

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

Júlia Moschen de Andrade

**A CRIAÇÃO E INFLUÊNCIA DO DISCURSO POLÍTICO DA GRANDE MÍDIA NO IMPEACHMENT  
2016**

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso).  
Orientador: Prof. Raul Francisco Magalhães

JUIZ DE FORA  
2017

# A CRIAÇÃO E INFLUÊNCIA DO DISCURSO POLÍTICO DA GRANDE MÍDIA NO IMPEACHMENT 2016

## RESUMO

Este trabalho tem por objetivo identificar como se dá o posicionamento político da mídia em relação ao processo de impeachment da ex- governante Dilma Rousseff. Analisando como esse posicionamento afeta a produção de conteúdos e construção de seus discursos, disseminando de forma subjetiva o posicionamento de determinados grupos, e como isto impacta o cenário final. Não caberá a este texto uma análise do governo ou de seus erros, focaremos na mídia e seu papel para o processo de impeachment ocorrido desde dezembro de 2015 a agosto de 2016.

Como objeto desta pesquisa foram analisados textos vinculados aos principais sites de notícias brasileiros: G1 e Veja.

**PALAVRAS CHAVE:** Discurso político. Impeachment. Dilma Rousseff. Mídia política.

## JUSTIFICATIVA

A possibilidade de revelar os discursos presentes na mídia analisada, justifica a pesquisa feita por este trabalho. A compreensão de como esses discursos são construídos, intencionalmente ou não. O estudo dos discursos da mídia é capaz de provocar reflexões sobre os comportamentos da sociedade e qual seu nível de influência sobre as ações individuais.

## OBJETIVOS

### Objetivo Geral

Discutir o posicionamento político dos veículos de mídia impressa, televisiva e online focando em dois veículos a Veja e o G1, que possuem grande circulação e expressiva repercussão pública em âmbito nacional, durante o processo de impeachment da ex-governante Dilma Rousseff; mapeando as matérias publicadas pelos mesmos no período de dezembro de 2015 à outubro de 2016, com intuito de analisar a relação desses veículos com a construção e desconstrução da imagem midiática de uma representante política feminina, avaliando possíveis impactos de repercussão no cenário final.

### Objetivo(s) específico(s)

Identificar quais as consequências da afirmação de um discurso de neutralidade dentro da política. E descrever a repercussão da mídia dentro do processo político de impeachment.

## INTRODUÇÃO

A mídia se faz muito presente nas casas e nos assuntos comentados durante o dia do brasileiro, ela é vista como como principal forma de obter conhecimento e principalmente acompanhar os acontecimentos recentes.

"Trata-se de um sistema que mantém características fundamentais de representação pelas quais podemos considerá-lo uma democracia, mas apresenta também traços específicos cujas implicações políticas são objeto, hoje, de grande interesse científico."  
(ALDÉ, Alessandra. 1998, p.7)

A ordem política e social está marcada pela ação dos meios de comunicação de massa, muitos autores vão nomear este fato como "democracia de público". Portanto, a mídia se faz importante na ação política dos eleitores, já que estes buscarão esse meio para obter as informações. Isso mostra a importância do discurso que a mídia produz, pois será o que a população usará para decidir em quem votar, quais serão suas reivindicações e podendo alterar a popularidade e confiança em um certo governo.

“Mas muitos espectadores consideram que ela já cumpre este papel, e confiam à imprensa a missão de anunciar as realizações e denunciar as irregularidades das instituições e órgãos políticos.”  
(ALDÉ, Alessandra. 1998, p.24)

Essa influência se torna tão forte que os próprios partidos podem alterar seu comportamento em função da “noticiabilidade” das suas ações. A mídia não possui um discurso isento e isso pode prejudicar o cenário político. O discurso diário produzido pela mídia é a base de informação para o cidadão médio, de onde retira suas opiniões. Mas não se sabe o quanto ela está afetando a ação política cotidiana dos espectadores, só conseguimos saber vendo os resultados a longo prazo.

## CONTEXTO POLÍTICO E ECONÔMICO

A crise econômica mundial e a inflação chegando ao país, além da grande crise política estavam se mostrando principalmente na mídia. Os grandes escândalos de corrupção envolvendo uma grande indústria nacional, Petrobras, sofreram forte exploração da mídia. O que passou quase despercebido foram os desacordos e enfrentamentos políticos internos, entre deputados, ministros, presidente da câmara e a presidente. Com certeza tudo isso reflete na construção dos discursos das mídias e, sobretudo, é um fator determinante na escolha de conteúdos a serem abordados. De um modo geral, diversos temas acabam sendo tratados sobre o viés político e econômico.

No país esse se trata do segundo impeachment já ocorrido e nas duas situações existem semelhanças quanto ao cenário passado pelos presidentes destituídos. Em 1992, foi época de Fernando Collor de Mello que foi eleito logo após a ditadura militar, porém uma intensa crise econômica e política, além de denúncias de corrupção fizeram com que pedissem uma cassação. Dilma foi eleita em seu primeiro mandato em 2011 e não passou por grandes dificuldades, porém em 2016 a crise econômica afetou o país com aumento da inflação, com seu auge no aumento do preço da gasolina, e desemprego e também crise política com escândalos políticos de corrupção. Assim como disse o sociólogo Antônio Flávio Testa, a situação é parecida:

*"A crise econômica hoje é muito, muito forte. Talvez não seja tão maior do que naquela época, mas o governo Collor veio logo depois do regime militar, do governo Sarney que teve muitas dificuldades. O governo Dilma, ele passou por uma fase interessante. Nos dois mandatos do governo Lula, foi um movimento em que a economia cresceu, aumentou a satisfação das categorias mais pobres e agora há uma insatisfação generalizada. E isso, evidentemente, vai impactar o comportamento dos parlamentares, principalmente porque teremos eleições em outubro."*

De fato ambos os governos passaram por situações complicadas de insatisfação popular e perda de apoio político ocasionados pela crise econômica. Em vinte e quatro anos a história se repete de forma parecida e pode nos explicar muito sobre como funciona a ligação entre o atual sistema econômico e o sistema político.

## HISTÓRIA DA MÍDIA BRASILEIRA

O monopólio familiar e a propriedade cruzada dos meios de comunicação são características que permanecem há décadas no sistema de mídia brasileira, mais da metade das emissoras de rádio e televisão do país pertencem a políticos ou pessoas ligadas a políticos. Essa estrutura econômica tem grandes consequências políticas e acarreta em pouca diversidade de pontos de vista, além de um viés conservador. A mídia impressa se orienta prioritariamente para as elites, as outras formas de mídia são dominados pelas mesmas corporações e famílias, e assim, mesmo adquirindo vocabulário mais palatável às classes baixas continua com ideologia elitizada.

No Brasil existe uma vasta gama de pautas a serem tratadas como assuntos públicos, esses temas competem por atenção da sociedade e só se tornam verdadeiramente questões públicas quando atingem a visibilidade dos meios de comunicação em massa. Portanto, dependendo da proporção que a situação tomar a mídia pode vir a assumir a posição de ator principal do processo político (como já ocorrido no impeachment do Fernando Collor de Mello).

## O PAPEL DA MÍDIA

A legitimidade de um sistema político, dentro da democracia de público, está diretamente ligada a variedade e quantidade de informações oferecidas ao eleitor, para que assim possa exercer seu papel de forma livre.

“Para que os governados possam formar opinião sobre assuntos políticos, é necessário que tenham acesso à informação política, o que supõe tornar públicas as decisões governamentais” (Manin, 1995, p. 11)

Portanto, parte da mídia assegurar o acesso dos eleitores as informações e atos políticos, já que esta é a fonte de informação mais presente atualmente e a mais popular. Seu papel deveria assegurar a democraticidade da distribuição de informações. Para Manin é nos meios de comunicação em massa que a liberdade de opinião pública se concretiza, já que não possui filiação partidária e por isso não teria tendências ideológicas. Ao contrário do que ele chama de democracia partidária, forma de comunicação usada há algumas décadas, onde as pessoas escolham as fontes de acordo com suas inclinações políticas. Assim o jornalismo seria objetivo e impessoal, o discurso seguiria a lógica constativa, que tem a premissa de expôr o que é fato.

Seria o ideal que tudo ocorresse como os indicativos, mas pode-se ver que na realidade esse pressuposto tem difícil execução e cria uma máscara para a realidade. O autor Lippman, em seu livro *Opinião Pública*, contrapõe-se a essa ideia liberal de que o debate crítico, racional e um discurso livre de julgamentos fundamentam a opinião política do eleitor. Para ele a visão do público é formada por opiniões e slogans reproduzidos pelos jornais, muitas vezes incessantemente, ou até notícias em sequência.

A corporação/ jornal tem o poder de decidir quais são as notícias de destaque, quais posições serão mostradas e quais os enquadramentos. Os enquadramentos utilizados pela mídia ajudam a construir sentido para a matéria apresentada, dando conotação positiva ou negativa, também definem quais assuntos são prioridade e irão compor a agenda pública. Está diretamente ligado à essas escolhas quais serão os assuntos importantes para a época.

“Enquadramentos de mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam rotineiramente o discurso, seja verbal ou visual” (Gitlin, 1980, p. 7).

Por possuir a capacidade de controle social através do discurso se torna um objeto de desejo de controle ideológico.

“A ânsia dos políticos pelo controle direto de certos meios de comunicação, se deve à escolha da mídia como equipamento sociotecnológico, o qual transmite uma sensação de concreticidade à situação de uma fictícia realidade, e este instrumento permite-lhes prevalecer e se manter no poder obtido” (CARVALHO, Neto, 1999).

Contudo, mesmo tendo importância em decisões políticas, grande influência social e sendo cobijada pelo controle dos políticos, não é o objetivo real da mídia governar. Mas é notável sua influência nos fatores políticos e até na governabilidade dos representantes, apesar de não dispor da legítima representatividade das urnas.

## A MÍDIA DURANTE O IMPEACHMENT

A mídia tem seguido a tendência do entretenimento com a espetacularização da política para captar atenção do público. Com isto os critérios do espetáculo tomam conta da notícia, ela deve ser sempre “fresca” e ter apelo popular. Isso resulta em matérias mais noticiáveis como escândalos políticos, personalização da política, novidades e negativismo.

Esses critérios podem ser vistos na nuvem de palavras<sup>1</sup> retirada de reportagens dos sites da Veja e G1. Sites muito populares no Brasil que garantem informação a grande parte dos brasileiros, o G1 em particular é

---

<sup>1</sup> Anexo 1, páginas 6 e 7.

ligado a uma grande emissora de TV, enquanto a Veja faz parte de um grande consórcio Abril. Das nuvens de palavras foram destacadas palavras repetidas mais de três vezes durante a reportagem, pois assim captaria as palavras com mais enfoque na reportagem.

Dentro das nuvens a palavra “corrupção” se repete em três das quatro reportagens. Durante a última década essa palavra tem servido como isca de espectadores e leitores, pois dentro do sistema de capitalização de público está presente a divulgação de escândalos políticos. Aparentemente a fartura de escândalos de corrupção e o interesse do brasileiro nos mesmos gerou uma onda de notícias sobre o assunto, a insatisfação e frustração do brasileiro que assiste a esses noticiários acarretou uma obsessão por uma “limpeza” moral dos órgãos públicos. Ligadas a essa situação outras palavras aparecem, como: investigações, crime, roubo, denúncia e também Lava- jato. A repetição de palavras e slogans cria uma memória semântica nos leitores e espectadores e molda o sentido da informação, assim as pessoas ligarão o momento e os personagens citados a tais palavras e enfoques dados.

Lava- jato é o nome da maior operação anticorrupção e lavagem de dinheiro que já aconteceu no Brasil, começou em 2014 mesma época da reeleição da presidente Dilma Rousseff. Portanto a repetição de informações sobre corrupção e investigações criou um cenário negativo para a época e uma sensação de instabilidade para o governo. Tudo isso foi personalizado nos agentes principais, como a presidente, o deputado Eduardo Cunha e o juiz Sérgio Moro. Para os dois primeiros recaiu a culpa de toda a corrupção do país, apesar da população saber que não foram só eles que participaram dos esquemas, a frustração aponta para uma solução imediata.

A prisão de Cunha acalmou os ânimos dos brasileiros e o juiz Sérgio Moro ganhou fama por divulgar audios ligados a investigação. A população o elegeu como o “herói justiceiro”, mas o símbolo do governo instável ainda passava sem punição. Manifestações tomaram as ruas desde 2013, porém apenas em 2015 pode-se ouvir uma união dos desejos e um pedido mais concreto e direto. Até 2013 pedia-se para acabar com a corrupção, porém esse é um pedido mais abstrato que demanda mais energia e trabalho, já que a corrupção permeia todo o setor político brasileiro. Dois anos mais tarde personificou-se na figura de Dilma o governo corrupto e incontrolável, com isto o grito das ruas se tornou um pedido menos abstrato: “fora Dilma” e “Impeachment já”.

A mídia já construía esse discurso mesmo antes, já que criou o cenário de revolta com a corrupção ao dar prioridades para notícias sobre o assunto. E usar de notícias em sequência para deter a atenção dos espectadores como uma telenovela, atração muito comum no país. O fato é que o espectador e os leitores tomaram gosto por acompanhar o tema. Durante o ano de 2015 também se ouviu da mídia a palavra impeachment, o que ajudou a reforçar e construir a opinião popular. As notícias ajudaram a justificar o sentimento de revolta da população e a solução se repetia em grande parte das reportagens: o impeachment da presidente Dilma.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A livre circulação de críticas é extremamente necessária dentro do modelo de democracia representativa, significa um forte exercício democrático, assegura quantidade e qualidade de informações necessárias para a população. Só a propaganda negativa tem como assegurar a prestação de contas das candidaturas, pois não se espera que os candidatos exponham seus pontos fracos ou erros durante o mandato, certas informações só são fornecidas por concorrentes ou pela mídia. Essas informações são extremamente necessárias para a formação de opinião e escolha do voto, pois sem elas não os candidatos e governantes não pensariam em suas deficiências ou iriam propor formas de superá-las. Dentro desse sistema a livre circulação e variedade de informações serve como um regulador democrático.

Contudo, mesmo sendo democrático criar propagandas negativas e divulgar os escândalos políticos, se torna um problema essa ser a única visão fornecida aos cidadãos. O problema se agrava se pensarmos que há pouca variedade de meios de comunicação, já que pertencem a consórcios. Fica claro que a democracia midiática só poderia ser realmente posta em prática com uma maior variedade de recursos, com orientações variadas.

Os problemas se estendem, já que além de escasso os meios são voltados para matérias mais “noticiáveis”, matérias que chamem atenção. Assim os poucos meios de comunicação se lotam de escândalos políticos. A consequência é uma desilusão do cidadão com o meio político, frustração e alienação.

"Transpondo a noção marxista de alienação para a política, podemos dizer que esta é experimentada como externa; pode até ser o meio para alcançar

algum objetivo, mas não um fim em si mesma. O homem deixa de se realizar nesta esfera, e passa a negar sua natureza."  
(ALDÉ, Alessandra, 2004, p. 34)

"Em termos psicológicos, a alienação pode ser entendida genericamente como uma discrepância entre as expectativas do indivíduo e a maneira como o sistema social efetivamente funciona, que impede a concretização dos objetivos de tais expectativas.  
(ALDÉ, Alessandra, 2004, p. 36)

A frustração com o governo e a falta de expectativas levou parte da população às ruas em 2013 e 2015, e a solução foi personificada na figura da governante da época, Dilma Rousseff. A solução foi descoberta através da mídia, que já discutia os boatos de um impeachment e a ideia foi bem aceita por esta parte da população.

Apesar de se dizer isento e parecer técnico, os enfoques dados pela mídia constroem uma narrativa com tendências positivas ou negativas. Nenhum discurso pode ser isento, pois já vem agregado a valores de seus jornalistas ou redatores e são voltados para algum público. Além disso os discursos têm algum propósito.

"A classe que dispõe dos meios de produção material dispõe igualmente dos meios de produção intelectual, de tal modo que o pensamento daqueles a quem são recusados os meios de produção intelectual está submetido igualmente à classe dominante. Os pensamentos dominantes são apenas a expressão ideal das relações materiais dominantes concebidas sob a forma de idéias e, portanto, a expressão das relações que fazem de uma classe a classe dominante; dizendo de outro modo, são as idéias do seu domínio."  
(MARX, Karl, 2002, p 29.)

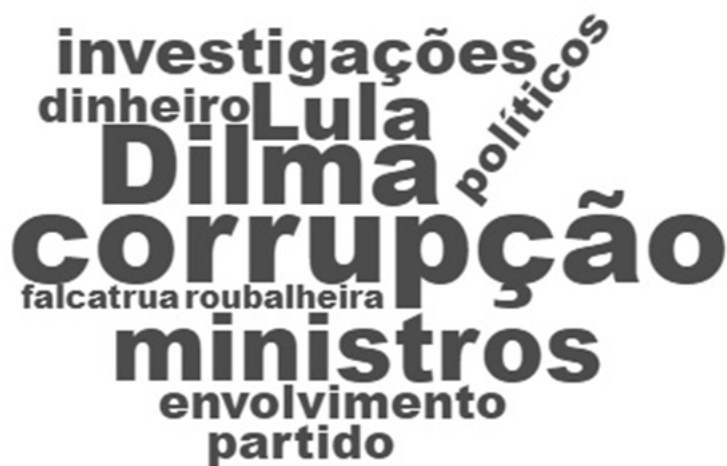
Com exemplo do Brasil e a elite e consórcios no comando da mídia cabe a reflexão sobre a qualidade das informações dispostas e como isso coloca a democracia dos meios de comunicação em risco. Como a busca incessante por distrair o público com o caos dos escândalos políticos pode afetar a população.

Durante o governo Dilma, o processo da Lava-jato foi explorado ao máximo pela mídia, com reportagens em sequência abordando cada capítulo que se seguia, se tornou uma telenovela para prender a atenção dos cidadãos, criando uma esfera de extrema fraqueza para o governo que se instaurava. Isso acarretou na insatisfação geral que deu sucessão ao impeachment. O cenário criado pelo discurso político da mídia afetou diretamente as ações públicas e políticas, entretanto o cidadão médio não se deu conta do quanto assistir e ler jornal diariamente mudou sua visão sobre o governo. A espetacularização da política pela mídia teve consequências sobre a formação da sua opinião e sobre a política nacional.

## ANEXO 1



PEREIRA, Daniel; BRONZATTO, Thiago. Impeachment põe fim ao ciclo do PT no poder. Veja, 2016. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/brasil/impeachment-poe-fim-ao-ciclo-do-pt-no-poder/>>



NUNES, Augusto. Editorial do Estadão: Corrupção institucionalizada. Veja, 2016. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/blog/augusto-nunes/editorial-do-estadao-corrupcao-institucionalizada/>>

protesto  
 exercício  
 desemprego  
 impeachment  
 Manifestantes  
**manifestantes**  
**contra**  
**presidente**  
 grupo  
 corrupção  
 inflação

Manifestantes protestam contra e a favor do impeachment em Belém. G1, 2016. Disponível em <http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2016/07/manifestantes-protestam-contr-a-favor-do-impeachment-em-belem.html>

pedaladas  
**impeachment**  
**presidente**  
 equilíbrio denúncia  
**crime**  
 processo  
 crimes **fiscal**  
**comissão**  
 juristas

Em comissão, juristas reafirmam argumentos pelo impeachment. G1, 2016. Disponível em <http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2016/03/em-comissao-juristas-reafirmam-argumentos-pelo-impeachment.html>



## REFERÊNCIAS

ALDÉ, A. . A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 2004. v. 1. 216p

ALDÉ, Alessandra. A Versão da audiência: explicações para a política no discurso do senso comum. 22º Encontro anual da ANPOCS, 1998.

ALDÉ, A. . Jornalistas e internet: a rede como fonte de informação política. In: IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2004, Porto Alegre, 2004.

BORBA, Felipe. Felipe Borba: Pela propaganda negativa. O Dia, 2014. Disponível em <<http://odia.ig.com.br/noticia/opiniao/2014-09-27/felipe-borba-pela-propaganda-negativa.html>>

AZEVEDO, Fernando. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. Opin. Pública vol.12 no.1 Campinas Abril/Maio 2006. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762006000100004&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762006000100004&script=sci_arttext)>

SILVA, Rodrigo Carvalho. Construção de sentido e produção de discursos: a linguagem e subjetividade dos textos midiáticos. Unesp. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-rodrigo-construcao-de-sentido-e-producao-de-discursos.pdf>>

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. A Ideologia Alemã. Trad. Castro e Costa, L. C. São Paulo: Martins fontes, 2002.

MANIN, Bernard. As Metamorfoses do governo representativo. 1995.

LIPPMANN, Walter. Opinião Pública. Vozes, 2008.

Os personagens-chave do impeachment. Veja, 2016. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/politica/os-personagens-chave-do-impeachment/>>

Impeachment pode marcar nova onda de valorização do real. Veja, 2016. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/economia/impeachment-pode-marcar-nova-onda-de-valorizacao-do-real/>>

Protesto contra impeachment ocupa ruas em Fortaleza. G1, 2016. Disponível em <<http://g1.globo.com/ceara/noticia/2016/08/protesto-contr-impeachment-ocupa-ruas-em-fortaleza.html>>

Manifestantes protestam contra e a favor do impeachment em Belém. G1, 2016. Disponível em <<http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2016/07/manifestantes-protestam-contr-e-favor-do-impeachment-em-belem.html>>

MORAES, Ginny. Impeachment – contexto político e econômico hoje e há 24 anos. Reportagem especial, Radio Câmara, 2016. Disponível em <<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/radio/materias/REPORTAGEM-ESPECIAL/508104-IMPEACHMENT-%E2%80%93-CONTEXTO-POLITICO-E-ECONOMICO-HOJE-E-HA-24-ANOS-BLOCO-3.html>>