de notícias cotidianas. É nessas narrativas obtidas pelos *frames* que se fortalecem as crenças sobre o funcionamento do mundo.

É óbvio que os acontecimentos passageiros típicos ou representativos não constituem notícias só por essa razão; apenas os acontecimentos extraordinários são notícias, e mesmo estes estão submetidos à violência editorial praticada rotineiramente por redatores afáveis. Nossa compreensão do mundo precede essas histórias, determinando quais delas os repórteres selecionarão e como serão contadas aquelas que foram selecionadas (GOFFMAN, 2012, p. 38).

Os quadros produzidos pelo enquadramento da realidade não são provenientes de uma interpretação generalizada de vários indivíduos. Ao contrário, eles são produtos de esquemas interpretativos individuais, que são únicos e pessoais. Nesse cenário, Goffman (2012) explica a existência dos esquemas primários. Estes são esquemas nos quais os

indivíduos não necessitam recorrer a outro enquadramento prévio para fazer sentido. Esses esquemas primários ainda podem ser divididos em: naturais e sociais.

Os esquemas naturais dizem respeito às ocorrências consideradas não dirigidas, não orientadas, não guiadas, ou seja, puramente físicas. Um exemplo seria a situação do tempo apresentada num boletim meteorológico. Já os esquemas sociais, por outro lado, são aqueles que fornecem uma compreensão de fundo para os acontecimentos, que, por sua vez, incorporam a vontade e o controle de uma inteligência, de um agente social, o principal deles: o ser humano. Esse agente pode ser seduzido, desafiado e ameaçado. Aquilo que ele faz pode ser descrito como “ações guiadas” (*guided doings*).

Quando um médico legista pergunta sobre a *causa mortis*, ele quer uma resposta formulada no esquema natural da fisiologia; quando pergunta sobre a maneira como ocorreu a morte, ele quer uma resposta dramaticamente social, uma resposta que descreva o que muito possivelmente faz parte de uma intenção (GOFFMAN, 2012, p. 49).

Segundo o autor, dificilmente, o ser humano vai olhar alguma coisa sem aplicar um esquema primário. Ele normalmente vai tecer conjecturas sobre o que ocorreu antes e tecerá expectativas sobre o que provavelmente vai ocorrer depois. As perspectivas primárias, sejam elas naturais ou sociais, afetam um número maior de pessoas do que apenas os participantes de uma atividade. Elas afetam também os espectadores – aqueles que se limitam a observar também estão envolvidos.

Para Goffman (2012), os esquemas primários podem ser transformados por meio do recebimento de novas laminações, que podem variar conforme duas lógicas: a tonalização e a maquinação. A primeira – a tonalização – refere-se à adição de uma nova camada de significados sobre uma atividade preconcebida. Ou seja, trata-se de reposicionar um acontecimento por intermédio de um outro ângulo possível de percepção. Podemos citar, como exemplo, uma briga envolvendo duas pessoas na rua. Se esse acontecimento for um faz de conta, uma brincadeira ou um treinamento, quer dizer que se está adicionando ao esquema primário uma nova rede de significados, uma nova tonalização. Essa nova laminação não destitui o esquema primário de sentido, apenas envolve uma nova camada de significados. Goffman (2012, p. 117) explica ainda que “é preciso não esquecer que muitas vezes o que está sendo descrito não é o quadro como um todo, mas a tonalização que ele sustenta”.

A segunda lógica é chamada de maquinação. Refere-se ao esforço intencional de um ou mais indivíduos de manobrar uma determinada atividade de modo que as pessoas em contato com esses quadros sejam induzidas a ter uma falsa percepção a respeito do que está

ocorrendo. “Trata-se de um plano perverso, de uma trama ou projeto traiçoeiro que – quando concretizados – levam à falsificação de alguma parte do mundo” (GOFFMAN, 2012, p. 118). Aqueles que planejam o engano são chamados de maquinadores ou trapaceiros. Eles têm como objetivo manipular o enquadramento de um indivíduo de modo que ele não perceba a realidade verdadeira. As pessoas vítimas dessa trapaça são consideradas enredadas. Podem ser chamadas de crédulas, trouxas, patetas ou manés.

Goffman (2012) explica que as maquinações, da mesma forma que as tonalizações, requerem o uso de um modelo já significativo em termos de esquemas primários. No entanto, é importante diferenciar que a tonalização leva todos os participantes a terem uma mesma visão daquilo que está ocorrendo, enquanto as maquinações pressupõem diferentes visões do acontecimento. Isto é, para os participantes de um engano, aquilo que está acontecendo é de fato uma maquinação.

Todavia, para aqueles que estão sendo enganados, o que está ocorrendo é aquilo que está sendo maquinado.

O autor explica, portanto, que os quadros sociais são resultados do enquadramento produzido pelo indivíduo participante. E essa tarefa é uma atividade estritamente subjetiva. A realidade dos fatos vai depender da perspectiva adotada por aquele que está observando e agindo sobre a realidade. De acordo com Goffman (2012), os quadros sociais estão inseridos em um mundo repleto de acontecimentos, que se sucedem rotineiramente e corroboram para a complementação da atividade enquadrada. Nesse sentido, aquele que enquadra um fato como real deve ter consciência de que a realidade desse fato está além do que está sendo enquadrado. Existe, na verdade, uma série de acontecimentos incontáveis anexos a essa narrativa principal da mesma forma que o indivíduo também é capaz de ignorar todos esses eventos laterais, na tentativa de manter o foco em um dado específico, sobre o qual se destina seu enquadramento.

Além do olhar proposto por Goffman, Porto (2004) aponta que outro campo, no qual o estudo de enquadramento se fez presente, foi a psicologia. Os estudos de Kahneman (1984) e Tversky (1986) se configuraram em fontes essenciais para a estruturação do conceito de enquadramento. Eles realizaram um experimento, que consistia na exposição de uma “situação problema”, no qual os participantes eram conduzidos a imaginar que os Estados Unidos estavam se preparando para a eclosão de uma epidemia de uma doença desconhecida proveniente da Ásia, que iria matar 600 pessoas. Os estudiosos pediam que as pessoas optassem entre dois programas propostos para combater a doença.

O primeiro programa, apresentado a um determinado grupo de pessoas, era colocado de forma que salvasse 200 pessoas. Enquanto para o outro grupo de pessoas, a mesma proposta era feita enfatizando, porém, que tal programa mataria 400 pessoas. Apesar de as alternativas serem idênticas (em uma realidade composta por 600 pessoas, matar 400 ou salvar 200 é a mesma coisa), o primeiro programa foi escolhido por 72% das pessoas do primeiro grupo e o segundo, somente 22%.

Contudo, eles perceberam como a formulação de um determinado problema pode causar variações significativas nas preferências das pessoas. Apesar de os problemas serem idênticos, as pessoas frequentemente decidem de acordo com a forma como alguma coisa é enquadrada. Ou seja, não se trata apenas de manipulação, segundo Kahneman (1984) e Tversky (1986), citado por Porto (2004), a formação de uma preferência pode ser determinada por meio do enquadramento que é feito na seleção de um acontecimento. Esses efeitos podem ser acionados sem que ninguém tenha consciência do impacto do enquadramento adotado nas decisões. Ou eles podem, até mesmo, ser explorados para que altere a atratividade das opções que se tem.

A primeira aplicação do conceito de enquadramento nos estudos de comunicação surgiu no livro *Making News*, da socióloga Gaye Tuchman (1978), com base no enfoque dado pelo também sociólogo Goffman. Para Tuchman (1978, p. 215 *apud* PORTO, 2004, p. 5), as notícias impõem um enquadramento, que, por sua vez, define e constrói a realidade social. “As notícias são um recurso social cuja construção limita um entendimento analítico da vida contemporânea”. Nesse sentido, diversos estudiosos criticaram a definição do conceito proposta por Tuchman. Para eles, os seus estudos não elucidaram com clareza o conceito e não investigaram como esses enquadramentos dão forma à realidade apresentada no noticiário.

O trabalho desenvolvido nos anos 1980 por Todd Gitlin também contribuiu para a compreensão do conceito de enquadramento no campo dos estudos da mídia. Segundo Leal (2007), Gitlin (1980) dedicou-se a estudar a cobertura dada aos ativistas e aos movimentos de paz durante a Guerra do Vietnã pela mídia dos Estados Unidos. Seus estudos contribuíram na sistematização do conceito de enquadramento definido como:

Enquadramentos são princípios de seleção, ênfase e apresentação compostos de pequenas teorias tácitas sobre o que existe, o que acontece e o que é importante. [...] [Enquadramentos midiáticos são] padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os detentores de símbolos organizam de forma rotineira o discurso, seja verbal ou visual (GITLIN, 1980, p. 6-7 *apud* LEAL, 2007, p. 4).

Gitlin (1980), citado por Carvalho (2010), argumenta que os indivíduos não podem tomar como verdade apenas o mundo retratado, uma vez que este não é o único mundo que existe. Na realidade, o mundo está em um constante processo de eventos. Nesses eventos, há uma infinidade de detalhes visíveis que, ainda que se queira enquadrar, não é possível retratá-los. Dessa forma, os enquadramentos midiáticos são um dos vários enquadramentos possíveis que reportam um grau de importância, uma vez que as pessoas confiam nos seus relatos.

Anos mais tarde, os estudos de Robert Entman (1994) surgiram como elementos substanciais para a consolidação dos estudos de enquadramento no campo da comunicação midiática. Para o autor, citado por Leal (2007), *framing* pode ser classificado como:

Enquadrar é selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação casual, uma avaliação moral e/ou uma recomendação ao tratamento para o item descrito (ENTMAN, 1993, p. 52, *apud* LEAL, 2007, p. 4).

Nos últimos anos, a análise de enquadramento noticioso vem ganhando espaço nos estudos de pesquisadores brasileiros, principalmente no que se refere às pesquisas em jornalismo político. Para Porto (2004), a utilização do conceito de enquadramento no Brasil se expandiu após as pesquisas desenvolvidas sobre as eleições de 1998, com o intuito de estabelecer a relação entre o campo da política e o campo da mídia. Em um de seus estudos intitulado *A Mídia Brasileira e a Eleição Presidencial de 2000 nos EUA: A Cobertura do Jornal Folha de S. Paulo*, Porto (2001, p. 12) afirma que os jornalistas são responsáveis por organizar e interpretar temas e eventos políticos:

Ao produzir o noticiário, jornalistas se baseiam em discursos que estão presentes na esfera pública, mas também contribuem com seus próprios enquadramentos, dando formas aos pacotes interpretativos que fazem parte de qualquer cultura. Indivíduos frequentemente usam os enquadramentos da mídia em conversas e discussões sobre problemas sociais e políticos e estes enquadramentos têm um importante efeito no modo como a audiência interpreta estes problemas.

Em sua pesquisa, Porto (2001) definiu quatro tipos de enquadramentos presentes no material trabalhado durante o período eleitoral: o (1) Enquadramento temático – em que se designa os padrões interpretativos que enfatizam as posições e propostas dos candidatos sobre os aspectos substantivos da campanha; o (2) Enquadramento “corrida de cavalos” – situação em que se concebe a evolução da campanha como uma corrida entre os candidatos. Segundo o

autor, a ênfase está em quem está avançando ou em quem está ficando para trás e, portanto, nos resultados das pesquisas e nas estratégias de campanha dos candidatos; o (3) Enquadramento centrado na personalidade – segundo o autor essa é uma tendência midiática, que escolhe dar preferência a atores individuais e focaliza os eventos a partir de dramas humanos. O autor utiliza esse tipo de enquadramento para referir-se às notícias que enfatizam as características e a vida pessoal dos candidatos e outros atores, incluindo as descrições de suas habilidades e a reação dos eleitores a eles ou a elas enquanto pessoas; e o (4) Enquadramento episódico – restringe-se a relatar os últimos acontecimentos.

Dessa forma, é fundamental compreender a dimensão dos enquadramentos midiáticos acerca dos acontecimentos sociais, pois os meios de comunicação são considerados fontes principais de socialização, capazes de atingir a sociedade como um todo por meio de estímulos sociais predeterminados e inseridos pela seleção e/ou exclusão dos acontecimentos estipulados como notícias.

4 CRISE DE REPRESENTAÇÃO POLÍTICA, PRESIDENCIALISMO DE COALIZÃO E O CONTEXTO POLÍTICO BRASILEIRO

Este capítulo traz uma discussão sobre a representação de uma figura política para a sociedade. Mediante as contribuições propostas por Hanna Pitkin (2006), é possível traçar um histórico sobre o conceito de representação e como ele foi apropriado e disseminado no campo político. Depois de exposta a origem do termo, a discussão parte para uma questão mais atual, na qual autores tem argumentado que, pelo fato de o sistema de representação política vigente encontrar-se em crise, as pessoas não se sentem representadas e nem tem interesse em participar da política.

A segunda discussão envolve o funcionamento do sistema político brasileiro vigente: o presidencialismo. Nesse tópico, é feito um levantamento das especificidades da estrutura social brasileira, além da apresentação da consolidação do regime democrático, para, em seguida, ser discutido o regime presidencialista vigente no Brasil, marcado pela representação de interesses, tendo como marca as coalizões e suas consequências na estruturação da política no País.

O último tópico trata da exposição do contexto político brasileiro por meio de um levantamento mais recente de literatura, no qual são discutidos os desdobramentos do processo de *impeachment* e a organização dos personagens políticos em torno desse acontecimento.

4.1 CRISE DE REPRESENTAÇÃO

Ao tratarmos do tema da construção de imagem da ex-presidente Dilma Rousseff nos discursos políticos e do enquadramento midiático dela no período do *impeachment*, nota-se a importância de discutir um processo que é anterior a este fato: a representação de uma figura política na sociedade. Afinal, o que significa representar?

Hanna Fenichel Pitkin, filósofa e cientista política, em seu clássico livro *O conceito de representação* (2006 [1983]), aponta as formulações que o conceito foi adquirindo ao longo do tempo no processo histórico-social. Para a autora, definir representação é uma tarefa altamente difícil pela complexidade do termo, mas que vale ser resgatado de alguma forma para melhor compreensão do conceito atualmente. O termo teve origem no latim *repraesentare*. No entanto, seu significado original nada teve a ver com governo ou qualquer outra instituição romana suscetível de ser apontada como exemplo de representação.

A palavra latina *repraesentare* significa torná-los literalmente presentes, trazê-los à presença de alguém. Também pode significar apresentar-se à corte em resposta a uma convocação; literalmente, tornar-se presente. Pode significar também tornar presente uma abstração em um objeto, ou por meio dele, como ocorre quando uma virtude parece encarnada na imagem de certo rosto. E pode significar a substituição de um objeto por outro – em vez do outro –, ou a antecipação de um evento, trazendo-o para o presente. Pode significar ‘desempenhar imediatamente’ e mesmo ‘pagar em dinheiro’. Não tem a menor relação com pessoas representando outras pessoas, ou com o Estado romano (PITKIN, 2006, p. 17).

Segundo Pitkin (2006), na Idade Média, a palavra refere-se a um tipo de encarnação mística. Sua expansão se iniciou no século XIII e no início do século XIV, usada para referir-se aos papas e cardeais como figuras que representam a pessoa de Cristo e dos apóstolos. Entretanto, ela ressalta que a conotação da palavra ainda não é de delegação, mas sim de encarnação da imagem de Cristo.

A autora ainda afirma que até o século XVI não é possível apontar um exemplo de representação com o significado de “tomar ou ocupar o lugar de outra pessoa, substituir”, e até 1595 não existe um exemplo em que representar signifique “atuar para alguém como seu agente autorizado ou deputado”. Compreender como o conceito de representação entrou no campo da política sugere que se entenda, inicialmente, o desenvolvimento das instituições e do pensamento interpretativo sobre elas.

Dessa forma, é preciso retornar ao momento histórico quando os cavaleiros e os burgueses reuniam-se no Parlamento com o Rei e os lordes. Esse encontro acontecia para que os cavaleiros e burgueses pudessem dar consentimento à cobrança de impostos, a fim de passar informações e também levá-los de volta às comunidades de origem. Somente com o passar do tempo é que começou a haver um reconhecimento lento de que esse membro poderia promover os interesses de sua comunidade.

Inicialmente, o ponto crucial era que eles fossem ao Parlamento com autoridade para obrigar suas comunidades a pagar os tributos que seriam cobrados. Um pouco mais tarde, eles começaram a ser usados pelas comunidades como um meio de apresentar queixas ao Rei, e houve tentativas de insistir na solução dessas queixas antes de dar consentimento a impostos. [...] Os cavaleiros e os burgueses que iam ao Parlamento começaram a ser vistos como servidores ou agentes de suas comunidades (PITKIN, 2006, p. 22).

Segundo Pitkin (2006), houve um desenvolvimento gradual do século XIV ao século XVII em relação ao papel dos cavaleiros e burgueses. Estes passaram a ser chamados de “membros” do Parlamento. Eles descobriram que possuíam queixas comuns e passaram a agir de forma conjunta. Essa ação era sempre em oposição ao Rei, uma vez que, juntos, possuíam força para se oporem à figura do soberano. Eles eram vistos como servidores,

delegados ou ainda procuradores de suas comunidades. O termo representante ainda não era atribuído a eles, já que a palavra ainda não tinha esse significado. A ideia de que cada membro fala pelo seu distrito e equivale a toda a nação só foi reconhecida no século XVII.

Esse princípio foi reconhecido no início do século XVII, quando Coke escreveu nos *Institutes*: ‘observe-se que, embora [o membro do parlamento] seja escolhido por um condado ou comunidade particular, quando ele é enviado ao Parlamento, e nele obtém assento, ele serve ao país como um todo, pois a finalidade de sua ida para lá é geral, como está escrito no documento de sua eleição’ (PITKIN, 2006, p. 24).

A obra *De republica Anglorum*, de Sir Thomas Smith, é um bom exemplo da discussão do conceito. Apesar de utilizá-lo uma vez só, ele o usa em um ponto crucial: afirma que o Parlamento representa todo o reino, ou seja, todo inglês está presente ali, na forma pessoal, ou por procuração ou por meio de delegados. No entanto, ele não aplica a palavra aos membros do Parlamento (PITKIN, 2006).

Segundo Pitkin (2006), somente após quase meio século depois da obra de Smith é que a palavra “representação” foi utilizada novamente em relação ao Parlamento. Foi quando começou a florescer uma significativa variação desse termo. No fim do século XVII, o termo “*represent*” ganhou conotação política, porém o seu florescimento não foi confinado à política. O significado então atribuído a esse termo tem heranças de seu significado inicial, “pôr-se em lugar de outros”, e se dirige para algo como “atuar para outros.

Conforme aponta Pitkin (2006), inicialmente, o termo era utilizado como expressão que conferia autoridade, poder e prestígio à figura dos cavaleiros e burgueses. Em momento algum, esse termo foi utilizado para designar a relação entre um membro individual dos Comuns com sua base, na qual tem o dever de obedecer aos desejos daqueles que os representam. O que existe na verdade é a ideia de que os membros do Parlamento são delegados de suas comunidades, mas essa designação não é expressa pelo termo “representação”.

Em 1651, Hobbes publicou o *Leviathan*, no qual estava a primeira ideia de representação na teoria política. Para ele, “um representante é alguém que recebe autoridade para agir por outro, quem fica então vinculado pela ação do representante como se tivesse sido a sua própria. A representação pode ser ‘limitada’ [...] ou ‘ilimitada’” (PITKIN, 2006, p. 28).

Diz-se que uma República (*Commonwealth*) se instituiu quando uma multidão de homens concorda e pactua, cada um com o outro, que determinado homem, ou assembleia de homens, deve receber da maior parte o direito de apresentar a pessoa

de todos eles, isto é, de ser seu representante; todos [...] devem autorizar todas as ações e julgamentos daquele homem, ou assembleia de homens, como se fossem seus próprios (HOBBS, 1839-1845, v. III, p. 159-160 *apud* PITKIN, 2006, p. 29).

Segundo a definição de Hobbes, o representante, ao ser autorizado, adquire novos direitos e poderes, enquanto que o representado adquire apenas novas obrigações. Ele acredita que, nessa atividade de representar, o soberano fará sempre o que os representantes esperam que ele faça, e não apenas o que lhe satisfaz (PITKIN, 2006).

A elaboração do conceito de representação na teoria política perpassou como pano de fundo as grandes revoluções democráticas do final do século XVIII e depois as lutas políticas e institucionais do século XIX, como, por exemplo, o sufrágio universal, os partidos políticos, as funções dos campos legislativo e executivo etc. Nesse cenário, Pitkin (2006) explica que, diante da considerável expansão da literatura que surgiu nesse período, uma das discussões que atuou como pano de fundo foi a “polêmica sobre o mandato e a independência”. O representante tem autoridade para fazer o que ele acha melhor ou o que seus eleitores querem que ele faça? Edmund Burke é considerado o teórico mais famoso que defende a independência do representante.

Para Burke, o parlamentar, ao atuar como representante de uma nação, assume uma relação que não se encontra restrita apenas ao seu eleitorado, mas sim com a nação, a qual ele representa, e não somente com os que o elegeram.

O Parlamento não é um congresso formado por embaixadores de interesses diferentes e hostis, que cada um deve sustentar como agente e advogado contra outros agentes e advogados. O Parlamento é uma assembleia deliberativa da nação, com um interesse, o interesse do todo – onde os preconceitos locais não devem servir de guia, mas sim o bem geral, que resulta do juízo geral do todo. É verdade que os senhores escolhem um membro; mas ele, uma vez escolhido, não é um membro de Bristol, é um membro do Parlamento. (BURKE, 1949c [1884], p. 116 *apud* PITKIN, 2006, p. 31).

No entanto, ao falar de “interesses”, Burke não os trata como algo pessoal e mutável, e sim como interesses amplos, fixos e objetivos, que, no fim, formam o bem-estar do todo. “Uma localidade ‘compartilha’ ou ‘participa de’ tal interesse; nenhuma localidade ou indivíduo ‘tem’ um interesse” (PITKIN, 2006, p. 33). É tarefa do representante descobrir como os interesses da nação se encaixam; ou seja, como as questões existentes podem ser melhor resolvidas.

Pitkin (2006) explica que, para os autores de *O Federalista*, o conceito de interesse é ainda mais plural e instável do que o articulado por Burke, e é também pejorativo.

Para eles, interesses estão relacionado a algo que as pessoas “sentem”. Eles são conhecidos como “facção” e são um mal. Uma facção é

uma quantidade de cidadãos, que pode constituir a maioria ou a minoria do todo, que são unidos e atuam por algum impulso comum de paixão, ou de interesse, contrário aos direitos dos outros cidadãos, ou ao interesse permanente e agregado da comunidade (HAMILTON; MADISON; JAY, 1948, n° 10, p. 42 *apud* PITKIN, 2006, p. 35-36).

Apesar de compreender “interesses” como algo negativo, *O Federalista* também admite a existência do “bem público” como sendo algo maior e mais objetivo. Já para os autores utilitaristas, Pitkin (2006) explica que o conceito do termo é ainda mais subjetivo. Eles argumentam que todas as pessoas, ou pelo menos a maior parte delas, são motivadas sempre pelos seus interesses pessoais. Diante dessa conceituação, parece ser impossível o processo de representação. Todavia, essa não é a conclusão a que chegam os utilitaristas. Todos eles reconhecem a existência de um interesse que seja comum e universal para o bem de toda a sociedade.

Pitkin (2006) explica que uma forma de controlar a sobreposição dos interesses privados ou autointeresses sobre o interesse público ou social é a existência do papel do legislador, que tem como função alinhar os interesses próprios com o bem público. James Mill argumenta que os interesses dos representantes precisam ser identificados como sendo os de sua comunidade. E isso só é possível se existir uma rotação frequente nos cargos de forma que aqueles que um dia foram legisladores saibam que também terão que viver sob as leis que um dia formularam.

John Stuart Mill (1947) acrescenta que é indiscutível o fato de que um indivíduo irá preferir seus interesses egoístas do que aqueles que ele compartilha com os outros, da mesma forma que irá preferir os seus interesses imediatos do que aqueles remotos. Ele ainda explica que um governo representativo certamente irá falhar em condições nas quais ninguém, ou apenas uma parcela da população, tiver interesse nos assuntos do Estado: “[...] os eleitores raramente farão qualquer uso do direito de sufrágio senão para servir seu interesse privado ou o interesse da sua localidade” (PITKIN, 2006, p. 40).

Segundo argumenta Pitkin (2006), John Stuart Mill acredita que uma minoria de cidadãos com espírito público e ativo já seria suficiente se o sistema representativo fosse organizado de maneira que deixasse os interesses egoístas equilibrados igualmente. No entanto, apesar das inúmeras alegações que propõem os utilitaristas, deve-se ter em mente que

se o julgamento dos interesses fosse realmente subjetivo e pessoal. Assim, uma representação política seria praticamente impossível.

Jean-Jacques Rousseau também discute esse assunto, mas não trabalha com o termo interesse. Ele adota o termo vontade, que seria um sentimento verdadeiramente pessoal.

Uma pessoa pode ter vontade no lugar de outras, mas não há garantia de que essa vontade de um coincidirá com as vontades dos outros. Assim, as pessoas são livres apenas quando se autogovernam; as pessoas são obrigadas de forma legítima apenas pelas leis que elas ‘ratificaram pessoalmente’, pelas leis aprovadas por sua própria vontade expressa em participação direta (ROUSSEAU, 1974, p. 260 *apud* PITKIN, 2006, p. 41).

Rousseau, citado por Pitkin (2006, p. 41), argumenta que a sociedade necessita que vários magistrados o representem, exercendo atividades administrativas, judiciais e executivas. Porém, enquanto função legislativa, ele não pode ser representado, pois, ao assumir uma representação legislativa, ele deixa de ser livre. Os pensadores que sucederam a Rousseau, por sua vez, ignoraram seu pensamento definindo-o como bizarro: “Quase ninguém que apoiava a democracia duvidava que a representação era a sua forma moderna [...]” (PITKIN, 2006, p. 41).

Os defeitos encontrados nunca eram atribuídos à representação. Estes estavam ligados ao sistema eleitoral, aos sistemas partidários ou à exclusão de um grupo do sufrágio. Segundo Pitkin (2006), apenas nas últimas décadas é que alguns pensadores começaram a questionar esses pressupostos e a afirmar que a representação pode significar apenas a exclusão da maioria das pessoas dos benefícios da política.

Esses pensadores têm sugerido que a participação no poder público e a responsabilidade podem ter um valor intrínseco e não apenas instrumental, necessário, portanto, ao bem da vida e ao pleno desenvolvimento dos seres humanos. Eles têm sugerido que apenas um povo ativo e com envolvimento político é livre e que as instituições representativas, inicialmente projetadas para abrir o domínio público para o povo comum anteriormente excluído, têm, de fato, servido para desencorajar a cidadania ativa (PITKIN, 2006, p. 42).

Depois de discutida a evolução do termo representação no campo da política, torna-se necessário traçar o panorama da realidade brasileira e verificar o que dizem os pesquisadores sobre a questão de a democracia⁴ representativa estar ou não em crise. Pellenz e

⁴ “Democracia significa, literalmente, poder do povo. Isso não quer dizer governo pelo povo. O poder nem sempre se diz em última análise: não se confunde com administração dos assuntos correntes, nem mesmo com o governo atribuído à pessoa ou a um grupo. O que distingue, entre os gregos, a Democracia das outras formas de poder por eles concebidas – Aristocracia e Monarquia – é que nestas duas a decisão em última instância cabe a um grupo dos melhores (os *aristoi*, que têm *arete*, isto é, a excelência do caráter) ou a um só, o rei. Na

Bastiani (2015) argumentam que estamos vivendo uma crise no modelo representativo proposto pela Constituição Federal. Vale lembrar que, após o País ter vivido um período ditatorial, ele se redemocratizou em 1988 e houve a promulgação da Carta Constitucional, que garante os direitos fundamentais aos cidadãos.

Conforme aponta os autores, diante de um ambiente democrático, o povo tem sua vontade respeitada por meio de representantes democraticamente eleitos. Estes, por sua vez, legislam em nome daqueles, que lhes confiaram tal tarefa. O povo, por sua vez, consente que eles exerçam tal função política quando participam, por meio do voto, no processo eleitoral. Esse modelo foi amadurecendo com o passar dos anos. Entretanto, recentemente, começaram a surgir questionamentos frequentes que dão conta do descrédito com as instituições democráticas, com os representantes eleitos e com a revelação dos interesses pessoais em conflito com o jogo político e coletivo.

Ocorre um desequilíbrio na Democracia Representativa porque os cidadãos encontram-se cada vez mais distantes do ideal democrático. Isso enfraquece o processo eleitoral por diversas razões, inclusive porque os indivíduos estão inseguros com os candidatos representantes aos cargos políticos e não se identificam com eles. Comumente os cidadãos sentem-se ‘não representados’, contribuindo para o agravamento de uma crise que coloca em risco os pilares do Estado Democrático de Direito (PELLENZ; BASTIANI, 2015, p. 93).

Ou seja, os representantes parecem não representar quem os elegeu e o povo parece não se sentir representado por quem está no poder, configurando-se em um problema. Baquero e Vasconcelos (2013) afirmam que um sistema democrático representativo é aquele que se configura mediante um contrato envolvendo os cidadãos e os líderes políticos eleitos por eles. Funciona como um contrato social, ou seja, o povo apoia e vota naqueles que, segundo ele, oferece determinados benefícios, enquanto os líderes políticos tentam se encaixar dentro das exigências.

Para os autores, o debate atual não se concentra no fato de a democracia existir ou não, mas está relacionado a que tipo de democracia é necessário para que haja um processo de mediação política eficiente e legítimo diante da população, onde exista representação que leve em conta não aspectos pessoais do político, mas o bem-estar da população como um todo. Se esse processo de mediação entre Estado e sociedade não funciona da forma como deveria ocorrer, podemos dizer que há um problema de crise de representação.

Democracia, decide o *demos*, povo, mas isso não quer dizer que toda e qualquer medida de governo seja sua” (BARRETO, 2010, p. 132).

Castells (2001) revela que, se analisarem as democracias ocidentais consolidadas, nota-se, por meio de seus últimos processos eleitorais, uma diminuição expressiva na participação da população. Para o autor, a democracia está, de fato, em crise. As transformações culturais e tecnológicas do exercício da democracia fizeram do sistema partidário instituições obsoletas. Como resultado, verificamos a volatilidade eleitoral, o desaparecimento de partidos políticos e a ascensão da mídia como instância decisiva nos processos eleitorais. Ao que tudo indica, existe uma crise de legitimidade, na qual tudo parece indicar o decrescente voto nos partidos.

Quanto à crise de legitimidade, diz ‘um componente essencial dessa crise de legitimidade consiste na incapacidade de o Estado cumprir com seus compromissos como estado de bem-estar, desde a integração da produção e do consumo, com um sistema globalmente independente e os respectivos processos de reestruturação capitalista (CASTELLS, 2001, p. 401).

Para Manin (2001 *apud* COSTA), o que muitos pesquisadores chamam de crise da democracia trata-se da deterioração das relações de identificação entre representantes e representados, em que se tem a estruturação de um novo modelo político. Pellenz e Bastiani (2015) também seguem a mesma linha de raciocínio. Para os autores, é preciso haver uma identificação entre aquele que ocupa o papel de representante e aqueles que é verdadeiramente o dono do poder: o povo. No entanto, o que se constata é que o atual cenário político tem provocado um distanciamento entre os sujeitos e as instituições, o que tem levado as pessoas ao desinteresse pelo exercício da cidadania e pela participação política. Um exemplo comum pode ser notado pela crescente onda de manifestações que utilizam a expressão “ele(s) não me representa(m)”⁵.

Para Pellenz e Bastiani (2015), existe um abismo entre eleitor e candidato, prejudicial ao processo democrático. Essa apatia pode ser verificada no caso do voto nulo ou branco como forma de questionamento a obrigatoriedade do voto⁶. Ramos (2009) analisa o impacto dos votos em branco, votos nulos e abstenções sobre a legitimidade das democracias contemporâneas. O autor tenta verificar qual o significado desses fenômenos “não

⁵ Conforme apontam dados da pesquisa feito pelo Instituto Ipsos, em agosto de 2017, 94% dos eleitores não se sentiam representados por políticos. O dado mostra uma queda de nove pontos percentuais entre os que se consideravam representados em pesquisa feita em novembro do ano passado.

⁶ Em 11 de maio de 2014, o jornal *Folha de São Paulo* noticiou que a rejeição ao voto obrigatório chegou a 61% no Brasil. O índice foi revelado a partir dos resultados de uma pesquisa do *Datafolha*. O índice é recorde. Desde 1989, pergunta-se aos eleitores sobre comparecimento obrigatório, mas o total dos que não iriam votar caso fosse facultativo nunca superou os 50%. A notícia pode ser verificada no *link* a seguir: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/05/1452545-rejeicao-ao-voto-obrigatorio-sobe-para-61-do-eleitorado.shtml>

decisórios”, considerando o fato de que as eleições são centrais no atual sistema de representação. Ele utiliza o termo “alheamento”⁷ eleitoral para agrupar os termos votos brancos, votos nulos e abstenções.

Ramos (2009) explica que o debate sobre a participação política vai, incontestavelmente, muito além da questão da participação eleitoral. No entanto, é base para entendermos melhor a crise que se instaurou no sistema democrático. O autor explica que, ainda que cada fenômeno desse implique uma motivação particular (votos nulos geralmente estão associados a protesto, votos brancos à indiferença e abstenções, ao repúdio aos candidatos, conteúdos ou sistema, ou ao comodismo), o impacto sobre o sistema representativo é o mesmo: distanciamento da legitimidade democrática. “No fundo, legitimidade política é inversamente proporcional ao grau de conflito entre população e Estado. Quanto mais aceitação, menos questionamento” (RAMOS, 2009, p. 173).

Para o autor, a política democrática ideal é aquela na qual há o bem comum como fim, mecanismos de participação eficazes para alcançar esse fim e resultados que correspondem com aquilo que se almeja. Dentre esses elementos, o que sobressai é o mecanismo de participação. Segundo Sartori (*apud* RAMOS, 2009, p. 174), “os vários tipos de arranjos institucionais para participação política diferenciam-se, basicamente, pelo número de relações intermediárias entre cidadão e a questão política”. Para isso, ele cria esquemas capazes de explicar os formatos: a democracia direta, o referendo, o plebiscito e a democracia representativa.

Democracia direta: cidadão → questão política
Democracia por referendo: cidadão → instrumento do sistema político (referendo) → questão política
Democracia por plebiscito: cidadão → instrumento dos sistemas políticos (plebiscito) → questão política
Democracia representativa: cidadão → instrumento do sistema político (eleição de candidatos) → representante → questão política

A democracia direta é de natureza horizontal; portanto, não determina hierarquias entre os participantes. Nesse sistema, eles debatem e decidem sem a necessidade de intermediários. Só são possíveis em ambientes onde exista um número reduzido de pessoas

⁷ “Manifestação, em uma eleição de indivíduos que não escolhem um representante político para exercer o poder” (RAMOS, 2009, p. 177).

participando. A democracia por referendo e a democracia por plebiscito são possíveis em qualquer sociedade independentemente do tamanho da população. São instrumentos democráticos com os quais a população tem o poder de decidir sobre a questão política, porém ela não tem acesso ao debate ou à problematização da questão.

A democracia representativa confere um grau relativo de participação em populações maiores. Nesse arranjo institucional, é possível observar dois intermediários entre a questão política e o cidadão. O voto exercido pela sociedade apenas elege pessoas; ele não decide diretamente, uma vez que não aceita nem reprova questões políticas.

Dessa forma, Ramos (2009, p. 175) explica que, após observar os arranjos da democracia, é importante entender as definições de legitimidade, o que confere autoridade ao representante: “A legitimidade é a base de qualquer autoridade política democrática, e sua natureza está na formação de consenso, construindo aceitação popular do poder político”. Conceder legitimidade é o mesmo que dar a outros o direito reservado a nós mesmos de conduzir a própria vida.

Dessa forma, Ramos (2009) compreende que, dentre as inúmeras possibilidades para a ocorrência do alheamento eleitoral, uma delas pode ser, sem dúvida, uma espécie de apatia de uma sociedade que não se vê legitimada pelos políticos que tem. Há um profundo sentimento de frustração e ao mesmo tempo desconfiança em relação aos partidos políticos e às instituições. Segundo os números⁸ finais do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), a última eleição para presidente da República somou um total de 27% de eleitores que se abstiveram ou optaram por votar branco ou nulo. A porcentagem é a maior desde 1996 quando a soma ficou na casa de 36%. Diante desse dado, uma coisa é certa: existe um problema no sistema político brasileiro.

Falar de crise no sistema de representação nos obriga a falar obrigatoriamente dos partidos políticos, que se encontram no âmago desta reflexão. Segundo Baquero e Vasconcelos (2013), não há controvérsia em torno das afirmações que apontam os partidos como a coluna vertebral dos países democráticos. No entanto, percebe-se que a existência dos partidos não tem garantido a existência de um processo eficiente de mediação entre Estado e sociedade. É imprescindível, primeiramente, que essas instituições tenham credibilidade diante dos cidadãos. Ou seja, as pessoas precisam acreditar que suas necessidades serão levadas em conta na atividade política.

⁸ A reportagem completa pode ser verificada através do *link* <https://www.cartacapital.com.br/blogs/carta-nas-eleicoes/soma-de-votos-nulos-brancos-e-abstencoes-e-a-maior-desde-1998-6625.html>

Para os autores, a contemporaneidade apresentou novos desafios aos partidos políticos. Como por exemplo, a desilusão com a eficiência dos partidos, a consolidação dos meios de comunicação como agentes que influenciam decisivamente as orientações políticas dos eleitores. E entre esses desafios, podemos citar o declínio da identificação partidária com consequências na seleção de candidatos muito mais pelos seus atributos pessoais do que pela instituição-partido.

Esse quadro se torna ainda mais evidente se pensarmos no baixo índice de pessoas que estão dispostas a participar de atividades partidárias. O que se percebe no quadro político atual é uma não lealdade em relação aos partidos. Eles não são sequer instrumentos catalisadores para a indução e formação de cidadãos críticos. Aliada a esse fato, Pellenz e Bastiani (2015) apontam que existe uma percepção generalizada de que todos os partidos políticos são corruptos em decorrência dos últimos acontecimentos confirmados pelas notícias veiculadas na imprensa, como: Mensalão⁹, Lava Jato¹⁰, “paraísos fiscais”, “tráfico de influência” etc.

De acordo com pesquisa¹¹ realizada em julho de 2013 pela Organização Não Governamental (ONG) Transparência Internacional, 81% dos brasileiros acreditam que partidos políticos são “corruptos ou muito corruptos”. O Congresso Nacional é outra organização que também é fruto de desconfiança: aparece em seguida entre as instituições mais desacreditadas pela população com 72%.

Cabe ressaltar que não só os partidos que arcam com a responsabilidade de déficits de representação política, pois o desprestígio envolve, também, as várias organizações governamentais (por exemplo, o Congresso Nacional e o Judiciário). [...] O que se observa é um declínio da credibilidade, tanto do legislativo quanto dos partidos, ao mesmo tempo em que o executivo se fortalece cada vez mais. No entanto, são os partidos que assumem a centralidade pela função que lhes é inerente, de agir como intermediários entre Estado e sociedade, e o papel que lhes cabe no processo de construção de uma democracia efetiva e plena (BAQUERO; VASCONCELOS, 2013, p. 6).

Para Pellenz e Bastiani (2015), nota-se claramente, dia após dia, como os interesses privados têm se sobressaído ao interesse comum. A coletividade tem sido o fator menos importante nessa equação. Eles explicam que essa realidade pode ser verificada em

⁹ Mensalão é o nome dado ao escândalo de corrupção política mediante compra de votos de parlamentares no Congresso Nacional do Brasil, que ocorreu entre 2005 e 2006.

¹⁰ A Operação Lava Jato é um conjunto de investigações em andamento pela Polícia Federal do Brasil, que visa a apurar um esquema de lavagem de dinheiro que movimentou bilhões de reais em propina. A operação teve início em 17 de março de 2014 e ainda está em andamento. Ela é comandada pelo juiz Sérgio Moro.

¹¹ Os dados da pesquisa podem ser verificados no *link* da reportagem noticiada pelo jornal *O Globo*: <https://oglobo.globo.com/brasil/para-81-dos-brasileiros-partidos-sao-corruptos-ou-muito-corruptos-8968258>

momentos anteriores às votações de grande relevância no Congresso quando intensas negociações¹² são feitas entre os líderes partidários para se obter aquilo que se deseja.

Diante desse cenário, os autores explicam que o processo eleitoral perde a sua essência, uma vez que o representante, ao chegar ao poder ou se mantendo nele, não se faz pelos seus méritos em razão do seu papel social, mas em relação de alianças, poderio econômico e acordos.

Na corrida pelo eleitorado, *a priori*, nem todos os recursos são permitidos. Contudo, no processo eleitoral – instrumento da Democracia Representativa por excelência – os candidatos especializam-se para atrair o povo, transformando a política em negócio, como se o processo democrático fosse, na verdade, um *show business*. Trata-se de verdadeiros atores políticos que vislumbram a chegada às Casas Legislativas por interesses deturpados e não por vocação política (PELLENZ; BASTIANI, 2015, p. 103).

Conforme apontam Baquero e Vasconcelos (2013), o próprio partido político, que deveria ser o cerne da relação de mediação, não tem conseguido desempenhar um papel significativo no processo político dos países, principalmente aqueles considerados em desenvolvimento. É verdade que os partidos sempre foram vistos, desde a sua fundação, com certa desconfiança por parte dos cidadãos. A esse fator, é possível traçar alguns fatos históricos que contribuem para tal, como o personalismo, o particularismo, a falta de apoio da população, o desinteresse em criar raízes ideológicas e consistentes e a natureza fluída e curta da maioria dos partidos, dificultando sua existência como forma de representação permanente¹³.

Pellenz e Bastiani (2015) acrescentam dizendo que a corrupção, o *lobby*¹⁴, os interesses pessoais acima do interesse público e a falta de ética são fatores que deturparam o processo democrático e o sistema de representação. Baquero e Vasconcelos (2013) apontam cinco razões que caracterizam a inibição do fortalecimento dos partidos: (1) os partidos políticos no Brasil são predominantemente de caráter regional. Logo, eles criam subculturas que limitam sua representação a determinados grupos do que aos interesses mais gerais; (2)

¹² Recentemente, podemos observar situação parecida quando o então presidente Michel Temer negociou com políticos benefícios financeiros em troca do voto ao processo de *impeachment* pelo qual estava passando: <http://g1.globo.com/politica/noticia/governo-pagou-r-134-milhoes-em-emendas-a-deputados-pro-temer-diz-ong.ghtml>

¹³ Alguns dos resultados desse traço histórico são revelados pelos dados apontados pelo Fórum Econômico Mundial, em outubro de 2016, que aponta o Brasil como a quarta nação mais corrupta do mundo. O País está atrás apenas do Chade, da Bolívia e da Venezuela, que lidera o *ranking*. Essa percepção só tem alimentado cada vez mais a ideia de que os partidos não são capazes de representar e lutar as demandas de cada cidadão.

¹⁴ Explica-se: *lobby* é o termo utilizado para designar grupo de pressão ou grupo de pessoas que tem como atividade buscar influenciar, aberta ou secretamente decisões do poder público, especialmente do poder legislativo, em favor de determinados interesses privados (DICIONÁRIO INFORMAL, 2014).

em decorrência desse primeiro fator, os partidos têm estruturas nacionais frágeis. Isso acontece, pois, geralmente, os programas partidários são desconhecidos da maior parte da população não propiciando bases sob as quais se possa estruturar uma cultura partidária de caráter nacional; (3) os partidos apresentam um reduzido índice de identificação partidária com a população. Há uma deficiência nas formas de incentivo e aderência a essas organizações. A lealdade está mais direcionada à pessoa do candidato do que para o partido que ele representa; (4) os partidos possuem uma ideologia híbrida que não capta identidades coletivas fortes. No Parlamento, os partidos parecem grupos que defendem interesses pessoais ou corporativos, e não a organização real como um todo; e (5) os partidos têm curta duração.

O que existe é incerteza e insegurança por parte dos cidadãos, o que leva os eleitores a perderem a confiança nessas instituições, pois não acreditam que elas sejam capazes de resolver os problemas sociais mais imediatos” (BAQUERO; VASCONCELOS, 2013, p. 8).

Dessa forma, Baquero e Vasconcelos (2013) concluem que o problema da representação política realizada pelos partidos está no seu caráter estrutural. No momento em que as estruturas partidárias vigentes fracassam, os cidadãos trocam facilmente de partidos, configurando o personalismo na vida política partidária. Eles passam a escolher seus candidatos a partir de critérios pessoais, e não mais ideológicos, subjetivos e não mais objetivos, guiados, na maioria das vezes, pela emoção, e não pela razão. “Quando as instituições estão desacreditadas, neste caso os partidos, entram em cena o personalismo, o privatismo e as relações sociais que atuam à margem dos canais convencionais de mediação política, produzindo uma democracia inercial” (BAQUERO; VASCONCELOS, 2013, p. 14).

Bernard Manin (2001) também endossa essa linha de pensamento ao afirmar que a atualidade se configurou pela transição da democracia de partidos para uma nova democracia, a de público, aquela que se caracteriza pelo contato “direto” com auxílio dos meios de comunicação. Estes tornaram-se instrumentos fundamentais para criar a ponte de conexão entre eleitores e líderes e também serviram de instrumento estratégico para a construção do personagem político. As máquinas partidárias, antes consideradas fundamentais, tornaram-se obsoletas diante de novas estratégias que, agora, preveem um líder se dirigindo direto ao público, e não por intermédio do partido. O autor ainda insinua que a mídia pode vir a substituir o papel antes desempenhado pelos partidos.

Guillermo O’Donnell (1991), em uma leitura mais provocativa, defende a existência de um subtipo de democracia, que ainda não havia sido teorizado. Para o autor, algumas democracias recém-instaladas em países como Argentina, Brasil, Peru, Equador e

Bolívia, entre outros, são democracias no sentido de que elas cumprem os critérios apontados por Robert Dahl¹⁵. Porém, essas democracias não são e nem mesmo estão caminhando para democracias representativas. Elas apresentam um conjunto de características que o leva a criar o conceito de democracias “delegativas”.

Essas não são democracias consolidadas, mas podem ser duradouras. Elas não representam uma regressão ao totalitarismo, mas também não se vislumbram avanços em direção a uma representatividade institucionalizada. O argumento final de O’Donnell é que a enorme crise social e econômica vivenciada por esses países, herdada de seus antepassados autoritários, contribui poderosamente para a obtenção de práticas e concepções que levam ao caminho de uma democracia delegativa e não representativa, caracterizada pela transferência de poderes aos líderes carismáticos, que agora são eleitos.

Associados a essas características, Baquero e Vasconcelos (2013) explicam que têm surgido também os líderes neopopulistas, que invocam um novo tipo de política que não inclui os partidos, embora sejam reféns do controle partidário no qual se elegeram. Esses líderes propõem uma antipolítica¹⁶, que separa a pessoa do candidato e as instituições que lhes dão sustentação. Segundo Baquero e Vasconcelos (2013), a antipolítica se caracteriza por ser contra (1) as instituições políticas, (2) a lógica da representação que exclui a maioria da população e (3) o poder individual e social. O que leva as pessoas a aderirem a essa antipolítica é o fato de ter vivenciado experiências negativas em relação aos partidos e aos candidatos a eles submetidos¹⁷.

Paulo Roberto Figueira Leal (2002) explica o personalismo na política como uma das consequências de um processo que ele denomina de nova ambiência eleitoral. Trata-se de um conjunto de mudanças associadas à americanização das disputas eleitorais em todo o mundo. Por americanização de campanhas, ele compreende a centralidade cada vez maior dos

¹⁵ Dahl, Robert, **Polyarchy, Participation and Opposition**, New Haven, Yale University Press, 1971; e *Democracy and its Critics*; New Haven, Yale University Press, 1989.

¹⁶ O resultado das últimas eleições municipais, principalmente os observados em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, evidenciam como está, cada vez mais, em ascensão os candidatos que se colocaram como antipolíticos. Essa realidade se mostra cada vez mais presente quando percebemos o discurso mais generalizado sobre a descrença com relação à política e aos seus líderes. Disponível em: <<http://odia.ig.com.br/brasil/2016-11-13/resultado-das-eleicoes-mostra-crescimento-de-outsiders-da-politica.html>>. Acesso em: 1 set. 2017.

¹⁷ A Pesquisa Datafolha, publicada no dia 9 de fevereiro de 2015, identificou que 71% dos brasileiros não têm preferência partidária alguma. Esse número saltou, segundo o levantamento, de 61% em dezembro de 2014 para 71% em janeiro do ano seguinte. “Trata-se do maior patamar desde o início da série histórica do *Datafolha* para essa pergunta em agosto de 1989”. Segundo a mesma pesquisa realizada pelo *Datafolha*, a rejeição à representação política já tinha dado um salto em junho de 2013 – durante os protestos que pararam o País – quando passou de 55% para 64%. Esses dados mostram que há uma forte sinalização da queda de identificação partidária no País.

meios de comunicação de massa e a utilização destes como espaço privilegiado para a disputa eleitoral.

A valorização do candidato em detrimento dos partidos e de programas políticos é o fenômeno mais sintomático deste novo espaço de discussão. Alguns autores já chegaram a afirmar, inclusive, sobre a possibilidade da morte dos partidos políticos. Esse fenômeno é uma manifestação praticamente global. Leal (2002) explica que, nos anos 1940, predominou a tese da Escola de Columbia, na qual a associação de indicadores sociodemográficos e as preferências eleitorais eram estruturas variáveis que condicionavam o voto da sociedade.

Anos depois, prevaleceu a tese da Escola de Michigan, que acreditava na variável da identificação partidária como elemento principal para a explicação do processo decisório. Um pouco mais adiante, consolidou-se a tese de que a imagem do candidato, sua performance e também os temas abordados em campanhas se configuravam em elementos cruciais no processo eleitoral.

Segundo Leal (2012), se analisarmos as eleições presidenciais disputadas no Brasil democraticamente desde 1989, é possível identificar a valorização da figura do candidato em detrimento do partido. Collor, por exemplo, se elegeu por uma agremiação inexpressiva; Fernando Henrique Cardoso venceu sustentado por fatores econômicos conjunturais, nos quais destacavam-se o Plano Real em 1994 e o risco da perda de estabilidade financeira em 1998; o candidato Luiz Inácio Lula da Silva, nas suas duas vitórias, mostrou-se muito mais significativo e expressivo enquanto líder do que o Partido dos Trabalhadores; já a vitória de Dilma Rousseff pode ser explicada, em grande medida, pela sua principal estratégia de campanha, que aliou a sua imagem à de Lula.

Martin Wattenberg (*apud* LEAL, 2002) designa esse fenômeno como a “ascensão da política centrada nos candidatos” decorrente de dois fenômenos: a desagregação eleitoral e a decomposição partidária. “Quando a opinião pública tende à neutralidade sobre os partidos, é o candidato quem polariza o debate” (LEAL, 2002, p. 2). A perda desse referencial ideológico do sistema partidário deslocou a escolha para os fatores físicos e sociais de um candidato: seu carisma, seus atributos pessoais (idade, aparência, religião etc.), seu desempenho nos debates e suas competências. Essas características pessoais preencheram o espaço antes ocupado pela discussão política.

Popkin, citado por Leal (2002), argumenta que os eleitores não têm estímulos para buscar informações no momento da escolha eleitoral, uma vez que esse processo apresenta custos. Ou seja, na realidade, o eleitor não é um cidadão consciente de suas responsabilidades e preocupado com o bem comum. Ele age desinteressadamente em relação aos assuntos

políticos, preocupado apenas com questões pessoais. Como ele não tem estímulos para buscar informações políticas, o que requer tempo e esforço, ele procura atalhos para decodificar as informações sobre questões políticas. As informações que eles têm em mãos são, portanto, as características pessoais e visíveis e de fácil acesso. Leal (2002) faz uma ressalva, apesar de Wattenberg e Popkin terem teorizado sobre a realidade americana, seus argumentos são úteis para a compressão da realidade brasileira também.

Alessandra Aldé (2001) explica que, apesar de a discussão sobre a personalização ter aumentado significativamente nos dias atuais, esse não é um fenômeno recente na política. Maquiavel e Weber são alguns teóricos que já apontavam a influência de elementos externos à política (o carisma e a oratória) como elementos significativos na construção da imagem pessoal dos candidatos. Essa afirmação foi dita em um período em que a mediação dos meios de comunicação eram inexistentes. Se compararmos com a atualidade, nota-se que essa realidade é ainda mais forte, visto que os *media* são espaços cruciais para a criação de personagens e valorização de pessoas.

Aldé (2001, p. 10) ainda acrescenta que os partidos “parecem ter perdido o monopólio do espaço público da política para os meios de comunicação, que crescem em importância, tornando-se os canais de informação política mais importantes e universalmente acessíveis”. Somadas a esse fator, podemos acrescentar as mídias digitais, que intensificaram ainda mais sua participação no processo de comunicação política.

Peths *et al.* (s/d) endossam a discussão ao afirmarem que o personalismo é responsável pela personificação do Estado à figura do presidente. Ou seja, o País é imediatamente identificável por meio da figura do seu candidato. Essa, no entanto, é uma consequência que, em certa medida, pode parecer um risco para o governante. Isso porque, no sistema presidencialista, há um perigo de a sociedade associar ao líder todos os problemas que o País enfrenta. Cabe destacar os avanços também, que, apesar de tudo, são menos frequentes. O risco configura-se, porque nem sempre os problemas surgiram de ações do governante, mas de ações planejadas e executadas por outros órgãos do Executivo, até mesmo na execução de tarefas do Legislativo: “Desta forma, a população passa a contestar ou elogiar, de maneira muitas vezes equivocada, atos de competência de outros poderes governamentais” (PETHS *et al.*, s/d, p. 133).

Leal (2012) aponta os riscos do personalismo na política. Para ele, a sociedade, desacreditada das instituições políticas vigentes, fica sempre à espera daquela figura que nos livrará de todos os problemas, uma espécie de herói, como se de fato esse herói existisse. A solução para essa crise que vivenciamos se encontra na organização social e no trabalho sério

de políticos, partidos e cidadãos. Ou o País estará sempre à espera de “salvadores da pátria”, que nunca aparecerão. A recuperação da atividade política e da recuperação da confiança são elementos fundamentais para a solução do problema.

4.2 FUNCIONAMENTO DO REGIME POLÍTICO-INSTITUCIONAL BRASILEIRO: PRESIDENCIALISMO DE COALIZÃO

Depois de exposta a teorização do conceito de representação na política, torna-se importante elucidar o funcionamento do sistema político brasileiro vigente: o presidencialismo. Segundo pesquisa realizada na *internet*, pelo *site* dicionário informal¹⁸, esse é um sistema de governo em que há completa independência entre os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, no qual os ministros são escolhidos pelo presidente. Diferentemente do parlamentarismo, que, segundo o dicionário informal¹⁹, é um regime político no qual os ministros de Estado são responsáveis diante do parlamento e têm como função dirigir o governo e fazer valer os direitos presentes na Constituição de seu país.

Pereira e Joukoski (20015) explicam que o presidencialismo se diferencia do parlamentarismo quando se analisam as origens distintas entre os Poderes Executivo e Legislativo. No parlamentarismo, o Poder Executivo surge na reciprocidade de forças que existe entre os partidos políticos que foram eleitos para o Parlamento. Já no presidencialismo, o Poder Executivo forma-se a partir das eleições populares e existe uma independência entre os três Poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário). Outra característica importante a ser ressaltada é que, no presidencialismo, o chefe de governo e o chefe de Estado são representados pela mesma pessoa. Ele não tem como função apenas a execução das leis, mas também tem poder de interferência no Legislativo quando consegue ter o poder de agenda (poder de iniciativa). A eleição funciona, então, como uma forma de legitimar o presidente e o Poder Legislativo.

Outra característica que pode ser citada sobre o sistema político vigente no nosso País é o federalismo. Segundo os autores, ele surgiu em decorrência da extensão do território brasileiro e da consequente dificuldade de manter o Estado unido e coeso. Diante de uma sociedade heterogênea, com interesses tão particulares e pessoais, os interesses regionais normalmente são também levados em consideração nos momentos eleitorais, e não só as noções partidárias. Nesse sistema, ainda podemos acrescentar o multipartidarismo, que forma um país politicamente fragmentado.

¹⁸ Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/presidencialismo/>>. Acesso em: 4 set. 2017.

¹⁹ Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/parlamentarismo/>>. Acesso em: 4 set. 2017.

Limongi (2006) explica que os teóricos políticos recentes têm percebido o sistema presidencialista brasileiro como um sistema diferente dos outros, com características próprias. Existe até mesmo uma necessidade de adjetivação e qualificação do termo. Pereira e Joukoski (2015) acreditam que o Brasil vive em um presidencialismo de fato, porém tem grandes semelhanças com o governo parlamentarista. Uma delas é a montagem da coalizão – uma característica muito própria do parlamentarismo.

Em 1988, o pesquisador e cientista político, Sérgio Abranches, seguindo esse mesmo caminho, cunhou o termo presidencialismo de coalizão, para designar o regime político vigente no País. O termo ganhou um grande público, tornou-se parte de muitas pesquisas, chegou até às capas de jornais e tem sido bastante utilizado em estudos difundidos por diferentes áreas.

Abranches (1988) explica que, antes de entendermos o que é esse acontecimento e como ele marca a história política brasileira, é preciso compreender algumas características que esclarecem a especificidade do País e de suas estruturas. Assim como afirmam Pereira e Joukoski (2015), o autor endossa que é possível notar uma significativa heterogeneidade estrutural na sociedade brasileira, marcada por intensos desequilíbrios e descompassos tanto na estrutura social quanto na estrutura política e também na econômica. Sob o aspecto social, observa-se um fracionamento da estrutura de classes, o que implica a multiplicação de demandas setoriais e, conseqüentemente, a exacerbação de conflitos.

No campo econômico, essa heterogeneidade se expressa sob a forma de graves conflitos distributivos, bem como disparidades e desníveis de renda entre pessoas, empresas, setores e regiões. Já no campo político, verificam-se disparidades de comportamento, não obtendo adesão generalizada a um determinado perfil institucional. Nesse cenário, nota-se um intenso dilema institucional no Brasil marcado pela necessidade de se encontrar um ordenamento institucional eficiente para administrar as pressões provenientes dessa sociedade heterogênea.

Seguindo o raciocínio, Abranches (1988), após fazer levantamentos das especificidades da estrutura social brasileira, segue sua discussão sobre a consolidação do regime democrático e a conseqüente representação de interesses marcada pelas coalizões. Para o autor, a dinâmica da política brasileira tem se caracterizado pelo: presidencialismo (sistema de governo em que o chefe de governo é também o chefe de Estado e lidera o Poder Executivo), pelo federalismo (sistema político, no qual vários Estados se unem para formar um Estado federal), pelo bicameralismo (regime em que o Poder Legislativo é exercido por duas Câmaras: a Baixa e a Alta; no Brasil, a Câmara dos Deputados e o Senado Federal), pelo

multipartidarismo (sistema político no qual três ou mais partidos podem assumir o controle de um governo, seja de forma independente ou num acordo) e pela representação proporcional (sistema eleitoral de vencedor múltiplo, no qual a proporção de cadeiras ocupadas por cada partido é determinada diretamente pela proporção de votos obtida por ele), características essas herdadas da nossa tradição republicana.

Segundo Abranches (1988), essas características se assemelham, em sua análise, às 17 democracias mais estáveis e relevantes do pós-guerra.

O Brasil compartilha, com a maioria, vários elementos: mais da metade desse grupo de países (9/17) adota o sistema proporcional de representação parlamentar; a maioria (13/17) tem parlamentos bicamerais; 70% – (12/17) – tem mais de três partidos com representação superior a 5% na câmara popular (ABRANCHES, 1988, p. 11).

Entre essas democracias, podemos destacar: Alemanha, Austrália, Bélgica, Canadá, Dinamarca, EUA, Finlândia, França, Holanda, Itália, Japão, Noruega, Nova Zelândia, Inglaterra, Suécia e Suíça. No entanto, para o autor, mais importante do que estudar as semelhanças entre as experiências brasileiras e a de outros regimes democráticos é o estudo daquilo que diferencia o modelo brasileiro dentre os outros modelos.

A primeira característica que elucida essa especificidade no Brasil é o presidencialismo. “A grande maioria (76% ou 13 dos 17) dos regimes liberais-democráticos do pós-guerra é parlamentarista” (ABRANCHES, 1988, p. 19). Outra característica bastante evidente que representa a singularidade do sistema brasileiro é o fato de que o Brasil é o único país que, além de combinar a proporcionalidade, o multipartidarismo e o “presidencialismo imperial” (baseado na independência dos poderes), organiza o Executivo tendo como base grandes coalizões. A esse traço singular da institucionalidade brasileira, Abranches (1988, p. 27) intitulou “presidencialismo de coalizão”:

É um sistema caracterizado pela instabilidade, de alto risco e cuja sustentação baseia-se, quase exclusivamente, no desempenho corrente do governo e na sua disposição de respeitar estritamente os pontos ideológicos ou programáticos considerados inegociáveis, os quais nem sempre são explícita e coerentemente fixados na fase de formação da coalizão.

Segundo Abranches (1988), a coalizão surge como uma tentativa de suprir os poderes que o presidencialismo brasileiro não possui sozinho. Para isso, o presidente precisa trabalhar o poder de trocas na tentativa de fechar acordos e estabelecer alianças entre partidos políticos e forças políticas. Tudo isso tem como finalidade um objetivo específico, que,

normalmente, é a ocupação de cargos em um governo. Essa estratégia é adotada para que um governo consiga obter governabilidade e, então, possa colocar em prática sua agenda governamental por meio dessa base de apoio e sustentação no Poder Legislativo.

Para o autor, tanto a “coalizão de alto fracionamento governamental” (ministérios divididos e dispersos entre partidos que formam a coalizão) quanto a “coalizão concentrada” (alta concentração de ministérios sob o comando de um partido majoritário ou do partido no governo) representam uma faca de dois gumes.

O primeiro confere maiores graus de liberdade para manobras internas, por parte do presidente, que pode retirar força exatamente da manipulação das posições e dos interesses dos vários parceiros da aliança. Porém, ao mesmo tempo, na medida em que seu partido não detenha maioria parlamentar, ou mesmo governamental, o presidente toma-se, em parte, prisioneiro de compromissos múltiplos, partidários e regionais. Sua autoridade pode ser contrastada por lideranças dos outros partidos e por lideranças regionais. Sua autoridade pode ser contrastada por lideranças dos outros partidos e por lideranças regionais. Uma coalizão concentrada, por sua vez, confere ao presidente maior autonomia em relação aos parceiros menores da aliança, mas obriga a manter mais estreita sintonia com seu próprio partido (ABRANCHES, 1988, p. 26).

Abranches (1988) ainda explica que a configuração das coalizões não se dá em um momento único e de forma definitiva. Ela é processual e envolve três momentos típicos. Primeiro, a constituição da aliança eleitoral, que diz respeito à elaboração de um programa e princípios mínimos para a composição da aliança. Segundo, a constituição do governo, no qual predomina a distribuição de cargos e compromissos relativos a um programa mínimo de governo. E, por fim, a transformação da aliança em coalizão efetivamente governamental, que se refere ao processo de implantação das políticas governamentais.

Pereira e Joukoski (2015) endossam o raciocínio de Abranches (1988) e explicam que a coalizão surge da existência de um grande número de partidos. Essa realidade faz com que nenhum deles atinjam a maioria necessária para a aprovação de seus projetos de lei. O presidente, por sua vez, se encontra nesse mesmo cenário. Ao assumir um governo, seu partido nem sempre atinge a maioria e existe a necessidade de aprovar e implementar suas políticas públicas, configurando-se, então, nas coalizões quando o presidente faz alianças para que ele possa se eleger, governar e finalizar seu mandato.

Scott Mainwaring (1993) explica que, gradativamente, têm surgido inúmeros trabalhos de analistas que tentam compreender os problemas e/ou as vantagens do sistema presidencialista e/ou parlamentarista. No entanto, sua proposta não é demonizar ou elucidar as vantagens de um ou outro. Seu trabalho concentra-se em compreender os dilemas de uma democracia presidencialista multipartidária tendo como foco o Brasil. Para o autor, essa

combinação (presidencialismo e sistema multipartidário) trouxe problemas para a estabilidade da política brasileira e da história democrática do País.

Segundo Mainwaring (1993), os presidentes, frequentemente, têm encontrado dificuldades de sustentação no Congresso. Essa realidade se configura em decorrência da combinação de um sistema partidário fragmentado somado à indisciplina e à frouxidão dos partidos. A dificuldade de apoio se encontra até mesmo dentro do próprio partido político. Em períodos positivos, quando o presidente conta com o apoio da população e é popular, políticos de todas as partes aparecem para criar laços, estabelecer apoios e desfrutar vantagens do prestígio governamental. Em períodos de adversidade, quando o presidente perde a popularidade, ele fica isolado, sem o apoio de qualquer aliança, até de seu próprio partido. Ao fazer isso, o político não visa apenas a se distanciar de uma repercussão negativa, mas também o faz como uma forma de se projetar ainda mais em nível nacional.

Para o autor, o presidencialismo, em minoria permanente, exacerba e cria um conflito ainda maior, trazendo impasses entre o Executivo e o Legislativo, que pode ser permanente ou perdurar por períodos extremamente difíceis. Quando os impasses surgem entre esses dois poderes, os presidentes com frequência respondem a isso fazendo mudanças no seu ministério, como forma de obter fortalecimento de sua base de sustentação. No entanto, nem sempre isso funciona. Mainwaring (1993) ressalta que, com exceção de Dutra, todos os outros presidentes democraticamente eleitos no Brasil tiveram presença minoritária de apoio no Congresso. O problema não se encontrava efetivamente na falta de apoio popular, porque, na maioria das vezes, esses presidentes eram eleitos por uma maioria considerável, porém existia uma ausência de apoio estável no Congresso, que estagnava a política.

Segundo os dados²⁰ disponibilizados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), existem no Brasil os registros de 35 partidos políticos, um dos mais fragmentados do mundo. Numa comparação com outros países, observa-se esta discrepância: Estados Unidos (três partidos); Chile (nove partidos); México e Espanha (dez partidos); Argentina (15 partidos); Reino Unido (16 partidos); e França (24 partidos). Essa realidade brasileira mostra como é cada vez mais improvável que o partido do presidente consiga obter maioria no Congresso, sobretudo na Câmara. Segundo os dados²¹ de um estudo da Universidade da Irlanda, que compara 132 países, o Brasil tem a Câmara mais fragmentada em todo o mundo. Após a posse do novo Congresso, em 2015, o Brasil ampliou sua liderança no *ranking* mundial de

²⁰ Disponível em: < <http://www.tse.jus.br/partidos/partidos-politicos/registrados-no-tse>>. Acesso em: 6 set. 2017.

²¹ Disponível em: < <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,brasil-tem-a-camara-mais-fragmentada-em-todo-o-mundo-imp-,1631324>>. Acesso em: 6 set. 2017.

fragmentação partidária, que reúne dados de cerca de mil eleições em 132 países, compilados pelo Departamento de Ciência Política da Universidade Trinity, da Irlanda.

Fazendo uma retrospectiva da fragmentação no sistema político brasileiro, Mainwaring (1993) destaca que o governo de Gaspar Dutra não obteve grandes problemas, porque o Partido Social Democrático (PSD) detinha maioria absoluta no Congresso. Os problemas começaram a surgir, de fato, durante o governo de Vargas. Quando o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) se dividiu em algumas questões, o PSD mostrou-se muito tímido para dar sustentação a Vargas, e a União Democrática Nacional (UDN) fez várias articulações para bloquear as iniciativas do presidente. Diante desse cenário, Vargas se viu em situação bastante delicada com seu programa no Congresso, que se tornou insustentável em 1954. Não dispondo de apoio e encurralado pela UDN, ele suicidou-se.

A crise de 1954 pode ser melhor entendida se for analisada sob o olhar dos difíceis conflitos que se criaram entre o Executivo e o Legislativo diante da democracia presidencialista multipartidária. Kubitschek, por sua vez, obteve mais sucesso do que Vargas. Por sorte ou habilidade, ele conseguiu evitar o imobilismo do Executivo. De todos os presidentes democráticos do período pós 1950, Kubitschek foi o único que desfrutou de uma sustentação estável no Congresso por meio da aliança entre PSD-PTB e com o apoio também de outros partidos. No entanto, apesar desse quadro estável, no final de seu mandato, ele não conseguiu realizar uma reforma administrativa de grande alcance devido à resistência sofrida no Congresso.

Já com Jânio Quadros, o imobilismo, decorrente do conflito entre Executivo e Legislativo, começou a se fazer presente. Ainda que seus planos não fossem bloqueados, ele se sentia frustrado pela dificuldade em trabalhar com o Congresso. Essa insatisfação culminou com a renúncia em 25 de agosto de 1961 sob a alegação de que forças ocultas e maléficas estariam o impedindo de realizar o que ele queria. Os amigos atribuíram essa denúncia aos contrapesos criados pelo Congresso. Para Mainwaring (1993), alguém mais flexível do que Quadros poderia ter constituído coalizões no Congresso.

O governo de Goulart foi recebido sob olhares de desconfiança. A sua inclinação esquerdista fez com que os militares quase vetassem sua posse na Presidência. Eles insistiram na limitação dos poderes presidenciais. O Congresso chegou a votar uma emenda constitucional, que instituiu um sistema semipresidencialista em setembro de 1961. Goulart até tentou destruir essa imobilização e convocou um plebiscito que restabeleceu as prerrogativas presidenciais de forma plena em janeiro de 1963. No entanto, acabou isolado e sem base estável no Congresso, que bloqueou e até deixou de aprovar muitas medidas

reformistas. Mainwaring (1993) argumenta que a paralisia decisória foi o fator central, que culminou no colapso da democracia em 1964. Sarney também foi outro presidente a enfrentar a erosão de sua base parlamentar de sustentação no fim de seu mandato.

Mainwaring (1993) explica que, nos dois períodos democráticos, os partidos brasileiros foram indisciplinados e incapazes de oferecer uma base de sustentação sólida para os presidentes. Em decorrência das dissidências estaduais e das contradições de políticas individuais, os partidos são incapazes de impor uma disciplina centralizada. Pode-se observar, por exemplo, uma autonomia política, na qual os políticos votam como bem entendem, sem qualquer coesão partidária. A questão ideológica é frequentemente deixada de lado, visto que os próprios políticos trocam de partidos rapidamente caso não consigam ser indicados candidatos para posições mais elevadas. Às vezes, a estratégia utilizada é concorrer em partidos menores, nos quais é muito mais fácil ganhar espaço. E, logo após as eleições, voltam para o seu partido de origem.

Os presidentes, por sua vez, têm uma estratégia poderosa em suas mãos: os recursos financeiros. Eles permitem que os políticos distribuam benfeitorias em seus redutos eleitorais. No entanto, essa estratégia falha em finais de mandatos e/ou em períodos de austeridade fiscal quando é mais difícil manter o controle sobre os partidos. Aqueles presidentes que vão de encontro a isso e tentam controlar a patronagem²² e o clientelismo acabam sendo abandonados. Não importa quão necessária seja essa medida.

Para Mainwaring (1993), essa situação tem consequências danosas para a elaboração de políticas públicas, pois, na tentativa de minimizar a falta de apoio, os presidentes acabam por adiar aquelas reformas consideradas impopulares. Algumas podem ser até mesmo adiadas indefinidamente. O autor acrescenta que o adiamento de reformas impopulares é uma característica de todos os sistemas políticos, mas ele se exacerba em sistemas presidencialistas multipartidários, situação em que é mais difícil manter a coesão de ideologias.

Como forma de minimizar a falta de apoio e a ausência de maioria no Congresso, os presidentes buscam, cada vez mais, criar bases estáveis de sustentação parlamentar por meio da criação de coalizões governamentais. Todavia, Mainwaring (1993) explica que essa é uma estratégia desfavorável para os sistemas presidencialistas em geral. Como foi exposto, os partidos brasileiros caracterizam-se pela frouxidão e pela indisciplinaridade. Esses dois

²² Patronagem: auxílio financeiro ou moral dado por uma pessoa ou instituição.

fatores são inimigos da criação de coalizões estáveis em qualquer que seja o sistema de governo.

Entretanto, no sistema presidencialista, a dificuldade de se fazerem coalizões é maior, uma vez que o prêmio principal no presidencialismo (a Presidência) não é divisível. Apenas o presidente é beneficiado com a vantagem maior. O acordo entre os partidos para construir o governo em um sistema parlamentarista se diferencia em três fatores. Primeiro, no sistema parlamentarista, os partidos que formam o governo são responsáveis por escolher o gabinete e o primeiro ministro. No presidencialismo, a responsabilidade de criar um ministério recai apenas sobre o presidente, e não nos partidos. Segundo, porque, no sistema parlamentarista, os legisladores individuais estão mais ou menos obrigados a apoiar o governo a menos que o seu partido esteja disposto a abandonar a aliança governamental. Caso o apoio não aconteça, os parlamentares correm o risco de perder suas cadeiras nas novas eleições.

Nos sistemas presidencialistas, o comprometimento de legisladores em votar segundo o seu partido é muito instável. Na Venezuela, por exemplo, a coesão partidária é muito forte. No Brasil, por sua vez, predomina a indisciplinaridade. A terceira e principal diferença entre coalizões nos sistemas presidencialistas e parlamentaristas é que, nesse último, os partidos são corresponsáveis pelo governo. Isso significa que eles estão comprometidos em dar apoio e sustentar as políticas governamentais. Quando eles retiram esse apoio, existe uma possibilidade da ocorrência de novas eleições. Esses fatores, juntos, contribuem para assegurar uma sustentação parlamentar estável, diferentemente do presidencialismo, no qual é teoricamente possível a um presidente terminar seu mandato sem que haja qualquer apoio no Congresso, tendo em vista que a única forma de substituir o presidente é pelo processo de *impeachment*.

Mainwaring (1993) relata que as coalizões são estratégias muito conhecidas na política brasileira. Existe uma longa história dessa prática no País. O empenho para a formação das coalizões no Brasil surge na fase pré-campanha eleitoral, na qual os aspirantes à Presidência buscam encontrar apoio de vários partidos políticos. Esses esforços não estão restritos a apenas períodos eleitorais, mas muito antes disso já se arquitetam as alianças e acordos. Conscientes da dificuldade de governar uma democracia fragmentada pelo extenso número de partidos, os políticos já imaginam que seja necessário buscar apoio fora de seus partidos, com o oferecimento de patronagem e cargos. Configuram-se, na maior parte das vezes, em um inchaço de ministérios.

No entanto, apesar de todo o esforço e de tamanha estratégia, essa ação não é eficiente de fato. O autor explica que, se todos os partidos representados no ministério

apoiassem de forma maciça os presidentes, estes conseguiriam constituir alianças amplas, bem como garantiriam a facilidade de governar com maiorias estáveis. Isso não ocorre, uma vez que os políticos não conseguem ser fiéis aos próprios partidos em que estão inseridos.

Para o cientista político, existe uma relação conflituosa entre presidentes e partidos. Segundo ele, inúmeros presidentes parecem inclinados a agir contra o seu próprio partido ao invés de agir pelos canais partidários. Em inúmeros sistemas presidenciais, é possível observar como indivíduos populares, sem quaisquer tradição política e organização partidária, conseguem se eleger. O caso brasileiro é uma situação clara, em que os políticos desenvolveram uma tradição supra ou antipartidária. Há uma frequência elevada de presidentes que se elegem fora ou acima dos canais partidários.

Mainwaring (1993) argumenta que, entre os anos de 1945 e 1960, o número de militares que concorreram à Presidência ilustra o recrutamento de indivíduos que não tinham sequer filiação partidária anterior ou até mesmo alguma experiência em cargos públicos. Nota-se o ofuscamento das forças partidárias sobre as personalidades dos candidatos em eleições presidenciais. O sucesso de alguns líderes como Vargas e Quadros evidencia como o vínculo partidário era supérfluo e, algumas vezes, até prejudicial para o caminho até o Executivo. Suas vitórias foram atribuídas ao carisma pessoal em detrimento das organizações. Essa é uma característica muito visível na cena política norte-americana quando candidatos presidenciais fazem uma campanha de *outsider*²³. A expansão da mídia é outro fator que incentiva ainda mais esse personalismo, particularmente em um país como o Brasil, onde os níveis de informação política do eleitor são muito baixos e onde a televisão tem intensa penetração entre os menos instruídos.

Esta realidade, configurada pelas coalizões e pela falta de comprometimento do político com seu partido, bem como a frouxidão dos acordos mostraram-se cada vez mais problemáticas com o passar dos anos. O autor argumenta que, enquanto a participação popular era menor, existia um consenso ideológico razoavelmente grande na política brasileira. Esse fato tornava mais viável a formação de coalizões moderadamente estáveis. Entre os anos de 1945 e 1964, houve uma explosão da participação popular na política, o que configurou um significativo impacto sobre os partidos. A política deixou de ser um jogo para as elites e, a partir disso, ficou mais difícil constituir coalizões mais amplas, decorrentes da diversidade social.

²³ *Outsider*: candidato que se coloca fora da política tradicional; aquele que se distancia das formas tradicionais de se fazer política.

Mainwaring (1993), por fim, tece a afirmação de que, ainda que muitos estudiosos e grande parte da literatura afirmem sobre o poder dos presidentes, essa é uma asserção equivocada. A combinação existente entre presidencialismo e um sistema multipartidário fragmentado contribui para a formação de uma democracia demasiadamente instável. As queixas frequentes em relação à incapacidade de ação decorrentes das limitações congressistas endossam esse argumento. Para o autor, o papel do Congresso é tido muito mais como o de bloquear e moderar a ação presidencial do que o papel de ser um agente de legislação efetivo.

O impasse entre Executivo e Legislativo, configurador do imobilismo político, mostra-se extremamente nocivo para o fortalecimento da democracia no País, pois conflitos prolongados podem levar à paralisia. Ainda que se saiba da ineficiência e da incapacidade do presidente em realizar ações coerentes, não existe outro ator que possa resolver o problema seguindo as regras da democracia. De acordo com Mainwaring (1993), o golpe é o único meio para se livrar de um presidente que perdeu a sua base de sustentação. No entanto, ele explica que, para se livrar de um presidente nessas condições, pode-se inevitavelmente destruir o regime e ameaçar os avanços democráticos.

4.3 A CRISE INSTITUCIONAL E POLÍTICA BRASILEIRA: O *IMPEACHMENT* DE DILMA E SEUS DESDOBRAMENTOS

Parte da compreensão da crise institucional e política no sistema brasileiro deve se basear no último grande acontecimento político que se configurou no *impeachment* de Dilma Rousseff. Entender seus desdobramentos e como esse fato alterou a percepção de democracia sob os olhos da sociedade é fundamental para compreendermos o momento político que estamos vivendo.

Jessé de Souza (2016) é um dos autores que busca por meio de suas reflexões entender o panorama dos acontecimentos e suas implicações na sociedade. Sua obra é proposta como uma tentativa de contrapor-se à leitura dominante e superficial do mundo produzida todos os dias pelas mídias tradicionais. Segundo o autor, o mundo sempre nos é exposto de forma fragmentada, recortado; logo, nossa compreensão nunca é completa. Ela é sempre confusa, dramatizada, “novelizada” e, na maior parte das vezes, personalizada.

Antes de discutir o momento de crise política vivenciado pela ex-presidente Dilma Rousseff, Souza (2016) traça um panorama para assimilar os acontecimentos anteriores a ele. Ele explica que, apesar de o discurso desses acontecimentos ter como bandeira o fim da

corrupção, eles nunca de fato se preocuparam com isso. A razão sempre foi por mais dinheiro para poucas pessoas.

Qualquer grupo social que queira dominar economicamente outro grupo, de modo a extrair o produto de seu trabalho, precisa saber ‘colonizar’ o seu espírito. Ninguém se deixa explorar de modo direto e violento sem reação. [...] No mundo moderno quem quiser se apropriar, por meio de instrumentos de mercado e de Estado, da riqueza e do produto de trabalho alheio tem, antes, de convencer os espoliados de que a dominação que os explora e subordina é para o seu próprio bem (SOUZA, 2016, p. 19).

Segundo o autor, esse não é um trabalho fácil, uma vez que a elite do dinheiro não consegue realizar a tarefa de dominação sozinha. A exploração material e econômica nunca se dá de forma individual. Ela precisa, antes de tudo, colonizar e aprisionar o espírito de quem está sendo explorado. Nesse sentido, a primeira elite a ser comprada, para auxiliar nesse processo, é a elite intelectual por conta do prestígio e da força capaz de influenciar a opinião de muitos. Em seguida, compra-se a elite política financiando eleições. Depois, direta ou indiretamente, as elites jurídica, jornalística e literária são compradas.

Para o autor, a elite do dinheiro nunca age de forma direta. Ela precisa agir sempre sob outro nome aliado à elite intelectual. Esta, por sua vez, funciona de modo semelhante à elite religiosa no passado, que servia para justificar a riqueza e o poder de poucas pessoas sobre o resto do mundo. A religião legitimava o poder mais arbitrário na justificativa de estar “salvando a alma” dos fiéis. Discurso semelhante ao que é produzido pela mídia e pelo sistema judiciário do Brasil atualmente quando afirmam que estão comprometidos com a “limpeza moral do País”, escondendo o discurso de que desejam conquistar benefícios próprios e particulares.

Se antes as narrativas religiosas davam conta de explicar o mundo, hoje quem o explica são os mitos nacionais, a fim de que ele se torne compreensível também aos não especialistas. Os mitos nacionais não têm compromisso com a verdade, mas eles são fiéis à necessidade afetiva e emocional de tornar compreensível e também aceitável para os não especialistas o mundo onde vivemos. Na visão de Souza (2016), o mito precisa ser sempre agradável aos seus destinatários. O mito americano, por exemplo, trazia, de forma geral, a ideia de “povo escolhido por Deus”. No Brasil, a situação foi mais complicada, uma vez que o país se caracterizava por possuir uma baixa autoestima.

O mito que prevaleceu aqui foi o do “homem emotivo”, marcado pela hospitalidade, pela emoção e pela abertura as demais pessoas, um povo sexualizado. Segundo o autor, este mito inicial ambigualmente positivo foi sistematizado por Gilberto Freyre e

depois modificado e distorcido por Sérgio Buarque de Holanda, com a sua versão de “homem cordial”, negativo e sem ambiguidades. Freyre preocupou-se em construir uma autoimagem positiva do Brasil e também dos brasileiros. Essa construção em boa parte foi bem-sucedida, se percebermos que antes dele o Brasil era percebido pelo seu extremo racismo, como uma terra de mulatos, sem virtudes. Tratava-se de uma tentativa de conferir um certo orgulho nacional ao povo brasileiro.

Freyre construiu a história do Brasil como sendo um prolongamento de Portugal. Um país dotado de valores culturais, construído pela interação e inclinado a ter uma abertura cultural e racial com todos os que por aqui passar. Essa percepção é bastante forte no imaginário das pessoas. Mesmo aquelas que nunca ouviram falar de Gilberto Freyre pensam a si mesmas como brasileiros do mesmo modo que ele nos descreveu. Ensinados nas escolas, universidades, repetidas inúmeras vezes nos jornais e em rodas de conversa, os mitos nos parecem muito naturais, como verdades objetivas que estão além de qualquer dúvida. Não se reflete mais sobre esses pensamentos; logo, deixa-nos a impressão de que já sabemos como a sociedade funciona.

Souza (2016) explica ainda que o mito nacional brasileiro, apesar do esforço de Freyre para lhe atribuir sentido positivo, é extremamente ambíguo. Por trás desse discurso, predomina a visão de Sérgio Buarque de Holanda. Ele apropria-se das ideias centrais de Freyre, porém interpreta nossa natureza como seres inatos à corrupção. Ao definir o homem cordial como o “homem do coração”, Buarque retira todas as ambiguidades freyrianas da emotividade.

Quando Buarque diz que o brasileiro é o homem cordial, prisioneiro das próprias emoções, ele supõe que exista um outro tipo de gente que teria se libertado dessa prisão. É aqui que mora todo o racismo, toda a ingenuidade e toda a admiração basbaque do brasileiro com complexo de vira-lata em relação ao estrangeiro visto como superior [...] Só é possível acreditar em uma bobagem dessas quando se internaliza fundo na alma servil que se é vira-lata, ou seja, moralmente inferior, burro e inconfiável, e que existem outros seres que são de raça, ou seja, moralmente superiores, inteligentes e confiáveis (SOUZA, 2016, p. 36).

Todos os pensadores que sucederam esses vão repetir, no todo ou em parte, esse mesmo raciocínio. De acordo com Souza (2016), são essas as ideias dominantes, que inconscientes ou não estão nas mentes de quem julga as sentenças, na cabeça de quem escreve os jornais e no imaginário de formadores de opinião (professores, líderes religiosos etc.). A imprensa, como principal instrumento de construção social, contribui para a reprodução de

preconceitos de uma visão de mundo que foi apenas incorporada de modo acrítico e é propagada para professores, jornalistas, economistas e engenheiros.

Para compreender o processo de destituição de Dilma Rousseff da Presidência da República em 2016, por meio de um processo de *impeachment*, Souza (2016) traça uma teoria sobre o movimento de reconstrução social, que levou a ascensão das classes populares no Brasil nos últimos 15 anos e, segundo ele, foi o ápice para a concretização de tal acontecimento. Conforme o autor, é essa luta de classes que domina a atual cena política brasileira, que serviu de pano de fundo para a realização do acontecimento, o qual ele julga ser um golpe de Estado.

O ponto de partida essencial para a compreensão desse processo é entender que uma característica fundamental da vida em sociedade revela a competição de todos contra todos pelos recursos escassos. Ainda que existam as alianças e a solidariedade entre indivíduos, a competição é muito forte e presente nas relações sociais. Essa competição não está restrita apenas a bens materiais como carros, casas e móveis, mas também em relação aos bens imateriais como prestígio social, reconhecimento, admiração etc. No entanto, essa competição social irá depender das oportunidades disponíveis na origem de sua classe. De acordo com sua tese, no Brasil moderno existem quatro classes sociais principais, que ainda podem ser subdivididas em classes específicas.

São elas: 1) os ‘endinheirados’, ou seja, a ínfima elite do dinheiro, que se constitui como classe dominante, explorando materialmente e dominando simbolicamente todas as outras; 2) a classe média e suas diversas frações [...] é ela, na verdade, que ‘suja as mãos’ com o trabalho diário da dominação social realizada em nome dos endinheirados. Afinal, são da classe média os juízes que julgam, os professores que ensinam, os jornalistas que escrevem e, em geral, quem ocupa as posições intermediárias entre a dominação da elite do dinheiro e o resto da maioria da sociedade que não possui privilégios; 3) uma classe trabalhadora, que é precária em sua imensa maioria; e 4) a classe dos excluídos, que chamamos provocativamente de ‘ralé brasileira’, uma classe que [...] se situa abaixo da linha da ‘dignidade’ (SOUZA, 2016, p. 59-60).

Souza (2016) explica que, no Brasil, a nossa principal singularidade social é a construção histórica de uma classe de pessoas esquecidas, abandonadas e desprezadas por toda a sociedade, onde o principal atributo é a ausência parcial ou total daquilo que se define como “dignidade”. A postura da classe dos endinheirados reflete essa indiferença, que se traduz por um pensamento de que não importa o arranjo social que torna possível a obtenção do dinheiro desde que ele venha para o seu bolso.

A tradição escravocrata de nosso País jamais criticada pelas pessoas fez com que o desprezo e o ódio se tornassem naturais. Provas concretas desse racismo de classe podem

ser encontradas cotidianamente em vários discursos e ações. Exemplos claros são as vozes que defendem uma polícia eficiente, a qual “limpe as ruas” e vozes que afirmam que o governo que ajuda os pobres é governo que faz populismo barato. Para o autor, as políticas dos governos petistas que visaram à transferência de renda, às políticas de assistência social e às cotas sociais e raciais de estímulo ao estudo universitário significaram, possivelmente, o maior esforço de inclusão social da classe marginalizada no Brasil.

Souza (2016) argumenta que, apesar de o momento político desses acontecimentos ter sido marcado pelo pleno emprego, pelo aumento do consumo de massa, pelo avanço econômico e por uma ótica mais otimista que o País não conhecia há décadas, houve algumas pessoas, em especial a classe média tradicional, que não gostaram de ter de compartilhar espaços sociais, antes restritos, com a nova classe popular ascendente.

[...] Multiplicavam-se reclamações contra os aeroportos que haviam se tornado ruidosos e cheios como antes só acontecia com as rodoviárias [...] Existia um desconforto difuso na classe média tradicional que não pode ser apenas compreendido com motivos racionais. Em grande medida, a maior proximidade, tanto física quanto de hábitos de consumo, entre classes sociais que guardavam antes enorme distância precipitou e explicitou publicamente um racismo de classes antes silencioso e exercido somente no mundo privado (SOUZA, 2016, p. 82-83).

Para o autor, o racismo de classe se revelou de forma bem marcante durante todo o período do Lulismo. A classe média e sua fração conservadora dominante não aceitavam nem mesmo a figura de um presidente com modos populares. No entanto, não era de bom tom explicitar as irritações típicas de um racismo que relembra as nossas origens escravocratas. Dessa forma, Souza (2016) explica que o combate seletivo à corrupção feito através da mídia e seus aliados no aparelho de Estado durante esse momento político foi um simples pretexto para combater a política redistributiva do Partido dos Trabalhadores.

Foi uma união entre uma violência simbólica inaudita, comandada pela imprensa, com uma base social que ansiava por travestir seu ódio e seu desprezo de classe, reprimidos durante todos os anos anteriores de governo petista, em uma bandeira hipócrita mas ‘racional’ de guardião da decência e da moralidade. Esse é o componente protofascista do golpe. Ele envolveu a manipulação consciente do medo de uma classe social que se percebia ameaçada (SOUZA, 2016, p. 86).

Boito (2016) também sustenta que o conflito de classes foi o agravante principal para a ocorrência da crise política que culminou no afastamento de Dilma Rousseff. Antes de propor essa linha de pensamento, ele busca compreender quais os atores que poderiam figurar nesse cenário. A primeira perspectiva que ele utiliza para compreender a ocorrência da

dinâmica da crise é a política como uma luta de personalidades. Essa vertente compreende a política como um campo que se define pela luta entre grandes personalidades e o enfrentamento entre elas seria o ápice das crises políticas.

No entanto, o autor explica que não é sensato acreditar que alguns políticos têm o poder de definir sozinhos os rumos da política. Na verdade, é a crise que governa o destino dos políticos. A segunda concepção da política é aquela que concebe o processo como uma luta de classes, de valores ou de projetos. Um exemplo seria o conflito existente entre os neoliberais e os desenvolvimentistas. Os primeiros, defendendo o livre jogo das forças de mercado e críticos do intervencionismo do Estado; os segundos, defensores da intervenção do Estado na economia como forma de estimular o crescimento econômico. Cada um ao seu modo considera que a corrente oposta é equivocada.

É a partir do agravamento da luta entre essas classes concorrentes de opinião que as crises políticas se desencadeariam. Segundo Boito (2016), essa é uma abordagem equivocada, uma vez que ela se atém apenas ao terreno das ideias e ignora as suas raízes sociais. O terceiro enfoque teórico, que ele considera o mais elucidativo, é o marxista. Este, por sua vez, não parte nem dos indivíduos nem das correntes de opinião, mas do conflito presente nas classes sociais. Nesse cenário, a crise se apresenta como resultado do aguçamento desses conflitos.

O que ele chama de conflito não é o simples antagonismo entre a burguesia e a classe operária, tampouco a distinção entre socialismo e capitalismo. O que temos aqui é um conflito distributivo pela apropriação da riqueza, que envolve diversas classes e frações.

Os conflitos são, portanto, variados e complexos, não excluem o surgimento de alianças, configurando sucessivas mutações no quadro político, e são justamente essa variedade, complexidade e mutações que podem explicar o fundamental da variedade e da complexidade dos enfrentamentos que observamos no conjunto do processo. Os conflitos entre partidos e mesmo os conflitos no interior do Estado, embora possuam suas especificidades, devem ser reportados aos conflitos de classes (BOITO, 2016, p. 25).

Conforme Boito (2016), os conflitos de classe nem sempre se apresentam como tal. Na maior parte das vezes, eles aparecem mascarados. Para que suas posições sejam aceitas como legítimas pela maioria da população, é preciso que os interesses pareçam ser universalistas: “Os banqueiros não dizem que defendem a elevação da taxa de juro para aumentar o lucro dos bancos, mas sim para combater a inflação” (BOITO, 2016, p. 25). Essa dissimulação de interesses aparece de modo muito claro na crise atual.

Segundo o autor, os interesses particulares se esconderam por trás do discurso de que se está em uma pretensa luta contra a corrupção. De um lado, encontram-se um governo e um partido corrupto e, de outro, um grande grupo de opositoristas interessados em instaurar a moralidade pública. Esse grupo assumiu o governo interinamente, após o afastamento de Dilma, composto por denunciados, investigados e condenados pela justiça. Todavia, Boito (2016) argumenta que a força motriz do golpe institucional não era sobre o combate à corrupção. A causa principal da crise foi o conflito distributivo de classe.

[...] os principais interesses que provocaram a crise e os principais resultados da deposição do governo Dilma são interesses de classe, que envolvem grandes massas da população trabalhadora, que afetam os negócios das grandes empresas brasileiras e estrangeiras, modelam o perfil da economia e, inclusive, têm consequências importantes na política latino-americana e mundial (BOITO, 2016, p. 26).

Na perspectiva do autor, podem se destacar dois campos em luta sob os governos do PT. De um lado, estava a política heterogênea que reunia a grande burguesia interna (composta pelas empresas brasileiras), parte da classe média e a maior parte da classe operária, do campesinato e dos trabalhadores de massa marginal. A política predominante nessas classes, representada pelos governos petistas, priorizava o estímulo ao crescimento econômico com participação intensa das empresas nacionais. Essa política contemplava também a distribuição de renda e a melhoria de condições de vida das classes populares. Esses governos foram marcados pela implementação de uma política cultural mais favorável aos movimentos feminista, negro e LGBT. Essa frente de classes se expressa por um discurso desenvolvimentista, ou neodesenvolvimentista, e muito moderadamente nacionalista ou neonacionalista.

Do outro lado, temos o campo político neoliberal, dirigido pela fração da burguesia brasileira integrada ao capital internacional. Essa fração de classe tinha como propostas de política econômica e externa a abertura comercial ampla, as compras do Estado e das estatais abertas indiscriminadamente para as empresas estrangeiras e as vendas das estatais. Essa frente contava com o apoio eleitoral da alta classe média, que esteve sempre presente em oposição às políticas sociais dos governos do PT. No entanto, mostrou-se mais evidente em 2014. Vale lembrar também que uma parte das classes populares foi, por razões que não são óbvias, atraída pelo discurso neoliberal.

De acordo com Boito (2016), esses dois campos políticos eram bem nítidos na política brasileira entre os anos de 2003 e 2014. Entre 2006 e 2012, predominou o campo neodesenvolvimentista, enquanto o campo neoliberal permaneceu na defensiva. Foi a partir do

prolongamento da crise do capitalismo internacional e das medidas das políticas internas, em 2011, que o crescimento econômico brasileiro entrou em declínio. O início de 2013 ficou marcado pela ofensiva política do capital internacional e pela fração da burguesia contra o governo Dilma. Estes viram no declínio do crescimento econômico a oportunidade para lutar contra a radicalização das medidas neodesenvolvimentistas tomadas pela presidente Dilma.

Para o autor, três acontecimentos foram responsáveis pela caminhada vitoriosa da classe neoliberal: primeiro, o ingresso da classe alta como força social ativa e militante, presente nas manifestações políticas de rua; segundo, a gradativa deserção da grande burguesia interna da frente neodesenvolvimentista. O caso mais importante e notório é o da Fiesp, que, após apoiar os sucessivos governos do PT, abandonou seu lugar e se tornou membro de oposição ferrenha do governo; e terceiro, o recuo passivo do governo Dilma diante da ofensiva restauradora.

Miguel (2016) argumenta que o afastamento da ex-presidente Dilma Rousseff em 2016 marcou uma fratura irremediável no experimento democrático brasileiro iniciado em 1985. Para ele, a Constituição de 1988, ainda que com limitações e contradições, garantia a vigência mínima da democracia liberal: o voto popular como meio para a obtenção do poder político. Porém, a derrubada de Dilma sinalizou que os institutos democráticos deixaram de operar e, por consequência, o sistema político em vigor no País não pôde ser chamado de “democracia”.

De modo geral, a democracia pode ser entendida como um procedimento de legitimação da autoridade política por meio do voto popular. Segundo o autor, o impedimento da presidente, sem crime de responsabilidade, marcou a ruptura da concepção de que o voto é o único meio legítimo de alcançar o poder. E esse retrocesso não poderá ser apagado da história do País.

Cleto (2016) endossa esse pensamento e aponta uma nova complexidade nesse cenário: o surgimento do triunfo da antipolítica. Para compreender o crescente horror à política no Brasil, o autor relembra a definição de política proposta por Hannah Arendt, que a entende como um lugar de rostos, de multiplicidades, de diferenças e de intervalos. Ou seja, a política deve-se basear na pluralidade dos homens. Não é difícil perceber que a democracia brasileira caminha na direção oposta.

Primeiro porque o modelo representativo acabou por delegar a políticos profissionais as decisões sobre a vida dos cidadãos. E, segundo, porque o sistema de acordãos do presidencialismo de coalizão reforçou a percepção de que as instituições estão tomadas pela corrupção (CLETO, 2016, p. 44).

Essa realidade foi um dos pilares que levaram as pessoas às ruas em 2013. Foi durante as Jornadas de Junho que a situação do País mudou. A aprovação política desmoronou e a população reafirmou seu conceito de que todos os políticos são corruptos. Na visão do autor, a direita foi quem soube mobilizar melhor os afetos depositados pela população, uma vez que eles têm se apropriado de forma mais eficiente daquilo que Richard Sennett chama de “tirantias da intimidade”²⁴. Nota-se um demasiado culto às celebridades, uma exposição excessiva da vida privada, potencializada ainda mais pelas redes sociais neste novo século, no qual a própria política passou a ser instrumentalizada pela moral.

Cleto (2016) explica que a sessão de votação do *impeachment* na Câmara dos Deputados foi um exemplo claro dessa força na atualidade. Os deputados votavam o processo tendo como argumento suas esposas, filhos e netos. É um movimento de dentro para fora. É no interior desse vácuo proveniente do descrédito à classe política que surgem os antipolíticos: os salvadores da pátria. Os moralistas, os exterminadores de multiplicidades, de diferenças, de rostos. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), somente 40% dos brasileiros concordavam, durante o processo do *impeachment*, que a democracia é preferível a qualquer outra força de governo. Já 49%, metade da população, afirmavam estar “nada satisfeitas” com o funcionamento da democracia no País.

Donald Trump, atual presidente dos Estados Unidos, é um exemplo claro desta nova geração de políticos que foram eleitos e tiveram sua base justamente no horror à política. Para Cleto (2016), esses são exemplos de que as opções à crise podem sair mais caras do que ela própria e podem comprometer a lógica democrática do País e trazer experiências bárbaras para a sociedade.

²⁴ Proveniente de um longo processo iniciado pela modernidade e que parte do pressuposto de que o espaço público foi esvaziado e o espaço privado é infinitamente superior ao público contaminado pela teatralidade.

5 A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA EX-PRESIDENTE DILMA ROUSSEFF E O ENQUADRAMENTO NOTICIOSO DA MÍDIA

Este capítulo trata da análise do material empírico que envolve os discursos proferidos por Dilma Rousseff em eventos, atos e cerimônias, as postagens publicadas em sua *fanpage* e as matérias publicadas pelo jornal *Folha de S. Paulo* durante os principais acontecimentos políticos do processo de *impeachment*.

Inicialmente, o capítulo apresenta a metodologia utilizada, o *corpus* de análise, os recortes do objeto e as categorias que serviram de orientação para a análise. Em seguida, o capítulo traz um levantamento do contexto político em que a análise se desenvolve, para que seja possível obter um panorama do cenário em questão. Por fim, são apresentados os resultados obtidos na análise do material empírico.

5.1 METODOLOGIA E *CORPUS* DE ANÁLISE

A metodologia aplicada neste trabalho é a Análise de Conteúdo, feita a partir dos argumentos de Bardin (1977), relacionando técnicas que permitam obter análises quantitativas e qualitativas. O objetivo central deste trabalho é identificar a imagem construída pela ex-presidente Dilma Rousseff, bem como as estratégias utilizadas pela ex-presidente nessa construção em comparação com o enquadramento noticioso feito durante a cobertura do processo de *impeachment* pelo jornal *Folha de São Paulo*.

Nesse contexto, a hipótese é de que Dilma Rousseff se apoiou na construção de sua imagem pessoal e no discurso sobre as conquistas, principalmente, em termos de políticas sociais nas gestões do PT, visto que a imagem do seu governo estava desgastada pelo processo e pela fragilidade política e pela falta de apoio de seu mandato. A *Folha de S. Paulo*, por sua vez, buscou legitimar o discurso favorável ao *impeachment* em três pilares – corrupção, crise econômica e crise política – no enquadramento de suas matérias, para justificar a realização do *impeachment* e o afastamento da ex-presidente de seu cargo.

Para a realização deste estudo, foram adotados os seguintes procedimentos metodológicos: (1) Pesquisa Bibliográfica, (2) Pesquisa Documental e (3) Análise de Conteúdo.

5.1.1 Pesquisa Bibliográfica

Para Silva (2005), a pesquisa bibliográfica concentra-se na análise da literatura já publicada em forma de livros, revistas e publicações avulsas, impressas, escritas ou

eletrônicas. Tem a finalidade de obter informações sobre a situação atual do tema pesquisado, conhecer publicações existentes e quais as abordagens já trabalhadas e verificar as similaridades e diferenças de opiniões a respeito do problema de pesquisa.

Lima e Miotto (2007) explicam que a pesquisa bibliográfica não é apenas uma revisão de literatura ou revisão bibliográfica como muitos autores gostam de dizer. A revisão de literatura é, na verdade, apenas um pré-requisito para a realização de qualquer pesquisa. Já a revisão bibliográfica “implica em conjunto ordenado de procedimentos de busca por soluções, atento ao objeto de estudo, e que, por isso, não pode ser aleatório” (LIMA; MIOTTO, 2007, p. 38).

Este trata-se de um processo no qual o pesquisador precisa ter uma atividade de prática teórica baseado na busca constante e na compreensão de que esse processo é inacabado e permanente. É uma atividade de aproximação sucessiva das teorias com a realidade do objeto. Segundo as autoras, a pesquisa bibliográfica permite um amplo alcance de informações que auxilia na definição do quadro conceitual do objeto de estudo proposto.

Portanto, o pesquisador precisa utilizar a leitura como a principal técnica, a fim de que possa identificar as informações e os dados presentes no material selecionado para verificar as relações existentes e a consistência de tais argumentos. Entre os tipos de leitura, destacam-se: leitura de reconhecimento do material bibliográfico, leitura exploratória, leitura seletiva, leitura reflexiva ou crítica e leitura interpretativa. A execução das etapas desse processo permitirá estabelecer diálogos e enriquecimento do debate acadêmico.

Na dissertação, a pesquisa bibliográfica foi desenvolvida a partir de três eixos temáticos: (1) A relação simbiótica entre o campo da política e a instância comunicativa midiática; (2) O papel da imprensa na construção dos cenários políticos; e (3) Crise de representação política, presidencialismo de coalizão e contexto político brasileiro.

5.1.2 Pesquisa Documental

Para Godoy (1995), a pesquisa documental trata-se do exame de materiais, de natureza diversa, que ainda não receberam um tratamento analítico ou que podem ser reexaminados no intuito de se obterem novas e/ou interpretações complementares. Esses documentos podem incluir jornais, revistas, diários, obras literárias, científicas e técnicas, cartas, relatórios etc. Esses documentos são considerados primários, quando produzidos por

peças que vivenciaram diretamente o evento que está sendo estudado, ou secundários, quando coletados por pessoas que não estavam presentes na sua ocorrência.

Silva *et al.* (2009) explicam que a pesquisa documental é muito próxima da pesquisa bibliográfica. No entanto, o que diferencia as duas é a natureza das fontes. A pesquisa bibliográfica reflete as contribuições dos diferentes autores sobre o tema: fontes secundárias. Já a pesquisa documental está relacionada a materiais que ainda não receberam tratamento analítico: as fontes primárias. Outra diferença é que, na pesquisa documental, o pesquisador necessita ter uma análise mais cuidadosa, visto que os documentos ainda não foram analisados e não passaram por tratamento científico algum.

Para Martins *et al.* (2009), essa é uma fase da pesquisa considerada de grande relevância, pois, nessa etapa, os documentos são analisados e estudados de forma minuciosa. É uma técnica em que o pesquisador deve interpretar e descrever o conteúdo das mensagens, a fim de que possa encontrar respostas à problemática que motivou a pesquisa e contribuir para a produção de conhecimento teórico relevante para a área de análise em questão.

Para esta dissertação, a pesquisa documental focou-se em três fontes. Em primeiro lugar, foram coletados os materiais relativos aos espaços institucionais ocupados por Dilma Rousseff no período em que esteve em exercício no seu segundo mandato, iniciado em janeiro de 2015 (até 11 de maio de 2016). Trata-se, mais especificamente, dos pronunciamentos em cerimônias, atos e eventos. Esse material foi coletado e esteve disponível durante o processo de *impeachment* no *site* do Palácio do Planalto. Todavia, vale destacar que o material desapareceu do *site* no momento em que Michel Temer assumiu a Presidência definitiva.

A segunda fonte documental refere-se às publicações feitas por Dilma Rousseff em sua página pessoal no *Facebook* durante o período em que ficou afastada temporariamente para os desdobramentos do processo de *impeachment*. A escolha desse objeto se deve ao fato de a pesquisa contemplar todo o processo de *impeachment* até seu afastamento definitivo e também pelo fato de a ex-presidente ter sido privada de seus espaços de fala institucionais e esta ser a única fonte de fala dela.

Por fim, a terceira e última fonte documental são as notícias publicadas no jornal *Folha de S. Paulo*. A escolha desse objeto se deve ao fato de que esse é hoje o jornal brasileiro de maior tiragem²⁵ e circulação entre os diários nacionais de interesse geral segundo os dados auditados pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC).

²⁵ Os números podem ser verificados no *link* <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/circulacao.shtml>

5.1.3 Análise de Conteúdo

Feita a pesquisa bibliográfica e coletado o material empírico, optou-se pela utilização da Análise de Conteúdo (AC) por considerar que essa técnica é a mais apropriada para responder aos questionamentos propostos na pesquisa além de ter sido a técnica mais recorrente nos estudos ao longo do mestrado. Outra justificativa para a escolha da AC relaciona-se ao tamanho e extensão do *corpus* analisado. Bardin (1977) explica que o método de uma análise de conteúdo compreende cinco etapas: (1) a organização da análise, (2) a codificação, (3) a categorização, (4) a inferência e (5) o tratamento informático.

A organização da análise se subdivide em três etapas: a) a pré-análise – é a fase de organização propriamente dita. É nesta fase que há a escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentam a interpretação final; b) a exploração do material – é a administração sistemática das decisões tomadas; e c) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação – nesta fase, os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos e válidos. Isso permite estabelecer quadros de resultados, diagramas, figuras e modelos, que se condensam e põem em relevo as informações fornecidas pela análise.

A fase de codificação nada mais é do que tratar o material para a análise. É a transformação dos dados brutos do texto mediante recorte, agregação e enumeração. A organização da codificação corresponde a três escolhas: a) o recorte (escolha das unidades); b) a enumeração (escolha das regras de contagem); e c) a classificação e a agregação (escolha das categorias). A categorização trata-se da classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação, seguido de reagrupamento segundo o gênero com os critérios previamente definidos.

O critério de categorização pode ser semântico (categorias temáticas), sintático (os verbos e os adjetivos), léxico (classificação das palavras segundo seu sentido) e expressivo (por exemplo, categorias que classificam as diversas perturbações da linguagem). A categorização tem como objetivo principal fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos dados brutos. A fase de inferência trata-se da interpretação controlada. A inferência é a indução a partir dos fatos. A fase final, chamada por Bardin (1977) de tratamento informático, é o tratamento final das informações levantadas e a obtenção dos resultados encontrados. O tratamento informático pode ser feito mediante análises estatísticas e análise automática da informação por meio de um computador ou programa.

Segundo a autora, esse método aceita tanto técnicas quantitativas como qualitativas e permite ao pesquisador obter indicadores que o fazem produzir inferências sobre o objeto investigado. Esse processo se dá em três fases cronológicas: (1) pré-análise do material coletado – trata-se do planejamento do trabalho a ser feito; (2) exploração do material coletado – trata-se da análise dos documentos; e (3) tratamento dos resultados obtidos e interpretação – refere-se à significação e codificação do material bruto obtido nas análises.

Antes de falar das categorias de análise do objeto em questão, é importante explicitar que foi realizado um recorte em decorrência da extensão do objeto e também para a melhor compreensão dos dados. Considerando que o processo de *impeachment* se iniciou em 2 de dezembro de 2015, com a aceitação do presidente da Câmara, Eduardo Cunha, e o afastamento definitivo por votação no Senado ter acontecido apenas em 31 de agosto de 2016, trata-se de um período demasiadamente extenso. Logo, optou-se por traçar um calendário com os acontecimentos principais desse período.

Quadro 1 - Calendário do *Impeachment*

Data	Acontecimento Político
2 de dezembro de 2015	O pedido foi aceito pelo presidente da Câmara
4 de abril de 2016	Dilma apresentou sua defesa à comissão
11 de abril de 2016	Comissão especial do <i>impeachment</i> na Câmara aprovou a abertura do processo de afastamento de Dilma
17 de abril de 2016	Votação na Câmara dos Deputados
28 de abril de 2016	Foram ouvidos os advogados autores da denúncia
29 de abril de 2016	Foi ouvido o advogado geral da União
6 de maio de 2016	Comissão especial vota parecer do <i>impeachment</i>
9 de maio de 2016	Maranhão anula sessão que aprovou a admissibilidade do <i>impeachment</i>
11 de maio de 2016	Senado vota processo de <i>impeachment</i> e Dilma é afastada temporariamente
29 de agosto de 2016	Dilma se defende das denúncias feitas a ela
31 de agosto de 2016	Ocorre a segunda votação no Senado

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

Depois de estabelecido o recorte do trabalho, foram definidas algumas categorias de análise a serem aplicadas nas três fontes de pesquisa: nos pronunciamentos em cerimônias, atos e eventos, nas publicações em seu perfil no *Facebook* e na cobertura da *Folha de S. Paulo*. No caso dos pronunciamentos, foram definidas as seguintes categorias: (1) Construção da imagem da ex-presidente Dilma Rousseff (PT); (2) Construção da imagem de governo; (3) Construção da imagem do País; (4) Temáticas políticas (economia, educação, saúde, políticas sociais, infraestrutura e energia, políticas para mulheres, manifestações, segurança, combate à

miséria, tecnologia, mobilidade urbana, ascensão social e desigualdade social); (5) Ataque aos adversários; e (6) Personagens acionados.

Para as postagens em sua *fanpage*, foram definidos os seguintes critérios de análise: (1) Construção da imagem da ex-presidente; (2) Construção da imagem do País; (3) Desconstrução da imagem do País; (4) Construção da imagem de governo; e (5) Ataque aos adversários.

Para verificar o enquadramento dado pelo jornal *Folha de S. Paulo* nos dias de cada acontecimento delimitado pelo calendário do *impeachment*, será feita uma análise das notícias levando-se em conta algumas categorias com ênfase no enquadramento, tais como: (1) título e valência; (2) valência da notícia – positiva, negativa ou neutra; (3) caderno em que foi publicada; (4) gênero da matéria (editorial, coluna, reportagem, notícia ou artigo assinado); (5) temática predominante; (6) fontes e personagens; e (7) enquadramento noticioso feito pelo jornal.

Para verificar a valência da imagem pessoal de Dilma Rousseff e de seu governo dentro do período analisado, a pesquisa toma como base a metodologia utilizada pelo Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (DOXA)²⁶, que indica se a notícia é positiva, negativa ou neutra.

Tomar-se-ão como valência positiva as seguintes circunstâncias: (1) quando a matéria reproduz as promessas, as declarações ou os ataques aos adversários; (2) quando os textos destacarem resultados favoráveis sobre suas metas e programas de governo; e (3) quando apresentar declarações ou comentários de pessoas ou entidades favoráveis à sua pessoa. Tomar-se-ão como valência negativa: (1) matérias que reproduzem críticas às ações governamentais; e (2) ataques da oposição ou de terceiros ao governo ou à figura da presidente. Por fim, a valência neutra será tida (1) quando a matéria não possuir avaliação moral, política ou pessoal da presidente; e (2) quando a matéria apresentar conteúdos positivos e negativos com pesos relativamente iguais.

²⁶ O Laboratório de Estudos Eleitorais, de Comunicação Política e Opinião Pública (DOXA) foi criado em 1996, no IUPERJ/Ucam, para investigar os processos eleitorais e de formação da opinião política. Em 2010, o Laboratório foi transferido para o Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (IESP/UERJ). Criado e coordenado pelo professor Marcus Figueiredo, o Laboratório tornou-se uma referência para a pesquisa em comunicação política no Brasil, produzindo teses, dissertações, publicações e análises dentro dos vários subtemas que o assunto comporta, como propaganda eleitoral, jornalismo político, recepção e atitude política, comportamento eleitoral e outros. O DOXA dispõe hoje de um importante acervo audiovisual de propaganda e jornalismo políticos, com coleções de programas eleitorais e partidários, telejornais, *clippings* das aparições de candidatos e documentários. Nosso acervo serve de base para pesquisas científicas em várias instituições no Brasil e no exterior. Atualmente, é coordenado pela professora Argelina Cheibub Figueiredo. Mantendo sua missão original de investigação dos processos eleitorais, começou a se dedicar também à análise dos resultados eleitorais, ampliando, assim, o seu escopo e incorporando pesquisadores do IESP dedicados ao estudo do tema.

É importante destacar que o método de valência é questionado por alguns autores. Miguel (2015) argumenta que este método é visto como um artifício sedutor pela prática de transformar processos complexos em gráficos de linha, pizza ou de barras. No entanto, para o autor o método de valência apresenta certos problemas.

O primeiro deles refere-se à valência e a imparcialidade. Segundo Miguel (2015), a valência se estabelece em relação a um determinado agente. E o método visa descobrir se o viés noticiário é mais elogioso ou mais crítico em relação a este agente. Ela pode ser mensurada através de resultados simples (porcentagens de matérias positivas, negativas ou neutras) ou a índices mais elaborados. O critério para tal avaliação parte do princípio de que o jornalismo não deve dar mais destaque a um candidato, partido, político, etc. em relação a outros. A cobertura deve ser equilibrada.

É a partir desta posição que o autor questiona o método. Ele argumenta que se são os fatos que presidem o noticiário, não dá para evitar que ele seja mais favorável a uns ou mais desfavoráveis a outros. Ele ainda acrescenta afirmando que, a ideia de que existe um interesse jornalístico por trás de cada fato, independentemente dos processos produtivos e dos critérios de valores-notícias, é teoricamente insustentável.

Sendo assim, o método centrado na valência pode permitir, segundo Miguel (2015), um atalho fácil para denunciar a atuação da imprensa em determinados momentos, mas impede a crítica da ideologia do jornalismo e, ainda compromete a possibilidade de se criar propostas para a reforma da mídia, que deve buscar mais o pluralismo, do que a “imparcialidade”.

A segunda crítica refere-se a uma questão mais operacional. Segundo Miguel (2015), este método permite a transformação de um conjunto de eventos complexos em um conjunto de indicadores numéricos. A matematização permite reduzir tudo a uma mesma métrica, para posterior comparação entre processos diferentes. No entanto, a sua crítica surge do fato de que nem todas as coisas são facilmente contáveis. Há coisas que não são e elas precisam passar por processos de classificação antes de se transformar em números. E é nesse momento que surge a possibilidade de erro humano. Surge o risco de uma matematização abusiva.

Outra crítica proposta pelo autor refere-se à atribuição do caráter positivo, negativo ou neutro aos objetos de pesquisa. Conforme aponta, tal processo carrega uma indiscutível carga de subjetividade. Diante de tais críticas, Miguel (2015) ressalta que não há substituto para a valência, no entanto é preciso abandonar o fetiche matemático e trabalhar

com um instrumento mais complexo para uma compreensão maior do jornalismo e sua relação com a política.

Apesar das críticas em relação ao método de valência, acredito que todo método apresenta deficiências e problemas. No entanto, parto do princípio de que tudo depende da pergunta que o pesquisador tem interesse em responder. Logo, este método foi o mais eficiente no processo de propor respostas para os questionamentos deste trabalho. Sendo assim, foi utilizado com muito cuidado, discernimento e atenção.

5.2 O CONTEXTO POLÍTICO: DA QUEDA DOS ÍNDICES DE POPULARIDADE AO *IMPEACHMENT*

Impulsionada pela fama de gestora competente e rigorosa contra a corrupção, Dilma Rousseff chegou a ter a maior aprovação de um mandatário brasileiro desde o período de redemocratização, mas perdeu popularidade a partir das “Jornadas de Junho de 2013”, terminando seu primeiro mandato com avaliação de 59%. Em março de 2014, a pesquisa do CNI/Ibope indicou 63% de aprovação do governo e, para a presidente, um recorde de popularidade de 77%. Esse cenário, no entanto, inverteu-se drasticamente no dia 26 de outubro de 2014 após a campanha mais acirrada desde a eleição de 1989.

Dilma Rousseff, candidata do Partido dos Trabalhadores (PT), foi reeleita presidente do Brasil com 51,6% dos votos válidos, em uma disputa acirrada com Aécio Neves, candidato do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Essa reeleição apertada deixou o País dividido. Em dezembro de 2014, antes de anunciar um impopular ajuste fiscal que previa mudanças nas regras de benefícios previdenciários, o governo tinha, segundo a Confederação Nacional da Indústria (CNI-Ibope), 52% de aprovação da população.

Em fevereiro de 2015, após os primeiros impactos do ajuste fiscal serem sentidos, a aprovação da ex-presidente caiu para 23% segundo o Instituto Datafolha²⁷. O cenário agravou-se ainda mais com os desdobramentos da Operação Lava Jato, em que o Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu que seriam investigados cerca de 50 políticos supostamente envolvidos no esquema de corrupção, a maioria pertencente a partidos aliados do governo. No mesmo mês, o governo sofreu outra derrota com a eleição em primeiro turno do deputado Eduardo Cunha (PMDB-RJ) apesar da intensa mobilização do Palácio do Planalto. O

²⁷ Os dados da pesquisa *Datafolha* podem ser verificados através do *link* <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2015/02/1587329-aprovacao-a-governo-dilma-rousseff-cai-e-reprovacao-a-petista-dispara.shtml>

deputado, eleito novo presidente da Câmara, era considerado inimigo da ex-presidente Dilma Rousseff, com quem sempre teve uma relação difícil²⁸.

As quedas nos índices de aprovação do governo passaram a ser ainda maiores. Segundo pesquisa do *Datafolha* divulgada no dia 5 de agosto, Dilma Rousseff tinha 71% de reprovação e apenas 8% consideravam a atuação da petista ótima ou boa. Associadas a esses fatos, ocorreram as manifestações populares nas ruas e a ampla cobertura midiática, que agravaram ainda mais a imagem da ex-presidente. Todos estes fatores – sua baixa popularidade, a formação de um congresso oposicionista, a operação Lava Jato, o poder do presidente da Câmara, a crise econômica e os ajustes fiscais – se juntaram à avidez de parte da oposição que se uniu para tentar retirar a ex-presidente do poder.

Em outubro de 2015, surgiu o pedido de *impeachment* protocolado pelos advogados Hélio Bicudo, Miguel Reale Jr. e Janaína Pascoal, com apoio de integrantes da oposição e de movimentos que organizaram as grandes manifestações contra o governo. O pedido se baseava nas “pedaladas fiscais” – prática de atrasar repasses a bancos públicos, a fim de cumprir as metas parciais da previsão orçamentária – realizadas pelo governo em 2015 e no suposto financiamento ilegal da campanha de Dilma Rousseff em 2014. O pedido foi aceito pelo presidente da Câmara, Eduardo Cunha, em dezembro de 2015. Vale ressaltar que a deflagração do processo de *impeachment* ocorreu no mesmo dia em que deputados do Partido dos Trabalhadores (PT) anunciaram que votariam contra o peemedebista no Conselho de Ética da Câmara, no qual era investigado por suposta participação no escândalo da Lava Jato.

Uma comissão especial composta por 65 deputados de partidos com representação na Câmara foi criada em 17 de março de 2016 para analisar o caso e ouvir a defesa da presidente. No dia 11 de abril, essa comissão aprovou relatório a favor do *impeachment* com 38 votos favoráveis e 27 contra. No dia 17 de abril, ocorreu a votação na Câmara dos Deputados, resultando na autorização da abertura do processo, com 367 votos a favor e 137 contra, tendo sete abstenções e duas ausências. A denúncia seguiu para o Senado, com a criação de uma comissão especial, no dia 6 de maio, e consequente aprovação por 15 votos a cinco do relatório favorável ao *impeachment*. O parecer seguiu para o plenário e, no dia 11 de maio, a maioria dos deputados (55 contra 22) autorizou a instauração do processo de *impeachment*, que resultou no afastamento temporário da ex-presidente Dilma Rousseff.

²⁸ Vale lembrar que o Partido dos Trabalhadores (PT) apoiou a candidatura do deputado Arlindo Chinaglia (PT-SP) junto com partidos como PCdoB, do Pros e do PDT. No entanto, Eduardo Cunha venceu a disputa com o apoio dos partidos do baixo clero e do PMDB.

Em consonância com esses desdobramentos, no dia 5 de maio, o Supremo Tribunal Federal (STF) confirmou por unanimidade, com o voto de 11 ministros, a decisão de Teori Zavascki de afastar Eduardo Cunha da Presidência da Câmara por entender que ele estava usando o cargo para obstruir as operações da Lava Jato. Mediante esse fato, o deputado Waldir Maranhão (PP-MA) assumiu interinamente a Presidência da Câmara dos Deputados e provocou confusão ao anunciar, no dia 9 de maio, a anulação da sessão que aprovou a admissibilidade do *impeachment* da ex-presidente Dilma, realizada na Casa, no dia 17 de abril. Ele acolheu o pedido do advogado-geral da União, José Eduardo Cardozo. Em menos de 24 horas depois da anulação, Waldir Maranhão recuou de sua decisão por meio de uma nota, em que não explicava os motivos do recuo, apenas comunicava a revogação de sua decisão.

Após o afastamento de Dilma Rousseff, Michel Temer assumiu o posto no dia 12 de maio. Ao assumir como presidente interino, seu governo já enfrentou alguns problemas marcados por recuos e pressões por parte da sociedade (em busca de mudanças) e também por parte dos aliados (em busca de cargos). No mesmo dia em que assumiu, o governo interino já criou uma polêmica ao nomear políticos sob suspeita para cargos-chave em sua gestão. Outro problema é que essa é a primeira vez desde 1979, quando o País ainda era governado pelo general Ernesto Geisel, que somente homens formam o gabinete de um presidente. Essa decisão provocou inúmeras críticas ao peemedebista e destoou das práticas da ex-presidente afastada, uma vez que, no governo de Dilma, 15 ministras foram nomeadas ao longo de dois mandatos.

Sob o discurso de cortar gastos, Temer tomou outra atitude que desagradou parte considerável da sociedade. Em sua reforma ministerial, ele reduziu o número de pastas de 32 para 23. Uma dessas reduções foi a extinção do Ministério da Cultura. Tal fato gerou movimentação popular, inclusive de pessoas importantes – artistas, e atingiu a grande mídia, que noticiou em larga escala esse fato. Os movimentos sociais também não gostaram de ver a pasta de Mulheres, Igualdade Racial e Direitos Humanos ser agregada à da Justiça e Cidadania. Houve também críticas de especialistas ao fim da Controladoria Geral da União (CGU), órgão responsável, entre outras coisas, por fiscalizar o governo federal. Eles veem isso como um risco à independência.

Mesmo após os discursos de que não interferiria nos projetos sociais, Temer anunciou algumas medidas contrárias. No dia 17 de maio, o ministro da Cidade, Bruno Araújo (PSDB-PE), revogou a construção de 11.250 unidades habitacionais do Minha Casa Minha Vida destinadas a famílias com renda de até R\$1.800. O ministro da Saúde, Ricardo Barros (PP-PR), chegou a cogitar o corte de verbas do Sistema Único de Saúde (SUS) e

programas importantes, como o Farmácia Popular. No entanto, ele recuou mais tarde. O governo também suspendeu novas vagas para o Pronatec e Fies. Outra medida polêmica de Temer aconteceu no dia 20 de maio com a exoneração²⁹ do presidente da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), o jornalista Ricardo Pereira de Melo, nomeado por Dilma, apesar de a legislação prever mandato de quatro anos para ele. Essas são algumas das medidas que causaram polêmica no governo interino.

O desfecho do *impeachment* se deu no dia 31 de agosto de 2016. Por 61 votos a 20, o Senado Federal decidiu pela cassação de Dilma Rousseff. Em uma segunda votação para decidir se a ex-presidente ficaria ou não inabilitada de exercer um cargo público por oito anos, por 42 votos favoráveis e 36 contrários e três abstenções, ficou decidido que Dilma Rousseff estaria livre para exercer outros cargos. Embora a maioria dos votos tenham sido para o “sim”, ela só ficaria inabilitada se mais de dois terços dos votos fossem favoráveis.

Depois de tal decisão, o vice-presidente, Michel Temer, assumiu o cargo antes ocupado por Dilma Rousseff. Seus dias na Presidência foram abalados pela delação premiada do executivo da empresa JBS, Joesley Batista. Por meio dos relatos envolvendo o atual presidente, o Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu abrir um inquérito para investigar Michel Temer por indício de três crimes: corrupção passiva, organização criminosa e obstrução da justiça.

Diante desse fato, foi aberta votação na Câmara dos Deputados para conceder autorização ou não ao prosseguimento da denúncia da Procuradoria Geral da República (PGR) contra o presidente Michel Temer por um dos indícios de crime – corrupção passiva. No entanto, no dia 2 de agosto, após mais de 11 horas de sessão no plenário da Câmara dos Deputados, o processo foi arquivado por 263 votos “sim” contra 227 votos “não” e um total de 21 abstenções e ausências.

Após intensa movimentação com políticos por meio de acordos, jantares, promoção de cargos, alianças e negociatas, Temer conseguiu que a Câmara barrasse, pela segunda vez consecutiva, no dia 25 de outubro, mais uma denúncia, na qual estava sendo acusado de organização criminosa e obstrução da Justiça. Temer obteve um total de 251 votos a favor e 233 contra e contou com duas abstenções e 25 ausências. A popularidade de Temer também se encontra em queda.

²⁹ A notícia sobre a exoneração do presidente da EBC pode ser lida no *link* <http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/05/temer-exonera-presidente-da-ebc-que-tinha-mandato-ate-maio-de-2020.html>

Segundo dados da pesquisa realizada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), em setembro de 2017, apenas 3% da população consideram o governo Temer ótimo ou bom, sendo que 77% consideram ruim ou péssimo, 16% avaliam como regular e 3% não sabem ou não responderam. Apesar dos números, não se verifica insatisfação alguma nas ruas. Ao contrário do que se via com as manifestações contra a ex-presidente Dilma Rousseff, isso não se verificou com Temer mesmo os números de popularidade sendo ainda mais baixos. Poucos foram os movimentos nas ruas após a chegada ao poder pelo peemedebista.

Outras questões importantes a serem mencionadas é que, mesmo com denúncias de corrupção e os mais baixos índices de popularidade, o presidente Michel Temer tem mostrado força junto aos grupos políticos, principalmente os partidos do baixo clero da Câmara dos Deputados, que reúnem em torno de 250 deputados. Esse grupo ganhou o nome de “Centrão”, formado por deputados de 13 partidos (PP, PR, PSD, PRB, PSC, PTB, SD, PHS, Pros, PSL, PTN, PEN e PT do B), quando Eduardo Cunha se elegeu Presidente da Câmara.

O grupo tem se mantido coeso para negociar cargos e favores com o governo³⁰. Juntos com partidos de maior expressão na Câmara, como PMDB, PSDB e Democratas, dão ampla maioria para o presidente Temer. Depois das denúncias contra o presidente, esse número, que ultrapassava 400 deputados, caiu para menos de 300, variando em função do tipo de questão que está em votação, como ocorreu na segunda denúncia quando Temer contou com 251 votos. Isso revela a crise do presidencialismo de coalizão no Brasil conforme apontam Abranches (1988), Pereira e Joukoski (2015) e Scott Mainwarin (1993). Mesmo com muita experiência e forte poder de mobilização no Congresso Nacional, Temer já encontra dificuldades para emplacar pontos considerados prioritários de seu governo, como a Reforma da Previdência, que precisa de 308 votos para ser aprovada na Câmara, por ser uma proposta de emenda constitucional.

5.3 ANÁLISE DOS PRONUNCIAMENTOS POLÍTICOS DE DILMA ROUSSEFF

Como apontado anteriormente, a primeira fonte documental a ser analisada são os pronunciamentos políticos de Dilma Rousseff em cerimônias, atos e eventos. Como recorte, foi delimitado um calendário do processo de *impeachment*. Nesse recorte, foram identificados seis discursos nas datas selecionadas. Para melhor esclarecer a imagem construída pela

³⁰ Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/01/29/O-que-s%C3%A3o-deputados-do-alto-e-do-baixo-clero-e-como-eles-se-relacionam-com-a-elei%C3%A7%C3%A3o-da-C%C3%A2mara>>. Acesso em: 30 nov. 2017.

presidente, bem como as estratégias utilizadas nessa construção, optou-se por verificar, nos eventos em que não foram realizados pronunciamentos no dia do acontecimento político, o discurso subsequente a essa data.

Quadro 2 - Acontecimentos políticos e relação de pronunciamentos

Data	Acontecimento Político	Nº de pronunciamentos
2 de dezembro de 2015	O pedido foi aceito por Eduardo Cunha	1
4 de abril de 2016	Dilma apresenta sua defesa à comissão	0
11 de abril de 2016	Comissão especial aprova abertura do processo	0
17 de abril de 2016	Votação na Câmara dos Deputados	0
28 de abril de 2016	Foram ouvidos os advogados autores da denúncia	0
29 de abril de 2016	Foi ouvido o advogado geral da União	1
6 de maio de 2016	Comissão especial vota parecer do <i>impeachment</i>	2
9 de maio de 2016	Maranhão anula sessão que aprovou admissibilidade do <i>impeachment</i>	2
11 de maio de 2016	Senado vota processo de <i>impeachment</i> e Dilma é afastada temporariamente	0

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

Sendo assim, nesse novo recorte é possível identificar dez pronunciamentos, no qual oito foram feitos em Brasília/DF, um em Cabrobó/PE e um Goiânia/GO.

Quadro 3 - Pronunciamentos Políticos de Dilma Rousseff

Pronunciamento	Data	Cidade	Título do pronunciamento
1	2/12/2015	Brasília/DF	Pronunciamento à imprensa da presidente da República, Dilma Rousseff
2	5/04/2016	Brasília/DF	Discurso da presidente da República, Dilma Rousseff, durante cerimônia de lançamento do Programa Nacional Hora do Enem
3	12/04/2016	Brasília/DF	Discurso da presidente da República, Dilma Rousseff, durante Encontro da Educação pela Democracia
4	19/04/2016	Brasília/DF	Fala da presidente da República, Dilma Rousseff, durante encontro com organizadores do evento Abraço da Democracia – Mulheres com Dilma
5	29/04/2016	Brasília/DF	Discurso da presidente da República, Dilma Rousseff, durante cerimônia de anúncio da prorrogação da permanência dos mais médicos brasileiros formados no exterior e estrangeiros no Programa Mais Médicos
6	6/05/2016	Brasília/DF	Discurso da presidente da República, Dilma Rousseff, na cerimônia de contratação simultânea de 25 mil unidades habitacionais do Programa Minha Casa Minha Vida com entidades rurais e urbanas
7	6/05/2016	Cabrobó/PE	Discurso da presidente da República, Dilma Rousseff, durante cerimônia no âmbito da visita à Estação de Bombeamento EBI-2 do Eixo Norte, do Projeto de Integração do São Francisco
8	9/05/2016	Brasília/DF	Discurso da presidente da República, Dilma Rousseff, na cerimônia de anúncio de criação das novas universidades
9	9/05/2016	Goiânia/GO	Discurso da presidente da República, Dilma Rousseff, durante cerimônia de inauguração do novo terminal do

			Aeroporto Santa Genoveva
10	12/05/2016	Brasília/DF	Declaração à imprensa da presidente da República, Dilma Rousseff

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

Ao realizar um mapeamento quantitativo dos pronunciamentos feitos por Dilma Rousseff em eventos, atos e cerimônias durante o período analisado, foi possível identificar os segmentos temáticos que foram mais acionados. Verifica-se, como demonstrado na Figura 1 e no Quadro 4, que o tema que perpassou a maior parte dos discursos foi o processo de *impeachment*. A ex-presidente falou sobre esse assunto em nove dos dez pronunciamentos analisados, sendo que o primeiro e o último trataram-se de pronunciamentos exclusivos para falar apenas sobre o processo.

Nos demais eventos em que o assunto principal não era sobre esse fato, o tema *impeachment* esteve sempre presente como pano de fundo e ganhou proporções até maiores do que os assuntos sobre os quais ela se colocou a discursar. A escolha da ex-presidente de tornar esse assunto tema predominante de suas falas em eventos em que ele não era o foco faz parte da estratégia de controlar a interação com o público e antecipar os questionamentos e as incertezas da população diante do fato. Segundo Goffman (1975), quando uma pessoa interage com a outra, ela busca obter informações a seu respeito para que possa saber de que modo deve agir diante do outro. Conforme aponta Thompson (1998), a partir da emergência dos meios de comunicação tanto massivos como digitais, essas interações passaram a se efetivar de outras formas. Nesse caso, mesmo não sendo numa relação dialógica, a presidente precisava interpelar e manter o contato com o público, para que a visibilidade gerasse também legitimidade das suas ações, até porque vivia um momento tenso em que justamente a sua popularidade estava em queda.

Ao se colocar diante da população para falar sobre projetos, anunciar medidas e apontar melhorias, Dilma se antecipou e falou sobre aquilo que as pessoas desejavam que ela falasse: o processo do *impeachment*. A petista enfatizava que, caso aceito o seu impedimento, mudaria o seguimento de seu governo e de suas ações. Buscava acionar a racionalidade do eleitor, conforme revelam Figueiredo *et al.* (1998), de que o mundo atual ainda era o melhor e que havia sérios riscos no caso de mudança. Ao falar sobre esse processo, a ex-presidente enfatizou para seus ouvintes que esse acontecimento se tratava de um golpe, tanto que a palavra apareceu 67 vezes ao longo dos discursos – no primeiro, no segundo e no quarto pronunciamentos não teve nenhuma recorrência desse termo; já no terceiro, apareceu 20

vezes; no quinto, três vezes; no sexto, dez vezes; no sétimo, duas vezes; no oitavo, 20 vezes; no nono, duas vezes; e no décimo, dez vezes.

O discurso inicial toma o processo de *impeachment* como uma consequência pelo fato de membros do Partido dos Trabalhadores (PT) não terem aceitado um acordo para votar o arquivamento das denúncias feitas a Eduardo Cunha. Nos discursos seguintes, a ex-presidente mudou o discurso, deixou de centralizar a culpa em um único personagem e adotou a estratégia de dizer que essa era uma tentativa de membros políticos chegarem ao poder de forma ilegítima. A ex-presidente afirmava que Eduardo Cunha foi o instrumento que agiu em nome de outras pessoas. Constantemente, a petista reafirmou que foi eleita por 54 milhões de pessoas e que o processo era infundado.

Ramos (2009) explica que a base de qualquer autoridade política democrática está na legitimidade. A natureza da legitimidade está na concessão de dar o direito ao outro de conduzir a própria vida. Por isso, a ex-presidente reafirmava constantemente que tinha legitimidade para governar o País e, diante desse fato, possuía autonomia para governá-lo e era injustificável a sua saída. Essa articulação de legitimidade pode ser vista no pronunciamento do dia 19 de abril de 2016: “Quem pretende me substituir não tem esses 54 milhões de votos e estão tentando fazer uma eleição indireta travestida de *impeachment*” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016). Em outro trecho, do dia 29 de abril de 2016, esse mesmo discurso fica mais uma vez evidente:

Esse processo é um golpe porque não se trata de um processo de *impeachment*; se trata na verdade de uma eleição indireta, coberta pelo manto do *impeachment*. Eleição indireta daqueles que não tiveram votos nas urnas, naquele que o povo vota. Aqueles 115 milhões que votaram nas eleições de 2014, que deram a mim 54 milhões de votos (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

Nota-se, também, que Dilma priorizou as estratégias emocionais, em decorrência da razão para seduzir o público e auxiliar no processo de convencimento (SCHWARTZENBERG, 1977). Ao tratar do assunto, verifica-se, por parte da ex-presidente, uma tentativa de explicar para a população, de forma didática e emocional, como se contasse uma história, do que ela estava sendo acusada e quais foram as ações que ela teve que levaram até esse processo.

Percebe-se que ela tem a preocupação de que as pessoas consigam entender as ações e não repitam os discursos, pouco didáticos e com termos políticos, ouvidos diariamente nas mídias massivas. Ela reconta a história fazendo alusões a situações cotidianas, a fim de que as pessoas consigam se colocar no seu lugar e compreender as

acusações. Para Schwartzberg (1977), não se pode violentar o público usando técnicas brutais de convencimento. É preciso seduzir de modo suave e mexer com o lado emocional e humano do público, a fim de que este acredite naquilo que está sendo representado. Podemos exemplificar essa estratégia a partir do trecho a seguir proferido no dia 29 de abril de 2016:

[...] Em que consistem esses atos de que me acusam? De eu ter contas no exterior? Não, porque não tenho contas no exterior. De ter praticado atos de corrupção? Não, porque não os pratiquei. De ter cometido alguma irregularidade com dinheiro público? Não, porque não as fiz. Então, em que consistem essas acusações? São seis decretos de suplementação. Decretos de suplementação são o quê? São o seguinte: quando você faz uma suplementação é como quando você vai no supermercado com uma lista. Na sua lista está escrito todos os produtos que você quer comprar: dois quilos de arroz, dois de açúcar, dois de feijão e um quilo de carne. Esse é o orçamento de um país, mas o país tem, também, um limite financeiro, que está no seu bolso, que é quanto você pode gastar lá no supermercado. Se você vai ao supermercado e, no meio do caminho, alguém da sua família te liga e fala: ‘Ao invés de comprar dois quilos de arroz, está faltando mais açúcar, compra três de açúcar e diminui o arroz, ou compra mais um quilo de açúcar, por favor’, e não diz para você diminuir o arroz. Aí o que você faz se você só tem R\$100? Você só tem um jeito: ou você tira do arroz, ou você tira do feijão, ou você tira do açúcar. O crédito suplementar é: se você tirou de algum lugar, ou se você tirou, ao invés de você comprar dois quilos de arroz, você compra um, isso é crédito suplementar. Eu tive de tirar de algo que já existia pra poder pagar (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

Ao se pronunciar sobre o *impeachment*, a ex-presidente procurou construir sua imagem defendendo-se das acusações sofridas. Para isso, ativou a desconstrução da imagem de seus adversários. Segundo Gomes (2004), parte considerável da prática política em nossos dias se converteu na luta pela imposição da imagem pública dos atores políticos. Há uma disputa constante entre os atores em tentar sobrepor sua imagem, sempre positiva, às de seus adversários, negativas. E, nesse sentido, para se construir uma imagem diante de um público, é preciso convencer de que a imagem do adversário não é a melhor. Nos pronunciamentos Dilma se comparou àqueles que estavam sendo acusados de cometer crimes como corrupção e lavagem de dinheiro, para se autoafirmar como alguém que não tem nenhuma dessas acusações sobre sua figura política. Enfatizou que ela jamais se envolveu em situações semelhantes e seu nome permanece limpo:

[...] para ter *impeachment* tem de ter crime. Ora, eu não tenho conta no exterior, eu não sou conhecida por receber dinheiro de corrupção, eu não recebo propina. Então, o que eles fizeram? Inventaram uma coisa chamada pedalada fiscal. A tal da pedalada fiscal é feita hoje por governadores, prefeitos e também os presidentes que me antecederam (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

Os temas construção da imagem do País, desigualdade social/racial e ataque aos adversários apareceram em segundo lugar como objetos mais recorrentes nos discursos. Eles aparecem em sete pronunciamentos do total de dez. Ao falar sobre a construção da imagem do País, a ex-presidente utilizou as conquistas realizadas não somente pela sua gestão, mas também pelo seu antecessor Luiz Inácio Lula da Silva. Os 13 anos em que o Partido dos Trabalhadores (PT) esteve à frente do governo foram utilizados como estratégia para construir a imagem do País. Trata-se de reforçar a imagem dos governos petistas aos olhos do eleitor como forma de campanha permanente (MELO; BAPTISTA, 2013; HECLO, 2000). O trecho do discurso do dia 6 de maio de 2016 elucida tal proposição. “Aliás, eu tenho clareza que esse golpe tem um motivo, e o motivo é que o Brasil, nesses 13 anos, mudou, mudou. As pessoas ganharam autoestima e dignidade” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

Nota-se uma recorrência constante à retórica de situação (FIGUEIREDO *et al.*, 1988) na construção da imagem do País de que, caso ela saísse da Presidência, todos esses avanços até aqui conquistados poderiam ser colocados em xeque e destruídos por uma nova administração, que não pensava como eles, que não priorizava os programas sociais. Trata-se do que Borba (2015) chama de propaganda negativa. Ela é persuasiva, uma vez que estimula o medo e a ansiedade, associando riscos a uma possível ação do adversário.

Como exemplo, podemos citar partes do discurso do dia 6 de maio: “Então, eu digo para vocês: não há legitimidade, porque esse é um golpe que não é só contra a democracia, não. É contra os programas sociais, os compromissos, que, ao longo de todos esses 13 anos, desde o governo Lula, nós assumimos com a população brasileira” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016). Em outro momento, no dia 9 de maio, esse mesmo discurso foi ratificado: “[...] ninguém aqui votaria para reduzir direitos; ninguém aqui votaria para acabar com uma parte do Bolsa Família; ninguém aqui votaria para reduzir os gastos em educação e saúde” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

A desigualdade social e racial foi explorada por Dilma Rousseff como um problema superado em seus governos e no de seu antecessor Lula. Há uma dramatização quando o assunto é esse. A ex-presidente recorreu a técnicas teatrais e discursos quase cinematográficos para exercer a arte da política (SCHWARTZENBERG, 1977) ao contar histórias de pessoas que viveram preconceitos e hoje podem usufruir de quase tudo com mais igualdade. A desigualdade social foi mais trabalhada nas questões relacionadas à raça, à educação e ao transporte. O discurso proferido por Dilma no dia 12 de abril de 2016 dá indícios dessa discussão:

Pátria Educadora é dar à universidade e à escola brasileira a cara e as cores do nosso povo – negros, índios, brancos, originários da escola pública. Pela primeira vez em nossa história, jovens pobres estão entrando nas universidades públicas e nas particulares, estão ganhando bolsas no exterior. E é bom que se diga, para quebrar o preconceito de muitos e se dando muito bem e mostrando muita competência (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

Outro exemplo em que a desigualdade social foi posta como uma superação proveniente de medidas de seu governo foi no discurso do dia 9 de maio de 2016:

Muita gente que nunca viajou de avião passou a andar de avião. Pessoas das classes menos endinheiradas, das classes mais pobres, pela primeira vez podiam cortar os céus do Brasil indo para suas casas, indo visitar seus parentes. [...] Eu lembro muito bem, que, no passado, as pessoas vestiam sua melhor roupa, calçavam seu melhor sapato, porque viajar de avião era algo inimaginável, era como se você fosse a uma festa. E a primeira viagem de avião, a gente ficava com muito receio, porque tinha de ser muito chique. Agora, viajar de avião, a gente pode ir de calça jeans, de tênis, do jeito que for, porque passou a ser algo de massa, algo para o povo deste país, e não para uma pequena elite endinheirada (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

O ataque aos adversários também foi uma estratégia pertinente utilizada pela ex-presidente, eficiente para desconstruir a imagem dos candidatos opositores (BORBA, 2015). Nota-se que a petista foi áspera nas críticas. Entre os alvos, estavam seus adversários políticos. Ela os acusou pela ausência de projetos sociais, pela desatenção às classes minoritárias, pela inexistência desses políticos em períodos não eleitorais e pela falta de investimento em determinadas áreas. Ao realçar o que não foi feito nos governos anteriores, Dilma Rousseff procurou induzir que, caso eles assumissem o poder, as minorias passariam a segundo plano e a atenção à população só seria mantida se ela continuasse no poder (FIGUEIREDO *et al.*, 1988) como pode ser descrito no trecho a seguir, em 6 de maio de 2016: “[...] ao longo da história, não houve programa habitacional desse porte [...] no Brasil não faziam moradia popular, não era da pauta fazer moradia popular”. Em outro trecho no mesmo discurso, ela enfatiza:

Eu tenho escutado, mas tenho, sobretudo, lido nos próprios jornais, que tem gente... Tem gente defendendo que os programas sociais precisam ter foco [...] Focar o Minha Casa Minha Vida é reduzir a importância do Minha Casa Minha Vida, transformá-lo mais uma vez em um programa piloto. Porque é só o que eles sabem fazer: programa piloto (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

Em outro discurso feito no mesmo dia, durante a cerimônia da visita à Estação de Bombeamento do Eixo Norte, do Projeto de Integração do São Francisco, ela acrescentou:

Nós sabemos que essa é uma obra que, há muito tempo, ela é uma obra proposta para o Brasil, desde a época de Dom Pedro II. Lá se vão mais de 150 anos, eu acredito. Então, a pergunta é: por que essa obra só agora, com o governo de Lula e no meu governo, que se decidiu fazer essa obra? Por quê? Por um motivo simples: Porque o governo é feito de escolha. [...] Por que nós escolhemos? Primeiro, porque nós fomos eleitos com o voto de vocês. Depois, porque nós temos compromisso com o povo deste País. Nós sabemos que, ao longo da história deste País, o povo não teve voz nem vez [...] (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

As críticas também se dirigiram ao fato de eles estarem tentando destituí-la do poder pela incapacidade de chegar por vias eleitorais, sendo esta a única forma de conquistá-lo. Esse foi, sobretudo, um discurso amplamente difundido em seus pronunciamentos por meio da campanha negativa à imagem de seus candidatos (BORBA, 2015). Como exemplo, podemos citar trechos do discurso do dia 6 de maio de 2016: “[...] resolveram que o *impeachment* é uma forma disfarçada de eleição indireta. Eleição indireta. Porque se forem para a eleição direta, o povo não vota neles. [...] Como é que vocês acham que alguém vai votar em quem quer reduzir direitos?” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

O ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB) também foi alvo de Dilma. Ela o criticou enquanto ex-presidente trazendo os números comparativos de investimentos de seu governo e apontando as ausências que o governo do PT teve de suprir. Fez críticas também pelo fato de ter cometido os mesmos atos (pedaladas fiscais) e não ter sido punido por isso como se observa em discurso realizado no dia 6 de maio: “A tal da pedalada fiscal é feita hoje por governadores, prefeitos e também os presidentes que me antecederam. Por exemplo, eu sou acusada de seis decretos, o Fernando Henrique fez 101 decretos. Do mesmo tipo dos meus seis, ele fez 30” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016). Para Souza (2016), apesar de os discursos desses acontecimentos terem como bandeira o fim da corrupção, eles nunca de fato se preocuparam com isso. Trata-se, segundo o autor, da obtenção de mais dinheiro para poucas pessoas, premissa básicas de que queriam instalar um governo neoliberal com um Estado mínimo.

Eduardo Cunha também foi criticado. Ele foi o alvo em quase todos os discursos proferidos pela ex-presidente. Ela o acusou de ser o principal instrumento para a realização do processo de *impeachment* como uma chantagem por não ter recebido os votos do governo. Ela também apontou os crimes aos quais estava respondendo (contas no exterior e lavagem de dinheiro) e também sinalizou a aliança existente entre ele e o vice-presidente Michel Temer (PMDB) como articuladores desse processo como se observa no discurso do dia 9 de maio de 2016:

E aí, em dezembro do ano passado, quando nós não lhe demos três votos para impedir, o que ele queria? Impedir que a comissão de Ética da Câmara o julgasse, e para isso ele precisava de três votos, e queria que nós do governo lhe dêssemos os três votos. Como nós não lhe demos três votos, ele aceitou um processo de *impeachment* que estava protocolado na Câmara (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

A presidente ainda endossou sua proposição ao dizer que até os jornais apontaram a ocorrência desse fato como uma chantagem do peemedebista: “Quando isso ocorreu, a imprensa inteira do Brasil [...] todos os jornais mostraram que o que o senhor ex-presidente da Câmara estava fazendo era uma chantagem a ponto de isso ser dito em editorial” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016). Há o uso do discurso midiático como forma de provar a veracidade do fato, pois se até a mídia noticiou o acontecido é porque assim ele é de fato (BERGER; LUCKMANN, 1985; RODRIGES, 2001). A presidente ainda o atacou quanto à lisura de seu personagem político: “[...] o meu processo é um processo tão violento. Por quê? Como é que ele foi feito? Foi necessária uma pessoa destituída de princípios morais e éticos, acusada de lavagem de dinheiro, de contas no exterior, para perpetrar o golpe” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

O até então vice-presidente também foi alvo de suas críticas sempre relacionadas ao processo de *impeachment*. Ela o chamou até de “usurpador de mandato”. Isso pode ser observado no discurso do dia 6 de maio de 2016:

Então, o pecado original desse processo não pode ficar escondido. E aí, não vamos nos iludir, todos aqueles que são beneficiários desse processo, por exemplo, infelizmente, aqueles que estão usurpando o poder, infelizmente, o senhor vice-presidente da República, são cúmplices de um processo extremamente grave (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

Em outro momento, a ex-presidente retomou o uso das palavras usurpador e traidor, mas não citou nomes diretamente: “[...] eu vou lutar, com todos os instrumentos que eu tenho, os instrumentos democráticos e legais, para impedir a interrupção ilegal, usurpadora, do meu mandato, por traidores, por pessoas que não têm condições de se apresentar ao Brasil e se eleger. Usurpadores!” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

A ex-presidente aproveitou para criticar, inclusive, a imprensa por não enquadrar de forma positiva os avanços que seu governo teve em algumas áreas. Dessa forma, a petista procurava mostrar que a mídia tem um papel fundamental nas democracias, já que é poderosa por agendar temática, assim como enquadra tais fatos, selecionando aspectos que considera serem convenientes às visões de mundo que defende e ignora outras questões, como

aconteceu no processo de *impeachment*, em que havia um recorte da realidade confluyente entre os grupos de oposição a Dilma e a grande imprensa (PORTO, 2004; GOFFMAN, 2002; TUCHMAN, 1978), como se observa no discurso do dia 12 de abril: “Por isso, nos últimos 13 anos, nós demos prioridade aos investimentos em educação. Lembro de alguns resultados dessa escolha, e sabe por que lembro? Porque muitas vezes nós não conseguimos vê-los na imprensa” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

Apesar de ter se utilizado da estratégia de desferir ataques aos seus adversários em grande número nos seus discursos, a presidente tomou uma postura mais branda e afirmou que era preciso cautela para resolver essa situação e que não podíamos viver em conflito fazendo referência ao discurso de ódio já bastante disseminado no País no momento de polarização política. Trata-se de não reduzir a política a uma simples luta de personalidades e elevar o patamar das discussões a questões ideológicas e sociais (BOITO, 2016). Como exemplo, pode-se citar o trecho: “Por isso, eu quero dizer para vocês que nós estamos aqui para que este não se torne o País do ódio e que não se construa o ódio como uma forma de fazer política no nosso País. O ódio, a ameaça, a perseguição de pessoas [...] Isso não cabe no nosso País” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

Em terceiro lugar, como estratégia acionada nos discursos, estão os temas educação e políticas sociais. Ambos estiveram presentes em sete discursos. Para Gomes (2004), existe uma demanda por parte dos indivíduos de conhecer o atual estado do mundo. Logo, a ex-presidente, ao falar sobre educação e apresentar dados comparativos que mostravam os avanços que o Brasil teve nessa área, oferece ao público receptor uma pista de como anda o País onde vivem e o estado das coisas em seu governo até para que possam comparar ao que viviam em momentos anteriores e vislumbrar os avanços obtidos até o momento.

Entre os avanços na área da educação, a petista citou o aumento de vagas nas universidades, o investimento em ensino técnico, a presença de diversas pessoas de diferentes classes e raças nas salas de aula, e também a presença de escolas e universidades nas áreas mais remotas do Brasil. A petista enfatizou, também, que a educação constitui um dos pilares para o desenvolvimento do País. Como relatado no discurso do dia 9 de maio: “[...] isso faz parte de algo fundamental que é democratizar o acesso à universidade pública no Brasil. Se não tem universidade no interior, os cidadãos brasileiros e as cidadãs brasileiras precisam ter recursos para se deslocar para os grandes centros, sempre foi assim antes” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

No dia 11 de abril de 2016, Dilma Rousseff também deu destaque à temática da educação e apresentou dados dos seus programas sociais, que foram acionados na mesma proporção:

Nós criamos, sim, 18 universidades e 173 *campus* universitários; implantamos 433 novas escolas técnicas federais; contratamos 49 mil professores por concurso para fazer frente à expansão e interiorização dessa rede federal; 4 milhões de jovens entram nas universidades provadas graças ao ProUni e ao Fies. Com o Pronatec, 9,5 milhões de mulheres e homens, jovens e trabalhadores fizeram curso de formação profissional e serão mais 2 milhões esse ano. Aprovamos o Fundeb e o Plano Nacional de Educação, apoiamos Estados e municípios na expansão da rede de creches e pré-escolas, na garantia do transporte escolar e na implantação do ensino em tempo integral. Esses são alguns exemplos dos investimentos em educação que cito para mostrar que estamos dando consistência ao conceito de Pátria Educadora (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

Para falar sobre o tema educação, a ex-presidente ainda mencionou a evolução pela qual esse setor passou considerando o fato de em seu governo e no de seu antecessor, Lula, muitas pessoas conseguiram obter o primeiro diploma em suas famílias: “Hoje, 35% daqueles que concluem os cursos universitários são os primeiros em suas famílias a chegar a um curso superior e se formar. [...] Mas, repito, é muito pouco” (ROUSSEFF, Dilma Rousseff, 2016). Ela ainda reforçou que as melhorias significavam apenas o começo de uma série de medidas que ainda estão por vir (FIGUEIREDO *et al.*, 1988).

Sobre as políticas sociais, tema que também esteve presente em sete dos dez discursos analisados, a ex-presidente mencionou alguns programas para os quais seu governo se dedicou como “Minha Casa Minha Vida”, “Pronatec”, “Mais Médicos”, “ProUni”, “Fies”, “Bolsa Família”, “SISU” e “Lei de Cotas” nas universidades. Ao falar sobre esses programas, Dilma Rousseff reforçou em seus discursos que seu governo tinha priorizado as minorias e que ela foi eleita para atender e colocar em prática os programas dessa minoria, que garantem questões básicas dos indivíduos, tais como: saúde, educação, moradia:

Ninguém votou em mim pelos meus belos olhos, apesar deles serem muito belos, mas não foi por isso que votaram em mim. Votaram em mim porque eu tinha compromissos. [...] Votou em mim porque eu tinha um programa. E nesse programa estava lá escrito: o Bolsa Família é muito importante; o Minha Casa Minha Vida é um programa que garante dignidade e lar para as pessoas, que é a palavra mais bonita, lar. Porque é no lar que você cria sua família, que você cria seus filhos, recebe seus amigos. [...] O voto que vocês me deram foi para garantir as políticas sociais (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

Ela reforçou que esses programas somente foram criados para suprir as deficiências da população brasileira, que era carente de questões básicas antes da ação dos

governos do PT e que os seus adversários eram contra esses programas: “Nós fizemos programas sociais. E esses programas sociais não eram só para acabar com a miséria. É muito mais que isso, é para dar dignidade ao povo deste País. Pela primeira vez, nós escutamos: o filho do pedreiro pode virar doutor [...]” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016). Ela ainda reforçou que todas essas políticas podem estar comprometidas em decorrência da sua saída em caso de *impeachment*. “[...] esse é um golpe que não é só contra a democracia, não. É contra os programas sociais, os compromissos que, ao longo de todos esses 13 anos, desde o governo Lula, nós assumimos com a população brasileira” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

O quarto assunto mais citado nos discursos foi a construção da imagem de governo, a construção da imagem da presidente e a menção à imagem de Lula. Esses temas apareceram em seis discursos. Para construir a imagem de governo, Dilma Rousseff se apropriou dos programas sociais. Sua base mais forte encontrava-se na educação. De acordo com Souza (2016), as políticas praticadas por governos petistas que visaram à transferência de renda, às políticas de assistência social e às cotas sociais e raciais de estudo significaram, possivelmente, o maior esforço de inclusão social da classe marginalizada no Brasil. Tais políticas públicas significaram, também, um avanço em termos de redistribuição de renda, mas foram mal recebidas pelas elites e por boa parte da classe média brasileira.

As áreas da saúde, transporte, segurança e infraestrutura não foram tão exploradas. O combate à miséria, a diminuição da pobreza e o acesso a dignidade foram temas constantes para a sustentação da imagem de governo. Para reforçar a ideia de que a sua saída era inapropriada, ela lembrou os avanços obtidos até o momento e as deficiências deixadas pelo governo de seus adversários. Souza (2016) argumenta que o movimento de reconstrução social, que desencadeou a ascensão das classes populares no Brasil nos últimos 15 anos, foi o ápice para a concretização do processo de *impeachment*.

A construção da sua imagem pessoal se deu por meio das imagens de mulher, de mãe, de pessoa resistente, batalhadora, que não se esmorecia por nada, que lutava até o fim, e foi lembrada pela sua capacidade de resistência, de enfrentamento, de força, mas que também era sensível, que era a primeira mulher à frente da Presidência. Nota-se que a imagem construída pela ex-presidente em período de crise, de uma mulher mais sensível e até mais fragilizada, pode ser confrontada com a imagem anterior de uma gestora, mais exigente, técnica, pouco afetuosa, revelada pela petista, principalmente quando entrou para a carreira política em 2009 e quando se candidatou em 2010. Essa alteração se deu pelo desejo em tentar

remodelar os papéis sociais que mais agradam às expectativas do público e se ajustar à situação em que se encontra (GOFFMAN, 1975).

Ao construir a sua imagem pessoal, ela também se apropriou de características como idoneidade, honestidade, honradez e dignidade, como se observa no último discurso, em 12 de maio, após seu afastamento temporário: “[...] eu tenho orgulho de ser a primeira mulher eleita presidenta do Brasil. Nestes anos, exerci meu mandato de forma digna e honesta. Honrei os votos que recebi” (ROUSSEFF, Dilma Rousseff, 2016).

A posição de vítima também foi acionada nesses discursos como auxílio para a construção da imagem pessoal. Em todos os discursos, ela colocou-se como sendo vítima de uma “farsa jurídica e política”. No entanto, deve-se ter em mente que a recepção de uma imagem política nunca procede no vazio. Ela passa por quadros interpretativos precedentes, como os quadros midiáticos, os quadros sociais e os quadros culturais, que operam como preconceitos ativos na decodificação da mensagem (GOMES, 2004). Portanto, a estratégia de se vitimizar encontrou bloqueios nos quadros interpretativos adjacentes, que não partilharam desse mesmo recorte na construção da imagem da petista, como, por exemplo, o recorte midiático (PORTO, 2004; GOFFMAN, 2012; TUCHMAN, 1978).

A posição de vítima pode ser vista no último discurso, em 12 de maio, no qual ela ressaltou: “Esse processo é um processo frágil, juridicamente inconsistente, um processo injusto, desencadeado contra uma pessoa honesta e inocente. É a maior das brutalidades que pode ser cometida contra qualquer ser humano: puni-lo por um crime que não cometeu” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016). Ela ainda explicou que pode ter cometido “erros, mas não crimes”.

A sua imagem também foi construída por meio do discurso de que foi a primeira mulher eleita presidente do Brasil, e esse foi um dos motivos que explicavam os acontecimentos políticos que levaram ao *impeachment*. Tratava-se de um preconceito, não revelado, travestido de legalidade, como se observa no discurso do dia 19 de abril de 2016:

Nós sabemos que a democracia também, para nós, é uma questão de luta contra o preconceito de gênero. E eu quero reconhecer, hoje até reconheci, foi uma pergunta de um jornalista canadense, que me perguntou se eu acreditava que neste processo todo tinha havido, também, algo... Que tinha a ver com o preconceito pelo fato de eu ser mulher. Acho que tem uma parte significativa disso. Tem um certo tratamento, que é uma tentativa de desvalorizar, de diminuir, de colocar como sendo a mulher uma pessoa que não tem força para resistir à pressão, a mulher como um ser frágil, um ser que cuja fragilidade não está na sua capacidade de sentir, mas cuja fragilidade é de caráter, isso é um absurdo, eu me rebelo contra isso. Acho que as mulheres desse País são mulheres fortes, que comprovaram isso ao longo da história e que hoje, mulheres anônimas, que saem de casa, vão trabalhar, criar seus filhos,

que lutam todo dia, elas não são frágeis, elas enfrentam dificuldades e nunca desistem (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

A associação à imagem de Lula foi outra estratégia fortemente utilizada pela ex-presidente. Sabendo que a imagem pública de um sujeito envolve um complexo de informações, noções e conceitos partilhados por uma coletividade que o caracterizam, ao associar sua imagem à imagem de Lula, a ex-presidente acionou também as noções e conceitos partilhados socialmente por ele (GOMES, 2004). Ao falar sobre o ex-presidente, ela deu prioridade por retomar a história de vida e a superação para chegar e conquistar o cargo de presidente: “[...] o Lula, porque saiu aqui do Nordeste num caminhão como retirante, sabia o que era não ter água. Não ter água é não ter vida, não ter água é não conseguir viver” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016). E, em outros momentos, estes, em maior proporção, ela se apoderou das conquistas obtidas pelo seu governo. Ressaltou que tais iniciativas representavam o início daquilo que ela estava dando continuidade: “Nós, nos últimos 13 anos a partir do governo do presidente Lula e no meu governo, implementamos várias políticas para atingir esse propósito, que é fundamentalmente democratizar acesso à informação [...]” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

A economia esteve presente em cinco dos dez discursos. Todavia, sempre que mencionada, aparecia sempre sob ótica positiva. Na tentativa de articular a construção positiva da sua imagem, a petista escondeu suas deficiências do público e, quando estas foram colocadas à vista, apresentou-se de forma mascarada, para que não comprometesse o processo de construção diante do público (GOMES, 2004; SAMPAIO, 2016). A educação foi, então, apontada como uma das saídas para que a economia continuasse avançando em seus governos e no de Lula.

A crise vivenciada nos últimos meses aparecia remotamente e sempre sob um olhar otimista. Apontava caminhos possíveis, minimizando os efeitos e prevendo melhoras em um curto espaço de tempo como pode ser descrito no discurso do dia 9 de maio: “[...] é verdade, a gente enfrenta desafios na economia. Mas vejam vocês, e não se esqueçam disso: a inflação está caindo; chegará sem sombra de dúvida, até o final do ano, muito próximo da meta, abaixo de 7%” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016). A menção a apoios recebidos de sua parte também apareceu em cinco discursos. Esse apoio foi mais explícito na figura de mulheres e das minorias. Mais uma vez, a associação de outras imagens de atores adjacentes torna-se estratégia crucial do desenvolvimento da imagem pessoal da petista (GOMES, 2004).

Articulação política e ascensão social também estiveram presentes em cinco discursos. A articulação política estava intimamente relacionada à figura de Eduardo Cunha e

de seus aliados políticos. Houve um momento em que a presidente assumiu que parte da ineficiência de seu governo se devia ao fato do Congresso ter se mobilizado para parar seu governo, não trabalhando e não votando em nada do que ela propunha, decorrentes da crise decorrente, principalmente do presidencialismo de coalizão (ABRANCHES, 1988; PEREIRA; JOUKOSKI, 2015; MAINWARIN, 1993). E essa articulação dos seus adversários, que ocasionou a paralisação, se deu desde o momento em que venceu nas urnas:

Qual o problema do País? É a instabilidade política. A instabilidade política daqueles que torcem pelo ‘quanto pior, melhor’. Aqueles que, há 15 meses, desde que eu fui eleita com 54 milhões de votos, primeiro pediram recontagem dos votos, e não adiantou nada. Depois, falaram que as urnas – essas urnas das quais nós temos orgulho pela segurança –, essas urnas eram suspeitas; também não adiantou nada. Depois entraram no Tribunal Superior Eleitoral alegando que eu não podia tomar posse em dezembro de 2015. Também as minhas contas foram aprovadas e tomei posse. Ao longo de todos esses últimos anos, que abarcam esses 15 meses, eu fui objeto de ‘pautas-bomba’. Não só aprovaram as nossas propostas, como aumentaram os gastos do governo indevidamente. E, por fim, nos últimos cinco meses, o ex-presidente da Câmara não nomeou nenhuma comissão. Eu não sei se o País sabe, mas o Legislativo está parado por conta do fato de o ex-presidente não ter nomeado não só aquelas comissões que dizem respeito à Câmara, mas quando são comissões mistas que têm que ser nomeadas juntas com o Senado, nenhuma funciona (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

A realização de políticas direcionadas às mulheres apareciam em menor número: estiveram presentes em quatro dos discursos que proferiu. Infraestrutura e energia foram temas que ela pouco trabalhou na sua articulação com o público, presentes apenas em três discursos. Com o mesmo número de aparições, três discursos, o apelo ao engajamento dos brasileiros foi uma estratégia tímida da presidente, porém estava presente entre as suas artimanhas de construção imagética. Ela os convidava a não se esmorecerem diante dos acontecimentos, a lutarem pela democracia e a não desanimarem. Resistência era a palavra central como incentivo ao engajamento da população como pode se observar no discurso do dia 12 de abril: “Peço que vocês, que todos nós e o povo brasileiro, estejamos atentos e vigilantes nos próximos dias. Os golpistas tentarão de tudo: tentarão nos intimidar, tentarão nos tirar das ruas, usarão todos os artifícios possíveis” (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

Os movimentos sociais apareciam em três discursos. Saúde, manifestações, combate à miséria, corrupção e escândalos estavam em dois discursos apenas. Segurança e Tecnologia foram citados em apenas um discurso.

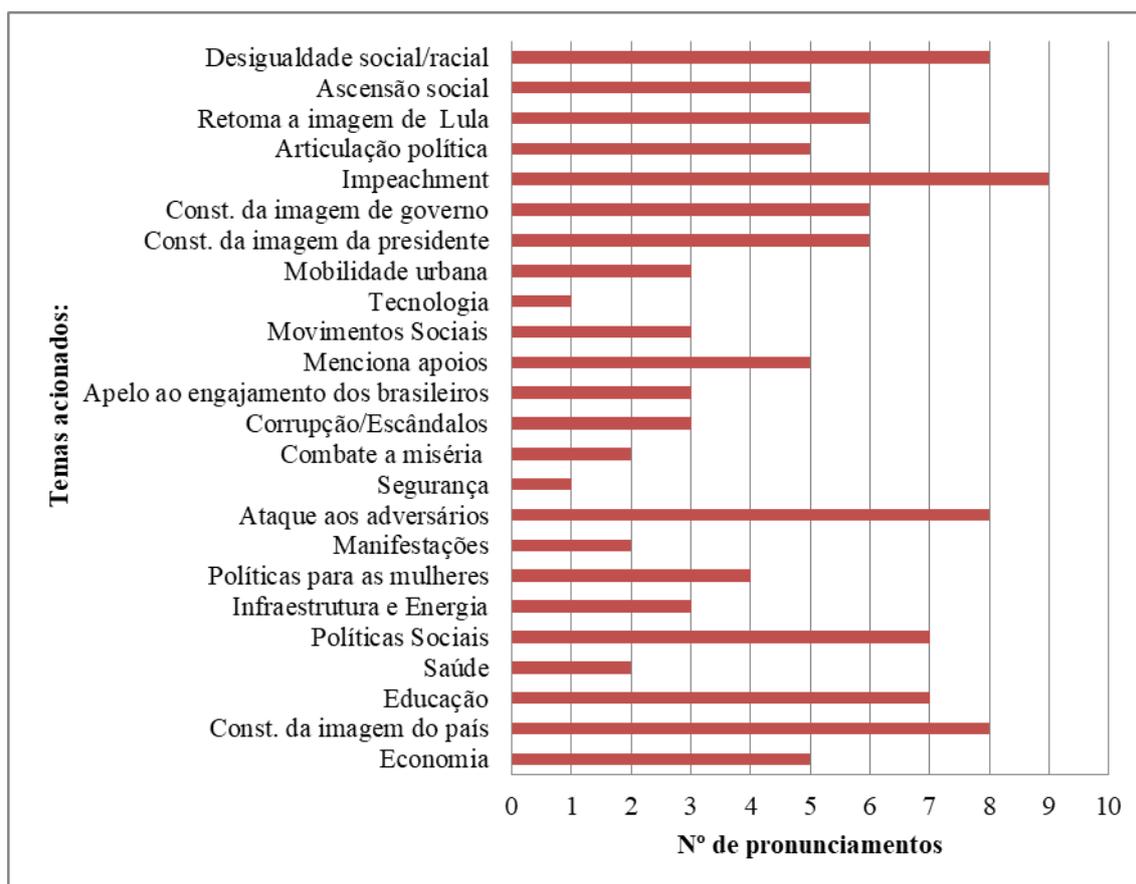


Figura 1 - Representação gráfica dos temas acionados por Dilma Rousseff nos pronunciamentos políticos
 Fonte: elaboração própria da autora (2017).

Quadro 4 - Temas acionados por Dilma Rousseff nos pronunciamentos políticos

Tipo de tema acionado	Pronunciamentos										Total:
	1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	9º	10º	
Economia			X		X		X		X	X	5
Construção da imagem do País	X	X	X		X	X	X	X	X	X	9
Educação		X	X		X	X	X	X		X	7
Saúde					X					X	2
Políticas sociais		X	X		X	X	X		X	X	7
Infraestrutura e energia						X	X		X		3
Políticas para as mulheres		X	X	X			X				4
Manifestações					X					X	2
Ataque aos adversários	X		X		X	X	X	X	X	X	8
Segurança						X					1
Combate à miséria		X					X				2

Corrupção/Escândalos	X		X								2
Apelo ao engajamento dos brasileiros			X					X		X	3
Menciona apoios			X	X		X	X	X			5
Movimentos sociais			X			X				X	3
Tecnologia		X									1
Mobilidade urbana			X				X		X		3
Construção da imagem da presidente	X			X	X	X	X			X	6
Construção da imagem de governo	X	X	X		X	X		X			6
Impeachment	X		X	X	X	X	X	X	X	X	9
Articulação política	X		X			X			X	X	5
Retoma o nome de Lula		X	X			X	X	X	X		6
Ascensão social		X	X			X			X	X	5
Desigualdade racial/social		X	X	X	X	X	X		X	X	8

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

A seguir, para que seja feita uma análise ainda mais consistente, foram identificadas as temáticas iniciais – os assuntos sobre os quais Dilma Rousseff precisava discursar – e as temáticas mais evidentes que estiveram por trás do discurso principal. Nota-se que, em alguns casos, a temática inicial é pouco trabalhada no discurso e dá-se maior ênfase a questões secundárias que nada têm a ver com o discurso principal para o qual se direcionou a falar.

Quadro 5 - Temas mais evidentes nos pronunciamentos

Pronunciamento	Data	Temática inicial	Temáticas mais evidentes
01	02/12/2015	<i>Impeachment</i>	<i>Impeachment</i> , Ataques e Construção da imagem do País e da presidente
02	05/04/2016	Educação	Educação, Políticas Sociais e Ascensão Social
03	12/04/2016	Educação	<i>Impeachment</i> , Educação, Políticas sociais, Ascensão social, Construção da imagem do País e de governo, Ataque aos adversários
04	19/04/2016	Manifestação de apoio	<i>Impeachment</i> , Construção da imagem da presidente, Manifestação de apoio
05	29/04/2016	Saúde	Políticas sociais, Saúde, Educação, <i>Impeachment</i> , Ataque aos adversários
06	06/05/2016	Política social	Política Social, Ataque aos adversários, Construção da imagem de governo, de País e da presidente, <i>Impeachment</i>
07	06/05/2016	Infraestrutura e energia	Energia, <i>Impeachment</i> , Construção da imagem do País e da presidente, Ataque aos adversários, Políticas sociais
08	09/05/2016	Educação	Educação, Construção da imagem de governo, <i>Impeachment</i> , Ataque aos adversários
09	09/05/2016	Mobilidade urbana	Infraestrutura, Construção da imagem do País, Mobilidade Urbana, Ascensão social, Economia, <i>Impeachment</i> , Ataque aos adversários

10	12/05/2016	<i>Impeachment</i>	<i>Impeachment</i> , Construção da imagem do País e da imagem da presidente, Ataque aos adversários, Economia, Educação, Desigualdade social
----	------------	--------------------	--

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

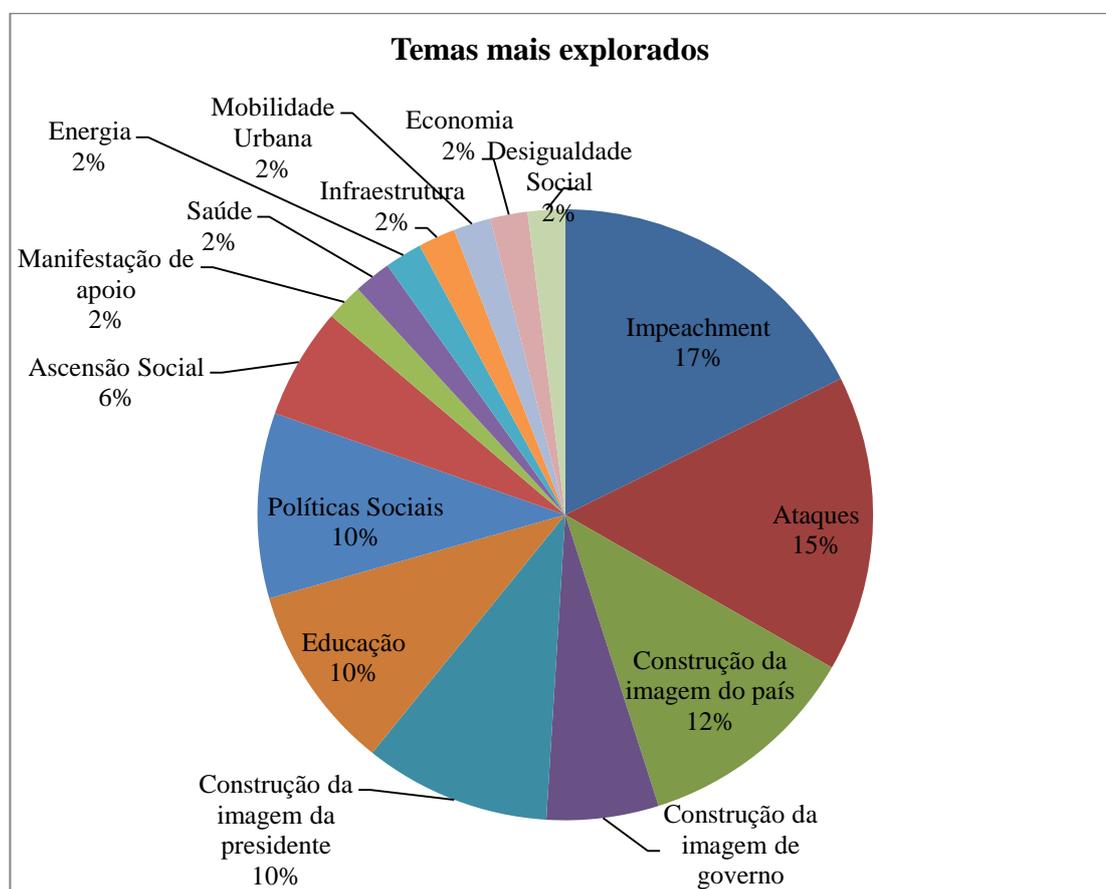


Figura 2 - Representação gráfica dos temas mais explorados por Dilma Rousseff nos pronunciamentos políticos
Fonte: elaboração própria da autora (2017).

Como se observou nos pronunciamentos dados por Dilma Rousseff, o *impeachment* foi o assunto que mais predominou em suas falas. Esse acontecimento é sempre construído na articulação de que se tratava de um golpe, uma ilegalidade, um ato irresponsável, ilícito e improcedente. Essa foi a construção imagética que a ex-presidente fez do acontecido e que ela, conseqüentemente, distribuiu para aqueles que a escutavam. Castells (2015) explica que a moldagem da mente humana pela construção de significado por meio da produção de imagens, seja ela visual ou não, em nosso cérebro é uma relação de poder significativa, pois permite que os indivíduos sofram influência e sejam atingidos por essa moldagem.

Quando a ex-presidente criou esse recorte do processo do *impeachment*, ela estava procurando interferir diretamente na construção do que as pessoas que a ouvem devem pensar

sobre o fato. Ela direcionou os pensamentos, alinhou os argumentos e construiu a sua versão sobre o que aconteceu. Ao trazer dados, explicitar que em outros momentos ações idênticas às suas não tiveram o mesmo fim, ela tentou estabelecer contrapontos aos argumentos de seus opositores e, principalmente, da grande mídia, procurando dar sustentação para moldagem de ilegalidade e impropriedade do processo.

A estratégia de falar sobre o processo, de explicitar, de trazer exemplos, de criticar e de expor o fato foi considerada mais necessária do que ocultá-lo, tanto que a ex-presidente falou sobre o *impeachment* em nove dos dez pronunciamentos que fez. Nota-se uma antecipação por parte de Dilma em falar do assunto, na tentativa de controlar a interação com o público, uma vez que os desdobramentos do processo eram de maior interesse e curiosidade por parte da população (GOFFMAN, 1975). Trazer à tona sua versão e se justificar faziam parte de suas estratégias de administração da imagem em período de crise. Tratava-se de uma tentativa de controlar a sua imagem, para que ela não se perdesse diante das outras imagens que estavam sendo construídas em outros espaços. (GOMES, 2004).

Sabe-se que os políticos, ainda que não queiram, são obrigados, em maior ou menor grau, a recorrer à mídia para estabelecer contato com seu público, pois a política precisa atingir um grande número de pessoas e a comunicação nesses espaços, de fato, alcança um número expressivo de indivíduos (GOMES, 2004). Como será analisado a seguir, a utilização do espaço de comunicação governamental, para falar do processo de *impeachment*, se deu em resposta a uma inexistência de voz nas mídias massivas e a uma ausência de enquadramentos positivos sobre o momento em questão (RODRIGUES, 2001; PORTO, 2004).

Logo, é nesse espaço, livre e sem coerções, que a ex-presidente Dilma Rousseff encontrou oportunidade de fala, de defesa, de angariar apoios, votos e até mesmo de alimentar sua imagem política naquele momento muito desgastada. No entanto, era um espaço consideravelmente pequeno em níveis de audiência, se comparado ao poder da grande imprensa, responsável por orientar os indivíduos e pautar seus imaginários e ações (RODRIGUES, 2001).

Nota-se que, em todos esses discursos, ela utilizou uma linguagem didática e espetacular como se contasse uma história. Em alguns momentos, percebe-se a exacerbação do drama, da emoção, da sensibilidade. Apesar de Gomes (2004) falar dos mecanismos utilizados pelos políticos para se adaptar à lógica midiática, é possível pensá-los também na representação fora da mídia, em que se tenha um público e seu desejo é convencê-los. Enredos dramáticos que provocam temor, piedade, raiva, indignação e comoção são

preteridos pela ex-presidente como forma de concretizar a estratégia de construção imagética diante do público e sensibilizá-los.

A troca de papel na representação também é algo a ser observado na pesquisa. A ex-presidente Dilma Rousseff, conhecida pela sua personalidade forte, pela sua bravura e por resistência, diante desse cenário, assumiu um novo papel: o de vítima e injustiçada. Trata-se de uma estratégia, segundo Schwartzberg (1977), de adequar-se à nova ambientação do espetáculo para seduzir e conquistar o público, papel antes não utilizado pela petista. Ainda que sua resistência seja atestada, ela se apresentou de modo mais frágil e se colocou como vítima de um preconceito velado pelo fato de ser mulher. De acordo com Gomes (2004), a melhor política de imagem é aquela em que o ator consegue se encaixar nas demandas, que são mutáveis, e remodelar seus papéis de forma ágil e rápida, para se encaixar na imagem ideal, que as pessoas esperam que ele tenha.

Apesar de Goffman (1975) falar da representação teatral nas relações cotidianas e não considerar a representação na política, seus estudos são importantes aliados na compreensão do papel do político diante do público. Na ótica do autor, os indivíduos, ao se colocarem na condição de pessoas socializadas, inevitavelmente e conscientes ou não, vão desempenhar papéis sociais diante do outro. Nesse jogo de representação e de dramaturgia, os indivíduos mudam as máscaras sociais conforme o contexto e os interlocutores.

Tendo como base a análise dos pronunciamentos feitos por Dilma Rousseff no período do *impeachment*, nota-se que há uma tentativa de utilizar a máscara do ser humano comum (SCHWARTZENBERG, 1977), que sofre, que foi torturado, que é acometido por doenças, que enfrentou os desafios da vida e que ainda continua lutando sem esmorecer como descrito no discurso proferido no dia 12 de maio de 2016:

O destino sempre me reservou muitos desafios, muitos e grandes desafios. Alguns pareciam intransponíveis, mas eu consegui vencê-los. Eu já sofri a dor indizível da tortura; a dor aflitiva da doença; e agora eu sofro mais uma vez a dor igualmente inominável da injustiça. O que mais dói, neste momento, é a injustiça. O que mais dói é perceber que estou sendo vítima de uma farsa jurídica e política. Mas não esmoreço. Olho para trás e vejo tudo o que fizemos; olho para a frente e vejo tudo o que ainda precisamos e podemos fazer. O mais importante é que posso olhar para mim mesma e ver a face de alguém que, mesmo marcada pelo tempo, tem forças para defender suas ideias e seus direitos (ROUSSEFF, Discurso Político, 2016).

A construção da imagem da petista, também, foi uma estratégia muito utilizada nesse período. Ela foi caracterizada a partir de atributos femininos. Tal fato pode ser relacionado à discussão feita por Schwartzberg (1977). O autor argumenta que há uma personalização na política e nesse processo emergem os líderes que passam a impor imagens

com o intuito de gerar identificações no público. Para isso, o sociólogo cria uma tipologia de líderes: (1) o herói, (2) o homem ordinário, (3) o líder charmoso, (4) o pai da pátria e (5) a estrela da política feminina.

Em um momento como esse, Dilma Rousseff, mais do que nunca, sustentou a imagem da política feminina. É por meio das mulheres que a ex-presidente reforçou a sua imagem. O reforço se dá traçando as características presentes no gênero feminino, como a força, a bravura, a resistência e a luta. As características anteriores de gestora eficiente, rígida, séria e firme, que a fizeram ser aceitas na política, mudaram. E nota-se a aceitação de um papel diferente: a mulher política. Goffman (1975) argumenta que o indivíduo o tempo todo está representando papéis e estes variam conforme a situação vivenciada. Diante do momento de crise, a ex-presidente Dilma acionou outro papel na sua representação diante do público, para um convencimento maior no processo de atuação frente ao outro.

Entre os argumentos utilizados para afirmar seu papel, estavam os de eficiente, séria, honesta, mas, sobretudo, de mulher, mãe, que luta e defende aqueles que a rodeiam. No entanto, essa mulher não aparece fragilizada. Há uma insistência por parte da petista de se mostrar resistente, de não esmorecer, de lutar até o fim, ainda que seja mulher e esteja passando por situações inapropriadas, sofrendo um preconceito velado, insultos e provocações.

Para Schwartzberg (1977), ao se decidir pela criação de uma imagem diante de seu público, é preciso acionar uma imagem capaz de captar e fixar a atenção. É necessário se tornar a estrela principal do teatro político. A estratégia encontrada pela ex-presidente foi utilizar uma imagem seduzível ao público, a de mulher que sofre um preconceito pelo fato de ser ela mesma, em um ambiente hostil a essa classe. Imagem, por si só, bastante eficiente se pensarmos que estamos no auge das discussões sobre o papel da mulher e os preconceitos sofridos por ela na sociedade. Remete, principalmente, à questão da misoginia – o forte preconceito ainda arraigado na sociedade brasileira em que predomina a sociedade patriarcal e machista. Daí, as ofensas constantes contra a ex-presidente Dilma Rousseff, por ser a primeira mulher a ocupar a Presidência da República.

Ao dar ênfase para a construção da imagem do País e para a construção da imagem de governo, nota-se que, apesar da sua campanha política ter se encerrado em outubro de 2014, seus discursos continuaram sendo de quem ainda tentava fazer campanha (MELO; BAPTISTA, 2013). Ela apontava números, descrevia os avanços, mencionava apoios e convidava a população a se engajar. Ela ainda tentava convencer e fortalecer sua imagem. Ela utilizou-se do que estudiosos da comunicação descrevem como campanha permanente.

Hecló (2000) argumenta que todo dia é dia de eleição na campanha permanente: “Tal campanha é um processo sem fim procurando manipular fontes de aprovação do público para se engajar em uma ação de governar em si mesma”. Na campanha permanente, os governos estão sempre divulgando ações com intuito de persuadir os cidadãos para que mantenham o apoio às políticas implementadas. Por isso, utilizam-se dos recursos disponíveis, principalmente as estratégias comunicacionais para auxiliar na construção dessa campanha.

Todavia, com uma crise econômica, política e institucional intensificada pela oposição e por grupos do PMDB, liderados por Eduardo Cunha, percebe-se que a retórica da presidente em ressaltar as conquistas de 13 anos foi uma das estratégias adotada pela petista, que começou a perder força, e não foi suficiente para sustentar sua imagem e impedir a sua saída. Para Gomes (2004), não basta organizar fatos e mensagens durante o processo de emissão, a fim de que uma imagem se dê da forma que se quer. É preciso que se tenha em mente que a imagem pública de um político se consolida na recepção, em que existem codificações próprias de indivíduo para indivíduo, orientando a recepção do material, em que é impossível um controle político.

Como forma de construir a imagem de seu governo, Dilma Rousseff utilizou-se do discurso de situação, que, conforme explicam Figueiredo *et al.* (1998), são os discursos de ordem ficcional de que o mundo está bom e pode ficar ainda melhor se permanecer o mesmo grupo no poder, enquanto a oposição alega que o mundo atual está ruim e somente se houver mudanças de grupo político é que a situação pode melhorar.

Dessa forma, nos discursos, Dilma procurou construir a ideia de que as gestões do PT – tanto as de Lula quanto as suas – transformaram o País, gerando uma sociedade mais inclusiva, uma “Pátria Educadora”. Procuraram persuadir aqueles que a ouviam de que, se o processo de *impeachment* não fosse para frente, significaria a garantia de manter os avanços do País e a oportunidade de aperfeiçoá-los e expandi-los. E que se acontecesse o contrário e ela fosse afastada, o cidadão poderia estar colocando em risco as conquistas sociais e econômicas obtidas até o momento (FIGUEIREDO *et al.*, 1998).

Entre os temas que a ex-presidente utilizou para reforçar a sua imagem de governo, a educação foi, sem dúvida, o pilar mais forte de sustentação. Os programas sociais e o discurso de ascensão social e igualdade de direitos básicos à educação, saúde e moradia deram o tom dos avanços e conquistas obtidos pelo governo. Entre os assuntos mencionados, a economia foi pouco recorrente nos discursos.

Sampaio (2016) explica que, na tentativa de ser bem avaliado, os políticos precisam administrar de forma estratégica sua imagem de modo que eles ampliem as eficiências de seu governo e minimizem as deficiências que possam ser consideradas problemáticas na formação de imagem. Logo, como forma de tentar esconder aquilo que lhe desfavorece, a ex-presidente decidiu por não mencionar a crise econômica que seu governo enfrentava e, quando o fazia, trazia números e discursos de que estava trabalhando para o fim dela.

O ataque aos adversários foi outra estratégia bem presente nos discursos feitos pela ex-presidente. Vale lembrar que, nas disputas políticas e eleitorais ou na campanha permanente, os ataques são chamados de propaganda negativa (BORBA, 2013). Na perspectiva de Gomes (2004), no mundo político, vem se impondo, aos poucos, a convicção de que grande parte da disputa política se resolve na competição pela construção, controle e determinação da imagem de indivíduos, grupos e instituições políticas. Construir uma imagem é, também, em alguns momentos, desconstruir a imagem alheia. Tudo depende do manuseio das informações que se obtém e como se trabalha com elas.

Nota-se que, num momento de crise, a competição pela construção e controle de imagens políticas estava acirrada. Havia uma disputa constante em tentar fazer as pessoas absorverem imagens distintas de uma mesma pessoa segundo a lógica política de cada uma. Ainda que Dilma Rousseff se preocupasse em construir e reafirmar sua imagem pessoal destacando suas qualidades, ela decidiu também construí-la por meio da desconstrução da imagem de seus opositores. Isso acaba reforçando a sua imagem pessoal e desgastando a imagem daqueles que são seus oponentes diretos. Gomes (2004) explica que, na batalha pelo controle da imagem pública, o ator político não precisa apenas controlar a sua imagem, mas também fazer com que o adversário perca o controle da sua própria imagem. E foi isso que a petista procurou fazer diante da crise pela qual passava. Buscou desestabilizar seus adversários por meio da desconstrução da imagem deles.

Uma outra estratégia pode ser apontada segundo as lógicas de construção da imagem da ex-presidente durante o processo de *impeachment*. Observa-se que a recorrência da imagem de Lula não foi uma utilização feita ao acaso. Trata-se de uma estratégia de construção de imagem pessoal e de imagem do País, uma vez que Lula tem um poder imagético muito forte diante do imaginário das pessoas pelo caráter personalista e expressivo que tiveram a sua imagem e a imagem de seu governo.

Como aponta Manin (1995), desde os anos 1980, vive-se a emergência de uma nova forma de representação política – a democracia de público, centrada nos líderes

personalistas. O acionamento da figura do líder Lula, que simbolizou durante seu governo a imagem da Nação e até mesmo do partido em âmbitos nacional e internacional, retrata a importância do resgate dessa imagem como auxílio na construção da imagem da petista.

Quando ocupou o cargo de presidente do País, seu governo foi destaque pelos avanços na geração de empregos, diminuição da desigualdade social, redução do percentual da população brasileira que vivia abaixo da linha da pobreza e criação de programas sociais inclusivos. Ao terminar o mandato, o ex-presidente tinha 83% de aprovação, segundo pesquisa Ibope³¹, e era considerado o melhor presidente da história por 71% dos brasileiros de acordo com o instituto *Datafolha*.

Outra conquista obtida pelo ex-presidente foi em relação à imagem do Brasil no exterior. O País chegou a ganhar os holofotes internacionais. O até então presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, chegou a dizer em 2009, uma roda de líderes mundiais, antes do início da reunião do G20, em uma sala de conferência em Londres: “Esse é o cara. Eu adoro esse cara”, “o político mais popular do planeta”³². Em abril de 2010, Lula entrou na lista da revista americana *Time*³³ como uma das 100 personalidades mais influentes do mundo.

A revista faz uma tradicional indicação anual das 100 pessoas mais influentes do mundo nas categorias “líderes”, “heróis”, “artistas” e “pensadores”. Ao falar sobre Lula, o documentarista Michael Moore apresenta uma breve biografia do presidente: “O que Lula quer para o Brasil é o que nós [dos Estados Unidos] costumávamos chamar de sonho americano”. O ex-presidente americano, Barack Obama, também esteve presente como um dos líderes mais influentes da revista.

Essa, então, era a imagem que Lula possuía para o Brasil e para o exterior. Nesse sentido, Gomes (2004) argumenta que mais complicado do que produzir uma imagem pública é alguém conseguir fixá-la, pois a imagem encontra-se em constante movimento. Não é possível paralisá-la e imaginar que ela continuará sempre a mesma. Através das ações, dos gestos, das relações, da comunicação e do que dizem sobre você, uma imagem pode variar. E essa é a tarefa que mais preocupa e ao mesmo tempo que mais confere problemas ao político.

³¹ Os dados da pesquisa Ibope podem ser verificados no *link* <<http://veja.abril.com.br/politica/lula-encerra-mandato-com-aprovacao-de-83-afirma-ibope/>>. Acesso em: 30 nov. 2017.

³² A notícia sobre o acontecimento pode ser lida no *link* <http://www.bbc.com/portuguese/multimedia/2009/04/090402_lulaobamavideo.shtml>. Acesso em: 30 nov. 2017.

³³ A matéria sobre o acontecimento descrito no texto pode ser lida no *link* <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2010/04/revista-time-escolhe-lula-como-o-lider-mais-influente-do-mundo.html>>. Acesso em: 30 nov. 2017.

E esse fato não foi diferente com o ex-presidente Lula. É indiscutível a tentativa de desconstruir a sua imagem política e pessoal nos últimos tempos. Seu nome esteve presente negativamente nas coberturas midiáticas, sendo atrelado a notícias sobre corrupção. Nas manifestações ocorridas no País, seu nome estava sempre presente como um dos alvos do protesto. Nesses eventos, era possível perceber um boneco gigante vestido de presidiário. Ainda que ele não estivesse mais no poder, não era difícil encontrar mensagens ofensivas ao ex-presidente.

Para Gomes (2004), é demasiadamente difícil paralisar ou fixar a imagem de um determinado ator social, visto que ele é um constante produtor de ações e expressões que podem e são lidas de modo diferente no decorrer do tempo, constituindo novas imagens. Sendo assim, inicialmente, é possível imaginar que a estratégia de Dilma Rousseff de mencionar o nome de Lula em seus discursos, em um período em que sua imagem estava desgastada pelas constantes acusações que sofria, foi uma estratégia falha, pois, ainda que o ex-presidente tenha uma bagagem positiva de atribuição imagética, esta encontrava-se desgastada também.

No entanto, analisando de forma mais ampla, percebe-se que a situação em que Dilma proferiu esses discursos e o público para o qual ela discursou eram de pessoas pelas quais Lula tinha uma força de mobilização muito grande: a população e o eleitorado mais vinculado aos movimentos sociais e de esquerda são os grupos mais beneficiados pelas suas ações. A estratégia seria mais equivocada se a petista falasse, por exemplo, de Lula na grande mídia, em que o ex-presidente não tinha força e em que sua imagem estava mais problemática. Mas como ela o faz em um ambiente mais propício, com aliados, essa ação não se torna estranha.

5.4 ANÁLISE DAS POSTAGENS NA *FANPAGE* DE DILMA ROUSSEFF

Como descrito anteriormente, a escolha pela análise das postagens em sua *fanpage* decorre-se do fato de que a ideia do trabalho é compreender as estratégias utilizadas por Dilma Rousseff na construção da sua imagem no período completo do *impeachment*. Considerando o fato de que Dilma Rousseff foi afastada temporariamente de suas funções políticas em 11 de maio de 2016, o espaço de fala mais apropriado naquele momento para manter contato com a população e para se fazer presente nesse período era a *internet*, mais especificamente as redes sociais, no caso a *fanpage*.

Dilma não tinha espaço na mídia massiva e o ciberespaço tornou-se a opção, uma vez que ela não pode mais realizar os discursos políticos nas instituições e no seu cargo. A

ação de manter o discurso nas redes sociais foi uma estratégia eficiente, pois, segundo Gomes (2006), a informação disponibilizada na *internet* é frequentemente desprovida das coações dos meios tradicionais de comunicação, como, por exemplo, a grande imprensa. Isso significa, portanto, que a mensagem não é distorcida ou alterada para servir a interesses ou forças específicas.

A seguir, é possível identificar os acontecimentos políticos que se sucederam quando a ex-presidente estava afastada e quantas postagens foram feitas nesses dias.

Quadro 6 - Acontecimentos políticos e relação de postagens

Data	Acontecimento Político	Nº de postagens
27 de junho de 2016	Comissão especial avalia se houve ou não crime de responsabilidade cometido por Dilma	3
29 de agosto de 2016	Dilma se defende das denúncias feitas a ela	10
31 de agosto de 2016	Ocorre a segunda votação no Senado e Dilma é afastada definitivamente de seu cargo	4

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

Como se observa, foram identificadas 17 postagens que serão analisadas a seguir. Analisando o conteúdo das mensagens, nota-se que as estratégias mais utilizadas pela ex-presidente em sua *fanpage* foram: a construção da sua imagem pessoal, a construção da imagem do País e o ataque aos adversários. Esses temas estiveram presentes nos três dias em que foi analisada a sua página na *internet*.

A construção da imagem da ex-presidente foi uma estratégia utilizada nos dias 27 de junho, 29 e 31 de agosto. Diferentemente do que ocorre na mídia, em que as mensagens produzidas pelos líderes políticos são impossíveis de serem monitoradas ou controladas para que se obtenha certo tipo de visibilidade (THOMPSON, 1988), nas redes sociais Dilma conseguiu administrar a imagem construída e a sua visibilidade diante do público apesar de não conseguir controlar por completo, em nenhum dos casos, a imagem captada pelo público na recepção (GOMES, 2004).

No dia 27 de junho, a construção imagética da ex-presidente se deu por meio de uma entrevista concedida por Dilma à Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo, cujo *link* para a matéria encontra-se nas três publicações compartilhadas nesse dia. Analisando o conteúdo da reportagem, Dilma Rousseff construiu a sua imagem baseada, principalmente, na questão do gênero, já que se tratava da primeira mulher a ocupar a Presidência da República. Ao construir essa imagem, ela lembrou a sua trajetória de vida e

os problemas enfrentados para se chegar aonde chegou. Tais mensagens tiveram um apelo emocional, trabalhando com a encenação e o espetáculo (SCHWARTZENBERG, 1977).

Falou sobre o preconceito ao gênero, da imposição de estereótipos em ambientes onde você é minoria e da confusão que as pessoas fazem ao fato de que mulher precisa ser frágil e sensível. Procurou construir a imagem de mulher forte, que sobreviveu a tortura na cadeia e que estava sendo torturada novamente e sendo vítima de um golpe. Mais uma vez, a narrativa da construção, ainda que não esteja ambientada no espaço midiático, acionou os mesmos mecanismos de espetacularização apontados por Gomes (2004): o drama, o entretenimento e a narrativa encenada.

No dia 29 de agosto, essa construção se deu basicamente em torno da demonstração de apoios que a ex-presidente recebeu nesse período. Entre as publicações de apoio, estavam uma foto de Lula, abraçado ao cantor Chico Buarque, Guilherme Boulos e João Paulo, membros da Coordenação Nacional do Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST). Em outra publicação, Dilma apareceu abraçada a Chico Buarque, e o texto que acompanhava a foto dizia que ambos estiveram reunidos no Alvorada, conversaram e Chico acompanhou o depoimento dela no Senado.

Outra imagem de apoio à presidente refere-se a fotos da população nas ruas manifestando sobre o processo de *impeachment* e acompanhando o depoimento da petista. Uma construção imagética não se dá apenas pelo que se diz, ou pelo que se fala, mas também por meio dos mecanismos que se aciona em volta da construção. Personagens adjacentes, com suas histórias, suas contribuições e seu poder de persuasão e alcance são colocados como suporte no reforço de uma construção imagética (GOMES, 2004).

No dia 31 de agosto, a construção de sua imagem pessoal ocorreu por meio do pronunciamento feito no Palácio da Alvorada após a decisão de afastamento definitivo do cargo. A íntegra do pronunciamento se encontra em um *link*³⁴ direcionando as pessoas para o *blog* da presidente. Nesse pronunciamento postado em sua *fanpage*, Dilma construiu a sua imagem através do acionamento da figura de mulher, de primeira presidente do gênero feminino, e também reafirmou o seu papel de vítima, de que estava sendo injustiçada e era inocente.

A construção da imagem do País apareceu nos dias 27 de junho e 31 de agosto, sendo que nesse último dia foi explorada em duas postagens. No dia 27 de junho, foi abordada

³⁴ *Link* refere-se a um elemento de hipermídia formado por um trecho de texto em destaque ou por um elemento gráfico que, ao ser acionado (geralmente, mediante um clique de *mouse*), provoca a exibição de novo hiperdocumento.

a partir de um *link*, que direcionava as pessoas para uma entrevista feita pela Agência Pública. Para construir a imagem do País, a ex-presidente defendeu as medidas tomadas nas áreas da educação e da economia, assim como as políticas de meio ambiente, que representavam uma continuidade daquilo que foi iniciado por Lula. Nota-se que Dilma se articulou em torno de temas que lhe garantiam segurança e procurou ocultar temas que poderiam lhe parecer desfavoráveis diante da população. Trata-se de uma articulação de destacar aspectos positivos e ocultar aspectos negativos (SAMPAIO, 2016).

Já no dia 31 de agosto, essa construção ocorreu no texto de despedida publicado pela ex-presidente aos seus seguidores no *Facebook*. Para construir a imagem do País, Dilma mencionou a figura do ex-presidente Lula e articulou-se afirmando que os governos do PT foram fundamentais para os avanços na inclusão social, a diminuição da desigualdade social e as melhorias na obtenção de direitos básicos aos cidadãos.

No pronunciamento, feito no mesmo dia, a construção da imagem do País seguiu essa mesma linha de defesa. Esteve relacionada aos 13 anos de governo petista e se sustentou com projetos que visavam à inclusão social e à redução de desigualdades, característicos da história do País, nos governos antecessores a eles.

Outra estratégia utilizada por Dilma Rousseff foi os ataques aos adversários, que se sucederam nos dias 27 de junho e 31 de agosto, sendo que no último apareceu em duas postagens. No dia 27, os ataques se concentraram à imprensa brasileira e aos seus opositores políticos. Durante entrevista à Agência Pública, a petista falou constantemente da mídia. Perguntada se ela se surpreendeu com o tratamento da imprensa ou dos políticos durante o processo de *impeachment*, a petista respondeu que se surpreendia com a imprensa todos os dias desde o início do seu mandato. Essa surpresa não era somente em função do fato de ser mulher, mas em decorrência dos projetos que ela representava também.

Ela ainda criticou a imprensa pelos vazamentos seletivos e por fazer escândalos noticiosos com isso. Segundo a ex-presidente, a mídia reforçava em seus discursos que o único partido corrupto era o Partido dos Trabalhadores. O entrelaçamento sistemático de sua imagem com a corrupção praticada por membros políticos, que em algum momento foram seus aliados, também foi uma crítica feita pela ex-presidente à mídia. Nesse momento em que o afastamento era quase certo, Dilma assumiu uma postura mais crítica, não observada durante os discursos oficiais, e fez ataques diretos à mídia. Ela a criticou por não enquadrar de forma positiva as conquistas, avanços e ganhos adquiridos em seu governo, e também os enquadramentos relativos à sua imagem e a de seu partido (PORTO, 2004; GOFFMAN, 2012).

Por exemplo, ao falar sobre a representatividade do Brasil no exterior, Dilma afirmou que a imprensa não noticiava isso. Argumentou que, inclusive, o até então presidente dos EUA, Barack Obama, chegou a ligar para agradecer pelos esforços do Brasil em relação à organização da Conferência de Paris (COP-21), realizada em dezembro de 2015, e o fato nem sequer saiu no jornal. A imprensa, por meio da produção de notícias, é responsável por organizar a realidade social e orientar a percepção dos indivíduos sobre o mundo onde vive (PORTO, 2004; RODRIGUES, 2001).

A mídia, ao dar visibilidade para os acontecimentos, exerce a função de reforçar a existência do fato. Se foi noticiado, é por que de fato aconteceu. Se não saiu na mídia, existem grandes chances de não ter acontecido. O jornalista, ao executar a tarefa de cobrir um acontecimento ou até mesmo de definir o que é ou não notícia, está selecionando algumas coisas e ocultando outras (PORTO, 2004). Quando um fato não é selecionado e não vira notícia, dificilmente as pessoas terão percepção de sua existência, uma vez que a mídia é a principal fonte de informação dos indivíduos (RODRIGUES, 2001).

Ainda na publicação do dia 27 de junho, Dilma também atacou o PSDB. De acordo com a petista, ele foi o setor da oposição que mais perdeu, pois se misturou no movimento do *impeachment* e deu força a ele, assim como estimulou e organizou um movimento que era baseado em questões inadmissíveis. A ex-presidente ainda atacou Michel Temer e Eduardo Cunha. Segundo ela, “Michel Temer é Cunha” e que o grande problema desse governo era tentar esconder a imagem do ex-presidente da Câmara, que era o líder deles, assim como Jucá disse. Ela também fez ataques aos seus adversários, que estariam articulando a sua destituição. Os ataques se configuram na desconstrução da imagem adversária como forma de dar sustentação e força para a criação de sua imagem política (GOMES, 2004).

Dilma Rousseff ainda argumentou que seus adversários agiram dessa forma movidos pela ineficiência de se chegar ao poder por vias legais e eram apoiados por pessoas que se consideravam descontentes em relação a algumas das características do governo em exercício. Para Souza (2016), a luta de classes, que domina a atual cena política brasileira e que surgiu com as políticas dos governos petistas, funcionou como ponto crucial para a realização do *impeachment*, que ele define ser um golpe de Estado.

A petista ainda afirmou que o Brasil e o mundo todo estavam vivendo uma crise de representação política. Manin (1995) também sustenta a tese de que estamos vivendo de fato uma crise no sistema democrático marcado pelo declínio das relações de identificação entre representantes e representados. Baquero e Vasconcelos (2013) argumentam que os

partidos estão perdendo força diante da representação social e deixaram de ser interlocutores eficientes e eficazes das demandas sociais. Nota-se até mesmo um declínio não só da identificação partidária, como também da participação política. Há um desinteresse em participar de questões políticas, principalmente diante dos acontecimentos recentes.

Dilma Rousseff também criticou o sistema presidencialista de coalizão, vigente no Brasil, que paralisou sua agenda e a impediu de tomar medidas em decorrência de falta de apoio dos partidos adversários no Congresso. Abranches (1988) explica que nesse sistema o presidente precisa trabalhar o poder de troca com o objetivo de articular apoios e estabelecer alianças entre partidos e forças políticas. Em caso de não encontrar articulação suficiente, é impossível obter governabilidade e colocar em prática a agenda governamental, o que aconteceu no segundo mandato da ex-presidente.

Diante das críticas, a petista ainda acusou o Senado de promover a ação de pautas-bombas e também de barrar a votação de pautas propostas pela Presidência. A estagnação e a colocação de obstáculos para o exercício da atividade governamental também foram ataques feitos por Dilma decorrentes do sistema de vigente de presidencialismo de coalizão (ABRANCHES, 1988; PEREIRA; JOUKOSKI, 2015; SCOTT; MAINWARIN, 1993).

No dia 31 de agosto, em uma postagem relacionada à sua saída, esses ataques foram feitos, principalmente, aos responsáveis por governar o País após a sua saída. Segundo a ex-presidente, tratava-se de pessoas que não foram eleitas e que constituíam um retrocesso para o Brasil e para as conquistas realizadas até o momento. Conforme aponta Dilma, essas pessoas só chegaram até o poder através de articulações políticas na tentativa de angariar cargos. Nesse sentido, Pellenz e Bastiani (2015) argumentam que o processo eleitoral perde a sua essência quando o representante, ao chegar ao poder ou para se manter nele, não o faz pelos seus méritos, em razão do seu papel social, mas em relação de alianças, poderio econômico e acordos.

No mesmo dia, no pronunciamento de despedida, a ex-presidente atacou os políticos que armaram essa conjectura política e os acusou de serem corruptos e buscarem desesperadamente escapar da Justiça, aliados aos que não conseguiam vencer nas urnas. Ela os acusou de representar a força “conservadora e reacionária”. Por fim, a petista endureceu as críticas e afirmou que o golpe era misógino, homofóbico e racista, pois era contra todos os avanços na área dos direitos, dos trabalhadores, dos negros, das mulheres e dos manifestantes. Direitos que sempre foram negados em governos anteriores aos seus e aos de Lula.

A desconstrução da imagem do País também foi estratégia pertinente utilizada pela petista. Essa desconstrução se deu em dois momentos: nos dias 27 de junho e 31 de agosto. Ela aconteceu no sentido de uma possível saída do PT da Presidência e da criação de um governo provisório liderado por Michel Temer.

Na publicação do dia 27 de junho, em que a desconstrução apareceu, o conteúdo encontra-se na reportagem feita pela Agência Pública. Dilma Rousseff argumentou que, antes dos governos do PT, o Brasil era um país excludente, marcado por uma sociedade excludente, com uma economia também excludente. Na publicação do dia 31 de agosto, no seu texto de despedida, a ex-presidente fez um discurso de que esse novo governo seria pautado em retrocessos, baseado no fim dos programas sociais e constituído de uma agenda conservadora que teria como consequência a extinção dos direitos adquiridos até o momento. Nota-se, portanto, o que Figueiredo *et al.* (1988) apontam como discurso de oposição. Uma vez afastada, Dilma argumenta que o governo substituto não irá seguir os mesmos preceitos que o seu.

Quadro 7 - Conteúdo das postagens

Conteúdo das postagens	27 de junho de 2016	29 de agosto de 2016	31 de agosto de 2016	Total de incidência
Construção da imagem da ex-presidente	X	X	X	3
Construção da imagem do País	X	X	X	3
Construção da imagem de governo	X		X	2
Desconstrução da imagem do País	X		X	2
Ataque à oposição	X		X	3
Apelo ao engajamento dos brasileiros			X	1
Agenda		X		1

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

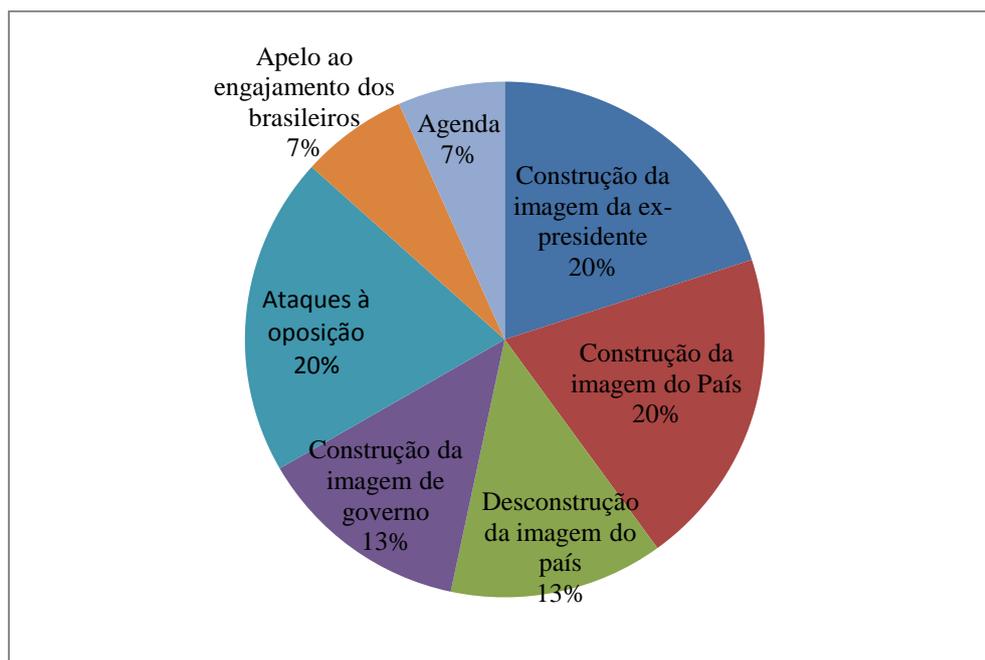


Figura 3 - Representação gráfica do conteúdo das postagens publicadas na *fanpage* de Dilma Rousseff no *Facebook*

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

A seguir, será analisado o formato das postagens para se compreender como se deu a utilização desse espaço de comunicação pela ex-presidente. Dentre todos os formatos utilizados, há predominância de vídeos. Nas 17 publicações, foram contabilizados sete vídeos. Desses sete, cinco se tratavam de uma ferramenta do *Facebook*, que permite a transmissão ao vivo de vídeo sobre o desenvolvimento dos acontecimentos. Quatro desses cinco vídeos são sobre a ida de petista ao Senado para discursar em sua defesa e para responder a perguntas de senadores. Uma dessas transmissões ao vivo é sobre o discurso da ex-presidente após a aprovação definitiva do seu afastamento e do fim do seu cargo.

O uso de fotos também é frequente entre os formatos presentes em suas publicações. Ao todo, foram contabilizadas seis fotos. Nessas fotos, aparecem a imagem de Chico Buarque, do ex-presidente Lula, de membros do MTST e da população nas ruas manifestando com bandeiras, cartazes e faixas escrito “Fora Temer” e vestidos de roupa vermelha em alusão à cor referente ao Partido dos Trabalhadores.

O uso de ilustrações/imagens aparece em quatro postagens. Essas imagens não se tratam de fotos, mas de material gráfico feito por publicitários para divulgação de alguma informação. Uma delas é uma arte convidando as pessoas para ir às ruas e às redes sociais e lutar pela democracia. As outras três são frases de impacto retiradas da entrevista que Dilma concedeu à revista *Agência Pública*.

A presença de textos escritos, sem nenhum auxílio de imagens ou vídeos, é pouco presente nas postagens. Ele aparece em apenas dois momentos nos últimos dias de Dilma à frente do governo. Eles são escritos como se fossem um desabafo da ex-presidente diante da situação difícil em que se encontrava. Trata-se de uma estratégia de aproximação diante do público. No último texto, feito após a decisão de seu afastamento, a petista afirmou que esse erro seria lembrado na história do País, que essa história não acabaria assim e ficaria na esperança de que as pessoas se unissem, independente de partido, para lutar por um país melhor, em que os direitos sejam garantidos.

Nota-se, nessas 17 postagens, que há deficiência de aprofundamento de assunto. Nesse sentido, ocorre a presença de cinco *links* – endereços que levam as pessoas a outras plataformas para acesso completo das informações. Ao longo de suas publicações, a ex-presidente faz um uso sistemático de *hashtags*³⁵. Elas aparecem 12 vezes ao longo das publicações. As *hashtags* mais utilizadas pela presidente são: #PelaDemocracia – aparece seis vezes, #LutarSempre – aparece duas vezes e #AoVivo – quatro vezes.

Ao publicar uma postagem, o *Facebook* oferece a opção de anexar ao texto ou imagem como você está se sentindo, podendo ser triste, alegre, decepcionado etc. Dilma faz uso dessa ferramenta em três publicações: se sentindo engajada aparece duas vezes e se sentindo confiante aparece uma vez.

Quadro 8 - Formato das postagens

Formato das postagens	27 de junho de 2016	29 de agosto de 2016	31 de agosto de 2016	Total de incidência
Texto	-	1	1	2
Fotos	-	3	-	6
Ilustrações/Imagens	1	1	2	4
Vídeos	-	5	2	7
<i>Links</i>	3	1	1	5
Transmissão ao vivo	-	4	1	5
Uso de <i>hashtags</i>	-	8	3	12
Uso da ferramenta “se sentindo”	-	2	1	3

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

³⁵ *Tags* são palavras-chave (relevantes) ou termos associados a uma informação, tópico ou discussão que se deseja indexar de forma explícita no *Twitter*, *Facebook* ou *Instagram*. *Hashtags* são compostas pela palavra-chave do assunto antecedida pelo símbolo cerquilha (#).

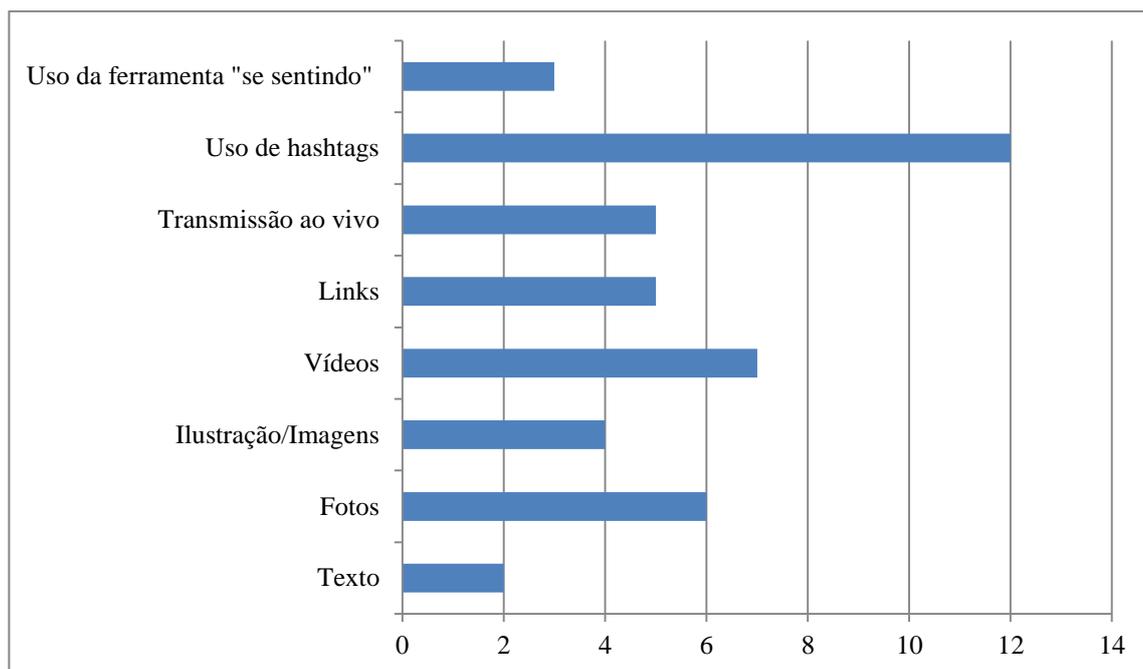


Figura 4 - Representação gráfica do formato das postagens publicadas na *fanpage* de Dilma Rousseff no *Facebook*

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

Para um maior aprofundamento dos resultados obtidos até aqui, vale apresentarmos uma breve discussão sobre a relação das redes sociais com a atividade política, para que a análise se dê de modo mais complexo. É claro que sem a pretensão de trazer uma explanação intensa do tema, mas como forma de localizar as análises que virão a seguir.

Segundo dados divulgados pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua (PNAD), divulgada no dia 24 de novembro de 2017, a *internet* está presente em 63,6% dos lares e em 94,8% deles existem celulares sendo usados para se conectar à rede. Os dados apontam também que 54% das residências brasileiras estão conectadas à *internet* (36,7 milhões). Isso representa um aumento de três pontos percentuais na comparação com o ano anterior. Vale lembrar que, até 2013, menos da metade dos domicílios brasileiros tinha acesso à *internet*. A partir de 2014, o crescimento foi se verificando, e o País ultrapassou a marca de 50% dos lares com conexão à rede.

Nesse cenário, foram surgindo as redes sociais, como *Youtube*, *Facebook*, *Twitter* e *MySpace*. No Brasil, essas redes já ultrapassam 100 milhões de usuários. Diante dessa realidade, aos poucos, as diversas instâncias sociais se viram obrigadas a também utilizarem esses espaços e a interagirem nessa rede. Com a política, não foi diferente. Gradativamente, ela foi se apropriando dessa plataforma e percebeu que era um campo aberto e vasto para exposição de sua imagem e ideias. Essas mesmas redes ganharam os holofotes com os rumos

impressionantes da campanha de Barack Obama, que o levaram à vitória. A partir daí, o fazer político passou a não ser mais o mesmo.

Atualmente, a participação dos atores políticos nas mídias sociais da *internet* tem crescido exponencialmente e é notório o alto investimento que é feito nessa plataforma não só nos períodos eleitorais, mas também durante os governos. Por isso, hoje se fala em *marketing* eleitoral, *marketing* político e *marketing* governamental, o que inclui estratégias de controle da visibilidade dos líderes políticos em suas gestões, seja ao longo dos períodos que antecedem a fase eleitoral, seja durante as disputas, quando as candidaturas já foram homologadas ou após a disputa. Ou até mesmo em momentos excepcionais, como é o caso da ex-presidente Dilma, que usou a plataforma em um momento em que estava fora da atividade política, afastada temporariamente para responder a um processo de *impeachment*.

A *internet* passou a ser não só um meio para se propagarem tendências comportamentais ou opinativas, mas também se tornou um espaço livre, no qual é possível se posicionar ideologicamente e interagir com pessoas que possuem interesses semelhantes. Além disso, essa nova realidade oferece ambientes propícios ao surgimento de novos formadores de opinião e até mesmo evangelizadores de uma causa, como se viu nas manifestações de junho de 2013 e as outras que se sucederam, quando a *internet* teve papel fundamental para articular os movimentos e propagar ideais.

Nesse sentido, os políticos têm demonstrado cada vez mais uma preocupação em investir nesses novos espaços, como, por exemplo, o uso de *sites*, *blogs*, *Twitter*, *Facebook*, *Youtube* etc. Outra grande diferença que marca esse novo meio é a aproximação dos candidatos aos eleitores. Se antes os políticos eram vistos como seres de difícil contato, as mídias sociais desmistificaram essa ideia, já que se investe em interatividade mesmo que isso não permita um contato de fato. Afinal, nunca se sabe se quem está interagindo é o político ou sua assessoria. No entanto, qualquer mínimo contato que o político estabelece, ainda que em rede, é muito repercutido.

As pessoas passam a ter mais informações por meio dessas novas mídias sobre onde foram, o que estão fazendo, pensando, quais suas propostas e problemas. E o próprio político divulga muito de si e do que está fazendo nesse espaço, coisas que não são pautas diariamente nos jornais. Cria-se, então um vínculo relacional maior do que aquele que acontecia anteriormente. Outro fator decisivo que fez com que as redes atingissem tamanha proporção é o fato de que, nesse mesmo espaço onde as pessoas interagem com seus amigos e cultivam seus *hobbies*, é possível ver política e fazê-la também. A mobilização das

manifestações que se sucederam nos últimos anos e os movimentos pró e contra *impeachment* são marcos claros dessa ação política expressiva na *internet*.

A própria estrutura das plataformas, ao exigir que o conteúdo seja dinâmico, curto e atraente, aproxima os leigos e os faz, ainda que minimamente, a interagir ou produzir algum material político. Não foi incomum perceber publicações generalizadas de nossas redes de amigos durante o processo de *impeachment*. Ainda que em momento algum anterior a este as pessoas falaram sobre política, ou fizeram alguma publicação a respeito, durante esse período sentiam necessidade de dizer algo e se posicionar sobre o que estava acontecendo.

Todavia, o uso dessas plataformas por políticos exigiu deles uma preocupação maior: pensar estratégias próprias para veicular as informações dentro das regras de cada espaço. Os discursos e os recursos visuais a serem adotados foram fatores determinantes no processo de criação de identidade dessas plataformas. Nas publicações analisadas, nota-se que Dilma Rousseff mostra-se inteirada dessas estratégias virtuais de comunicação. Tanto que os formatos mais utilizados pela mesma foram os vídeos e as fotos. Ainda que tenha texto, este aparece de modo curto e simples como se a presidente tivesse escrito algo para um amigo, para alguém próximo. Há um direcionamento da mensagem de modo que se torne mais pessoal, algo mais quente.

Lévy e Lemos (2010) são autores que discutem sob uma ótica mais otimista as transformações contemporâneas da esfera pública provenientes da expansão do ciberespaço em perspectivas associadas à democracia. Segundo eles, ciberespaço é entendido aqui como um meio de convergência de mídias que permite a exposição coletiva, no qual esse é o “novo espaço público”, onde a liberdade de expressão e a livre comunicação são possíveis. O estudo em questão evidencia esse fato, visto que, uma vez impedida de falar nos canais tradicionais, Dilma Rousseff encontrou na *internet* um caminho possível e livre para exposição de seus ideais e também de sua defesa.

Nesse cenário, os autores introduzem a ideia de “aprendizagem coletiva” como uma dinâmica social e comunicacional, organizada pela colaboração em rede e suportada pelo ciberespaço, pois todos os sujeitos podem se comunicar. A cibercultura propõe exatamente a interatividade, a colaboração e a possibilidade de intervir e se posicionar frente às situações que acontecem nas sociedades. Essa ação dos sujeitos sociais favoreceu os processos rumo à ciberdemocracia.

Para construir esse conceito, Levy e Lemos (2010) utilizam um breve resgate histórico do surgimento da escrita, do alfabeto, da imprensa, do audiovisual e do ciberespaço, destacando a circulação de informações e a comunicação como facilitadoras e propulsoras

para o exercício de governar. Essa expansão surpreendente e cada vez mais veloz das redes sociais transformou radicalmente não só as redes de sociabilidade entre os sujeitos, mas também as redes formais, como, por exemplo, a da política. A computação social da Web 2.0 reflete esses pressupostos a partir da colaboração em rede e da escrita coletiva, que incentivou e ampliou a mobilização cultural e política dos cidadãos.

Portanto, para os autores, o ciberespaço foi fundamental para romper o discurso hegemônico proferido pelos *mass media* e criou condições para uma nova relação entre a esfera pública e a interação comunicativa, o que de fato foi verificado na análise. A ex-presidente Dilma Rousseff, não tendo mais espaço de fala oficial, direcionou suas estratégias comunicativas para o único espaço de fala onde ela ainda tinha voz e controle. Dessa forma, sem acesso à mídia massiva, onde ela teria pouco acesso e teria um enquadramento negativo, a *internet* tornou-se o espaço mais apropriado para manter contato com a população.

Para Levy e Lemos (2010), esse novo espaço – livre, aberto, multidirecional e interativo – possibilitou debates independentes. Um exemplo atual são as redes sociais durante um período eleitoral. Esse novo espaço possibilitou a troca de informações, discussões e interação que até então não era possível, visto o poder que a mídia formal tinha de dizer alguma coisa e nunca ouvir. Nesse sentido, a própria mídia foi obrigada a transpor seu acesso a esse novo espaço. Não havia mais como omitir um fato que estava sendo explorado e compartilhado permanentemente nas redes sociais.

Os autores não descartam, nesse cenário, o risco do excesso de informações, uma vez que estamos sendo bombardeados por elas o tempo todo. E, entre os questionamentos, estão: “Como filtrar/validar as informações disponibilizadas?” e “Estamos à mercê dos códigos matemáticos dos motores de busca?” Apesar dessas dúvidas, eles afirmam que ainda assim é válido esse aumento exponencial de conteúdo, pois ele propicia o luxo de escolher, de garimpar o que quer ler, sobre o que quer saber, e do que prefere se informar. Constitui-se, então, um universo de possibilidades que rompe mais uma vez com a tradição hegemônica das mídias tradicionais.

Pensando nos dados da pesquisa em questão, nota-se que a possibilidade de voz da presidente nesse espaço foi parte essencial para que a população obtivesse algum caminho de interlocução com ela. E as redes são, sim, uma multiplicidade de vozes dissonantes das vozes massivas. No entanto, dadas as regras de utilização desse espaço, percebe-se uma deficiência em trazer discussões mais profundas. Os discursos tornam-se muito rasos, em função do tamanho dos textos, e da necessidade de utilizar ferramentas visuais. Percebe-se

que a ex-presidente não conseguiu trazer muitas informações pertinentes sem o direcionamento do usuário para outras plataformas (revistas, *sites*, vídeos).

Outro agravante é que a *internet* ainda está limitada a uma parcela da população. No caso de Dilma Rousseff e do PT, que têm na população de baixa renda, de menor escolaridade e de menor renda o seu maior eleitorado, as redes sociais ainda não são uma mídia tão presente. Boa parte desse público ainda está ligado à mídia massiva, como rádio e televisão. Nessa perspectiva, os discursos da ex-presidente já afastada não chegaram a atingir parcelas importantes da sociedade, como foi o caso da mídia que utilizou um discurso contrário ao adotado pela petista em sua rede social. Isso, principalmente, se pensarmos que Dilma ficou ausente da grande mídia e desprovida de canais diretos com a população em termos de mídia massiva, como fazia no período de alta popularidade por meio dos pronunciamentos em Cadeia Nacional de Rádio e Televisão (CNRT).

Para Levy e Lemos (2010), a sociedade está experimentando nesse novo cenário um aprofundamento do seu exercício de democracia, em que as redes sociais são consideradas obras fundamentais para o exercício da ciberdemocracia, pois os sujeitos podem, quando julgarem conveniente, organizar ricas discussões e produção e compartilhamento de informações. Nesse sentido, os atores sociais e políticos estão se vendo obrigados a pensar estratégias que contemplem não só a comunicação face a face, mas também os diferentes suportes midiáticos, tais como o impresso, a rádio, a televisão e a *internet*, para se comunicar com esse novo público. Vale considerarmos, portanto, que cada um desses meios exige uma postura e uma comunicação diferente, seja mais dinâmica, rápida ou com maior ou menor grau de interação.

Gomes (2006) argumenta que a experiência da *internet* é vista, ao mesmo tempo, como inspiração para modos de participação política e como demonstração de que há efetivamente formas e meios para a participação popular na vida pública. Há um discurso cada vez mais crescente de que a democracia digital tem se apresentado, recentemente, como uma alternativa para a implantação de uma nova experiência democrática fundada numa nova noção de democracia.

Segundo o autor, para quem tem acesso a um computador e capital cultural para empregá-lo no interior do jogo democrático, de fato, a *internet* é um recurso valioso para a participação política. Nessa ótica, a *internet* oferece numerosos meios para a expressão política e um determinado número de opções que podem influenciar os agentes da esfera política.

Entretanto, apesar do fato de a *internet* se configurar em um espaço para a discussão política, deve-se compreender que ela também é atingida pelas blindagens antipúblico, o que diminui consideravelmente a real dimensão e o impacto real da opinião pública. Conforme Gomes (2006), não resta dúvida ao fato de que a *internet* se tornou um instrumento alternativo de participação política. Porém, apenas o acesso à *internet* não é capaz de garantir a atividade política, menos ainda a atividade política argumentativa.

Isso porque o acesso a computadores e à *internet* ainda não é uma totalidade nas sociedades e também porque aqueles com acesso à *internet* não necessariamente estão buscando discussões políticas, até porque discussões políticas são frequentemente dominadas por poucos. Para o autor, por mais que a *internet* ofereça inéditas oportunidades de participação do indivíduo na esfera política, essas oportunidades só serão aproveitadas apenas se houver uma cultura e um sistema político disposto ou forçado a acolhê-los.

Castells (1999) também acredita que a sociedade organizada por meio dessas novas redes comunicacionais tem contribuído para a democratização dos processos políticos. De acordo com o autor, essa nova era tecnológica tem influenciado a comunicação, trazendo mudanças também para o campo da política. Os eleitores estão sendo obrigados a pensar e trabalhar estratégias que contemplem não só os diálogos face a face, mas também aqueles intermediados pelos diversos suportes midiáticos. Vale ressaltarmos que, em alguns destes, a presença do eleitor como um sujeito dinâmico e mobilizador pode alterar a construção da imagem de um candidato.

A mobilização da ex-presidente Dilma nas redes, uma vez afastada de seus veículos oficiais de informação e sem espaço de fala nas mídias massivas, auxiliou no processo de construção da imagem da presidente. Entretanto, como argumentou Gomes (2004), o acesso às redes ainda não é significativo. Sabe-se que essa foi a única saída encontrada pela petista, porém sofreu bloqueios de amplitude, visto o caráter excludente da *internet*, que ainda não atingiu toda a população brasileira.

Nesse mesmo raciocínio, Raquel Recuero (2007) discute como a comunicação mediada pelo computador foi capaz de gerar uma mudança profunda nas formas de organização, identidade, conversação e mobilização social. Mais do que permitir a comunicação dos indivíduos, essas novas redes ampliaram a capacidade de conexão dos sujeitos, pois elas não só conectam computador, mas também pessoas.

O advento da Internet trouxe diversas mudanças para a sociedade. Entre essas mudanças, temos algumas fundamentais. A mais significativa, para este trabalho, é a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação

mediada pelo computador (CMC). Essas ferramentas proporcionaram, assim, que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros (RECUERO, 2007, p. 24).

Segundo Recuero (2007), uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, grupos ou instituições; os nós) e suas conexões (laços ou interações sociais). Portanto, para compreender o funcionamento desse meio, somente é possível se avaliarmos esses elementos e seus processos dinâmicos. Entende-se por ator todas as pessoas envolvidas nas redes sociais.

De acordo com a autora, existe um processo permanente de construção e expressão de identidade no ciberespaço em que os atores têm uma necessidade cada vez maior de serem “vistos”, pois só a partir disso é que existirão nesse ambiente. Para constituir-se parte desta sociedade em rede, é preciso construir, primeiramente, um “eu” ali. Conforme Raquel Recuero (2007), a visibilidade talvez seja o imperativo para a sociabilidade mediada pelo computador.

Segundo Judith Donath (1999), citada por Recuero (2007, p. 27), a percepção do outro é essencial para a interação humana. Ela mostra que, no ciberespaço, pela ausência de informações, que normalmente estão presentes na comunicação face a face, as pessoas são julgadas e percebidas por suas palavras. Portanto, é preciso colocar rostos, informações que gerem individualidade e empatia na informação. Dilma Rousseff trabalhou bem isso em suas publicações ao não usar textos longos e amparar-se em mensagens curtas, sempre associadas a imagem e fotos. Essas fotos, em sua maioria, eram de pessoas conhecidas pelos receptores: cantores, ex-presidente e população nas ruas.

Para Boyd e Ellison (2007), citados por Recuero (2007, p. 102), redes sociais são sistemas que permitem: (1) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; (2) a interação por meio de comentários; e (3) a exposição pública da rede social de cada ator. Recuero (2007) salienta que os *sites* de redes sociais não são em si redes sociais.

Embora os *sites* de redes sociais atuem como suporte para as interações que constituirão as redes sociais, eles não são, por si, redes sociais. Eles podem apresentá-las, auxiliar a percebê-las, mas é importante salientar que são, em si, apenas sistemas. São os atores sociais, que utilizam essas redes, que constituem essas redes (RECUERO, 2007, p. 103).

Outro aspecto importante discutido por Recuero (2007) é o capital social que os *sites* de redes sociais possuem. Para a autora, essa é a parte mais relevante do estudo da

apropriação desses *sites*, pois eles são capazes de construir e facilitar a emergência de tipos de capital social que são facilmente acessíveis aos atores sociais no espaço *off-line*.

Um exemplo a ser citado é o *Facebook*: um determinado ator pode ter rapidamente 500 ou 600 amigos. Esse número de conexões dificilmente seria realidade fora da vida *off-line*. Essa realidade influencia o sujeito, pois, ao torná-lo mais visível nas redes sociais, pode tornar as informações mais acessíveis a esse ator. Pode ajudá-lo, inclusive, a construir impressões de popularidade que exceda o espaço *off-line*.

No caso da política, uma personalidade pode, por exemplo, ter exposição positiva através da seleção do que irá postar em suas redes, do que tomará como recorte para exposição, de qual lado seu colocar nesse espaço. As redes permitem que o político selecione aquilo que quer que as pessoas saibam de si mesmo e orientar, de certo modo, o acesso a determinadas informações. Coisa que na mídia massiva não é possível, pois não se tem controle sobre o que diz, qual fato será selecionado e qual fala se tornará saliente a não ser que se tenha controle maior sobre o espaço midiático por meio de acordos ou barganhas.

Sob essa análise, Recuero (2007) discute os valores que são construídos nos *sites* de redes sociais que podem influenciar os atores sociais: a visibilidade, a reputação, a popularidade e a autoridade. Quando os *sites* de redes sociais permitem aos seus atores estarem mais conectados, eles estão automaticamente aumentando a visibilidade social desses nós. Ela é constituída enquanto um valor, porque proporciona que os nós sejam mais visíveis na rede. No entanto, esse valor tem efeitos positivos e negativos, pois, ao mesmo tempo em que o aumento de visibilidade confere um aumento no capital social, ele pode também ser base para o surgimento de um novo valor: a reputação.

Esse valor, embora seja atrelado à confiança por diversos autores, segundo Recuero (2007), refere-se à percepção construída de alguém pelos demais atores e implica três elementos: o “eu”, o “outro” e a relação entre ambos. Sendo assim, reputação diz respeito às informações sobre quem somos e o que pensamos, o que auxilia os outros a construírem suas impressões sobre nós. Nesse sentido, surge outro valor: a popularidade. Esta está relacionada à audiência, que também foi favorecida pelas redes sociais na *internet*. Esse valor é mais facilmente percebido. Um nó mais centralizado na rede é mais popular, pois existem mais pessoas conectadas a ele; logo, ele terá maior capacidade de influência sobre os outros nessa mesma rede.

A popularidade também é relacionada ao número de comentários e ao tamanho da audiência de cada rede. E ainda o quarto valor: autoridade, que se refere ao poder de influência de um nó na rede social. Esse valor não está relacionado à simples posição do ator

no espaço, nem tampouco à avaliação de sua visibilidade, mas ao seu poder de influência em relação à sua rede juntamente com a percepção dos demais atores da reputação dele. Autoridade é, portanto, uma medida de influência, da qual se depreende a reputação.

Recuero (2007) ainda afirma que o capital social pode influenciar a difusão de informação dos sujeitos nas redes. Considerando que elas são redes constituídas de atores sociais, com interesses, sentimentos e perspectivas, percebe-se que há uma conexão entre aquilo que alguém decide publicar e a visão de como seus amigos ou sua audiência na rede perceberá tal informação.

Diante de tal discussão sobre redes sociais, fica evidente que o imperativo da visibilidade é marca de nossa sociedade atual. Existe uma necessidade de exposição pessoal, que se estende até mesmo à vida política. É preciso ser “visto” para existir na organização social vigente. É necessário se mostrar, para fazer parte dessa sociedade e constituir um “eu” nesse espaço. A partir do momento em que Dilma Rousseff passou a ser investigada e foi afastada temporariamente, os canais indiretos que a colocavam em contato com o eleitor, como pronunciamentos em eventos, atos e cerimônias, com ampla cobertura da mídia massiva, foram cortados. Viu-se que a alimentação de sua página no *Facebook*, para não perder visibilidade, configurou-se em uma importante ferramenta.

No entanto, esse espaço não permite uma explanação completa, nem mesmo um aprofundamento de assuntos, o que impediu, de certa forma, manter uma presença mais forte nesse espaço e discussões mais significantes sobre o assunto. A ex-presidente utilizou esse espaço basicamente para atacar seus adversários, já que essa estratégia não exige muita discussão; cabe inteiramente nas regras comunicacionais desse espaço.

A construção imagética pessoal e a construção da imagem do País, quando ocorrem, se dão, em sua maioria, em outros espaços que não são as redes. Elas funcionam apenas como espaço de direcionamento para outras plataformas, como foi o caso dos *links* que direcionaram os usuários a *sites* de revistas e a vídeo e material impresso do pronunciamento político. Nesses espaços, a comunicação e as estratégias de persuasão e influência foram mais eficientes, pois permitiram uma explanação mais profunda dos assuntos e, conseqüentemente, auxiliaram o desempenho de suas estratégias.

Nota-se que a ex-presidente seguiu o mesmo caminho para traçar as estratégias em sua *fanpage* e nos discursos oficiais proferidos em atos, cerimônias e eventos expostos na análise anterior. Houve a priorização da construção da imagem pessoal da presidente sempre articulada à dramatização e ao acionamento da sensibilidade e do drama.

A imagem do País, também destaque na análise anterior, segue sendo importante durante as postagens da petista no *Facebook*. A imagem do ex-presidente Lula é acionada junto das conquistas obtidas em seus mandatos. Há um destaque para a área da educação, pilar fundamental nas duas plataformas analisadas (discursos oficiais e postagens nas redes). Os ataques aos seus adversários seguem sendo significativos instrumentos para a desconstrução de imagens políticas. Todavia, percebe-se que aqui, nesse espaço pessoal, e perto de saber qual seria o desfecho do processo, a petista é mais ácida nas críticas. Ela fala mais abertamente de questões que em outros momentos foram ocultadas ou ditas de modo mais leve e menos direto.

O ataque à imprensa é um exemplo. Esse tema esteve presente anteriormente nos discursos em cerimônias; portanto, ele se deu de forma muito mais velada que em suas redes sociais. Nesse espaço e até mesmo em entrevista dada a uma revista, Dilma Rousseff é enfática, critica e argumenta que seu mandato inteiro foi pautado pela desconstrução no ambiente midiático, que nunca a aceitou enquanto presidente do Brasil.

Diferentemente dos discursos oficiais, a comunicação da presidente nas redes é menos intensa. Os assuntos não são amplamente discutidos. Há apenas pequenas discussões e fica até complicado definir as estratégias utilizadas. Essas estratégias ficam mais claras quando o conteúdo é direcionado a outras plataformas, como os *blogs* e as reportagens. A utilização de *hashtags* como palavras de ordem para mobilizar as pessoas que estão nas redes é uma estratégia interessante para esse público.

Há que se destacar o uso intenso de uma plataforma eficiente de comunicação: os vídeos ao vivo. Isso, contudo, permite dinamizar os acontecimentos na sua totalidade para o conhecimento de muitas pessoas em tempo real. Mas é preciso ter em mente que a abrangência dessa rede de comunicação ainda não é inclusiva. Muitas pessoas não têm acesso a computador, à *internet* ou, às vezes, não têm interesse em usá-los para fins políticos.

5.5 ANÁLISE DAS MATÉRIAS PUBLICADAS NA *FOLHA DE S. PAULO*

A terceira fonte documental a ser analisada são as notícias publicadas na *Folha de S. Paulo* durante o período do processo de *impeachment* de Dilma Rousseff. Os calendários anteriores (do momento em que Dilma esteve à frente do governo e de quando estava afastada) se juntaram e ao todo somaram 13 acontecimentos políticos. Eles podem ser verificados no Quadro 9.

O recorte desse material consistiu em selecionar todas as notícias (de todos os gêneros) presentes no jornal nos dias dos acontecimentos políticos. A regra utilizada para a

seleção foi analisar todas as matérias que envolvessem o nome de Dilma ou falassem de seu governo ou de seu partido, visto que uma das propostas deste trabalho é verificar o enquadramento noticioso feito pela imprensa sobre a figura da petista, de seu governo e de todos os elementos que compõem a sua figura política – o seu partido.

Dentro desse recorte, foram selecionadas 158 notícias, o que representa uma média de 12 matérias por dia. No entanto, alguns dias se destacam por possuírem uma quantidade muito insignificante ou muito expressiva de matérias. No dia 27 de junho de 2016, quando a Comissão especial avaliava se a petista havia ou não cometido crime de responsabilidade, foi identificada apenas uma matéria no jornal. Já no dia 17 de abril de 2016, quando houve a votação na Câmara dos Deputados, o jornal registrou um total de 32 matérias em um único dia.

Quadro 9 - Fatos e Notícias

Fatos e Notícias		
Data	Fato	Nº de Notícias
2/12/2015	O pedido foi aceito pelo presidente da Câmara Eduardo Cunha	13
4/04/2016	Dilma apresentou sua defesa à comissão	12
11/04/2016	Comissão especial do <i>impeachment</i> na Câmara aprova abertura do processo de afastamento de Dilma Rousseff	12
17/04/2016	Votação na Câmara dos Deputados	32
28/04/2016	Foram ouvidos os advogados autores da denúncia	11
29/04/2016	Foi ouvido o advogado-geral da União, José Eduardo Cardozo	14
6/05/2016	Comissão especial vota parecer do <i>impeachment</i> no Senado	9
9/05/2016	Maranhão anula sessão que aprovou a admissibilidade do <i>impeachment</i>	8
10/05/2016	Maranhão revoga sua decisão e mantém votação	11
11/05/2016	Senado vota processo do <i>impeachment</i> e Dilma Rousseff é afastada temporariamente	13
27/06/2016	Comissão especial avalia se houve ou não crime de responsabilidade cometido por Dilma	1
29/08/2016	Dilma se defende das denúncias feitas a ela	8
31/08/2016	Ocorre a segunda votação no Senado	14

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

A seguir, será feita uma análise quantitativa e qualitativa das 158 notícias selecionadas. Na análise quantitativa, foram definidas algumas categorias para facilitar e organizar a seleção do material empírico: I) Fatos e notícias; II) Títulos e valências; III) Matérias e valências; IV) Matérias de capa e valência; V) Editoriais; VI) Gênero; VII) Temática acionada; VIII) Fontes; e IX) Personagens.

Na análise qualitativa, o resultado encontrado nessas categorias anteriores é articulado de modo que seja possível fazer inferências sobre o processo de construção de

imagem da ex-presidente em tempos de crise e sobre a articulação midiática nesse contexto. Para tanto, foram estabelecidas algumas categorias para embasar a discussão: I) Enquadramento: a construção do processo de *impeachment* pela *Folha de S. Paulo*; II) A imprensa como ator político: o poder sentenciador; III) As imagens do governo e da presidente Dilma; IV) As fontes e os personagens; e V) Três pilares do *impeachment*: crise política, crise econômica e corrupção.

5.5.1 Uma análise dos títulos e valências

A seguir, foram avaliados os títulos das matérias analisadas e qual a sua valência (positiva, negativa ou neutra). Como positiva, foram selecionados os títulos que evidenciavam aspectos positivos do governo, de Dilma ou que davam voz à petista reproduzindo promessas, ataques aos adversários ou defesas. Como enquadramento negativo foram selecionados os títulos que reproduziam críticas às ações governamentais, ataques da oposição ou de terceiros à imagem de Dilma ou de seu governo. E, para enquadramento neutro, foram selecionados os títulos que não traziam avaliação moral, política ou pessoal da ex-presidente.

Entre os exemplos de títulos com enquadramento positivo, podemos citar alguns: “Em resposta à editorial da Folha, Dilma diz que ‘jamais renunciará’” (4 de abril de 2016), “O voto não é um detalhe” (17 de abril de 2016), “Julgamento político não é vale-tudo, afirma professor de direito da USP” (17 de abril de 2016), “Fies amplia bolsa para cursos considerados não prioritários” (28 de abril de 2016), “Mandato pertence aos meus eleitores, afirma Dilma à CNN” (29 de abril de 2016) e “Dilma estuda ir ao STF contra recusa de Renan em anular *impeachment*” (10 de maio de 2016).

Como exemplo de títulos colocados na categoria negativa, podemos citar: “Economia brasileira cai 1,7% no 3º trimestre e prolonga recessão” (2 de dezembro de 2015), “Construção pesada demite 11,5 mil em 12 meses” (2 de dezembro de 2015), “Temer pode concertar o Brasil, afirma jornal britânico ‘*The Guardian*’” (4 de abril de 2016), “Deputados do PT cogitam fazer desfiliação coletiva” (11 de abril de 2016), “Planalto teme apuração de obras do governo Dilma” (11 de abril de 2016), “Crime, corrupção e incompetência” (17 de abril de 2016), “Colapso da confiança popular criou política do *impeachment*” (17 de abril de 2016) e “Para analistas, PIB recua até 6% com Dilma; sem ela, País ensaia retomada” (17 de abril de 2016).

Já os exemplos de títulos com enquadramento neutro são: “Leilão do futuro” (4 de abril de 2016), “Cerca separará manifestantes pró e contra *impeachment* em Brasília” (11 de abril de 2016), “Dilma e Temer fazem guerra de votos à véspera de votação do *impeachment*”

(17 de abril de 2016), “Alguma coisa digna” (28 de abril de 2016), “Surpresa grotesca” (10 de maio de 2016), “Buzina neles” (10 de maio de 2016), “Imprensa mundial recebe suspensão de *impeachment* com surpresa” (10 de maio de 2016) e “Embate final de acusação e defesa do *impeachment* tem choro de advogados” (31 de agosto de 2016).

É possível observar que os enquadramentos de título e matéria variaram. Há matérias em que os títulos eram positivos, negativos ou neutros e, ao analisar o conteúdo, verificava-se uma valência oposta. A predominância maior foi de títulos com valência negativa, totalizando 77 títulos (48%). Em segundo lugar, estão os títulos com valência neutra, somando um total de 68 títulos (43%). E em menor número, os de valência positiva, com apenas 13 títulos (9%).

Entre os assuntos que geraram títulos negativos, há um destaque para a questão econômica: apontam a fragilidade da economia, os erros cometidos pela petista na área, os desequilíbrios, o desemprego, as demissões em massa, as altas de juros e os prognósticos futuros. Em alguns deles, nota-se o discurso de que, se Dilma continuar, os resultados serão ainda piores. A crise econômica é apontada nos títulos como a pior da história do País. O tema corrupção também perpassa muitos títulos com valência negativa.

Os conteúdos das delações, denúncias e declarações de políticos envolvidos em crimes, em sua maioria, estão associados às imagens da petista, do seu partido e do seu governo. A crise política marcada pela falta de apoio, pela desarticulação do partido e pela fragilidade das alianças também tiveram destaque nos títulos com valência negativa. Nota-se que a estratégia de espetacularizar os acontecimentos e torná-los dramático é bastante enfática nos títulos. Há uma dramatização da situação econômica e política do País como forma de atrair as pessoas a consumirem o conteúdo, o que deixa uma situação de alerta e medo nas pessoas diante da situação em que o País se encontra (SCHWARTZENBERG, 1977; GOMES, 2004).

Já para os títulos com valência positiva, estão as falas da própria presidente à imprensa, os pronunciamentos políticos e os discursos em eventos. Também, é possível verificar títulos com valência positiva nas colunas. As conquistas e/ou melhorias obtidas em seu governo concentram um número menor de ocorrências. A maior parte dos títulos com valência neutra está nas colunas do jornal. Uma vez que os autores delas fazem associações com outros assuntos ou criam títulos mais enigmáticos e literários, logo não é possível verificar se houve um favorecimento ou não à imagem de Dilma Rousseff, sendo classificado, assim, como valência neutra.

A ocorrência de títulos positivos em um determinado dia de análise não ultrapassou o total de três matérias. Já os títulos negativos chegaram a 18 ocorrências em um único dia. Para os títulos com valência neutra, o maior número foi de 12. Curiosamente, o evento político em que foi notada uma presença mais evidente de títulos positivos à presidente Dilma foi no dia 31 de agosto de 2016, quando ocorreu a segunda votação do *impeachment* no Senado e Dilma Rousseff foi afastada. Somou-se um total de três títulos positivos no jornal.

A ocorrência de títulos negativos variou entre 18, 12 e dez títulos em um único dia analisado. O evento político no qual foi notado uma presença maior de títulos negativos foi no dia 17 de abril de 2016 quando Dilma Rousseff apresentou sua defesa à comissão do *impeachment*. Somaram-se 18 títulos com valência negativa. Nota-se, portanto, uma articulação do jornal de desqualificar a defesa feita pela presidente e dar substância e justificativa para a sua saída, contradizendo o discurso de defesa dela. O segundo evento em que foi possível observar a segunda maior quantidade de títulos com valência negativa foi no dia 2 de dezembro de 2015 quando Eduardo Cunha, até então presidente da Câmara, aceitou o pedido de *impeachment*. Mais uma vez, observa-se uma tentativa do jornal de dar força e razão para a realização do *impeachment*, desqualificando a imagem da presidente (GOMES, 2004).

Já a ocorrência de títulos neutros variou entre 12 e dez títulos em um único dia de análise. O evento político em que foi possível observar a maior ocorrência de títulos neutros foi a votação na Câmara dos Deputados, no dia 17 de abril de 2016, com um total de 12 títulos neutros. Já os dez títulos com valência neutra foram observados quando Waldir Maranhão revogou sua decisão e manteve a votação do *impeachment*. Todos esses dados podem ser verificados no Quadro 10 e na Figura 5.

Quadro 10 - Títulos e Valência

Valência dos Títulos			
Data	Positiva	Negativa	Neutra
2/12/2015	1	12	0
4/04/2016	1	5	6
11/04/2016	0	7	5
17/04/2016	2	18	12
28/04/2016	1	3	7
29/04/2016	1	9	4
6/05/2016	2	2	5
9/05/2016	0	1	7
10/05/2016	1	0	10

11/05/2016	0	10	3
27/06/2016	0	1	0
29/08/2016	1	4	3
31/08/2016	3	5	6
Total:	13	77	68

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

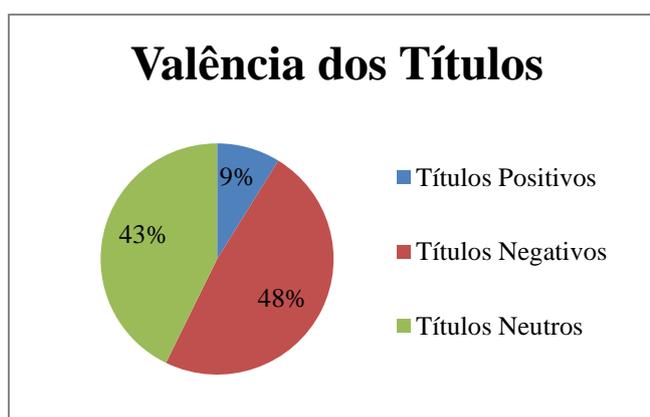


Figura 5 - Representação gráfica da valência dos títulos do jornal *Folha de S. Paulo* no período do *impeachment*
Fonte: elaboração própria da autora (2017).

5.5.2 Uma análise das matérias publicadas pela *Folha de S. Paulo* e suas valências

A seguir, será analisada a valência das matérias publicadas pela *Folha de S. Paulo* durante o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff. Mais uma vez, a valência negativa prevaleceu dentre as demais. No entanto, dessa vez, os números foram mais expressivos. As valências negativas contabilizaram um total de 101 matérias (64%). Já as matérias com valência positiva somaram um total de 22 matérias (14%) e as de valência neutra, um total de 26 matérias (22%).

No dia 10 de maio de 2016, foi observado o maior número de notícias com valência positiva, um total de quatro matérias. O evento político correspondente à data de observação foi aquele em que Waldir Maranhão Cardoso, até então presidente da Câmara no lugar de Eduardo Cunha, revogou a decisão de anulação do *impeachment* e manteve a votação inicial. O maior número de matérias com valência negativa foi observado no dia 17 de abril de 2016, somando um total de 23 matérias, quando ocorreu a votação na Câmara dos Deputados. Nesse mesmo dia, 17 de abril de 2016, também foi observado o maior número de matérias consideradas neutras, um total de cinco matérias.

Entre as matérias avaliadas como negativas, nota-se, assim como na análise dos títulos, uma predominância nas matérias de caráter econômico e político. O jornal deu

destaque às medidas econômicas equivocadas tomadas pela ex-presidente durante seu governo, às políticas centradas nas classes minoritárias, à falta de ação da petista diante dos dados observados, às manobras para equilibrar as contas, à paralisia do governo e à omissão da situação econômica durante o período eleitoral que endossa o discurso negativo que o jornal apresenta sobre o governo de Dilma Rousseff. Essas matérias incluem tanto notícias quanto colunas e editoriais. Nota-se, nesse recorte, uma tentativa do jornal de enquadrar as situações em que a petista tinha menos força e menos articulação de defesa. Ou seja, esse foi o ângulo escolhido para enquadrar o governo de Dilma (GOFFMAN, 2012; PORTO, 2004).

Entre as matérias de caráter político, percebe-se um discurso muito forte, que é utilizado como explicação para o momento vivenciado: Dilma Rousseff perdeu a capacidade de governar, não possuía apoio suficiente para aprovar projeto algum e o próprio partido não mostrava consistência e nem acreditava na figura da petista. Esse momento foi marcado pela paralisia e estagnação geral, em que o mais importante era barganhar cargos em troca de votos. Há um discurso pertinente de que não existe mais possibilidade de governo por parte da presidente. Em momento algum, o processo de *impeachment* aparece com a possibilidade de vitória para Dilma. Trata-se de uma campanha negativa por parte do jornal, de evocar o medo e a ansiedade, associando os riscos que a população iria correr caso ela continuasse no poder (BORBA, 2015).

Recorrentemente, o jornal apresentou uma notícia com o título “Placar do *Impeachment* na Câmara” e “Placar do *Impeachment* no Senado”, em que foi apresentado aos leitores uma contabilização de votos favoráveis e contrários à abertura do *impeachment*, apresentando as figuras políticas e seus votos. Trata-se de uma função muito clara do jornalismo de manter as pessoas cientes do que acontece enquanto elas não têm condições de parar suas atividades para procurar informações (RODRIGUES, 1990). Da mesma forma, é uma maneira de o jornalismo suprir uma demanda sobre o atual estado do mundo, no caso específico o que estava acontecendo no mundo político, conforme aponta Gomes (2004). Logo, ao fazer essas publicações, o jornal atualizava as informações diárias de como estava a situação do processo e como tenderia a ser a votação.

No entanto, ao fazer essas atualizações, o jornal contribuiu para a percepção social de que o governo de Dilma Rousseff estava insustentável e auxiliava no processo de construção imagética negativa do governo e da presidente (GOMES, 2004). Em associação a essa visão construída, o jornal ainda apresentou em outras matérias a versão de que até mesmo o próprio governo, os aliados da presidente, e até ela mesma, não acreditavam na possibilidade de não sofrer *impeachment*. Alguns destes estavam, inclusive, desanimados e

resignados com a derrota, esperando o fim do processo. Isso está relacionado com o papel da mídia como ator político (LIMA, 2006) e a atuação da imprensa na construção social da realidade (BERGER; LUCKMANN, 1998) a partir de enquadramentos que são convenientes aos conglomerados de mídia (GOFFMAN, 2012).

Além da crise política vivenciada entre o Partido dos Trabalhadores e os outros partidos políticos, o jornal ainda apresentou os problemas internos do partido, de políticos que estavam insatisfeitos com a direção da sigla e até mesmo com a presidente. A justificativa central proposta pelo jornal era a de que se a petista fosse afastada seria pela sua incompetência em governar e administrar os problemas econômicos e pela falta de articulação política. Isso está relacionado com a crise do presidencialismo de coalizão quando a presidente – no caso Dilma Rousseff – perdeu o apoio no Congresso (ABRANCHES, 1988).

Entre os assuntos acionados para a construção das imagens negativas da petista e de seu governo, está a corrupção. Segundo o jornal, o governo da petista se envolveu em inúmeros escândalos jamais vistos na história política brasileira. O Partido dos Trabalhadores foi fortemente criticado, principalmente nas colunas. O assunto que justifica esses ataques concentrou-se na corrupção cometida pelos seus integrantes. O nome de Dilma Rousseff também esteve associado a essas matérias. Como podemos observar nas matérias “Inclusão de Pasadena em relatório ainda é dúvida” (4 de abril de 2016), “Planalto teme apuração de obras do governo Dilma” (11 de abril de 2016) e “Marcelo Odebrecht poderá detalhar em delação até conversas com Dilma” (11 de maio de 2016), o enquadramento do tema corrupção está centrado apenas na figura do governo petista, e o recorte desse tema não é observável sobre outros personagens políticos (ENTMAN, 1994; GITLIN, 1980).

O discurso utilizado pela petista para se defender, de que está vivenciando um golpe, foi bastante contestado pelo jornal e está presente nas matérias de caráter negativo. O jornal apresentou diversas matérias para falar sobre o assunto. Em algumas delas, ele se apropriou até do discurso utilizado pelos jornais estrangeiros, como se observa na matéria “Imprensa internacional não chama *impeachment* de golpe” (29 de abril de 2016). Em outra matéria, intitulada “‘Temer não pode ser contestado, ele venceu a eleição’ diz consultor”, publicada no dia 29 de abril de 2016, corroboraram o discurso midiático de que Temer teria legitimidade para assumir o lugar de Dilma e desqualificava seu argumento de que Temer era um usurpador de mandato, golpista e que agiu nos bastidores.

Observa-se, então, um discurso oposto àquele difundido pela petista em seus canais oficiais e até mesmo uma desconstrução dos argumentos feitos por ela. Autores como Berger e Luckmann (1985) e Vera França (2012) entendem que os meios de comunicação são

importantes instrumentos para a compreensão da construção da realidade. Quando os acontecimentos se transformam em narrativas, eles passam a existir como discursos, e esses discursos adotam caráter de verdade. Logo, a verdade imposta pela mídia, em cima da realidade que ela construiu sobre ser ou não um golpe e ser ou não um processo legal, é diferente daquela construída pela ex-presidente. Muito mais forte, visto que o discurso midiático tem maior força do que os discursos políticos, em que as pessoas acabam desconfiando de tudo o que é dito, pois acredita-se ser apenas uma propaganda de suas ações.

O discurso midiático característico para atrair a atenção, prender o leitor, dramatizar os acontecimentos e “novelizar” os personagens políticos é perceptível na construção da imagem da petista (SOUZA, 2016; LIMA, 2006; SCHARTZENBERG, 1977). Sua personalidade foi explorada entre os assuntos de enquadramento negativo. O jornal a descreve como uma “fera”, brava, que ataca, que não ouve as pessoas que estão à sua volta, nem mesmo seus aliados. Alguém com opinião forte, incapaz de voltar atrás, se redimir e ouvir o outro. Ela foi retratada também como alguém com temperamento difícil, que detestava reconhecer os erros e que não sabia pedir desculpas.

Em editorial publicado no dia 17 de abril de 2016, com o título “Avesa a reconhecer erros, Dilma não soube conter revolta política”, o jornal trouxe a informação de que Dilma tomava ansiolítico em seus momentos mais nervosos, como se isso fosse um problema e como se isso fosse uma estratégia dela, a fim de minimizar os efeitos de sua personalidade forte. No entanto, o editorial acrescenta que a presidente nunca aceitou muito bem esses remédios estabilizadores de humor e mantinha sempre seus ataques de raiva com as pessoas, inclusive com seus assessores. Nessa mesma matéria, o jornal acrescentou que essa personalidade incomodava até mesmo o ex-presidente Lula. Por esse motivo, muitos dos que antes se posicionavam como amigos dos petistas estavam lhe virando as costas na época.

O próprio título desse editorial já apresentou um juízo de valor sobre a personalidade da presidente. O enunciado enfatizou que Dilma era uma figura política que não gostava e não sabia assumir quando cometia erros e que esse teria sido o principal fator para a perda de poder no Congresso e nas ruas, o que teria gerado uma revolta política e explicaria a sua restituição do cargo. Nota-se, nesse momento, que o jornal não discute questões de problemas políticos ou má gestão da petista, porém leva a discussão para outro patamar: o da dramaticidade e da personalização da figura da presidente além de entrar na esfera privada e íntima em detrimento de discussões de caráter público. (GOMES, 2004; HABERMAS, 1984). Aspectos adjacentes à sua figura política foram destacados para atrair e

interessar as pessoas, que se preocupavam muito mais em dramas pessoais do que em problemas de administração política.

As matérias com enquadramento positivo somam um total de 22. Entre os assuntos mais recorrentes com enquadramento positivo, está a articulação de que o processo vivenciado por Dilma não apresentava indícios suficientes para seu afastamento, cujo tema foi evidente nas colunas e em algumas entrevistas, com integrantes do governo. No entanto, quase não apareceu nas notícias construídas pelo jornal. Ou seja, a construção de realidade por meio da produção de notícias não defende a tese de que o processo é ilegal (FRANÇA, 2012).

A coluna “O voto não é um detalhe”, publicada no dia 17 de abril de 2016, é um exemplo desse enquadramento. O colunista Bernardo Mello Franco explicou que, assim como no futebol, em que um jogador é expulso apenas quando comete uma falta grave, no processo de *impeachment* também deveria acontecer dessa maneira. O *impeachment* deveria ser aceito apenas quando houvesse prova clara de crime de responsabilidade. E o pior legado desse momento é a ideia de que o voto não basta para se manter no poder. Os próximos presidentes que assumirão o cargo seguirão sem a certeza de que permanecerão por quatro anos como estabelece a Constituição.

O enquadramento positivo seguiu a temática econômica. Todavia, apareceu apenas em uma única matéria, com o título “Com importação em queda, Brasil tem superávit de U\$1,2 bi em novembro”, publicada no dia 2 de dezembro de 2015, dia em que Eduardo Cunha acatou o pedido do processo de *impeachment*. Alguns dos discursos oficiais proferidos pela presidente também foram destaque entre as matérias positivas. Como exemplo, podemos citar a matéria “Em resposta à editorial da Folha, Dilma diz que ‘jamais renunciará’”, publicada no dia 4 de abril de 2016. Outro exemplo é a matéria publicada no dia 29 de abril de 2016, intitulada “Mandato pertence aos meus eleitores, afirma Dilma à CNN”. Em outra matéria, o jornal também deu destaque para a fala de Dilma, como “Antes tarde do que nunca”, em que trouxe falas da ex-presidente sobre o afastamento de Cunha no dia 6 de maio de 2016. Estes são exemplos de enquadramento positivo à imagem da petista, pois são matérias em que o jornal abre espaço de fala para a presidente e aparece apenas o seu discurso diante dos fatos.

A defesa da presidente e a sua honestidade foram enfatizadas por membros de seu governo, aliados de seu partido e, em alguns casos, professores universitários. Exemplos dessas ocorrências podem ser descritos a seguir. A entrevista publicada no dia 17 de abril de 2016, intitulada “Julgamento político não é vale-tudo, afirma professor de direito da USP”, é

um dos exemplos que se enquadra nessa categoria. Na matéria “Aliado de Dilma, Flávio Dino ajudou a tentar barrar *impeachment*”, publicada no dia 10 de maio de 2016, o jornal apresentou a argumentação de um aliado de Dilma, o que conferiu força política à presidente nesse momento já enquadrada sob o olhar de uma personagem política marcada pelo isolamento.

Em outra matéria, publicada no mesmo dia, com o título “Dilma estuda ir ao STF contra recusa de Renan em anular *impeachment*”, o jornal também abriu espaço para as estratégias políticas de Dilma em relação ao processo de cassação. Em uma coluna intitulada “Dia dos horrores”, publicada também no dia 10 de maio, o enquadramento positivo de Dilma e de seu governo se deu por meio da desconstrução do PMDB, que trabalhou ativamente na substituição do governo petista. Segundo o colunista Marcelo Freixo, o PMDB destacou-se pela chantagem e por estabelecer negociatas em troca de conquistas políticas. Segundo o jornal, tratava-se de um partido que agia por trás das cortinas.

Podemos apontar as matérias com enquadramento neutro aquelas em que, apesar do nome de Dilma estar presente, não foi possível fazer qualquer juízo de valor positivo ou negativo. Ou seja, a forma como foi apontada não interfere no processo de interpretação da matéria. Como exemplo, podemos citar algumas matérias: “Crise política causa brigas familiares e ‘ânimo belicoso’”, publicada no dia 4 de abril de 2016, em que o jornal argumentou que essa disputa entre os indivíduos prós e contra *impeachment* tem causado problemas dentro do ambiente familiar, pois as pessoas não têm aceitado a opinião alheia. O enquadramento neutro também pode ser verificado com a notícia “Imprensa mundial recebe suspensão de *impeachment* com surpresa” publicada no dia 10 de maio. O jornal apenas relatou que os jornais estrangeiros receberam com surpresa a decisão de anulação do *impeachment* proposta por Waldir Maranhão. Não houve qualquer atribuição, positiva ou negativa, à imagem de Dilma.

Em outros casos, foram enquadrados como neutras as matérias que apresentavam destaque relativo para os personagens envolvidos, apresentando aspectos positivos e negativos, seja da sua personalidade ou de seu governo. Apresentavam, assim, os assuntos de forma equilibrada sem comprometer a opinião do leitor. Um exemplo é a matéria intitulada “Janaina rebate argumentos dilmistas, e Cardozo diz que acusação é pretexto” publicada no dia 31 de agosto de 2016. Nessa matéria, o jornal apresentou o debate dos advogados de defesa e de acusação.

Segundo o jornal, a advogada Janaina Paschoal atribuiu a Deus a tomada de consciência da população quanto à necessidade do *impeachment*. Ele ainda destacou que ela

chorou dizendo pensar nos netos da presidente afastada. O jornal acrescentou ainda que Miguel Reale Jr. concordava com Janaina e, para ele, o impeachment inauguraria uma nova época no País. Na mesma matéria, o jornal apresentou a visão do advogado de defesa de Dilma, José Eduardo Cardozo. De acordo com o jornal, Cardozo afirmou que as razões do *impeachment* foram modificadas e articuladas de forma retroativa, que tudo se tratou de uma “tentativa de frear a Lava Jato”. Como o jornal ouviu ambos os personagens e cada um defendeu a sua teoria, não foi possível apontar favorecimento ou não de um personagem em detrimento de outro.

A coluna “Céu sem santos”, publicada no mesmo dia, também pode ser um exemplo de enquadramento neutro feito pelo jornal em seu conteúdo. Ela apenas relatou a encenação feita pelos advogados de defesa e de acusação, na véspera da votação, quando poucas pessoas se animaram a protestar seja contra ou a favor. Era uma cena sem povo na rua, apenas articulada pelos defensores e acusadores, em que ambos apelaram para a emoção, numa tentativa de atrair as pessoas. A coluna informou que Janaina Paschoal ofereceu o espetáculo esperado. Fez caretas, chorou e disse que pensava nos netos de Dilma ao propor seu afastamento. Em contrapartida, argumentou que José Eduardo Cardozo também tentou apelar à emoção. Numa passagem, disse que Dilma foi discriminada por ser mulher. Noutra, insistiu em comparar o processo legal do *impeachment* com a desumanidade da tortura. A matéria “Embate final de acusação do *impeachment* tem choro de advogados”, publicada em 31 de agosto, também teve enquadramento neutro.

Outras matérias que foram consideradas neutras foram aquelas que tratavam dos ritos do processo de *impeachment*, das etapas seguintes, dos personagens do processo e das datas dos eventos. Como exemplo, podemos citar os gráficos publicados diariamente sob o título “Placar do *Impeachment* na Câmara” e “Placar do *Impeachment* no Senado”, em que o jornal apresentava dia a dia como cada político iria votar, dando o tom de como seria a votação final. Outro exemplo desse enquadramento neutro pode ser verificado na matéria “Câmara aprova pedido de *impeachment*; veja perguntas e respostas sobre o processo” publicada no dia 17 de abril de 2016.

Observa-se uma cobertura neutra também quando o jornal responde às questões sobre o andamento do processo: “O que a Câmara decidiu neste domingo (17)?”, “A comissão do Senado pode mudar a decisão da Câmara? Se sim, cabe recurso?”, “Se o plenário do Senado rejeitar a abertura de *impeachment*, o processo está encerrado?”, “Quando Dilma precisa se afastar da Presidência?”, “Quanto tempo dura o julgamento?” e “Se a presidente for considerada culpada, qual a pena?” A resposta para esses questionamentos se deram de forma

neutra, apenas orientando e noticiando os próximos caminhos do processo. Não foi possível verificar qualquer valência positiva ou negativa à imagem da petista e de seu governo.

Algumas outras matérias também podem ser descritas como enquadramento neutro pela ausência de juízo de valor positivo ou negativo a Dilma e seu governo: “Cerca separará manifestantes pró e contra *impeachment* em Brasília”, publicada no dia 11 de abril, e “Deputados se dizem pressionados por grupos contra e pró *impeachment*”, também publicado no mesmo dia. A matéria com o título “Em meio à crise política, colunistas da *Folha* falam sobre os desafios do País”, publicada no dia 17 de abril de 2016 também se encaixa como enquadramento neutro. O jornal apresentou uma cobertura equilibrada, com colunistas favoráveis e contra o processo.

Quadro 11 - Matérias e Valências

Valência das Matérias			
Data	Positiva	Negativa	Neutra
2/12/2015	2	11	0
4/04/2016	3	7	2
11/04/2016	3	6	3
17/04/2016	3	23	5
28/04/2016	3	5	2
29/04/2016	1	12	0
6/05/2016	2	4	2
9/05/2016	0	6	1
10/05/2016	4	2	4
11/05/2016	0	9	3
27/06/2016	0	1	0
29/08/2016	1	6	0
31/08/2016	0	9	4
Total:	22	101	35

Fonte: elaboração própria da autora (2017)

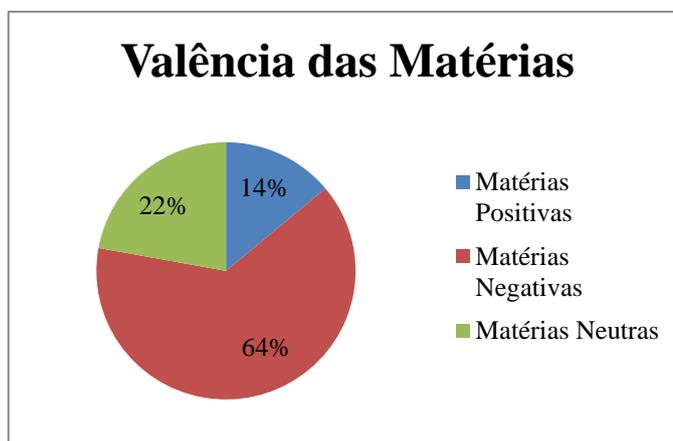


Figura 6 - Representação gráfica da valência das matérias do jornal Folha de São Paulo no período do *impeachment*

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

5.5.3 Uma análise das matérias de capa e suas valências

A seguir, será analisada a valência das matérias de capa selecionadas pelo jornal *Folha de S. Paulo*. Uma única matéria foi enquadrada como positiva, intitulada “Cunha retalia PT e acata pedido de *impeachment* contra Dilma”, publicada no dia 2 de dezembro de 2015. Nesse momento, o jornal enxergava o processo de *impeachment* como uma ação cometida por Cunha para retaliar o PT por ele ter anunciado, no mesmo dia, pela manhã, que votaria a favor da cassação do parlamentar no Conselho de Ética. Nesse momento, o jornal não apresentou juízo de valor algum sobre a consistência ou não do processo, mas enquadrou a petista como vítima de uma ação de fúria de Eduardo Cunha.

Sete matérias de capa foram enquadradas como negativas à presidente e ao seu governo: “Para salvar Dilma, Lula mira votos no Norte e Nordeste”, “Governo prevê revés em comissão e tenta se salvar no plenário”, “Com maioria contrária a Dilma, Câmara vota hoje *impeachment*”, “Interino da Câmara tenta parar *impeachment*; Senado o ignora”, “Senado deve afastar Dilma, governo recorre ao Supremo”, “Receita aponta desvio e tira isenção do Instituto Lula” e “Senado tem maioria para cassar Dilma; Temer já prepara a posse”.

Entre os enquadramentos negativos, está a articulação do ex-presidente Lula como forma de suprir a falta de afeição política de Dilma em estabelecer acordos e angariar votos, que podem ser verificados nos trechos da matéria, publicada no dia 4 de abril de 2016, descrita a seguir: “Na luta para evitar o *impeachment* de Dilma Rousseff, o ex-presidente Lula deflagrou uma ofensiva que traça como alvo parlamentares que compõem o chamado ‘baixo clero’ ou que têm base eleitoral nos grotões do País, em partes da região Norte e Nordeste” (FOLHA DE S. PAULO, 4 abr. 2016).

A articulação do governo, com as barganhas, para se salvar do processo, a percepção de que não há mais saída para a petista e que ela será de fato indiciada por cometer crimes de responsabilidade também são assuntos que foram enquadrados de modo negativo nas capas e podem ser verificados pelos trechos a seguir. A matéria de capa, publicada no dia 11 de abril de 2016, argumenta que “todo o trabalho feito pelo ex-presidente Lula e pelo governo de prometer cargos e verbas para os partidos que podem ocupar o espaço deixado pelo PMDB, como PP, PR e PSD, parecia estar garantindo os 172 votos que barram o processo de *impeachment*” (FOLHA DE S. PAULO, 11 abr. 2016). No entanto, “dois fatores

complicaram a equação. Primeiro, a delação de executivos da Andrade Gutierrez implicando as campanhas de Dilma, com dinheiro do petrolão [...] e segundo, a ação do PMDB do vice-presidente, que está abordando todos os procurados por Lula com perspectiva de poder” (FOLHA DE S. PAULO, 11 abr. 2016).

Na matéria de capa intitulada “Receita aponta desvio e tira isenção do Instituto Lula”, publicada no dia 29 de agosto de 2016, o jornal destacou temas como corrupção e desvios de dinheiro cometidos pelo Instituto Lula. Esses assuntos acabaram tendo consequências negativas na construção da imagem da petista, que, como visto, se apoia fortemente na imagem de Lula para formação de sua imagem política.

Entre as matérias de capa de caráter neutro, podemos apontar cinco matérias: “Temer propõe bônus de desempenho para professores do País” (28 de abril de 2016), “Em aceno ao PSDB, Temer nega candidatura em 2018” (29 de abril de 2016), “Em decisão inédita e unânime, STF afasta Cunha da Câmara” (6 de maio de 2016), “Andrade Gutierrez pede desculpas por mal feito” (9 de maio de 2016) e “Garoto de 12 anos é morto em São Paulo por Guarda Civil” (27 de junho de 2016).

Na matéria “Temer propõe bônus de desempenho para professores do País”, publicada no dia 28 de abril de 2016, o nome do vice-presidente apareceu atrelado às suas articulações políticas caso Dilma Rousseff fosse afastada. O trecho a seguir evidencia tal proposição: “O vice-presidente, Michel Temer (PMDB), quer implementar, caso substitua Dilma Rousseff na Presidência, uma série de mudanças no sistema educacional do País. Uma das propostas é o pagamento de bônus a professores baseados no desempenho dos alunos” (FOLHA DE S. PAULO, 28 abr. 2016).

Em outro momento, em matéria intitulada “Em aceno ao PSDB, Temer nega candidatura em 2018”, publicada no dia 29 de abril de 2016, o jornal deu destaque para a afirmação de Temer de que ele não tinha pretensões de se candidatar à Presidência em 2018 como se observa no trecho que se segue: “Michel Temer (PMDB) disse em entrevista na TV que não será candidato à sucessão presidencial em 2018 caso substitua Dilma Rousseff (PT) no cargo”. O jornal ainda deu destaque para a articulação do peemedebista em um possível governo: “O peemedebista estuda oferecer ao senador José Serra (SP) um novo ministério das Relações Exteriores [...]. A deputada Mara Gabrilli (PSDB-SP) assumiria a Secretaria de Direitos Humanos” (FOLHA DE S. PAULO, 29 abr. 2016).

Em outra matéria, de título “Andrade Gutierrez pede desculpas por malfeitos”, publicada no dia 9 de maio de 2016, o enquadramento pode ser verificado como neutro, pois, ao construir a matéria, ainda que o jornal tenha mencionado ilegalidades cometidas em

governos, não envolveu o nome de Dilma. Tratou apenas do pedido de desculpas feito pela empresa. O trecho a seguir pode exemplificar a neutralidade da matéria em relação à imagem da presidente: “Segunda maior empreiteira do País, a Andrade Gutierrez divulga hoje um ‘pedido de desculpas ao povo brasileiro’ por ilegalidades cometidas em obras públicas investigadas na Lava Jato”. Em outro momento, “A empresa diz que vai reparar os danos e apresenta propostas para tornar licitações e contratos mais éticos” (FOLHA DE S. PAULO, 9 maio 2016).

A matéria “Garoto de 12 anos é morto em São Paulo por Guarda Civil” publicada no dia 27 de junho de 2016, não apresentou cunho político; portanto, não se verifica enquadramento algum de Dilma ou de seu governo: “Um menino de 12 anos foi morto por um guarda-civil metropolitano na noite de sábado em São Paulo [...] O caso acontece menos de um mês depois da morte de um menino de 10 anos por policiais militares” (FOLHA DE S. PAULO, 27 jun. 2016). Esses dados podem ser verificados no Quadro 12 e na Figura 7.

Quadro 12 - Matérias de Capa e Valência

Data	Matéria de capa	Enquadramento do título da matéria de capa
2/12/2015	Cunha retalia PT e acata pedido de <i>impeachment</i> contra Dilma	Positiva
4/04/2016	Para salvar Dilma, Lula mira votos no Norte e Nordeste	Negativa
11/04/2016	Governo prevê revés em comissão e tenta se salvar no plenário	Negativa
17/04/2016	Com maioria contrária a Dilma, Câmara vota hoje <i>impeachment</i>	Negativa
28/04/2016	Temer propõe bônus de desempenho para professores do País	Neutra
29/04/2016	Em aceno ao PSDB, Temer nega candidatura em 2018	Neutra
6/05/2016	Em decisão inédita e unânime, STF afasta Cunha da Câmara	Neutra
9/05/2016	Andrade Gutierrez pede desculpas por mal feito	Neutra
10/05/2016	Interino da Câmara tenta parar <i>impeachment</i> ; Senado o ignora	Negativa
11/05/2016	Senado deve afastar Dilma, governo recorre ao Supremo	Negativa
27/06/2016	Garoto de 12 anos é morto em São Paulo por Guarda Civil	Neutra
29/08/2016	Receita aponta desvio e tira isenção do Instituto Lula	Negativa
31/08/2016	Senado tem maioria para cassar Dilma; Temer já prepara a posse	Negativa

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

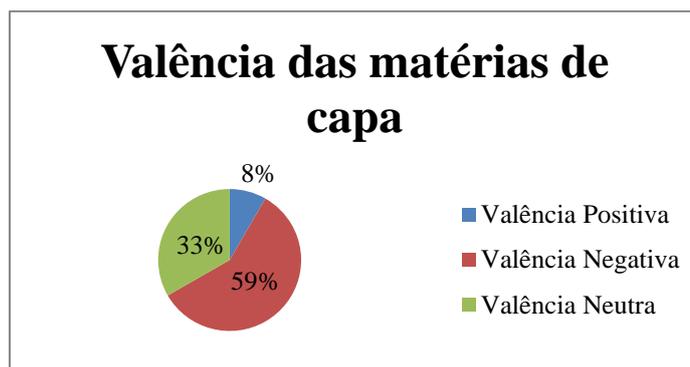


Figura 7 - Representação gráfica da valência das matérias de capa do jornal *Folha de S. Paulo* no período do *impeachment*

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

5.5.4 Uma análise das editorias mais evidentes nas matérias analisadas

A seguir, serão analisados quais editorias foram mais expressivas no processo de construção da figura de Dilma Rousseff e de seu governo feito pelo jornal. A editoria “Poder” foi a que concentrou o maior número de matérias, contabilizando um total de 94 matérias (59%). A editoria “Opinião”, que reunia as colunas, os editoriais e os artigos de opinião, foi a segunda mais expressiva, com 34 matérias (22%). A editoria “Mercado” ficou bem próxima da anterior, com 27 matérias (17%). As editorias “Cotidiano” e “Ilustrada” apareceram em duas e uma matéria, respectivamente, o que corresponde a aproximadamente 1%.

Como observado, nota-se que os assuntos políticos tiveram maior destaque no jornal com o uso predominante da seção “Poder”. O processo do *impeachment* e seus desdobramentos estiveram presentes na maioria das matérias publicadas nessa editoria. Alguns exemplos de matérias que tiveram esse recorte nessa editoria foram: “Deputados se dizem pressionados por grupos contra e pró-*impeachment*”, publicada no dia 11 de abril de 2016, “Dilma e Temer fazem guerra de votos à véspera de votação do *impeachment*”, publicada no dia 17 de abril de 2016”, e “Câmara aprova pedido de *impeachment*; veja perguntas e respostas”, também publicada no dia 17 de abril de 2016.

A utilização da opinião de outras pessoas para corroborar o alinhamento político do jornal também foi estratégia pertinente no objeto analisado, visto que a seção “Opinião” foi a segunda editoria mais expressiva nas matérias analisadas. Entre elas, podemos destacar algumas nas quais os enquadramentos foram bem claros sobre a linha de pensamento político adotado pelo autor do texto: “Crime, corrupção e incompetência”, publicada no dia 17 de abril de 2016; “Danos Econômicos” e “O governo não começou”, “A culpa é dela” ambas publicadas no dia 11 de maio de 2016. Outras colunas também podem ser apontadas como

exemplo: “Dilma, foi a economia que definiu seu destino, querida!”, publicada no dia 29 de agosto de 2016, e “Chega ao fim um ciclo perverso”, publicada no mesmo dia. “Cérebro, golpe e juiz natural”, publicada no dia 31 de agosto de 2016, também pode ser apontada como exemplo.

Para dar sustentação à ideia de que o *impeachment* era necessário, que o descontrole era geral e que a economia dava os sinais mais sérios de uma ineficiência do governo petista, a editoria “Mercado” sobressaiu-se das demais, ficando em terceira colocação no *ranking* de editorias mais expressivas. Algumas matérias podem exemplificar a expressividade de tal editoria e o recorte feito sobre o tema: “Economia brasileira cai 1,7% no 3º trimestre e prolonga recessão”, “Construção pesada demite 11,5 mil em 12 meses”, “Queda no Brasil é a mais forte e mais longa entre as economias globais” e “Consumo de famílias cai 1,5% com piora de emprego e renda”. Todas essas matérias foram publicadas no dia 2 de dezembro de 2015.

No entanto, podem ser verificadas em todo o período analisado: “Para analistas, PIB recua até 6% com Dilma; sem ela, País ensaia retomada” e “Consumo no Brasil piora com ou sem Dilma no campo, dizem analistas”, publicadas no dia 17 de abril de 2016. Outras notícias na editoria “Mercado” ganharam destaque: “Agência de classificação de risco Fitch rebaixa nota do Brasil” e “Corte da nota do Brasil é recado para Temer agir rápido, dizem analistas”. Ambas as matérias foram publicadas no dia 6 de maio.

Quadro 13 - Editorias

Editorias:					
Data	Opinião	Poder	Mercado	Cotidiano	Ilustrada
2/12/2015	3	1	9	0	0
4/04/2016	4	7	1	0	0
11/04/2016	3	8	1	0	0
17/04/2016	4	25	3	0	0
28/04/2016	3	6	1	1	0
29/04/2016	0	9	4	1	0
6/05/2016	0	7	2	0	0
9/05/2016	4	4	0	0	0
10/05/2016	4	6	1	0	0
11/05/2016	4	7	1	0	1
27/06/2016	0	0	1	0	0
29/08/2016	2	5	1	0	0

31/08/2016	3	9	2	0	0
Total	34	94	27	2	1

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

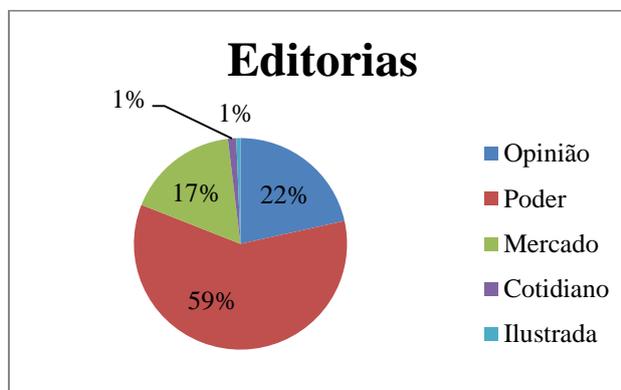


Figura 8 - Representação gráfica das editorias evidentes no período do *impeachment*
Fonte: elaboração própria da autora (2017).

5.5.5 Uma análise dos gêneros mais evidentes nas matérias analisadas

A seguir, serão analisados quais os gêneros foram acionados pelo jornal durante o processo de *impeachment*. O gênero “Notícia/Reportagem” foi o mais predominante no objeto em questão, somando um total de 86 (54%). Dentro desse gênero, destacaram-se abordagens relativas a problemas internos no Partido dos Trabalhadores, como a matéria “Pressão do Planalto para salvar Cunha de cassação divide o PT” (2 de dezembro de 2015). Segundo o jornal, existia um racha na direção do partido decorrente de uma divergência de pensamentos sobre a salvação ou não de Cunha nas investigações de corrupção na Petrobrás. O jornal argumenta que a salvação de Cunha a pedido de aliados de Dilma levou parlamentares e prefeitos da sigla a acionar a Direção do PT com ameaças de desfiliação em série. O jornal ainda afirmou que a direção do PT, a maioria da bancada e até uma ala minoritária do governo decidiram remar na corrente contrária e abandonar o governo.

Os problemas econômicos decorrentes da má administração do governo petista também foram abordados nesse gênero jornalístico. Na matéria “Economia brasileira cai 1,7% no 3º trimestre e prolonga recessão” (2 de dezembro de 2015), o jornal apontou que o resultado era pior do que a expectativa dos economistas: “Trata-se do terceiro trimestre consecutivo de queda do PIB, a mais longa sequência desde o ano de 1990, quando o governo Collor confiscou o dinheiro depositado na caderneta de poupança para tentar conter a hiperinflação” (FOLHA DE S. PAULO, 2 dez. 2015). Nessa mesma reportagem, o jornal afirmou que “a economia brasileira sofre com uma combinação de fatores desde a perda de

dinamismo do crescimento econômico global até a conta de anos de uma política econômica que fragilizou as finanças públicas. A crise política também não dá trégua”. Isso se reflete no fato de que “as famílias brasileiras voltaram a reduzir suas compras, pressionadas pela combinação de queda na renda, inflação elevada, crédito mais restrito” (FOLHA DE S. PAULO, 2 dez. 2015).

A articulação política do governo para tentar salvar Dilma Rousseff também foi destaque nesse gênero jornalístico. Um exemplo pode ser verificado na matéria “Contra *impeachment*, Lula avança sobre ‘baixo clero’” (4 de abril de 2016), em que o jornal destacou as investidas de Lula sobre os políticos do Norte e Nordeste com o oferecimento de cargos em troca de votos. A articulação política para angariar votos também foi perceptível tanto com os personagens de situação quanto de oposição como se observa na matéria “Dilma e Temer fazem guerra de votos à véspera de votação do *impeachment*” (17 de abril de 2016). Segundo o jornal, ambos “se jogaram para a ofensiva final e partiram para uma guerra de números sobre o placar de domingo (17), com os dois lados contando vitória. A capital do País virou um centro de reuniões de última hora neste sábado (16), num clima de eleição indireta entre a petista e o peemedebista”.

Os desdobramentos do processo e a reação da população diante do *impeachment* também foram narrados nessas notícias. Como exemplo, podemos citar a matéria “Cerca separará manifestantes pró e contra *impeachment* em Brasília” (11 de abril de 2016). O jornal descreveu que a Secretaria de Segurança Pública do Distrito Federal instalou barreiras no meio da Esplanada, separando as alas sul (para os contrários ao governo) e norte (para os favoráveis a Dilma), para evitar brigas e confronto entre os manifestantes. Informou ainda que até o gramado do Congresso Nacional, tradicional ponto das manifestações, foi separado.

O segundo gênero mais acionado foi “Coluna”, com 44 ocorrências (28%). Entre os temas que se destacaram nas colunas, podemos apontar os problemas econômicos – tema de maior recorrência nesse gênero. Como exemplo, podemos citar a coluna intitulada “Risco” (2 de dezembro de 2015). O colunista Antonio Delfim Netto argumenta que as perspectivas não são nada animadoras, porque “salta aos olhos a perda de protagonismo da presidente”. Ele ainda apontou que as dificuldades econômicas de hoje foram gestadas há três anos, em 2012.

Os problemas políticos também foram destaques nesse gênero jornalístico. A coluna “Acórdão ou Acórdão” (4 de abril de 2016) mencionou que “o jogo do *impeachment* se tornou diabólico, porque o governo nunca esteve tão isolado e impopular” (FOLHA DE S. PAULO, 4 abr. 2016). O olhar pessimista do colunista Vinicius Mota ainda é enfatizado pelo argumento de que a recessão estava reduzindo emprego e renda de forma intensa.

As narrativas do *impeachment* também foram tema desse gênero. Com a coluna “Chegou a hora” (11 de abril de 2016), o colunista e também político, Aécio Neves, afirmou que “estará em julgamento não apenas um estilo de gestão ou a crença de uma ideologia, mas um governo que descumpriu sistematicamente as leis e atropelou a Constituição” (FOLHA DE S. PAULO, 11 abr. 2016). O jornal ainda apontou que o governo se serviu de um esquema jamais visto de corrupção institucionalizada, para financiar seu projeto de poder. Em outra coluna intitulada “Um argumento novo” (11 de abril de 2016), é possível identificar uma narrativa pró-Dilma. O colunista Marcelo Coelho explica que, “ainda que se possa querer muito que Dilma saia do governo, não é insensato dizer que a punição pelos decretos e pedaladas fere o princípio da proporcionalidade”. Ele ainda acrescentou que a sensação que se tem diante do processo é a de que temos uma “bomba atômica utilizada para matar uma mosca” (FOLHA DE S. PAULO, 11 abr. 2016).

Corrupção, escândalos e crimes também foram abordados nas colunas. Um exemplo que pode ser citado é de uma coluna publicada no dia 17 de abril de 2016, com o título “Crime, corrupção e incompetência”. Segundo apontou a coluna, “o *impeachment* que será decidido terá como base um crime de responsabilidade e uma sucessão de escândalos que nunca houve antes neste País. Na verdade, se for deposto, será pela incompetência” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016).

O terceiro gênero mais acionado foi “Infográficos”, presente em nove momentos (6%). Cabe aqui ressaltar que esse gênero foi utilizado em decorrência do objeto analisado. Durante todo o período do *impeachment*, o jornal publicou todo o andamento da orientação dos votos políticos sobre o processo por meio de gráficos com os votos de cada político e a somatória de votos pró e contra *impeachment*.

O quarto gênero destacado foi “Editorial”, com oito aparições (5%). O tema de destaque nos editoriais foi a crise econômica, observada, por exemplo, no editorial intitulado “Colapso” (2 de dezembro de 2015). Segundo o editorial, “Poucas vezes se viu, na história brasileira, um encolhimento tão expressivo de nossa economia”. O mesmo editorial ainda faz prognósticos negativos para os anos que se sucedem: “Esvaem-se, com isso, as esperanças de que 2016 possa trazer algum alento. O ano que vem será de nova retração” (FOLHA DE S. PAULO, 2 dez. 2015). O governo de Dilma também foi criticado neste trecho: “Evidencia-se, pois, a precariedade do modelo petista, que se baseou unicamente em aproveitar os bons ventos internacionais para distribuir dinheiro e obter, de políticos e empresários, apoio mercenário a um projeto econômico primitivo” (FOLHA DE S. PAULO, 2 dez. 2015).

A defesa de que a presidente Dilma Rousseff deveria ser afastada pela sua inabilidade política e pelas ações equivocadas também foi encontrada dentro das editoriais como o editorial publicado no dia 17 de abril de 2016, “Avesa a reconhecer erros, Dilma não soube conter revolta política”. O editorial afirma que “O governo parecia ter encontrado uma narrativa de sucesso: uma mulher intolerante à corrupção varria os impuros de cena” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016). No entanto, o editorial afirmou que, quanto mais poder conquistava, menos olhava para o Congresso. Por fim, o editorial concluiu que essa personalidade autoritária e individualista levou a presidente à situação do *impeachment*.

“Entrevista” e “artigo de opinião” foram os gêneros menos acionados, com sete e quatro ocorrências, respectivamente, totalizando 4% e 3%. Entre os entrevistados, estão: o advogado de defesa da união – José Eduardo Cardozo, o professor de direito da USP – Virgílio Afonso da Silva, o consultor político de Michel Temer – Gaudêncio Torquato, o ex-presidente do Banco Central – o economista Gustavo Franco, os senadores petistas – Humberto Costa e Lindbergh Farias e o senador tucano e líder do PSDB no Senado – Cássio Cunha Lima. Os dados podem ser conferidos no Quadro 14 e na Figura 9.

Quadro 14 - Gênero

Gênero						
Data	Notícia	Coluna	Entrevista	Artigo	Editorial	Gráfico
2/12/2015	9	3	0	0	1	0
4/04/2016	7	5	0	0	0	0
11/04/2016	5	6	1	0	0	0
17/04/2016	17	7	1	4	2	1
28/04/2016	4	3	2	0	1	1
29/04/2016	12	1	0	0	0	1
6/05/2016	7	1	0	0	0	1
9/05/2016	2	2	1	0	2	1
10/05/2016	5	4	0	0	1	1
11/05/2016	7	4	0	0	1	1
27/06/2016	1	0	0	0	0	0
29/08/2016	3	2	2	0	0	1
31/08/2016	7	6	0	0	0	1
Total	86	44	7	4	8	9

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

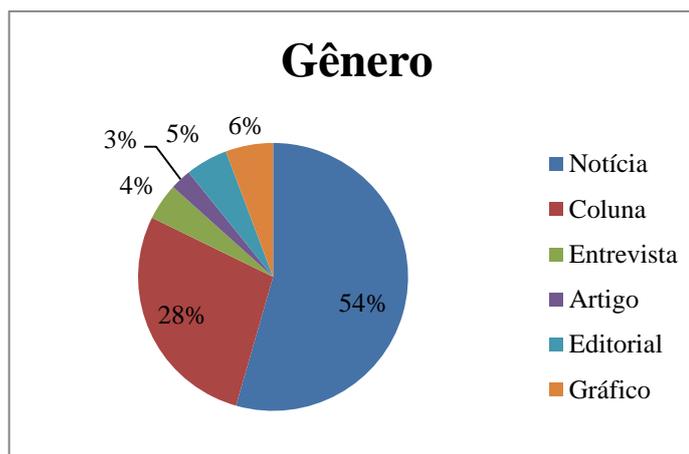


Figura 9 - Representação gráfica dos gêneros jornalísticos utilizados no jornal *Folha de São Paulo* no período do *impeachment*

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

5.5.6 Uma análise das temáticas mais acionadas

A seguir, serão analisadas as temáticas que o jornal *Folha de S. Paulo* acionou na sua cobertura durante o processo de *impeachment*. A partir da recorrência dos temas, foi possível apresentar algumas categorias para agrupar as publicações analisadas. Entre elas estão: I) Crise política e institucional; II) Crise econômica; III) Articulação política; IV) Corrupção/Escândalos políticos; V) Processo de *Impeachment*; VI) As perspectivas políticas do governo Temer; e VII) Outros. É importante destacar que uma mesma publicação pode apresentar mais de uma temática em seu conteúdo e se encaixar em mais de uma categoria.

A temática mais acionada nas 158 matérias analisadas foi o processo de *impeachment*. Desse total, 79 matérias se dedicaram ao assunto, aproximadamente 35% do que foi publicado. A segunda temática mais recorrente foi a crise econômica presente no Brasil, somando um total de 49 ocorrências (22%). Em terceiro, está a crise política e institucional vivenciada pelo governo Dilma com 25 aparições, totalizando um percentual de 11%. A quarta temática mais evidente, corrupção e escândalos políticos, somou 23 ocorrências (10%). Em quinto, ficou a articulação política, com 22 aparições (10%). E, por fim, a perspectiva política do governo Temer, totalizando 18 matérias (8%). Cerca de dez matérias não se encaixaram nas categorias iniciais e destinaram-se para a categoria outros, representando 4%. Os números podem ser verificados no Quadro 15 e na Figura 10.

Quadro 15 - Temáticas acionadas

Temáticas acionadas							
Data:	Crise política e institucional	Crise econômica	Articulação política	Corrupção/Escândalos políticos	Processo de <i>impeachment</i>	As perspectivas políticas do governo Temer	Outros
02/12/2015	0	12	1	0	0	0	0
04/04/2016	4	2	1	2	7	1	0
11/04/2016	0	4	3	3	8	0	0
17/04/2016	9	5	3	4	16	5	3
28/04/2016	4	2	2	2	4	3	2
29/04/2016	2	5	0	2	5	2	3
06/05/2016	2	2	4	2	4	2	0
09/05/2016	1	4	1	2	2	2	0
10/05/2016	0	2	4	2	10	0	0
11/05/2016	2	4	1	2	9	1	0
27/06/2016	0	1	0	0	0	0	0
29/08/2016	1	4	0	2	5	0	0
31/08/2016	0	2	2	0	9	2	2
Total:	25	49	22	23	79	18	10

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

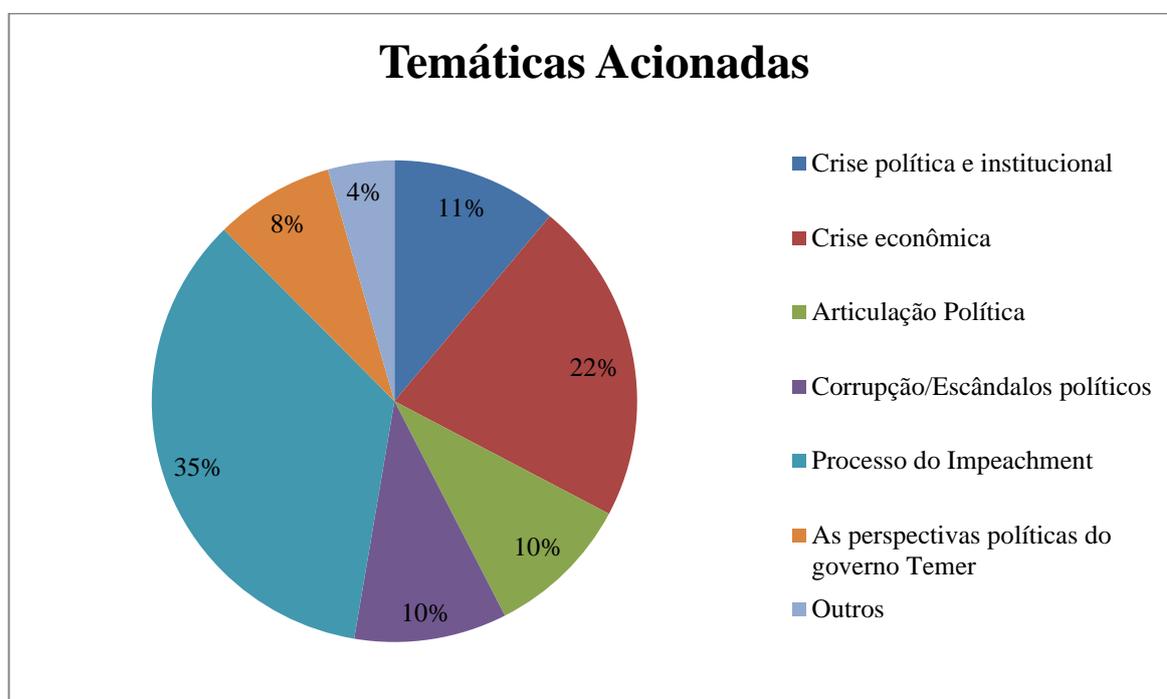


Figura 10 - Representação gráfica dos temas mais acionados no jornal *Folha de S. Paulo* no período do *impeachment*

Fonte: elaboração própria da autora (2017).

Como observado, o processo de *impeachment* perpassou a maior parte das publicações durante o período analisado. A forma como o evento foi enquadrado pelo jornal foi totalmente oposta à enquadrada pela presidente em seus discursos e em suas publicações nas redes sociais (PORTO, 2004; GOFFMAN, 2012). Para a *Folha*, o processo era perfeitamente legal, embasado em crimes de responsabilidade, e este era o único caminho possível para o fim da estagnação do País. O tema esteve presente em 12 dos 13 dias (acontecimentos) analisados, exceto no primeiro quando Eduardo Cunha havia acabado de aceitar as denúncias, porque o assunto ainda era muito recente e o processo muito obscuro.

O jornal constrói a narrativa de que o *impeachment* é resultado de uma crise geral apresentada no País, resultado de ações equivocadas tomadas pela petista. Para justificar sua posição, ele apresentou muitos artigos de opinião, editorial e colunas, que apontavam as supostas irregularidades cometidas pela presidente, seu governo e seu partido. Na coluna do dia 11 de abril de 2016, intitulada “Chegou a hora”, há o argumento de que existem flagrantes suficientes de indícios de crime de responsabilidade: “Estará em julgamento não apenas um estilo de gestão ou a crença em uma ideologia, mas um governo que descumpriu sistematicamente as leis e atropelou a Constituição e se serviu de esquema jamais visto de corrupção institucionalizada” (FOLHA DE S. PAULO, 11 abr. 2016). Nesse sentido, a coluna aponta que é preciso “retirar o País da paralisia, do marasmo e da letargia a que fomos tragados. Para isso [...] o caminho que apresenta menor custo é o afastamento da atual presidente [...]” (FOLHA DE S. PAULO, 11 abr. 2016).

No artigo de opinião, intitulado “Colapso da confiança popular criou política do *impeachment*” (17 de abril de 2016), fatores adjacentes aos crimes de responsabilidade foram apontados como fatores determinantes para o início da degradação política do Brasil conforme pode ser descrito neste trecho: “O colapso da confiança popular, o governo mal avaliado, incentivou um PMDB ofendido a cobrar velhas contas de Dilma” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016). Em outro artigo de opinião, publicado no mesmo dia, com o título “Política ofusca a crise fiscal, o maior dos problemas do Brasil”, o jornal segue o mesmo alinhamento: “A principal causa da turbulência política foi a opção que a campanha petista fez em 2014 de ganhar a eleição a qualquer custo. Abusou da mentira e da demonização dos demais candidatos. Construiu uma economia que não existia. Escondeu os problemas” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016).

Ou seja, essas narrativas do processo se configuraram divergentes das que Dilma Rousseff construiu. Goffman (2012) explica que as narrativas obtidas pelos *frames* (recortes) são responsáveis por fortalecer as crenças sobre o funcionamento do mundo. Ao fazer esse

recorte sobre o processo, o jornal fortalece o imaginário social com a ideia de que o desfecho que essa história está tomando é perfeitamente aceitável, pois ele é resultado de uma incompetência política da presidente.

O argumento central que poderia gerar discussões sobre a possibilidade ou não de *impeachment*: as pedaladas foram pouco mencionadas nas publicações. Podem ser verificadas em poucas matérias, como, por exemplo, a publicada no dia 29 de abril de 2016, “‘Há crime de sobra’, dizem autores de denúncia contra Dilma ao Senado”. Fatores externos a este, como as quedas na confiança popular, a má avaliação do governo, o fracasso econômico, a falta de articulação política, a impopularidade e os envolvimento de seu nome em escândalos e corrupções são usados como justificativa para a ocorrência do processo.

Alguns títulos podem ser mencionados para que se tenha dimensão do enquadramento realizado sobre o tema. Como exemplo, podemos citar: “Queda no Brasil é a mais forte e mais longa entre economias globais” (2 de dezembro de 2015). Esse é um dos exemplos de matérias em que o viés econômico foi colocado à frente da discussão de crimes de responsabilidade ou não. A falta de tato da presidente para administrar os problemas e tirá-los da situação é evidente por meio da matéria intitulada “Temer pode consertar o País, afirma jornal britânico *The Guardian*” (4 de abril de 2016). Nessa matéria, Dilma Rousseff foi colocada fora de cena e o peemedebista foi visto como o “salvador da pátria”.

A falta de apoio, até mesmo do seu partido, foi enfatizada pelo jornal na reportagem “Dilma inicia semana decisiva com ameaça do PP debandar” (11 de abril de 2016). A corrupção foi colocada como um elemento que causa medo nos governistas e na presidente. Tal panorama pode ser visto nas matérias “Planalto teme apuração de obras do governo Dilma” (11 de abril de 2016) e “Crime, corrupção e incompetência” (17 de abril de 2016). A falta de apoio da população como agente determinante para o processo do *impeachment* também mereceu destaque nesse enquadramento, na reportagem “Protestos de 2013 marcaram fim de retórica triunfal do PT” (17 de abril de 2016). A falta de confiança da petista na situação vivenciada também reforçou o caráter definitivo e sem solução do processo com a matéria “Dilma admite a aliados que afastamento se tornou inevitável” (28 de abril de 2016).

Esse enquadramento, no entanto, não deveria acontecer, visto que, ao falar do *impeachment*, o jornal deveria auxiliar os leitores a entenderem o processo partindo da perspectiva da ocorrência ou não dos crimes de responsabilidade fiscal e não pautar a escolha e a discussão da população a elementos que nada têm a ver diretamente com a decisão de afastá-la. Questões como inabilidade política, falta de apoio popular e incongruência com a

política adotada não são parâmetros que devam ser utilizados para afastar ou não um personagem político. Mas foi em torno disso que o jornal se ponderou.

Poucas foram as vezes que o *impeachment* foi enquadrado sob o mesmo viés da ex-presidente. Esse enquadramento não foi muito visualizado em notícias. Está mais presente em colunas e entrevistas. A matéria intitulada “Julgamento político não é vale-tudo, afirma professor de direito da USP” (17 de abril de 2016) é um exemplo que pode ser destacado. Trata-se de uma entrevista feita a um professor de direito da USP sobre a ocorrência ou não dos crimes de responsabilidade fiscal. Segundo apontado por Virgílio Afonso da Silva, professor universitário:

Não se pode, no nosso sistema constitucional, derrubar um governo simplesmente porque não se concorda com sua política. É necessário que tenha havido crime de responsabilidade [...] a baixa popularidade da presidente e do seu partido não são razões suficientes para um *impeachment*. [...] o fato delas [pedaladas] terem sido feitas por todos os presidentes e, sobretudo, terem sido vistas como algo aceitável cria uma expectativa de que é possível continuar a fazê-las. Considerá-las, de uma hora para outra, crime de responsabilidade, é um problema sério (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016).

A coluna “Outra vez”, publicada no dia 17 de abril de 2016, também reforçou o enquadramento apontado pela presidente sobre o *impeachment*. Segundo o colunista Jairo de Freitas, “o Brasil não tem aptidão para viver [a democracia]”. Ele argumenta que:

É no mínimo indecente que um processo de *impeachment* seja conduzido por quem e como é conduzido, já desde o seu primeiro ato como chantagem e vingança. É no mínimo indecente que [...] se falsifique como crime uma prática contábil também de presidentes anteriores. E nunca reprovada. Por isso mesmo, posta, desta vez, sob o apelido de ‘pedaladas’, para ninguém entender. (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016).

A crise econômica foi o segundo tema mais articulado nas publicações da *Folha*. Em todos os 13 acontecimentos políticos analisados, houve a menção a essa temática, comprovando o que foi apontado anteriormente: assuntos alheios ao processo de *impeachment* e alheios à justificativa de crimes de responsabilidade são apresentados como explicação para a realização do processo. A coluna intitulada “Dilma, foi a economia que definiu seu destino, querida!”, publicada no dia 29 de agosto de 2016, na véspera da decisão final do *impeachment*, é um exemplo claro do que foi descrito anteriormente.

A crise foi descrita como a pior da história. Em alguns momentos, o jornal apontou que existia uma “incompatibilidade de gênios” entre a petista e a economia. O veículo acusou a ex-presidente de mascarar os dados econômicos e de esconder a situação

econômica do País apenas pelo ego de ganhar uma eleição. O jornal apresentou comparações das práticas adotadas por Lula e por Dilma e expressou a falta de tato da ex-presidente em lidar com questões econômicas e ignorar os indícios das ações que cometeu. Na reportagem “Veja os ‘sete pecados na capital’ que levaram Dilma ao inferno político”, publicada 17 de abril de 2016, para descrever um dos pecados capitais – a preguiça –, o jornal apontou que uma “falta de vontade de ler a realidade levou o governo a cometer erros fatais na condução da economia. Populismo, gestão falha na Petrobras e outros fatores levaram o País à maior recessão de sua história” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016).

Para descrever o pecado conhecido como soberba, o jornal argumentou que “a falta de tato político e o temperamento irascível de Dilma fazem parte do folclore de Brasília. [...] práticas de governo acabaram contaminadas pelo mau humor da chefe, com subordinados agindo de forma burocrática por medo de broncas” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016). Para descrever a luxúria, a matéria aponta que, “Ao demonizar adversários ao extremo, a campanha de Dilma ajudou a lançar as bases para o radicalismo que se vê em manifestações contra o governo” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016). Avareza e inveja também são apontadas como pecados capitais cometidos por Dilma. O primeiro está relacionado à cegueira em relação às reações da população e o segundo, à delegação de segundo plano de seu aliado, Michel Temer, que acabou virando-se contra Dilma. O pecado da ira é ressaltado pela relação tensa com Eduardo Cunha e a gula trata-se do fenômeno da corrupção presente em seu governo.

Em outras reportagens, o assunto da crise econômica foi apontado de modo indireto, descrevendo as altas nos juros, o aumento do número de desempregados, as quedas no consumo, o aumento da inadimplência, o aumento de impostos e o rebaixamento da nota do País. Esses acionamentos podem ser observados, por exemplo, na matéria a seguir: “Inadimplência atinge mais Norte e Nordeste” (27 de junho de 2016). Segundo apontou o jornal, a inadimplência não cresceu de maneira uniforme no Brasil conforme uma pesquisa da Serasa Experian. Ela foi mais evidente nos Estados do Norte e Nordeste. Vale destacar que essas são as áreas de maior preocupação da política petista nos governos Dilma e Lula. Ou seja, existia uma mensagem subliminar possível de ser lida quando o jornal enquadrava a matéria sobre economia desse ângulo. Pode significar, por exemplo, que esses Estados mais beneficiados pelas políticas do PT estão mais endividados que os demais.

Em outra matéria, é possível verificar a articulação do tema crise econômica. Com o título “Consumo de famílias cai 1,5% com piora de emprego e renda” (2 de dezembro de 2015), o jornal deu destaque para a situação econômica do País, que começou a atingir

a vida dos brasileiros: “Com dívidas e o bolso afetado, porém os brasileiros estão agora cortando gastos supérfluos e gastando menos em bens e serviços. É a defesa agora possível contra esse período de incerteza” (FOLHA DE S. PAULO, 2 dez. 2015). Essa incerteza atingiu a confiança das famílias, que não sentem segurança na economia do País: “Pesquisa da FGV mostra que o índice de confiança do consumidor caiu pelo quarto mês consecutivo em outubro deste ano e atingiu o menor patamar em uma década” (FOLHA DE S. PAULO, 2 dez. 2015).

O rebaixamento da nota do Brasil na economia também foi utilizado para traçar um panorama de crise extrema. Com a matéria “Agência de classificação de risco, Fitch rebaixa nota do Brasil” (6 de maio de 2016), o jornal apontou que o motivo do rebaixamento foi a situação vivida pelo País, evidente no trecho a seguir: “A incerteza política e a acelerada piora da economia levaram a um novo rebaixamento da nota de risco do Brasil [...]”. O jornal ainda afirma que “a Fitch disse que a economia brasileira se deteriora em velocidade maior que a esperada” (FOLHA DE S. PAULO, 6 maio 2016).

O jornal ainda usou o discurso de oposição de que a substituição de Temer por Dilma poderia indicar uma previsão de melhora no País (FIGUEIREDO *et al.*, 1988). O trecho a seguir é exemplo disso: “A agência diz que a transição política – caso o Senado aprove o afastamento da presidente Dilma Rousseff na próxima semana – pode representar uma nova oportunidade para a realização de ajustes na economia e reformas estruturais, mas as dificuldades permanecem” (FOLHA DE S. PAULO, 6 maio 2016).

O jornal apontou que o cenário político e econômico poderia variar conforme o desfecho do processo de *impeachment*. Se a petista continuasse, o País seria marcado por uma derrocada econômica sem precedentes, sinalizado pela recessão profunda e pelo agravamento dos problemas como exemplificado no título da matéria a seguir: “Para analistas, PIB recua até 6% com Dilma; sem ela, País ensaia retomada” (17 de abril de 2016). Em outra matéria intitulada “Concessões, Previdência e limite de gasto serão desafio para Temer”, publicada no mesmo dia da matéria anterior, o jornal explicou o cenário da situação atual sob o olhar dos economistas: “A sua previsão é que um eventual governo Temer engordará o caixa de 2017 em R\$50 bilhões só com concessões” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016). Ou seja, a mídia utiliza o discurso de oposição de que, caso ela saísse, o País iniciaria uma retomada (FIGUEIREDO *et al.*, 1988). Ou seja, tem-se a convicção de que Temer poderia salvar o País caso assumisse a Presidência. E essa era a única saída para o País, visto que a imagem da presidente foi totalmente desgastada.

Para dar maior embasamento a esse pensamento, a *Folha* utilizou opiniões descritas por jornais internacionais e justificou a tese de que essa era a solução mais propícia para a economia e para tirar o Brasil da letargia e da paralisia em que se encontrava. A matéria “Temer pode consertar o Brasil, afirma jornal britânico ‘The Guardian’” (4 de abril de 2016) pode ser utilizada para exemplificar tal proposição como se observa no trecho a seguir: “O jornal britânico ‘The Guardian’ publicou, neste domingo (3), um perfil do vice-presidente Michel Temer no qual chama o peemedebista, no título, de ‘o homem que pode consertar o Brasil’”.

A terceira temática explorada pelo jornal em suas publicações refere-se à crise política e institucional apresentada no País, que também foi utilizada como pilar para justificar a realização do processo de *impeachment* e a saída de Dilma Rousseff. Segundo o conteúdo presente no jornal, esse problema vivenciado no Brasil foi resultado de uma falta de eficiência da petista em questões políticas. Em muitos momentos, a sua eficiência é colocada em xeque. O jornal construiu a figura de Dilma em cima de características como: inabilidade para a política, falta de tato, ausência de articulação com outros políticos, temperamento difícil etc. como se observa na coluna intitulada “A culpa é dela” (11 de maio de 2016). Segundo o colunista Hélio Schwartsman, “Dilma cai por causa de sua própria incompetência. Investiu em uma política econômica errada [...]. Seu governo, desgastado pela pior recessão da história do País e a cada dia mais impopular, caíra em total descrédito” (FOLHA DE S. PAULO, 11 maio 2016).

Na entrevista intitulada “‘Não vamos incendiar o Brasil’, afirma líder do governo no Senado” (9 de maio de 2016), o senador, ex-ministro do governo Lula e amigo de Dilma, Humberto Costa, criticou a presidente: “Dilma é uma pessoa que tem uma dificuldade de dialogar, de ouvir. Ela não se adaptou a um modo de fazer política que existe no Brasil” (FOLHA DE S. PAULO, 9 maio 2016). O senador faz uma crítica à presidente, que não soube trabalhar o poder de trocas na tentativa de estabelecer alianças, firmar acordos e ganhar força política (ABRANCHES, 1988).

Nessa mesma reportagem, Humberto Costa complementou e falou sobre a sua falta de tato com questões políticas: “Tem algumas coisas que são simbólicas na política. Essa coisa de fazer o diálogo, de conversar. Ela não tem esse perfil. É muito diferente do Lula. E infelizmente isso vale muito mais do que a gente pensa” (FOLHA DE S. PAULO, 9 maio 2016). A imagem da presidente se agravava ainda mais quando ele, como aliado, colocava-se contra as ações de Dilma e passava a criticá-la: “Nós engolimos muita coisa em nome do

governo, de apoiar o governo, de estar do lado do governo, de não criar cizânia para não aproveitarem uma eventual divergência” (FOLHA DE S. PAULO, 09 maio 2016).

A quarta temática mais recorrente na análise são a corrupção e os escândalos políticos. Novamente, o enquadramento negativo se estende a integrantes do Partido dos Trabalhadores, a aliados de Dilma e até a ela própria. Nenhuma das reportagens direcionadas à categoria “corrupção” envolveu personagens de outros partidos. Nas colunas, o PT é colocado como o partido que mais se serviu dos esquemas de corrupção. Segundo aponta a coluna “Crime, corrupção e incompetência” (17 de abril de 2016), a situação vivida trata-se de “[...] uma sucessão de escândalos que nunca houve antes neste País” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016).

A coluna “Acórdão ou acórdão?” (4 de abril de 2016) também associou o tema corrupção a Dilma Rousseff: “Em tempos de acórdão, não há acórdão. A Lava Jato, que agora acumula provas do financiamento ilegal da campanha de 2014, prosseguirá” (FOLHA DE S. PAULO, 4 abr. 2016). As delações da empresa Andrade Gutierrez também envolvem o nome da ex-presidente. A matéria “Planalto teme apuração de obras do governo Dilma”, publicada no dia 11 de abril de 2016, pode ser descrita como exemplo: “Após a homologação da delação dos executivos da construtora Andrade Gutierrez, assessores presidenciais passaram a avaliar que, pela primeira vez, projetos do governo Dilma podem entrar no alvo da Operação Lava Jato” (FOLHA DE S. PAULO, 11 abr. 2016). O jornal ainda acrescentou que essa possibilidade mudou até o humor da petista e deixou sua equipe apreensiva.

Na mesma matéria, segundo o jornal, a petista recebeu dinheiro ilegal para sua campanha: “Em depoimentos aos procuradores, os executivos da Andrade não só citaram que parte das doações legais para a campanha presidencial de 2014 tiveram origem em propinas como revelaram que esses recursos vieram de obras trocadas no governo Dilma [...]” (FOLHA DE S. PAULO, 11 abr. 2016). O jornal ainda apontou que a petista colocou a culpa em seu partido, para se defender das acusações, como pode ser descrito no trecho a seguir: “Irritada com a delação, a petista repetiu a assessores que, se houvesse algum esquema de propina com doações ilegais, não foi montado por sua equipe de campanha, sugerindo que caberia ao PT explicar irregularidades nessa área” (FOLHA DE S. PAULO, 11 abr. 2016).

A coluna “Bandoleiros primitivos” (29 de abril de 2016) teve um tom mais ácido: “O PT merece ser banido da política não só em razão de seus crimes, mas também de sua determinação de não reconhecer a ordem que o instituiu. [...] seus protagonistas são uns farsantes; que protagonizou o mensalão e o petrolão” (FOLHA DE S. PAULO, 29 abr. 2016).

Segundo o colunista Reinaldo Azevedo, o PT é um partido pautado em mentiras, uma “franquia da propina”.

Na reportagem “Marcelo Odebrecht poderá detalhar em delação até conversas com Dilma” (11 de maio de 2016), o jornal apontou que a situação da petista pode piorar, visto que Marcelo Odebrecht poderá detalhar em delação até as conversas que teve com Dilma. Sem apresentar maiores detalhes sobre o assunto, o jornal apontou que o governo estava em alerta e com medo do que poderia surgir dessa delação: “A Odebrechet pode pesar a mão contra Dilma Rousseff na delação premiada que negocia com o MPF (Ministério Público Federal). Marcelo Odebrechet poderia detalhar inclusive encontros e conversas que teve com a presidente da República” (FOLHA DE S. PAULO, 11 maio 2016).

Apenas em uma coluna, intitulada “Alguma coisa digna” (28 de abril de 2016), o enquadramento para o tema corrupção foi favorável à figura da ex-presidente. Segundo afirma o colunista Janio de Freitas: “[...] os governos de Lula e Dilma permitiram plena liberdade à operação, ao contrário dos governos anteriores” (FOLHA DE S. PAULO, 28 abr. 2016). O jornal apontou que foram apenas os governos de Lula e de Dilma que deram plena liberdade à operação de investigação de crimes e corrupção.

A articulação política é o quinto tema mais trabalhado pelo jornal. Essa articulação envolveu essencialmente o processo de *impeachment* e as ações para se manter ou se colocar no poder. Os personagens dessa articulação são: Dilma Rousseff e Michel Temer. Vale lembrar que a figura do ex-presidente Lula também aparece como agente desse processo. O jornal apresenta uma crítica à articulação política, pois, devido a ela, o governo parou, e o que estava em atividade era apenas a distribuição de cargos e as barganhas para garantir a permanência no poder como pode ser descrito na coluna a seguir, intitulada “Chegou a hora” (11 de abril de 2016). Segundo o colunista, Aécio Neves, “Enquanto cabala votos e se ocupa do balcão de trocas e benemerências, o Brasil fica à deriva. Não há mais governo, apenas os últimos tripulantes no barco adernado, lutando contra o naufrágio final” (FOLHA DE S. PAULO, 11 abr. 2016).

Como apontado, Dilma se apoiou na figura de Lula para barganhar apoios e votos, visto o poder imagético do ex-presidente com os outros políticos. No entanto, as tentativas do ex-presidente mostraram-se ineficientes. Essa ineficiência torna-se muito clara em algumas matérias. Como exemplo, podemos citar a publicada no dia 17 de abril de 2016, com o título “Em luta para salvar o governo, Lula se abateu e passou a receber ‘nãos’”. Conforme o jornal apontou, nem mesmo seus aliados conseguiam enxergar na figura de Lula a solução para convencer outros políticos: “‘Nem o Lula está conseguindo. Não tem mais jeito’, sentenciou o

auxiliar da presidente Dilma Rousseff, cristalizando o sentimento do governo de que, naquele momento, não era mais possível reverter o quadro na batalha contra o *impeachment*” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016).

As matérias ainda apontaram que o próprio Lula já havia declarado não ter mais solução para o problema. E que, apesar de ele tentar passar confiança, ele estava abatido, exausto, bastante apreensivo, “quase sem voz”, com oscilações de humor. O jornal ainda afirmou que Lula culpou Dilma Rousseff por ter deixado a situação chegar ao ponto em que estava: “Cansado e bastante apreensivo, o ex-presidente Lula tentava passar confiança aos aliados [...]. Mas Lula estava exausto. [...] Entre os mais íntimos, Lula, abatido e quase sem voz, oscila o humor, entre o de articulador político [...] e o de criador com raiva da criatura” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016).

Por fim, o último assunto tratado pelo jornal foram as perspectivas políticas do governo Temer. O peemedebista foi tratado, de certa forma, como o “salvador da pátria”, alguém que vai colocar o País nos trilhos, alguém que não se importa em tomar medidas impopulares desde que estas confirmem estabilidade ao País. Durante todo o período do processo, o jornal apresentou a substituição de Temer no cargo de presidente como algo concreto. Essa afirmação pode ser verificada na matéria “Temer deveria ajudar Estados e privatizar, afirma ex-presidente do BC” (28 de abril de 2016). Segundo o economista Gustavo Franco, presidente do Banco Central na gestão de Fernando Henrique Cardoso, “um eventual governo Michel Temer deve tomar duas ações urgentes na área econômica: auxiliar os Estados e reduzir a dívida pública, o que passaria por privatizações” (FOLHA DE S. PAULO, 28 abr. 2016).

Apesar de não terem sido selecionadas as matérias sobre as articulações de Temer em um possível governo, por não mencionar o nome da ex-presidente no momento da seleção, foi possível observar um número expressivo de notícias sobre esse viés. Dentro do recorte utilizado, ainda foi possível obter 18 matérias que tinham como proposta falar sobre um possível governo Temer como se observa nos títulos a seguir: “Temer pode consertar o Brasil, afirma jornal britânico ‘The Guardian’” (4 de abril de 2016), “Concessões, Previdência e limite de gasto serão desafio para Temer” (17 de abril de 2016) e “Corte da nota do Brasil é recado para Temer agir rápido, dizem analistas” (6 de maio de 2016) entre outras.

Os economistas, analistas e empresários enxergavam nele a solução, principalmente para os problemas financeiros do País. E suas falas são colocadas como uma forma de sustentar a tese de que essa é a melhor saída para o Brasil. A situação vivenciada, em que empresas estão fechando as portas, os trabalhadores perdendo seus empregos e as

conquistas sociais se perdendo, é preciso tomar medidas drásticas, como, por exemplo, a exclusão da petista do cargo de presidente, visto que medidas paliativas não estão gerando resultados.

O jornal também abriu espaço para Temer se defender das acusações da petista de que ele colocaria fim aos programas sociais como se observa na matéria “Temer diz que Dilma usa ‘mentira rasteira’ e que manterá programas” (17 de abril de 2016). Diferentemente do que aconteceu em momentos opostos, quando Dilma estava sendo acusada, ela não teve voz. A sua defesa geralmente estava na opinião de outras pessoas. Como se observará a seguir, na análise sobre as fontes e os personagens, a petista foi pouco acionada, ainda mais se pensarmos que o recorte utilizado teve ela como a personagem principal e sabendo que em todos os outros fatos adjacentes havia seu nome envolvido.

5.5.7 Uma análise das fontes

A seguir, serão analisados as fontes e os personagens presentes nas 158 matérias analisadas. Como fonte, foram selecionados todos aqueles que tiveram voz no jornal, seja sob o discurso direto ou indireto, e como personagens todos aqueles que apareceram na narrativa das colunas, editoriais, artigos de opinião, notícias ou entrevistas. Conforme aponta a Tabela 8 (ou Quadro), a fonte mais utilizada pelo jornal no recorte analisado foram economistas e analistas, somando um total de 28 ocorrências, seguidos de empresários e executivos, com oito aparições. Somente em terceiro lugar aparece Dilma Rousseff, contabilizando sete matérias em que aparece como fonte. A quarta fonte mais presente foi o advogado de defesa da ex-presidente, José Eduardo Cardozo, com seis aparições. Michel Temer vem em seguida, em quinto lugar, totalizando quatro ocorrências. Os outros personagens, com menor índice de aparições, podem ser verificados no Quadro 16 a seguir.

Quadro 16 - Fontes

Fonte	
Nome	Nº de aparições
Economista/Analista	28
Empresários/Executivos	8
Dilma Rousseff	7
José Eduardo Cardozo	6
Michel Temer	4
Rogério Chequer, Miguel Reale Jr, Renan Calheiros, Aliados/auxiliares de Dilma, Assessores próximos de Dilma, Cássio Cunha Lima, Investidores	3
Agripino Maia, Humberto Costa, Manifestantes pró-Dilma, Janaína Paschoal, Eduardo Cunha, Manifestantes pró Temer, José	2

Agripino, Aécio Neves, IESS, Luiz Inácio Lula da Silva, Romero Jucá	
Rui Falcão, Paulo Teixeira, José Geraldo, Edinho Silva, Fernando Henrique Cardoso, Marco Aurélio Mello, José Guimarães, Eugênio Aragão, Jerônimo Georgen, Maria do Rosário, Tarso Genro, Henrique Fontana, Victor Mendes, Uirá Porã, Aiel Machado, Renan Santos, Silas Malafaia, Pastor Everaldo, Tatiana Bosqueto, Gaudêncio Torquato, Sólon Caldas, Fátima Bezerra, Christiane Amampur, Otávio Ladeira, Banco Central, Osmar Serraglio, Agência Fitch, Andrade Gutierrez, Luciano Coutinho, Flávio Dino, Gilmar Mendes, Raimundo Lira, Marina Silva, Antonio Anastasia, Tia Eron, Karla Ramos, Alexandre de Moraes, Jovair Arantes, Wadih Damous, Paulo Pimenta, Sem tetos (pró-Dilma), Antonio Palocci, Ronaldo Caiado, Lindenberg Farias, Álvaro Dias, Garibaldi Alves Filho, Antonio Carlos Valadares, Aliados de Lula, Jandira Feghali, Alice Portugal, Fernando Mineiro, Eunício Oliveira, José Aníbal	1

Já os personagens mais recorrentes nas matérias analisadas foram Dilma Rousseff e Michel Temer, em 112 e 51 matérias, respectivamente. O ex-presidente, Luiz Inácio Lula da Silva aparece em terceiro lugar com 35 ocorrências. O quarto personagem mais acionado foi Eduardo Cunha com 21 aparições. Os personagens de Renan Calheiros e Waldir Maranhão aparecem em seguida com 13 e 12 matérias, respectivamente. Fernando Collor de Mello e Aécio Neves aparecem com seis ocorrências. E Henrique Meirelles e José Eduardo Cardozo aparecem com cinco. Os demais personagens, com poucas aparições, podem ser verificados no quadro 17.

Quadro 17 - Personagens

Personagens	
Nome	Nº de aparições
Dilma Rousseff	112
Michel Temer	51
Luiz Inácio Lula da Silva	35
Eduardo Cunha	21
Renan Calheiros	13
Waldir Maranhão	12
Fernando Collor de Mello, Aécio Neves	6
Henrique Meirelles, José Eduardo Cardozo	5
Joaquim Levy, Janaína Paschoal, Manifestantes pró Dilma,	4
Delcídio de Amaral, Guido Mantega, Fernando Henrique Cardoso, Marina Silva, José Sarney, Antonio Anastasia, Aloysio Mercadante, José Serra, Teori Zavascki, Moreira Franco, Giles Azevedo	3
Jaques Wagner, Rui Falcão, Kátia Abreu, Leonardo Picciani, Miguel Reale Jr., Hélio Bicudo, Ricardo Berzoini, Edison Lobão, Geraldo Alckmin, Romero Jucá, Humberto Costa, Otávio Marques de Azevedo, Sérgio Moro, Assessores de Dilma,	2

Marcela, Vicentinho Alves, Gilmar Mendes, Ricardo Lewandowski	
Arthur Lira, Nelson Barbosa, Jader Barbalho, Marcelo Castro, Jovair Arantes, Marisa, José Guimarães, Helder Barbalho, Valter Cardeal, Moema Gramacho, Luiza Erundina, Deltan Dellagnol, Geraldo Brindeiro, Mara Gabrilli, Jair Bolsonaro, João Santana, Arlindo Chinaglia, Pepe Vargas, Henrique Fontana, Jorge Viana, Zé Geraldo, Beto Faro, Rodrigo Janot, Fausto Pinato, Rosa Weber, Claudia Cruz, Paulo Cesar Farias, Anthony Garotinho, Cid Gomes, Agência Fitch, Itamar Franco, Marcelo Odebrecht, Henrique Alves, Geddel Vieira Lima, Roseana Sarney, Tiririca, Michelzinho, Jutahy Magalhães, Luiz Fernando Bandeira, João Pedro Stédile, Paulo Rocha, Lindberg Faria, Getúlio Vargas, João Goulart, Paulo Maluf, Eliseu Padilha, José Genoino, Dudu da Fonte, Bruno Araújo, Cândido Vacareza, Graça Foster, Arno Augustin, Vicente Cândido, Fabiane Duarte, Chico Buarque, Kim Kat Aguiri, Rogério Chequer, Carla Zambeli, Marta Suplicy, Tancredo Neves, Wellington Fagundes, Valdemar Costa Neto, Fernando Haddad, Raul Pont, João Paulo Lima, Paulão, Nunes Ferreira, João Capibaribe, Aloysio Nunes Ferreira	1

6 ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DE IMAGEM DE DILMA ROUSSEFF E DE SEU GOVERNO PELA FOLHA DE S. PAULO

6.1 ENQUADRAMENTO: A CONSTRUÇÃO DO PROCESSO DE IMPEACHMENT PELA FOLHA

O mundo sempre nos é exposto de modo fragmentado, ou seja, recortado, de tal modo que nossa compreensão sobre a realidade nunca é completa, conforme aponta Rodrigues (1990). Como nossa referência de mundo passa por aquilo que a mídia noticia, ela sempre é confusa, dramatizada, “novelizada” e, na maior parte das vezes, é personalizada, para que as pessoas consigam compreender facilmente as histórias e os conflitos narrados (SOUZA, 2016).

Essas características foram muito perceptíveis na cobertura midiática sobre o processo de *impeachment*. O jornal *Folha de S. Paulo* apresentava uma programação bastante articulada com os eventos do processo se pensarmos que durante o período analisado encontramos em torno de 158 matérias que falavam sobre o assunto e ainda tinham como personagens Dilma Rousseff, seu governo e/ou seu partido. Isso sem contar as matérias que, apesar de falarem sobre o *impeachment*, não foram selecionadas em função de os personagens não serem de interesse para a pesquisa.

Em termos de narrativa, o *impeachment* foi construído sob a narrativa nos moldes da teledramaturgia, em que é possível identificar o mocinho e o vilão, os protagonistas e os papéis secundários. As matérias, de um modo geral, traziam características muito dramáticas e emocionais. Havia uma propensão em trabalhar com as informações de forma que envolvessem as pessoas e as colocassem um sentimento de risco, de medo e de ansiedade, com recorrência a aspectos negativos, como as identificadas nos títulos a seguir: “Colapso” (2 de dezembro de 2015), “Economia brasileira cai 1,7% no 3º trimestre e prolonga recessão” (2 de dezembro de 2015), “Consumo de famílias cai 1,5 com piora de emprego e renda” (2 de dezembro) e “Crise política causa brigas familiares e ‘ânimo belicoso’” (4 de abril de 2016).

Castells (2001) argumenta que a geração de poder em uma sociedade parte pela instância midiática. É ela quem determina, diante dos inúmeros acontecimentos sociais, quais fatos serão noticiados e como serão selecionados e interpretados pelas pessoas. Para o autor, o nível de interesse delas pelas narrativas jornalísticas é muito variado. O público presta atenção em níveis consideravelmente desiguais às diferentes notícias. No entanto, de acordo com alguns estudos, ele aponta que aquelas situações que despertam medo atraem maiores audiências. Entre as matérias que causam medo na população, podemos destacar: “Alta nos

juros da Caixa encarece a casa própria; solução é dar entrada maior” (4 de abril de 2016), que reflete um perigo iminente na vida daqueles que pretendem comprar sua casa. Há, ainda, o acionamento do medo relacionado à segurança do País com as notícias: “Protesto pró-Dilma foram ‘atos de guerrilha’ diz Alexandre Moraes” (11 de maio de 2016). “Protestos do MTST contra Temer interrompem vias pelo País” e “Manifestantes pró-Dilma e PM entram em confronto em São Paulo” (31 de agosto de 2016).

Ao falar sobre o *impeachment*, a *Folha* recortou o acontecimento de modo que despertasse um medo nas pessoas que consumiam o conteúdo jornalístico, visto que uma das categorias mais acionadas foi a crise econômica. Podemos afirmar que esse é o exemplo mais palpável de como a crise política e os acontecimentos decorrentes desse processo interferiam na vida das pessoas comuns. Ao falar sobre o desemprego, as altas nos juros, a inadimplência, o aumento das dívidas, as quedas do PIB, o descrédito do País aos olhos dos investidores e a realidade dos empresários, o jornal traz para a realidade comum apenas uma parte do problema. Todavia, é a parte que mais vai afetar a vida das pessoas e é o maior motivo para causar mobilização e ação dos brasileiros: “[...] elementos que despertam o medo, estímulos que anunciam danos iminentes para o eu ou para pessoas próximas e sinais de importância jornalística aumentam a atenção conferida às histórias das matérias” (CASTELLS, 2001, p. 210).

Castells (2001) explica que são os eventos que ameaçam a sobrevivência que vão estimular a atenção e mobilizar reações. Enquadrar um fato não se trata tanto de apresentar uma interpretação explícita de um fato, mas trata-se de ativar a mente humana com estímulos apropriados. A forma que o jornal encontrou de envolver as pessoas a questões políticas e organizar a sua participação no processo é fazê-las compreender que aqueles acontecimentos de fato interferiam diretamente em suas vidas; logo, era preciso fazer alguma coisa.

Ao produzir a ansiedade nas pessoas, o medo de ser despedido, de não pagar suas dívidas, de a crise econômica piorar e atingir diretamente seus negócios e suas vidas, a mídia conseguia envolver a população e mobilizá-la de alguma forma, a pelo menos consumir a informação sobre a realidade política do País. E a figura da ex-presidente é apresentada como a materialidade da crise política, social e econômica em que o País se encontra. Ou seja, seu personagem é apresentado como a figura que resume e unifica todas as desordens e toda a insatisfação do País. Castells (2001) explica que o ódio, a ansiedade e o medo, além de ser estimulantes da atenção, são facilmente retidos na memória a longo prazo.

Quando o jornal enquadrou o processo do *impeachment* sob a ótica da crise econômica e apresenta em inúmeros editoriais, colunas e reportagens que a culpa é da

inabilidade da ex-presidente, que não conseguiu governar e fazer as melhores escolhas para o país e ainda afirma que o mercado e os investidores apostam no vice-presidente, Michel Temer, para garantir a solução do problema, ele dá argumentos e motivos para que as pessoas passem a defender a saída da petista, pelo simples fato de a economia não ir bem. Sem levar em consideração a ocorrência ou não de crimes de responsabilidade fiscal.

A coluna “A culpa é dela” (11 de maio de 2016) evidencia tal fato, ao afirmar que Dilma cairia por causa de sua própria incompetência e investiu em uma política econômica errada. A simples situação econômica do país não deveria ser motivo de exonerar alguém do cargo de presidente. No entanto, o jornal reforçou que este era o motivo de tal acontecimento.

A discussão sobre a ocorrência ou não de crimes que justifiquem sua saída não era nem colocada em pauta pelo jornal. A realidade é recortada de modo que dá saliência para algumas coisas e deixa outras tantas de fora (PORTO, 2004). Poucas são as matérias que direcionam seu conteúdo para essa discussão. Em algumas poucas, aparecem personagens políticos contrários ao governo afirmando que de fato Dilma Rousseff cometeu crimes, no entanto o jornal não apresenta falas de especialistas, advogados.

Um exemplo a ser citado é a matéria “‘Há crime de sobra’, dizem autores de denúncia contra Dilma ao Senado” (29 de abril de 2016), em que o jornal apresentou falas dos autores da denúncia, que foram convidados para serem ouvidos na comissão especial do impeachment no Senado. “[...] o advogado Miguel Reale Jr. apontou argumentos acusando Dilma de crime de responsabilidade por editar créditos suplementares e usar dinheiro de bancos federais em programas do Tesouro, as chamadas ‘pedaladas fiscais’” (FOLHA DE S. PAULO, 29 abr. 2016). Nessa mesma matéria, o jornal acrescentou que a advogada Janaina Paschoal chegou a se emocionar ao defender a Constituição.

Nota-se, portanto, que o jornal não explorou o assunto *impeachment* e o crime de responsabilidade em sua profundidade. Poucas são as chances de defesa da presidente. Quando elas acontecem, não é na mesma matéria, mas em outras reportagens, como se observa a seguir: “Mandato pertence aos meus eleitores, afirma Dilma à CNN” (29 de abril de 2016). Ao invés de o jornal utilizar o discurso direto e ouvir a presidente em matérias sobre a sua culpa ou não, ele apenas noticiou em uma matéria partes do discurso proferido pela presidente. O jornal não aprofundou a discussão e há apenas o discurso dos principais interessados pela ocorrência ou não do processo, lembrando que as matérias destinadas a essa discussão são quase nulas diante do número de matérias adjacentes envolvendo a crise econômica por exemplo.

Castells (2001) argumenta que o enquadramento funciona quando ele deixa lacunas na informação que a audiência preenche com seus esquemas preconcebidos; ou seja, quando a pessoa preenche as informações com processos interpretativos de sua mente humana, baseados em ideias e sentimentos ligados entre si e já armazenados na memória. Quando o jornal apresenta o processo do *impeachment* apenas sob o argumento de que a situação econômica, social e política do Brasil é a mais devastadora da história, é a crise jamais vista e não fornece dados empíricos do processo jurídico, ele deixa uma lacuna na mente do leitor, que é facilmente preenchida por meio de suas concepções, de que a culpa é da presidente e de que a solução para esse problema recortado é retirá-la de seu cargo e substituí-la.

É importante destacar também que a construção midiática em torno do processo de *impeachment* foi fator principal para que o evento tomasse as proporções que tomou. Ela fez um agendamento dos acontecimentos políticos (HOHLFELDT, 2010). Castells (2001) explica que a mídia constitui a principal fonte da comunicação socializada, ou seja, da comunicação capaz de atingir a sociedade de uma forma geral. Logo, o enquadramento da mente pública é realizado, em grande medida, por meio dos processos que ocorrem no espaço midiático, e não no espaço social. Aqueles fatos que não são narrados na mídia, dificilmente, são recortados por outra instância e ainda mais difícil é se tornarem públicos e mobilizarem a população.

Nesse sentido, foi possível observar inúmeras matérias que falavam sobre os caminhos a serem seguidos pelo processo, os ritos, os personagens acionados, as funções de cada um e as etapas seguintes. Até mesmo nesse aspecto, o jornal criou um roteiro para que as pessoas conseguissem dimensionar os acontecimentos e compreender de forma didática o passo a passo dos eventos passados e futuros. A mídia desmistificou os acontecimentos políticos, a fim de que fossem perfeitamente consumidos pela população comum, que não tem domínio das questões políticas, nem conseguem compreender a linguagem e discursos específicos do meio (RODRIGUES, 1990). E, em certa medida, orientou as discussões, as conversas e as ações das pessoas durante o processo, características da teoria do *agenda-setting*. Segundo Vizeu (2003), as pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função daquilo que os meios de comunicação veiculam. Ou seja, os *media* são responsáveis por fornecer a compreensão da realidade social às pessoas.

Um exemplo de matérias que fizeram esse agendamento do processo do *impeachment* são: “Cerca separará manifestantes pró e contra *impeachment* em Brasília” (11 de abril de 2016), no qual o jornal apresentou como o movimento no dia da votação iria se

organizar. A matéria “Em meio à crise política, colunistas da *Folha* falam sobre os desafios do País” (17 de abril de 2016) também pode ser destacada pelo fato de que o jornal orientou o imaginário social e reorganizou a situação do País diante do momento conturbado em que ele se encontra. É preciso que a população tenha dimensão do que ocorre, e a mídia é quem organiza essa orientação de perspectiva. Na matéria “De um *impeachment* a outro: os personagens dos casos Collor e Dilma”, publicada no mesmo dia da anterior, o jornal situou os leitores sobre os personagens que estavam em jogo no processo.

A perspectiva adotada pela ex-presidente em seus discursos e em sua rede social, de que todo o processo se trata de um golpe, não foi percebida em momento algum no jornal. Pelo contrário, houve uma tentativa de desconstruir esse argumento utilizado pela petista. Essa argumentação foi construída, principalmente, tendo como foco matérias publicadas em outros jornais, os estrangeiros. Para não se comprometer, o jornal se apropria do que os outros jornais estão falando e faz matérias nesse sentido. Uma reportagem no dia 29 de abril de 2016, intitulada “Imprensa Internacional não chama *impeachment* de golpe”, é um dos exemplos que podem verificar tal fato.

Na reportagem, o jornal pegou fragmentos de jornais “de referências da mídia estrangeira” como: *Financial Times*, *Le Monde*, *New York Times*, *Washington Post*, *Wall Street*, *The Economist*, *El País*, *The Guardian* e *Miami Herald*, entre outros, e analisou os seus editoriais. Ao todo, foram 11 veículos analisados. A análise feita pela *Folha* mostrou que veículos de referência da mídia estrangeira não consideravam golpe o *impeachment* da presidente Dilma. O jornal argumentou que o diário econômico britânico *Financial Times*, editorial de 15 de abril, afirmou que falar em golpe era um exagero. Em outro momento, o jornal apontou que o diário francês *Le Monde*, em seu editorial “Brasil: Isto não é um golpe de Estado”, afirmou que é uma ‘retórica infeliz’ usar a palavra golpe”. Dando continuidade aos outros jornais, a reportagem informou que o *Washington Post*, também em 18 de abril, afirmava que o *impeachment* não era um golpe contra a democracia.

No entanto, se analisarmos o conteúdo da matéria, é possível observar que a grande maioria dos jornais estrangeiros apresenta também um outro discurso, favorável à petista, não enquadrado, por exemplo, no título da matéria (PORTO, 2004). O jornal preferiu dar destaque para a discussão do termo golpe do que para os aspectos da matéria em que esses jornais defendiam a presidente. Como se nota no trecho que segue: “O jornal americano ‘New York Times’, em editorial de 18 de abril, não julga se o *impeachment* é legítimo ou não. Diz apenas que o processo não está baseado nas ‘pedaladas fiscais’” (FOLHA DE S. PAULO, 18

abr. 2016). No texto, o diário concorda que muitos dos legisladores liderando o processo de *impeachment* são acusados de crimes muito mais sérios do que os imputados à presidente.

“Já a revista britânica ‘The Economist’ pediu a saída de Dilma em editorial de 26 de março, ‘Hora de ir embora’ [...]. Mas ressaltava que, sem provas de crimes, o *impeachment* seria apenas pretexto para derrubar uma presidente impopular” (FOLHA DE S. PAULO, 18 abr. 2016). Em outro trecho, também foi possível identificar uma imagem positiva de Dilma diante do olhar de jornais estrangeiros: “Em editorial de 18 de abril, o diário espanhol ‘El País’ afirma que o processo é baseado em uma ‘tecnicidade fiscal’, ‘recorrer a empréstimos de bancos públicos para equilibrar o orçamento’, e que a presidente Dilma é a única a não ser acusada de enriquecimento ilícito” (FOLHA DE S. PAULO, 18 abr. 2016).

Na verdade, houve uma tentativa do jornal em desconstruir os editoriais para criar a matéria que lhe interessava do ponto de vista de qual enquadramento fazer. Diante de inúmeros aspectos favoráveis à presidente apresentados nos editoriais estrangeiros, o jornal prefere recortar aquilo que lhe interessa, o ângulo que lhe é conveniente (PORTO, 2004; GOFFMAN, 2012). Diante de toda a realidade que lhe estava sendo apresentada, ele fez uma seleção e deu saliência a aspectos negativos na construção imagética da petista ainda que fosse possível fazer outros recortes dentro dessa mesma cena.

Essa estratégia, portanto, foi muito utilizada em outras matérias. Frente aos vários fatos que poderiam ser enquadrados de forma positiva, de modo que contribuíssem favoravelmente na construção da imagem de Dilma, ele preferiu fazer o contrário. Selecionar apenas as características negativas e ressaltá-las; dar-lhes saliência. Como exemplo, podemos destacar algumas matérias, como “Temer pode consertar o Brasil, afirma jornal britânico ‘The Guardian’”, publicada no dia 4 de abril de 2016. O enquadramento escolhido pelo jornal foi apontar que Dilma Rousseff precisava sair da Presidência, visto que Temer era a solução para salvar o País. Todavia, no decorrer da matéria, é possível perceber que o jornal aponta que esse processo se trata de um golpe, Temer é o autor dele e vai colocar em risco a frágil democracia do País.

Ou seja, o jornal optou por enquadrar um mesmo fato sob a ótica que lhe convinha. Gitlin (1980) explica que enquadrar é selecionar alguma coisa, enfatizá-la e apresentá-la de modo que a pessoa enxergue que aquilo que foi recortado é o que existe e o que acontece de mais importante. Aquilo que foi excluído trata-se daquilo que o jornalista quer deixar fora de foco, quer ocultá-lo. Quando escolhe dizer que Temer é a salvação do País, ele exclui outra possibilidade que também é apontada pelo jornal: de que se trata de um golpe. Por que não selecionar esse aspecto? Por que não recortar sob essa ótica? Trata-se de

seleção, saliência e exclusão, aspectos fundamentais de um enquadramento (PORTO, 2004; GITLIN, 1980; GOFFMAN, 2012; ENTMAN, 1993; TUCHMAN, 1978).

Outros exemplos semelhantes a esse podem ser verificados, como, por exemplo, em uma matéria sobre economia: “Para analistas, PIB recua até 6% com Dilma; sem ela, País ensaia retomada”, publicada no dia 17 de abril de 2016. O jornal aponta que, se Dilma continuar, a derrocada econômica será iminente. No entanto, caso ela saia, o País já ensaia uma retomada. Segundo o jornal, a sua saída “poderia trazer um pequeno crescimento de 1,2%. A escolha de dizer que sem ela o País melhorará, ocultando o fato de que os números são ainda insignificantes, trata-se de um claro processo de enquadramento do jornal.

Notícias na área da saúde também podem ser destacadas pela escolha de enquadramento feito: “Dilma prorroga contratos do Mais Médicos e livra estrangeiros de exame” publicada no dia 29 de abril de 2016. A notícia poderia ter um enquadramento positivo se enquadrasse apenas o fato de que a ex-presidente havia estendido o contrato do Mais Médicos. No entanto, ao afirmar que ela tomou essa ação e os livrou da obrigação de fazer provas, assim como foi acordado anteriormente, o jornal desqualifica a imagem da petista e constrói uma narrativa negativa sobre a sua imagem pública. Porto (2004) explica que a formulação de um determinado problema pode causar variações significativas nas preferências das pessoas. As pessoas frequentemente decidem sobre o que pensar de acordo com a forma como alguma coisa é enquadrada.

Na matéria “Dilma inicia semana decisiva com ameaça de PP debandar”, publicada no dia 11 de abril de 2016, o jornal salienta outros aspectos em detrimento da informação de que o número de pessoas que apoiavam o afastamento da presidente, segundo o Instituto Datafolha, havia diminuído de 68% para 61%. Essa informação encontrava-se escondida no meio do texto. Não recebeu destaque, nem qualquer matéria semelhante no dia em que a pesquisa foi divulgada. O jornal salientou apenas que nem essa queda apontada pelo instituto de pesquisa havia melhorado os ânimos dos governistas. Conforme Abramo (2016), essa estratégia é um dos modelos possíveis de manipulação organizada pelos meios de comunicação, marcada pela inversão da relevância dos aspectos, na qual os fatos secundários são apresentados como principais e os principais são apresentados como secundários.

6.2 A IMPRENSA COMO ATOR POLÍTICO: O PODER SENTENCIADOR

Berger e Luckmann (1985) entendem que a realidade social é apreendida e construída pelo homem. Ao estabelecer relações dialéticas com a sociedade, o indivíduo é responsável por criar e recriar realidades. É ele quem influencia a sociedade e, conseqüentemente, é por ela modificado. Ele não é apenas um produto desse meio, mas é capaz e modifica a realidade social na qual está inserido. A atividade jornalística, por exemplo, desenvolvida por alguns indivíduos, pode então ser compreendida como uma construção de realidade, visto que ela é fruto da sociedade, mas é também por ela influenciada.

Vera França (2012) endossa esse pensamento ao afirmar que a mídia é um espaço privilegiado para a sociedade falar de si mesma e também falar consigo. Por meio dos acontecimentos, ela narra e vai construindo aos poucos a realidade que nos cerca. Na forma de realidade mediada, o acontecimento vai tomando forma e ganha o aspecto de uma segunda vida. Ele passa a existir no papel de discurso e de representação.

Segundo Rodrigues (1990), ao mediar e articular discussões e acontecimentos sociais de interesse coletivo, a mídia desempenha um papel central no processo de construção social da realidade. A produção e o consumo cotidiano de

notícias são capazes de orientar os indivíduos em sua ambientação coletiva e dar-lhes o que falar ainda que de modo inconsciente. Ou seja, ao narrar os acontecimentos cotidianos, os meios de comunicação funcionam como um importante ator político. Eles não só medeiam os acontecimentos, como também fazem parte deles de forma ativa.

Existe uma atividade política por trás de todo o processo de definir o que será relatado como notícia, sob qual ângulo, diante de quais fotos, quais fontes e quais personagens. Todo o processo de seleção é arbitrário, pois se trata de uma atividade dotada de poder (TRAQUINA, 2005), que influenciará direta ou indiretamente o público receptor. Quando você seleciona alguma coisa em detrimento de outras, quando você fala de uma coisa e não fala de outra, quando você salienta um aspecto e oculta outro, você está exercendo uma atividade demasiadamente poderosa (PORTO, 2004). E o jornalismo nada mais é do que o resumo de todas essas práticas.

Ao narrar os acontecimentos, estes se configuram em importantes atores sociais, vistos que seu papel interfere diretamente na vida das pessoas que consomem tais informações. Além disso, o discurso midiático possui um selo de verdade extremamente importante na vida das pessoas. França (2012) ainda argumenta que o poder midiático é tão

relevante que não importa se um acontecimento aconteceu ou não, importa apenas a construção midiática que se faz em torno dele; ou seja, se ele apareceu ou não na mídia. Trata-se de um poder sentenciador, que acaba por influenciar a vida das pessoas.

Lima (2006) defende a tese de que o poder midiático é tão forte diante da ação de outros campos que ele muda até mesmo a sua orientação. Essas mudanças podem ser verificadas por meio da relação do campo midiático com o campo político. De acordo com o autor, a centralidade da mídia na vida das pessoas faz com que não haja política nacional sem mídia, visto que os políticos precisam ser vistos e legitimados diante da sociedade para serem reconhecidos como tais. Ele ainda argumenta que a mídia se transformou em crucial ator político, uma vez que ela não só medeia os acontecimentos, como também faz parte deles de forma ativa.

Se pensarmos que as notícias, escritas de modo objetivo, sem que o jornal coloque sua opinião de forma explícita, já apresentam um poder político de influência diante das pessoas, vamos pensar nos editoriais e naqueles artigos, nos quais são discutidas questões, de modo que o jornal possa apresentar seu ponto de vista sobre o assunto. Há nesse material um poder extremamente relevante do ponto de vista de formação de opinião de um indivíduo sobre algum assunto.

Ao analisarmos os editoriais publicados pela *Folha de S. Paulo* durante o período do *impeachment*, é possível perceber que a maior parte deles apresenta enquadramento negativo à imagem de Dilma Rousseff somando um total de seis. Os títulos desses editoriais são: “Colapso” (2 de dezembro de 2015), “Decisão na Câmara” (17 de abril de 2016), “Aversa a reconhecer erros, Dilma não soube conter revolta política” (17 de abril de 2016), “Gesso trabalhista” (28 de abril de 2016), “Contagem final” (9 de maio de 2016) e “Danos econômicos” (11 de maio de 2016). Apenas um editorial é neutro, com o título “Surpresa grotesca” (10 de maio de 2016), e nenhum positivo. Nota-se, nesses números, um claro posicionamento de que o jornal é contrário à personagem principal do processo e ao seu modelo de governo. Isso tem grande influência sobre aqueles que consomem tal conteúdo, pois, se a mídia tem um poder de verdade tão absoluto, fica difícil pensar o contrário.

Entre as narrativas construídas negativamente sobre Dilma Rousseff nos editoriais, é possível destacar alguns pontos sobre os quais o jornal se apoia para fazer tal construção. Entre eles, estão: o colapso em que se encontra a economia, uma situação jamais vista, com inexistentes sinais de melhora, e nenhuma esperança capaz de oferecer algum alento; e a degradação social, marcada pelo desemprego, pela recessão e pela precariedade das medidas econômicas da petista.

A inabilidade, a incompetência e a persistência no erro são marcas traçadas pelo jornal como sendo as principais causadoras do processo de *impeachment*. Aliados a essas características, os editoriais apontam também para a personalidade da presidente. Aspectos de sua vida pessoal são destaque em um editorial. Ele aponta que a presidente tomava ansiolíticos em seus momentos mais nervosos, tinha um temperamento difícil e sofria alguns ataques de explosão e raiva que contrariava até mesmo seus assessores, que em determinada situação jogou o celular na parede para não o lançar contra a chefe. Essa personalidade difícil, segundo o editorial, incomodava até mesmo seu amigo Lula, que não conseguia esconder a raiva que tinha da sua sucessora.

A deterioração da economia é tratada no editorial intitulado “Colapso”. O jornal apontou que a crise vivenciada nunca foi vista anteriormente: “O colapso da demanda interna afeta quase todos os setores, algo também raro [...] torna mais difícil antever o possível caminho da recuperação” (FOLHA DE S. PAULO, 2 dez. 2015). A incompetência política pode ser verificada no editorial de título “Decisão da Câmara” (17 de abril de 2016). O jornal chegou a afirmar que o governo Dilma Rousseff tinha acabado, que estava exaurido pela própria incompetência política. No editorial intitulado “Contagem final” (9 de maio de 2016), também é possível observar esse mesmo enquadramento, descrito no trecho a seguir: “Dilma está sendo vítima, antes de tudo, da inabilidade, da incompetência e da obstinação no erro com que conduziu o seu governo” (FOLHA DE S. PAULO, 9 maio 2016).

A personalidade de Dilma foi destaque no editorial “Avesa a reconhecer erros, Dilma não soube conter revolta política” (17 de abril de 2016): “Na campanha para reeleição, doutora Virgínia, a médica presidencial, recomendava florais e remédios para aliviar a tensão da tropa. Ensaçou oferecer uma droga à chefe, mas foi logo cortada. ‘Eu não uso essas porcarias’” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016).

No editorial “Decisão na Câmara” (17 de abril de 2016), o jornal enfatizou que a aprovação do *impeachment* significaria uma justa punição para a maioria dos brasileiros, visto que seu governo foi marcado pela incompetência, pela arrogância e pelo isolamento que acabaram destruindo a economia, afundou-se em corrupção e destruiu as instituições: “Sem dúvida, uma vitória do *impeachment* neste domingo significará, para a expressiva maioria dos brasileiros, a justa punição de um governo que, na incompetência, na arrogância e no delírio de seu próprio isolamento, destruiu a economia, afundou-se na corrupção e escarneceu das instituições” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016). Trata-se, como aponta Lima (2006), do acionamento midiático de um papel que antes era responsabilidade dos partidos. A mídia instituiu-se como uma fiscalizadora das ações do governo. É ela quem vai afirmar se ele está

sendo eficiente ou não para a população. Ela ainda canaliza as demandas da população e afirma que o País precisa sair desse modelo de governo. É preciso haver mudanças.

Tais posicionamentos funcionam ativamente no processo de construção da realidade política do país. Se em nenhum momento o governo é apontado como sendo bom, se quem o governa não tem capacidade para isso, é preciso que haja mudanças. Logo, a mídia se posiciona como um agente social que induz as pessoas a pensarem sob essa mesma perspectiva, visto que não foi apresentada uma outra. Há apenas um discurso que desconstrói a imagem da petista; logo, não é possível, ao consumir as informações desse veículo, pensar o contrário.

6.3 A IMAGEM DO GOVERNO E DA PRESIDENTE DILMA

Para Gomes (2004), existe uma demanda por parte dos indivíduos de conhecer o que está acontecendo ao seu redor. Ao noticiar os fatos sobre o processo de *impeachment*, o jornal atualiza os leitores não só sobre o processo, mas também sobre a atual situação do governo, indicando os erros, os equívocos e os problemas do País.

Nessa construção, o jornal cria uma imagem negativa do governo. Ele usa o discurso de oposição, de que a situação política no País está insustentável, e que é preciso que haja mudanças, principalmente de governante, para a situação mudar (FIGUEIREDO *et al.*, 1998). O governo é apresentado como sendo um governo mentiroso, que criou uma falsa narrativa durante o período eleitoral apenas para se eleger, como narrado na matéria “Política ofusca a crise fiscal, o maior dos problemas do Brasil” (17 de abril de 2016). “A principal causa da turbulência política foi a opção que a campanha petista fez em 2014 de ganhar a eleição a qualquer custo. Abusou da mentira e da demonização dos demais candidatos” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016).

Um governo em descontrole, que tenta culpar a imprensa e a oposição pelos seus desarranjos, sem a capacidade de assumir a própria culpa. A dimensão de governo corrupto também é criada pela associação constante de seus membros e até da presidente em escândalos de corrupção e em delações de empresários que foram presos. Um governo que descumpriu leis, envolveu-se em financiamentos ilegais e age baseado em seus interesses e conveniências. A coluna “Bandoleiros e primitivos” (29 de abril de 2016) afirmou que os petistas tentaram sempre se articular de modo vitimizado: “É sempre Chapeuzinho Vermelho

contra o Lobo Mau. O PT já havia recorrido a esse expediente em 2010 e em 2006” (FOLHA DE S. PAULO, 29 abr. 2016).

Por meio das notícias publicadas, o jornal *Folha de S. Paulo* reforça a imagem de um governo que perdeu a capacidade de governar, inativo, que somente está interessado em barganhar votos, sob a justificativa de se manter nele, sem pensar na população. Isso pode ser evidenciado nas notícias “Dilma e Temer fazem guerra de votos à véspera de votação do *impeachment*”, “Governo faz ‘Diário Oficial’ extra para nomear cargos em 18 ministérios” e “Para salvar seu mandato, Dilma passou a semana recebendo deputados”, publicadas no dia 17 de abril de 2016, e “Lula e Dilma fazem última investida por votos contra o *impeachment*” (31 de agosto de 2016).

A imagem de Dilma Rousseff é construída sob a perspectiva de uma presidente que não tem governabilidade, não tem competência política e tão pouco tem vocação para ser política. Ou seja, trata-se de um personagem fora de seu campo de atuação. Sua inabilidade para a política se justifica, de acordo com o jornal, pelas inúmeras ações equivocadas que ela tomou ao longo de seus governos, principalmente no setor econômico. Uma presidente sem popularidade, que conseguiu conquistar um fracasso jamais visto antes na história política do País, marcado por uma irresponsabilidade gravíssima na condução das finanças públicas.

Na reportagem “Saída para recuperar economia está em agenda de visibilidade duvidosa” (17 de abril de 2016), o jornal afirmou que Dilma errou ao tentar replicar obsessivamente em seu mandato uma fórmula que havia dado certo no governo de Lula. No entanto, a situação atual era complicada: “Antes capaz de poupar recursos suficientes para manter sob controle as dimensões de sua dívida, o governo hoje precisa tomar dinheiro emprestado para bancar seus compromissos”. Ele ainda acrescenta: “Com isso, o endividamento público sobe sem parar [...] inclui aumento de impostos e a redução de direitos sociais” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016).

Na matéria “Temer deveria ajudar Estados e privatizar, afirma ex-presidente do BC” (28 de abril de 2016), o jornal apontou que o economista Gustavo Franco, defensor do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, disse haver uma “incompatibilidade de gênios’ entre a economia e a petista”.

A imagem pessoal de Dilma também é negativa. Há uma dramatização de sua imagem. O jornal a apresenta sob a imagem de uma pessoa em total descontrole, que não sabe mais o que fazer e perdeu o domínio sobre a própria vida (SCHWARTZENBERG, 1977). Dilma Rousseff aparece como sendo um animal felino, que ataca e oferece perigo àqueles que estão à sua volta pela sua personalidade difícil e pelo seu gênio forte.

No editorial “Aversa a reconhecer erros, Dilma não soube conter revolta política” (17 de abril de 2016), essa imagem ficou muito evidente. O jornal afirmou que até o seu melhor lado era minimizado diante da agressividade e fúria, características de seu temperamento difícil, como se observa no trecho a seguir: “Dilma detesta reconhecer erros. Seu jeito de pedir desculpas é elogiar o assessor” (FOLHA DE S. PAULO, 17 abr. 2016). Em outro momento, o editorial afirmou que os gestos de generosidade sempre foram eclipsados por seu temperamento difícil.

Nota-se que essas são questões que não interessam à atividade política, visto que um político não será bom ou ruim se ele é ou não apto a falar em público, se ele é alto ou magro, tranquilo ou nervoso. Sua imagem política é comparada constantemente à imagem de seu antecessor, Lula; sobre ela não ser boa como ele, não conseguir equilibrar os problemas de relacionamento e de convivência, tão essenciais na política, da forma como ele fazia.

A petista ainda aparece como sendo uma pessoa de difícil tato, que não ouve as pessoas que estão à sua volta, nem mesmo seus aliados; que não reconhece seus erros, que não sabe pedir desculpas e que atribui a culpa de suas ações a terceiros pelo medo de dizer que errou. Uma pessoa apegada ao poder, capaz de mentir para a população desde que o intuito é chegar até ele. O jornal desarticula e desconstrói a imagem da petista ao destacar que essas características incomodavam até mesmo o ex-presidente Lula, seu principal aliado (GOMES, 2004).

A imagem pessoal também é enfatizada como sendo de uma pessoa sem amigos, sem apoio popular, que no fim do processo se abateu, apresentava oscilações de humor e tomava ansiolíticos. No editorial “Aversa a reconhecer erros, Dilma não soube conter revolta política” (17 de abril de 2016), o jornal disse que até mesmo Lula não conseguia esconder sua raiva da sucessora. O jornal ainda enfatizou que, por possuir essa falta de tato com a política, a presidente precisava se apoiar em discursos adjacentes, como, por exemplo, o de golpe para adquirir força diante da população.

Em certos momentos, foi possível perceber que ainda que o jornal pudesse fazer um recorte positivo sobre algum aspecto da presidente, de seu governo ou de ações, ele preferiu fazer um recorte negativo, destacando entre as informações disponíveis aquelas que não contribuía para reforçar a imagem da petista aos olhos da população. Assuntos que poderiam ser destacados para melhorar a imagem de Dilma foram trabalhados sobre outro ângulo de modo que desfavorecia a construção imagética da presidente.

Segundo Goffman (2012), tendemos a perceber os acontecimentos à nossa volta de acordo com os enquadramentos que nos são oferecidos. Se há apenas a oferta de

acontecimentos negativos, há maior tendência que as pessoas percebam os acontecimentos apenas pela perspectiva negativa. São essas narrativas obtidas pelos *frames* (recortes), que vão fortalecer as crenças sobre o funcionamento do mundo e dar um panorama das ordens e desordens deste mundo.

Se só são mostrados aspectos negativos de um governo e/ou de um gestor político, dificilmente as pessoas terão outra concepção a não ser que tenham a preocupação e o trabalho de procurar outras fontes e se informarem em outros meios. Popkin, citado por Leal (2002), argumenta que as pessoas não têm estímulos para buscar informações no momento da escolha eleitoral, visto que esse processo apresenta custos. Elas não estão conscientes de sua realidade e agem desinteressadamente nos assuntos políticos. Essa preocupação aparece apenas quando questões pessoais entram em jogo.

6.4 AS FONTES E PERSONAGENS

A análise das fontes e personagens presentes nas matérias aponta uma discrepância significativa entre aqueles que atuaram como personagens e aqueles que tiveram voz. O personagem que mais aparece é Dilma Rousseff com 112 menções. No entanto, apesar de ser constantemente mencionada nas matérias, ela aparece muito pouco como fonte, apenas em sete matérias. Isso significa que, ainda que os assuntos envolvessem a sua imagem e de acordo com a lógica jornalística necessitassem de uma presença equilibrada como fonte para que pudesse ouvir o seu lado, ela quase não aparece. Ou seja, o jornal não deu espaço de fala para a presidente. Trata-se de uma estratégia de manipulação para construir realidades que não são as reais, visto que não permite ao leitor decidir sobre qual lado se posicionar na medida em que apresenta uma única versão de um fato.

Quem mais apareceu como fonte foram os economistas e analistas. Dessa forma, nota-se como houve uma tentativa do jornal de dar relevância para sua argumentação de que a crise econômica desencadeada no governo Dilma era a pior da história e com índices de agravamento ainda piores caso ela se mantivesse no papel de presidente do Brasil. Um dado importante a ser mencionado é que os economistas e analistas não apareceram enquanto personagens, apenas como fonte nas matérias.

Empresários e executivos foram a segunda fonte mais mencionada, somando um total de oito aparições. Seus discursos também contribuíram para solidificar a ideia de que a situação política e econômica no País era insustentável. Os baixos índices de atribuição de fontes nas matérias analisadas refletem um indicativo de que a construção das matérias

foi equivocada. Verifica-se que os personagens são amplamente mencionados. Todavia, não há uma preocupação jornalística de apresentar seus discursos de modo direto ou indireto.

Michel Temer, Luís Inácio Lula da Silva, Eduardo Cunha, Renan Calheiros, Waldir Maranhão, Aécio Neves e Fernando Collor de Melo são políticos que mais apareceram como personagens nas matérias analisadas. Entretanto, nenhum deles teve destaque como fonte. Michel Temer aparece como fonte em seis matérias; Lula, Renan e Aécio em duas. Waldir Maranhão e Fernando Collor de Melo não foram ouvidos em momento algum pelo jornal. Tal fato pode ser questionado se pensarmos que o jornalismo, ao narrar um fato, precisa trabalhar com o equilíbrio de personagens e a seleção de fontes para a construção de suas matérias de forma que seja mais fiel à realidade e mais equilibrado possível.

Outro aspecto que chamou a atenção foi a apresentação dos personagens: manifestantes. Houve uma apresentação diferenciada em relação aos manifestantes pró-Dilma e antiDilma. Os manifestantes antiDilma apareceram como personagens principais, pessoas que tinham nome e sobrenome eram utilizadas frequentemente como fonte nas matérias. Ou seja, tratava-se de um grupo organizado, que possuía diretores, membros que falavam pelo grupo e tinham identidade e reconhecimento social. Já os personagens políticos pró-Dilma eram apontados como militantes, “sem teto”, baderneiros, membros do MST, depredadores, malandros e nunca foram ouvidos como fonte.

O discurso utilizado para descrever a ação desses personagens também é distinto. Os protestos a favor de Dilma são retratados de forma negativa, descritos como atos de guerra, com pessoas detidas, bloqueios de vias, balas de borracha, explosão de bombas, pneus queimados e parte desses manifestantes portava paus, pneus e pedras. Eles agrediam policiais. Atitudes de criminosos que colocaram em risco a população. Enquanto os personagens antiDilma nunca foram retratado de modo negativo, pelo contrário sempre apareciam como personagens principais. Como é o caso de Rogério Chequer, que apareceu em três reportagens como fonte principal.

6.5 TRÊS PILARES DO IMPEACHMENT: CRISE POLÍTICA, CRISE ECONÔMICA E CORRUPÇÃO

Depois de analisadas as matérias publicadas no jornal *Folha de S. Paulo*, é possível concluir que o jornal se baseou em três pilares para justificar a ocorrência do *impeachment*, visto que não conseguiu defender a tese de que a petista havia cometido crime

de responsabilidade fiscal. Os três pilares são: a crise política instalada no Brasil, a crise econômica e a corrupção.

O que levou à derrocada da presidente não foram suas ações políticas, mas o conjunto desses três problemas justificaram sua saída e, como descrito, foi uma justa punição. Os números encontrados corroboram essa asserção. Entre as quatro temáticas mais acionadas, estão: 1ª) Processo de *impeachment*; 2ª) Crise Econômica; 3ª) Crise política; e 4ª) Corrupção e escândalos. Ou seja, os três últimos temas são essenciais para explicar a ocorrência do primeiro.

O discurso foi que a presidente caiu pela sua incompetência, pela inabilidade, pela falta de tato, pelas ações equivocadas na economia, pelo desgoverno e pela falta de articulação política são exemplos de que o jornal não construiu a narrativa de crime, mas de erros sucessivos que foram tomados e que precisavam ser interrompidos imediatamente antes que a situação se agravasse ainda mais como apontavam os prognósticos de economistas e analistas.

Abramo (2016) defende a tese de que a mídia é, atualmente, um instrumento crítico capaz de coordenar ações políticas. É ela quem descreve os fatos, contextualiza, dá sentido e também quem julga, quem orienta o julgamento e até mesmo a execução dos atos. Ao se articular sob esses três pilares, ela antecipa-se aos processos e decisões jurídicas e orienta a sociedade a pensar que não importa se as ações de Dilma são ou não passíveis de se enquadrarem em crimes de responsabilidade. No entanto, há aspectos adjacentes a este, que, sob seu ponto de vista, são mais importantes para determinar ou não sua saída. Ela orientou o julgamento das pessoas e foi imprescindível ator político para o desfecho do processo.

Constantemente, esses três subtemas apareceram de modo explícito no material analisado. Na coluna “Colapso da confiança popular criou política do *impeachment*” (17 de abril de 2015), o jornal aponta que o que causou o *impeachment* foram: o colapso da confiança popular, a má avaliação do governo, o fracasso econômico e a impopularidade do governo. No editorial “A culpa é dela” (11 de maio de 2016), o próprio jornal menciona sobre a ocorrência de uma tripla crise: “A tripla crise – política, econômica e ética – acabou selando o destino de Dilma, que não conseguiu mobilizar nem sequer 1/3 dos deputados para salvar seu mandato” (FOLHA DE S. PAULO, 11 maio de 2016).

Ao construir esse pilar, há também a personificação do problema na imagem de um único personagem: Dilma Rousseff. Peths *et al.* (s/d) argumentam que a personificação do Estado à figura do presidente é uma consequência que, em certa medida, vai se configurar em um risco para o governante. Há um perigo iminente de a sociedade associar ao líder todos os

problemas que o país enfrenta independente de os problemas terem surgido das ações do governante ou de outros órgãos do Executivo ou Legislativo.

7 CONCLUSÃO

Compreender a relação indivíduo-sociedade nos obriga a falar do instrumento que rege essa interação: o poder. Thompson (1999) explica que o poder é facilmente confundido como um elemento que se exerce apenas em relação a questões políticas ou ao Estado. Todavia, ele se manifesta, na maior parte das vezes, em ambientes que nada têm a ver com essas instituições. E a sua atuação acontece quando os indivíduos empregam os recursos que lhes estão disponíveis. Esse poder pode ser aumentado ou diminuído em razão da acumulação ou diminuição dos recursos. Essa disputa se trava em um espaço que Bourdieu (2001) chama de “campo”. Ou seja, um espaço de conflito onde se desenrolam lutas, a fim de determinar a posição social dos sujeitos, revelando, assim, as figuras de “autoridade”, aquelas que são detentoras de maior poder simbólico.

Cada campo possui regras e mecanismos próprios para a articulação do poder na sociedade além de especificidades que lhe são próprias e o diferencia dos demais campos durante o processo de disputa. Existem os mais variados tipos, como: o campo da religião, o da política, o das artes, o da ciência, o da mídia e o da educação. Nessas estruturas, é possível observar não só uma tensão interna de domínio do campo, mas também uma tensão externa, na qual cada campo atua disputando posições e lucros específicos.

No estudo em questão, é possível observar que não só a política ou as organizações partidárias exercem poder, mas também instituições alheias a esta como o espaço midiático. A apropriação dos recursos disponíveis para a atuação na sociedade não é contínua. Se hoje um detém o poder para si, amanhã outra instituição pode acumular recursos e tomar o poder do outro. Tomemos como exemplo a figura de Dilma Rousseff na política. Enquanto ela detinha uma aprovação popular satisfatória e a economia caminhava bem, o poder estava em suas mãos. Ela tinha facilidade para se articular politicamente e tinha certo domínio sobre a sociedade. Visto que seu discurso penetrava com certa influência na vida das pessoas, ela conseguia se apresentar e convencer.

Quando ela começa a perder força, os índices de popularidade começam a cair, a economia começa a se deteriorar e os problemas se agravam. Então, esse poder vai se esvaindo de seu domínio. Ela perde poderio político e poderio popular, e uma nova estrutura passa a orquestrá-lo: a estrutura midiática. Ao executar o seu papel de informar o cidadão, a mídia toma para si – ainda que provisoriamente – o poder e o usa sob o pretexto de que está fazendo apenas seu papel social. A comunicação midiática passa, portanto, a construir e gerar poder. Aquilo que ela noticia não é mais uma simples notícia. O modo como um fato é

selecionado, para que seja colocado em um jornal, apresenta diversas subjetividades que nada mais são do que atividades dotadas de poder (PORTO, 2004; GOFFMAN, 2012).

Nota-se, então, nesse cenário, uma disputa acirrada entre a presidente Dilma Rousseff e a grande imprensa, na qual ambas tentam trazer para si o domínio da situação e a articulação com o público. A petista precisava convencê-los de que era inocente, que não tinha cometido crime algum e estava sendo acusada injustamente. Em contrapartida, a mídia articulou-se para construir uma realidade (RODRIGUES, 1990; BERGER; LUCKMANN, 1985) em que o País estava um caos, resultante da inabilidade política de Dilma Rousseff, que não sabia executar seu papel e deixou que a situação tomasse as proporções que tomou. A mídia dominou a situação, apoiando-se no discurso de que não importava se houve crime de responsabilidade ou não para a ocorrência do rito do *impeachment*. Importava apenas saber que o processo era uma reação, uma espécie de castigo para uma personagem que não tinha mais, segundo seus olhos, condições de atuar.

Nessa disputa pela obtenção do poder, cada um, ao seu modo, articulou-se para conseguir administrá-lo. Percebe-se que a mídia se apropriou de uma característica que lhe é muito comum: a espetacularização em que as narrativas são previamente planejadas de modo a chocar, comover, emocionar e alardear o público (GOMES, 2004; SCHWARTZENBERG, 1977). Ao escolher dar prioridade para o recorte da crise econômica diante do enquadramento dos ritos do processo, a *Folha de S. Paulo* já apontou o caminho que adotaria na cobertura em termos de linha editorial.

A mídia – no caso específico do trabalho, a *Folha de S. Paulo* – trabalhou sempre com a perspectiva do medo, da ansiedade, da incerteza, da probabilidade e do risco. Castells (2001) defende que a maior causa de mobilização social vem quando ocorre a estimulação do risco e do medo. Quando há o anúncio de dano iminente, direto ou indireto, a importância jornalística daquele fato aumenta e a atenção conferida ao fato também. Com a cobertura do *impeachment*, não foi diferente. Observou-se uma predominância de evidenciar para a sociedade não somente o agendamento do fato e seus desdobramentos, mas notou-se uma ressignificação do fato a partir da perspectiva de que a saída de Dilma era a solução para os problemas do País.

Nota-se, portanto, que o jornal se apoiou no que tratamos ser o tripé do *impeachment*: a crise econômica, a crise política e a corrupção. Esses três elementos são coadjuvantes de todas as narrativas utilizadas pela *Folha* nesse período analisado. Em maior ou menor grau, eles perpassam o enquadramento adotado pelo jornal para falar do processo e

reconstrói no imaginário do leitor que os erros são resultantes de suas ações e serão solucionados com a sua saída.

O jornal não constrói a narrativa de crime; pelo contrário, ele elucida o que seriam os “erros” tomados pela petista e aponta que tal situação precisava ser interrompida antes que se agravasse. Esse recorte é reforçado pela fala de economistas, analistas e empresários. Essas duas primeiras são as fontes mais recorrentes nas notícias analisadas. O poder de fala adquirido por esses personagens se contrasta com o poder de fala da personagem principal do processo de *impeachment*: Dilma Rousseff. A sua presença no jornal como fonte direta é insignificante diante do número de vezes em que é acionada como um simples personagem citado.

Ao atuar recortando os eventos, descrevendo os fatos e contextualizando os atos, a mídia atua de modo que ela coordena também as ações políticas. Ela dá sentido e também atua como agente sentenciador capaz de orientar o julgamento e até mesmo a execução dos atos dos indivíduos (ÁBRAMO, 2016). Na situação em questão, é possível argumentar que a mídia orientou o julgamento das pessoas ao trazer para a cena um aspecto dentre vários outros possíveis de uma mesma narrativa. A seleção, a ênfase e a ocultação de alguns elementos em detrimento de outros foram determinantes para a formação de pensamento da sociedade, constituindo-se, assim, em um verdadeiro ator político e importante ator do processo (PORTO, 2004; GITLIN, 1980; GOFFMAN, 2012; ENTMAN, 1993; TUCHMAN, 1978).

Para contrapor-se a esse discurso, nota-se que a petista utilizou-se das estratégias que tinha em mãos: a comunicação governamental, durante o período em que esteve em ação, e a comunicação em sua rede pessoal, durante o tempo em que esteve afastada até que se decidissem os ritos finais do processo. Há críticas à forma pouco estratégica como Dilma utilizou a comunicação governamental. Quando começou a ser atacada pela população, esta minimizou as aparições em cadeia nacional. E muito se falou sobre a falta de força de seus discursos e do trabalho de sua equipe ao trabalhar sua comunicação.

Nos espaços onde teve voz (a comunicação governamental e a comunicação pessoal de sua rede), ela tentou, ao seu modo, refutar o discurso midiático com o argumento de que estava sendo vítima de um golpe. Esse era o pano de fundo do argumento de todas as narrativas realizadas pela presidente. Para construir esse roteiro, ela acionou um personagem e desenvolveu sua atuação diante do público na tentativa de convencê-lo (GOFFMAN, 1975).

Assim como aponta Lima (2006) e Gomes (2004), a política apropria-se de algumas características midiáticas como o drama, a emoção e a personalização para construir sua narrativa e se aproximar da sociedade de modo que seu conteúdo se torne palatável e

atraente. Neste trabalho, foi possível identificar que Dilma Rousseff se aliou à estratégia de aproximar o discurso político dos discursos midiáticos ao utilizar as mesmas ferramentas para se comunicar com a sociedade. Ela narrou os acontecimentos de maneira que o assunto fosse palatável ao domínio de cidadãos comuns. Ela narrou os fatos como se contasse uma história.

O argumento central utilizado para sustentar seu discurso, que corrobora a hipótese inicial deste trabalho, enfatiza-se na construção imagética da petista e na construção da narrativa de suas políticas e projetos sociais quase sempre apontada nas gestões anteriores do Partido dos Trabalhadores (PT). Nesse sentido, é ainda possível observar que, em alguns momentos, Dilma até tentou se articular sob o discurso de que o País estava enfrentando uma crise política sem precedentes marcada pela intensa descrença política e pelo desestímulo de participação popular (ABRANCHES, 1988; MAINWARING, 1993). Elementos suficientes, segundo ela, para justificar a situação que o País vivia e para não a culpar de todas as desordens e “desgraças” narradas pelos políticos e pela instância midiática.

Trata-se de uma tentativa, utilizada pela petista, de projetar uma imagem positiva de sua figura política e de seu governo e um meio de desconstruir a imprensa que fez oposição, no caso deste trabalho, a *Folha de S. Paulo*. No entanto, o que se verificou ao final deste trabalho é que é inegável o poder agenciador de enquadramentos de realidade, bem como o poder sentenciador de situações, inclusive das situações políticas. Ainda que Dilma Rousseff, sem espaço de fala no campo midiático, quisesse contrapor-se ao discurso desse meio, a hegemonia e a influência midiática ainda se verificaram como cruciais no processo de formação de opinião dos indivíduos.

Os resultados aqui apresentados representam apenas um recorte do extenso e complexo momento que vivenciamos com o processo de *impeachment*. Logo, a pesquisa resulta numa contribuição para entendermos a relação antagônica e ao mesmo tempo simbiótica da instância midiática e da instância política e como elas se relacionam, principalmente em tempos de crise. E também como os personagens se articulam na disputa pela obtenção e manutenção do poder.

Há uma infinidade de questões e propostas que podem, inclusive, ser pensadas e trabalhadas em pesquisas futuras a partir de outras conjecturas e de novos modelos teóricos e metodológicos para dar conta de realidades mais complexas. No entanto, espera-se que, ainda que muito timidamente, esta pesquisa se configure numa tentativa de contribuição capaz de gerar reflexões sobre a penetração da mídia na política e os efeitos dessa relação para a manutenção do exercício democrático.

8 REFERÊNCIAS

- ABRANCHES, Sérgio. **Presidencialismo de coalizão: o dilema institucional brasileiro**. In Dados – Revista Brasileira de Ciências Sociais. Rio de Janeiro: IUPERJ, Vol.1, 1988
- ALBUQUERQUE, Afonso de; DIAS, Márcia Ribeiro. **Propaganda política e a construção da imagem partidária no Brasil**. Civitas: revista de Ciências Sociais, Potifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre: v.2, n.2, dezembro. 2002.
- ALDÉ, Alessandra. **A construção da política: cidadão comum, mídia e atitude política**. Rio de Janeiro. IUPERJ, 2001.
- ARAÚJO F. M. B., ALVES, E. M.; CRUZ, M. P. Algumas reflexões em torno dos conceitos de campo e de habitus na obra de Pierre Bourdieu. Revista Perspectivas da Ciência e Tecnologia. v.1, n.1, p. 22-30, 2009.
- BAQUERO, Marcello; VASCONCELOS, Camila de. **Crise de representação política, o surgimento da antipolítica e os movimentos apartidarismo no Brasil**. V Congresso da Compolítica, Curitiba/PR, 2013.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. A construção social da realidade. Petrópolis: Vozes, 1985.
- BOITO, Armando Jr. **Os atores e o enredo da crise política**. In: Por que gritamos golpe?: para entender o impeachment e a crise política no Brasil. André Singer et all; organização: Ivana Jinkings, Kim Doria, Murilo Cleto; 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2016.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BRAGA, JL. **Circuitos versus campos sociais**. In: MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. Mediação & midiatização [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, pp. 29 - 52.
- BREED, W. **Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis**. Social Forces, Vol.33, 1993. Outono. No livro de Nelson Traquina (Org). Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias. Lisboa, 2005.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da Identidade**. Volume 2, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 2001.
- CARVALHO, Carlos Alberto de. **Atores em disputa de sentido: jornalismo e homofobia nas narrativas da Folha de S. Paulo e O Globo**. 2010. 293 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social, Universidade Federal de Minas Gerais). Belo Horizonte, 2010. Cap. 3.
- COSTA, Homero (s/d); **Debilidade do Sistema Partidário e a Crise de Representação Política no Brasil**; Brasil.
- Dahl, Robert, **Polyarchy, Participation and Opposition**, New Haven, Yale University Press, 1971; e **Democracy and its Critics**; New Haven, Yale University Press, 1989.

- DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- ENTMAN, Robert. "Framing U.S. coverage of international news: contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents" *Journal of Communication*, Vol.41, 1994.
- FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antônio; VALDETTARO, Sandra (Orgs). **Mediatización, Sociedad y Sentido: dilálogos entre Brasil y Argentina**. Rosario, Argentina. Departamento de Ciencias da Comunicación, Universidad Nacional de Rosario, 2010, p.2-15. Disponível em <http://www.fcpolit.unr.edu.ar/wp-content/uploads/Mediatizaci%C3%B3n-sociedad-y-sentido.pdf>.
- FRANÇA, V. O acontecimento e a mídia. *Revista Galáxia*. São Paulo: n. 24, p. 10-21, dez. 2012.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Organização e tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.
- GIEBER, W. **Across the Desk: A Study of 16 Telegraph Editors**. *Journalism Quarterly*. Vol. 33, nº4. 1964.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1975.
- GOFFMAN, Erving. **Frame Analysis**. Boston: Northeastern University Press, 1986.
- GOFFMAN, Erving. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise**. Tradução: Gentil A. Tilton. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.
- GOMES, Wilson. **As transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.
- HABERMAS, Jurgen. **Mudança estrutural da esfera pública. Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Trad. Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Ed. Tempo Brasileiro, 1984.
- HJARVARD, Stig. **Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural**. *Matrizes*, São Paulo, v. 5, n.2, p. 53 - 92, jan/jun. 2012.
- HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação: Conceitos, escolas e tendências**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.
- JOHNSON, A. G., **Dicionário de sociologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- LEAL, Plínio Marcos Volponi. **Jornalismo Político Brasileiro e a Análise do Enquadramento Noticioso**. In: **II Compolítica – Congresso da Associação Brasileira dos Pesquisadores de Comunicação e Política**, 2007. Disponível em: <www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/.../10195>. Acesso em: 12 out. 2017.
- LEAL, Paulo Roberto Figueira. **Os riscos do personalismo na política**. *Juiz de Fora*, A3, 2ª Ed. p. 12, abril de 2012.

LEAL, Paulo Roberto Figueira. **A nova ambiência eleitoral e seus impactos na comunicação política**. Juiz de Fora, Revista Lumina n°2, p. 66-67, jul/dez 2002.

LIMA, Venício de. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.

LIMONGI, Fernando. **A Democracia no Brasil. Presidencialismo, coalizão partidária e processo decisório**. Novos Estudos Cebrap. São Paulo, n. 76, p. 17-41, 2006.

MAINWARING, Scott. **Democracia Presidencialista multipartidária: o caso do Brasil**. Lua Nova, São Paulo, n. 28-29, p. 21-74, Apr. 1993. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64451993000100003&lng=en&nrm=iso>. access on 10 Dec. 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-64451993000100003>.

MANIN, Bernard. **As Metamorfoses do governo representativo**. 1995.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Uma aventura epistemológica. Entrevistador: Maria Immacolata Vassalo de Lopes. In. Matrizes. São Paulo, v.2, n.2, p.143-162, jul/dez, 2009.

MIGUEL, Luis Felipe. **Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o Congresso brasileiro**. Rev. Sociol. Polit. [online]. 2003, n.20, pp.115-134. ISSN 1678-9873. Disponível em < <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-44782003000100010>>. Acesso em 30 de novembro de 2016.

MIGUEL, Luis Felipe. **A democracia na encruzilhada**. In: Por que gritamos golpe?: para entender o impeachment e a crise política no Brasil. André Singer et all; organização: Ivana Jinkings, Kim Doria, Murilo Cleto; 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

McCombs, Maxwell E.; SHAW, Donald L. A. **The Agenda-Setting Function of the Mass Media**. Public Opinion Quarterly, Vol.36, n° 2. Summer, 1972. p.176-187.

MIGUEL, Luís Felipe; BIROLI, Flávia (Org.). **Mídia representação e democracia**. Editora Hucitec. São Paulo: 2010.

MIGUEL, Luis Felipe. “Quanto vale uma valência?”. Revista Brasileira de Ciência Política, n. 17, p. 165-178, 2015.

O'DONNELL, Guillermo. **Democracia delegativa?** Novos Estudos Cebrap, São Paulo, n.31, p.25-40, 1991

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2006.

PEREIRA, I., JOUKOSKI, R., SCHIER, P.. **Presidencialismo de Coalizão**. Anais do EVINCI - UniBrasil, 1, jun. 2016. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.unibrasil.com.br/index.php/anaisvinci/article/view/944>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

PETHS, Lucas Lisboa; OLIVEIRA, Luiz Ademir de.; LEAL, Paulo Roberto Figueira. **A personalização da política e a tendência à "presidencialização" em sistemas**

parlamentaristas. Comunicação & Mercado/UNIGRAN - Dourados - MS, vol. 04, n. 11, p. 124-135.

PORTO, Mauro. P. **Enquadramentos da mídia e política.** In: RUBIM, A.A. (Org.). Comunicação e Política: conceitos e abordagens. Salvador: EdUFBA, 2004.

PORTO, M. P. A Mídia brasileira e a eleição presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal Folha de S. Paulo, **Cadernos do CEAM**, Ano II, n. 6, 2001, p. 11-32.

PELLENZ, Mayara; BASTIANI, Ana Cristina Bacega de. **Pós Constituição Federal de 1988: a democracia representativa está em crise?** Revista Videre – Dourados, v. 07, n. 13, p. 92-108, jan./jun. 2015.

PERSEU, Abramo. **Padrões de manipulação na grande imprensa.** São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

PITKIN, H. F. **O conceito de representação.** In: CARDOSO, Fernando Henrique; MARTINS, Carlos Estevam (Org.). Política e sociedade. São Paulo: Nacional, 2006.

RAMOS, Paola Novaes. **Alheamento eleitoral: reflexões sobre o significado de votos em branco, votos nulos e abstenções na teoria política contemporânea.** Mediações-Revista de Ciências Sociais, v. 14, n. 1, p.170-199, 2009.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da Comunicação.** Lisboa: Editorial Presença, 2001.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Espetáculo, política e mídia.** Trabalho apresentado ao XI Encontro Anual da Associação Nacional dos Cursos de Pós Graduação em Comunicação Social (COMPÓS), Rio de Janeiro/RJ, 4 a 7 de junho de 2002

_____. (2000) **A contemporaneidade como Idade Mídia.** Trabalho aceito para ser apresentado no V Congresso da ALAIC. Santiago do Chile, abril de 2000.

_____. (2001). **Novas configurações das eleições na Idade Mídia.** Opinião Pública, Campinas.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia: Uma história social dos jornais nos Estados Unidos.** Petrópolis, RJ:Vozes, 2009.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O Estado espetáculo: Ensaio sobre e contra o star system em política.** Círculo do Livro. São Paulo: 1977.

SGORLA, Fabiane. **Discutindo o processo de midiaticização.** In: Mediação. Belo Horizonte, v. 9, n. 8, jan./jun. 2009.

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

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade.** Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** Volume II - A tribo jornalística, uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Volume I -Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

TUCHMAN, Gaye. Contando estórias. In: TRAQUINA, Nelson.(Org.).**Jornalismo, questões teóricas e estórias**. Lisboa: Ed. Vega, 1993.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.). **Jornalismo, questões teóricas e estórias**. Lisboa: Vega, 1993. p. 74-90.

_____. **Making News: a study in the construction of reality**. New York: The Free Press, 1978.

VERÓN, Eliseo. **El living y sus dobles: arquitecturas de la pantalla chica**. In: _____. El cuerpo delas imágenes. Buenos Aires: Editorial Norma, 2001.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. 1. ed. Porto Alegre, EdiPUCRS, 2003.

WEBER, Maria Helena. *Comunicação e espetáculos da política*. Porto Alegre, Editora da Universidade - UFRGS, 1999.

WHITE, David Manning. The gatekeeper: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*, Vol. 27, nº4. 1951.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença. 1999.