

## 9º CONGRESO ALACIP

Montevideo/Uruguay, 26 – 28/07/2017

### GT 11: Opinião Pública e Comunicação Política

## “A mídia e a construção do impeachment de Dilma: um olhar de gênero”

Autoras: **MARIA LÚCIA MORITZ (UFRGS)**

**MAYARA BACELAR RITA (UFRGS)**

**Resumo:** Nas eleições brasileiras de 2014 Dilma Rousseff foi reconduzida à Presidência da República por uma pequena margem de votos. Mesmo vitoriosa, logo no início de seu segundo mandato Dilma começou a enfrentar problemas políticos advindos tanto da sua base de apoio como dos opositoristas. Passados 17 meses desde sua posse, a presidenta foi provisoriamente afastada do seu cargo e no final de agosto de 2016 ela teve seu mandato cassado em definitivo pelo Congresso Nacional. Processo esse bastante conturbado, sendo chamado por alguns de “golpe” e por outros de “*impeachment*”, foi também muito contestado, tanto do ponto de vista político como jurídico. Muitos atores estiveram envolvidos nesse processo, partidos políticos, deputados, senadores, Judiciário, polícia federal, opinião pública, mídia, entre outros. Nossa proposta de trabalho é justamente analisar o papel desempenhado pela mídia impressa durante os meses que precederam o afastamento definitivo de Dilma Rousseff da Presidência da República em 31 de agosto de 2016. Partimos da ideia que a mídia é um ator central no jogo político e neste caso em específico, seu desempenho foi fundamental para o desfecho ocorrido. A mídia aqui está sendo entendida como um ente que influencia e é influenciado pelo jogo político e pelas relações de poder aí estabelecidas. Ainda que o campo da política e o campo midiático resguardem sua autonomia, são evidentes as interferências mútuas entre eles, conforme já destacou Pierre Bourdieu (1989) e sua Teoria dos Campos. Entendemos assim, que a mídia constrói e reconstrói significados sociais e tem uma particular capacidade de amplificá-los para o conjunto da sociedade. Entretanto, também propomos lançar um olhar de gênero sobre o material produzido pela mídia no referido período. Para dar conta da presente proposta, a análise se concentrará em dois importantes jornais brasileiros, *Folha de São Paulo* e *O Globo*, publicados entre abril e setembro de 2016. Através da metodologia quali-quantitativa as matérias desses jornais (reportagens, editoriais) serão contabilizadas e categorizadas para posterior tratamento analítico. A análise dos dados levará em conta as contribuições da Teoria Crítica Feminista, assim como os trabalhos de Pierre Bourdieu (1989), Patrick Champagne (1998), Venício A. de Lima (1996), entre outros estudos sobre Comunicação Política.

# *A mídia e a construção do impeachment de Dilma: um olhar de gênero*

Maria Lúcia Moritz<sup>1</sup>

Mayara Bacelar Rita<sup>2</sup>

## **1. Apresentação**

A cada eleição no Brasil nos deparamos com um conjunto de atores políticos interagindo no processo eleitoral. Durante o *impeachment* da presidenta Dilma isso não se deu de forma diferente, vários atores estavam envolvidos e saíram em defesa de seus interesses. Entre os principais atores partícipes no referido processo estavam os políticos, os partidos, o Judiciário, a elite econômica/empresarial e a mídia, cada um com um peso político distinto, mas todos fazendo parte do mesmo enredo e atuando fortemente no jogo político. Nossa proposta no presente trabalho é focar um ator em específico, a mídia<sup>3</sup>, pois entendemos que ela desempenha um papel central no funcionamento das democracias modernas e neste caso em particular, sua atuação foi fundamental para o desfecho ocorrido em agosto de 2016.

Estudos sobre a mídia vem ganhando cada vez mais relevância no meio acadêmico e as abordagens em torno desse tema tem sido as mais diversas, tanto do ponto de vista teórico como metodológico (FAUSTO NETO, 1994; 1995; L.F.MIGUEL, 1999; 2000; 2008; V. LIMA, 2001; M.H. WEBER, 1999, 2004; ALBINO e RUBIM, 2004; ALDÉ e LATTMAN-WELTMAN, 2000; A. ALDÉ, 2003; 2004; 2007; L.F. MIGUEL e F.BIROLI, 2009; 2010; F. BIROLI, 2010; P. MUNDIM, 2012; F. BIROLI, e D. MANTOVANI, 2014). Independente dos enfoques e dos resultados apresentados por essas pesquisas, todas tem contribuído para uma melhor compreensão do (novo) papel dos meios de comunicação de massa na sociedade contemporânea. Apesar da diversidade encontrada nesse conjunto de estudos, o reconhecimento da capacidade de influenciar da mídia é um ponto de convergência entre eles. Além disso, como destacam Aldé e Veiga (2004), *um ponto quase consensual quanto ao poder de influência da mídia, e bastante demonstrado por pesquisas também no Brasil, é o alto grau de penetração e credibilidade dos meios de comunicação de massa, em particular da televisão.* (ALDÉ e VEIGA, 2004, pp. 504-505)

---

1 Professora do Departamento e do PPG em Ciência Política/UFRGS

2 Jornalista e Mestranda no PPG em Ciência Política/UFRGS

3 Estamos tomando como mídia a “grande mídia” ou a “mídia tradicional”, empresas que formam conglomerados na área da comunicação.

Por ser um fenômeno complexo, outros estudos sobre a mídia ainda se fazem necessários e nossa intenção aqui é colaborar na direção de uma maior compreensão do campo midiático e suas interferências na realidade sócio-política, tomando como exemplo o jornalismo impresso e o recente processo de *impeachment* ocorrido no Brasil. Mas diferentemente do que ocorre com a televisão, que possui grande capacidade de penetração e de repercussão nas diferentes camadas sociais, a mídia impressa é mais seletiva, pois ela atinge a população mais letrada e com condições econômicas de adquirir um exemplar do jornal, seja na versão virtual ou em papel. Mesmo sendo mais restrito, o público leitor de jornal é relevante na medida em que podem ser *considerados circuladores qualificados de informação* (ALDÉ, 2007). Outro diferencial entre os dois veículos é que o jornal tende a realizar uma cobertura mais ampla e aprofundada dos temas abordados e, dependendo do assunto, há uma continuidade na abordagem. Essas características justificam a escolha por este veículo no presente trabalho.

A discussão em torno do caráter “ativista” da mídia brasileira não é uma novidade e esse debate é recorrente, especialmente, durante os períodos eleitorais. Porém, esse “ativismo” não se encerra nesses momentos e ele é facilmente identificado na cobertura jornalística realizada em outros episódios ocorridos no Brasil, em que pese a mídia sempre propagar sua “imparcialidade” e “objetividade” frente aos fatos, conforme prega o modelo norte-americano. Entre os acontecimentos temporalmente mais distantes, podemos destacar a campanha pelas “Diretas Já” (1984) e o *impeachment* do Collor (1992), e entre os mais recentes temos, o “caso do mensalão” (2005) e as “jornadas de junho” (2013), todos eles servem como exemplos emblemáticos do mencionado “ativismo”. Para melhor entendermos o campo da mídia no Brasil escolhemos analisar o comportamento do jornalismo impresso durante o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, contemplando dois importantes jornais. Neste trabalho apresentamos alguns resultados relativos ao acompanhamento desse processo, ressaltando que nossas observações ainda são preliminares.

A cassação da Presidenta da República tornou-se o principal assunto da cobertura jornalística já em dezembro de 2015<sup>4</sup> e continuou em evidência até a sua concretização, em 31 de agosto do ano seguinte. Por ser um período extenso nosso recorte temporal está restrito a 21 semanas entre abril e setembro de 2016 e nossa análise se concentra nos jornais *Folha de*

---

4 Em 02 de dezembro de 2015 o presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, abre o processo a partir do documento protocolado por um trio de advogados.

*São Paulo*<sup>5</sup> e *O Globo*<sup>6</sup>. Cabe salientar que desde a redemocratização a *Folha* tem professado sua adesão à democracia e respeito ao pluralismo interno, enquanto que *O Globo* apenas recentemente, em 2014, reconheceu que “errou” ao apoiar o Golpe Militar de 1964. A escolha desses dois jornais não foi aleatória, mas atende aos critérios de ampla circulação nacional e o peso desses veículos na formação da opinião pública.

O material empírico são os textos jornalísticos (matérias, reportagens e editoriais) veiculados em ambos os jornais nas suas edições de final de semana, totalizando 42 edições<sup>7</sup>. Iniciamos nossa observação em nove de abril, na semana anterior à votação pela abertura do processo de *impeachment* dentro da Comissão especial da Câmara dos Deputados e se estende até 1º de setembro<sup>8</sup>, dia imediatamente após a cassação em definitivo do mandato presidencial de Dilma Rousseff. Através da metodologia quali-quantitativa as matérias jornalísticas foram contabilizadas e categorizadas a partir do conceito de enquadramento, importante instrumento de análise para estudar a relação entre a mídia e o campo da política. Interessa-nos não só entender como a mídia construiu suas estratégias discursivas e interferiu nesse processo político, mas principalmente pretendemos lançar um olhar de gênero sobre o material produzido, trazendo para o debate o preconceito enfrentado pelas mulheres que atuam na arena da política institucional. Partimos da premissa que a grande mídia assumiu uma posição *pró-impeachment* e em suas críticas à presidenta Dilma havia elementos de sexismo. Além desta introdução, o texto está dividido em mais três seções: na primeira descrevemos o cenário conjuntural que levou ao processo de cassação da presidenta; a seguir uma breve discussão teórica e na terceira e última seção, analisamos o material empírico coletado nos jornais. Finalizamos com algumas notas conclusivas.

## 2. Cronologia de um “golpe anunciado”

Para entendermos o desfecho que levou ao impedimento da presidenta Dilma Rousseff é necessário retroceder no tempo, remontando às disputas ocorridas nas eleições de 2010 e 2014. Após dois mandatos sucessivos no comando da Presidência da República (2002 e

---

5 A *Folha* pertence à família Frias e tem sua base no estado de São Paulo.

6 *O Globo* pertence à família Marinho e faz parte das Organizações Globo, conglomerado na área de Comunicação que tem sua sede no Rio de Janeiro.

7 As matérias/reportagens dizem respeito somente aos finais de semana e os editoriais foram coletados sempre que foram publicados, independente de ter sido durante a semana “útil” ou em final de semana.

8 A coleta do nosso material empírico corresponde a 21 finais de semana, a única exceção foram as edições do dia 01/09, uma quinta-feira, dia seguinte à votação pela cassação no Senado e que devido à repercussão incluímos na nossa análise.

2006), o presidente Lula indicou Dilma Rousseff para concorrer à sua sucessão na eleição presidencial de 2010. Mineira de nascimento, mas radicada no Rio Grande do Sul desde a década de 70, Dilma nunca havia disputado eleição, apesar de sua longa trajetória como militante partidária e um extenso currículo ocupando cargos na esfera governamental. Por indicação do PDT, partido ao qual estava filiada desde os anos 80, Dilma foi Secretária Municipal da Fazenda de Porto Alegre (1985), presidiu uma importante Autarquia quando Alceu Collares foi Governador do Rio Grande do Sul (1990)<sup>9</sup>, e também esteve à frente da Secretaria Estadual de Minas e Energia. Este último cargo foi exercido já no Governo de Olívio Dutra, e foi decorrente do apoio que o PDT deu ao candidato do PT no segundo turno do pleito estadual de 1998. Passados dois anos, o PDT rompeu com o Governo Olívio e passou a fazer-lhe oposição. Na sequência, Dilma e um grupo de trabalhistas históricos racharam com o partido e desfiliaram-se em massa do PDT, porém Dilma manteve-se à frente da Secretaria e aproximou-se ainda mais do PT, partido que veio a aderir posteriormente. Quando em 2002 o PT conquistou a Presidência da República, a experiência de Dilma numa área estratégica (Energia) levou-a a fazer parte da equipe de transição do Governo. Seu desempenho no grupo da transição foi a principal credencial para ela ser indicada para estar à frente do Ministério das Minas e Energia e mais tarde, passou a ocupar o cargo de Ministra-Chefe da Casa Civil, onde ficou por quase cinco anos.<sup>10</sup> Esse breve retrospecto mostra o forte vínculo partidário de Dilma Rousseff com o PDT e posteriormente, com o Partido dos Trabalhadores. Como se vê as críticas surgidas em 2010, quando do lançamento da candidatura de Dilma, de que ela era apenas uma “técnica” sem experiência política, não procedem.

A costura política realizada pelo presidente Lula para o pleito presidencial de 2010 levou PT e PMDB a uma aliança eleitoral, cabendo a Dilma Rousseff a cabeça da chapa e Michel Temer o cargo de vice. A avaliação positiva pela opinião pública dos Governos petistas, advinda do desempenho econômico e do programa redistributivo “Bolsa Família”, associada ao empenho de Lula como cabo eleitoral, foram variáveis que pesaram a favor de Dilma nessa disputa eleitoral e que resultaram na conquista da Presidência da República. Entretanto, mesmo com esse cenário favorável a candidata petista travou uma acirrada campanha, especialmente com o PSDB, principal partido adversário e que almejava voltar ao

---

9 A autarquia que Dilma presidiu foi a Fundação de Estatística e Economia (FEE).

10 Dilma esteve a frente da Casa Civil entre junho de 2005 e março de 2010, quando afastou-se para ser candidata à Presidência da República

poder depois de duas derrotas consecutivas para o Partido dos Trabalhadores. Diferentemente de Dilma, o candidato “tucano” José Serra apresentava um extenso currículo tanto em campanhas eleitorais como no exercício de mandatos eletivos. Serra já fora Prefeito da capital paulistana (2004)<sup>11</sup>, Governador de São Paulo (2006), acumulava experiência como Senador da República (1998)<sup>12</sup> e ainda tivera dois mandatos como deputado federal (1990 – 1998). Ele também havia sido Ministro da Saúde (2000) no Governo Fernando Henrique. Em que pese as diferenças político-ideológicas entre os dois candidatos, havia pontos de aproximação entre eles, tinham a mesma formação acadêmica em Economia, eram candidatos com fortes vínculos partidários e tinham no seu passado a militância contra a ditadura militar. Isso os colocava em um patamar que dificultava ataques mútuos em determinadas situações.

A eleição de 2010 teve um episódio emblemático ao final do primeiro turno da campanha, tanto do ponto de vista da interferência da mídia no debate eleitoral como em relação à questão de gênero. Esse episódio envolveu os dois principais candidatos e refere-se ao controvertido tema do aborto. Na tentativa de desqualificar sua adversária, Serra acusou Dilma de ser pró-aborto, o que proporcionou à mídia uma grande exploração em torno do tema e em sequência, uma acirrada discussão entre os grupos contrários ao aborto e os favoráveis, especialmente o segmento religioso, de um lado, e o movimento feminista, de outro. Por vários dias a imprensa fomentou e explorou esse debate e pressionou para que a candidata desse alguma resposta, já que um dos principais líderes da Igreja Assembleia de Deus<sup>13</sup> apoiava a candidatura da petista. A acusação de Serra gerou um mal-estar entre Dilma e seus apoiadores católicos e evangélicos, bem como levou a candidata a manifestar-se publicamente sobre a questão, onde ela afirmou “*ser contra o aborto, mas ter que encarar o tema como pauta de saúde pública*” (Trajano, 2010; Odilla, 2010). Essa posição da candidata foi vista como um retrocesso pelas feministas, já que em outra ocasião Dilma havia assumido uma posição diferente dessa e sua possível mudança de opinião foi explorada pela candidatura do seu principal adversário. Às vésperas da eleição, essa celeuma produziu um efeito político negativo para Dilma e ele foi captado pelas pesquisas de opinião pública cujos resultados indicavam uma queda nos percentuais da candidata do PT. A explicação para a queda do seu desempenho nas enquetes foi atribuída ao episódio do aborto. De acordo com Mantovani (2014), *houve um “fato novo” para o noticiário: a constatação, através das pesquisas*

11 Serra já havia concorrido a Prefeito de São Paulo em 1988 e em 1996, em ambos os pleitos saiu derrotado.

12 Em 2014 Serra voltou a eleger-se Senador por São Paulo.

13 O Pastor era Silas Malafaia vinculado do PSC e seu partido fazia parte da coligação eleitoral da chapa Dilma – Temer. Na eleição de 2014 o pastor apoiou o candidato do PSDB, Aécio Neves.

*eleitorais, de que, efetivamente, a polêmica sobre o aborto havia produzido um efeito mais corrosivo à candidatura petista no eleitorado religioso, ao longo do primeiro turno.* (DENISE MANTOVANI, 2014, p. 100). Em que pese essa polêmica e seu possível impacto negativo sobre a campanha da petista, Dilma passou para o segundo turno e sagrou-se vencedora no pleito presidencial com mais de 55 milhões de votos (56% do eleitorado), enquanto que o candidato Serra obteve 44% da votação.<sup>14</sup>

Novamente na eleição presidencial de 2014 Dilma apresentou-se como candidata e a coligação eleitoral PT – PMDB foi repetida. Nesse pleito a conjuntura econômica havia mudado, onde os principais índices referentes ao desemprego, inflação e crescimento econômico não eram mais tão favoráveis ao Governo, e o empenho de Lula nessa campanha não foi o mesmo de quatro anos antes. Do ponto de vista político, a Presidenta teve dificuldades em lidar com sua base de sustentação parlamentar durante seu primeiro mandato e quando a campanha eleitoral iniciou, estava politicamente mais fragilizada. No lado adversário, o principal partido da oposição, PSDB, lançou Aécio Neves como candidato. Neto de Tancredo Neves, figura tradicional na política brasileira, Aécio entrou na política pelos mãos do avô. Em 1986 elegeu-se deputado federal por Minas Gerais e exerceu quatro mandatos consecutivos, chegando a presidir a Câmara dos Deputados entre 2001 e 2002. Também foi Governador de Minas Gerais por dois mandatos seguidos, entre 2002 e 2010, e saiu do Governo estadual bem avaliado, tanto que elegeu-se Senador da República em 2010 e fez seu sucessor no Governo mineiro.

Na campanha de 2014 a disputa eleitoral foi tão ou mais acirrada da que ocorrera quatro anos antes. Voltaram a se enfrentar no segundo turno os mesmos partidos adversários que vinham disputando a Presidência da República havia 20 anos, PT e PSDB. Novamente, pela quarta vez consecutiva, os “tucanos” saíram derrotados nessa eleição, mas desta vez por uma pequena margem de votos.<sup>15</sup> Esse resultado do pleito presidencial explicitou a divisão política-ideológica vivenciada no país e evidenciou o quanto seria difícil o segundo mandato de Dilma Rousseff à frente da Presidência da República. Além da divisão do eleitorado, outros fatores devem ser acrescentados às dificuldades conjunturais a serem enfrentadas por Dilma ao conquistar outro mandato. Merece destaque a queda no desempenho econômico; o crescimento eleitoral do campo da oposição entre 2010 e 2014, a ponto do PSDB afrontar os preceitos democráticos e não reconhecer sua derrota nas urnas; e o comportamento do PMDB,

---

14 José Serra obteve 43 milhões de votos no segundo turno das eleições de 2010.

15 Dilma venceu Aécio por pouco mais de 3 milhões de votos ou seja, uma vantagem de apenas 3 p.p

principal parceiro na chapa presidencial. Os peemedebistas mantinham-se divididos e não apoiavam integralmente o Governo Dilma, mesma atitude foi adotada no decorrer da campanha eleitoral, tanto no 1º como no 2º turno. A isso também devemos somar atores insatisfeitos com a condução político-ideológica dos rumos do país desde que o PT assumiu o Poder Executivo, entre eles, a mídia.

### **3. Gênero, mídia e política em perspectiva teórica**

Embora por muito tempo a Ciência Política tenha negligenciado o potencial da mídia em interferir em questões políticas, o cenário contemporâneo mostra que esse é um posicionamento insustentável considerando a presença do aparato midiático na vida cotidiana. Os diversos veículos de mídia, especialmente os jornalísticos, constituem a principal ferramenta de acesso a informações sobre o mundo político na contemporaneidade. Dessa forma, mídia e política estão em constante interação, uma pautando à outra em um movimento de interferência mútua e constituindo a primeira um dos principais palcos de representação da segunda (Miguel 2002; Lima, 1996).

A contínua interação entre mídia e política já foi apontada por Pierre Bourdieu em sua Teoria dos Campos, entendendo ambas as áreas como campos sociais, onde o campo se constitui em um conjunto de relações sociais estruturado e autônomo, e os agentes ali inseridos compartilham valores, regras de funcionamento e condutas. Dentro desse conjunto de relações sociais ocorre a legitimação de certos objetivos e ideologias, naturalizados pelos agentes do campo, que atuam em uma dinâmica de lutas. Tais disputas são feitas a fim de atingir dentro do campo uma visão de mundo hegemônica.

Mesmo destacando a autonomia entre os campos, Bourdieu salienta que os campos interferem uns nos outros mutuamente. Embora tenham suas próprias regras, os campos midiático e político estão em permanente interação, considerando que os fatos passados em um terão repercussão no outro. Dessa forma, fatos observados no campo político estarão presentes nos veículos jornalísticos, assim como a pauta de tais veículos terá impacto na agenda política. Ao assinalar a relevância dos jornalistas como agentes do campo político, Bourdieu (2011) afirma, *para descrever o campo político atualmente, é preciso incluir essas categorias de agentes, pela simples razão de que eles produzem efeitos nesse campo.* (BOURDIEU, 2011, p. 201).

Também Patrick Champagne (1996) argumenta que a mídia é um ator político, tamanha sua capacidade de interferência e o papel que exerce na sociedade contemporânea a respeito dos acontecimentos políticos. Para Champagne o desenvolvimento dos meios de comunicação e a sucessiva centralidade da mídia como *locus* de representação política implica num *deslocamento progressivo do centro de gravidade do espaço político que passou das assembléias parlamentares para a mídia* (CHAMPAGNE, 1996, p. 139). Venício A. Lima (1996) argumenta no mesmo sentido, destacando a centralidade da mídia como uma marca constituinte do final do século XX, a ponto de transformar-se em *palco e objeto privilegiado das disputas pelo poder político na contemporaneidade*. (LIMA, 1996, p. 239).

Tanto no campo midiático como no político, as mulheres ocupam uma posição desprivilegiada e na política institucional brasileira isso não ocorre de forma diferente, apesar dos avanços recentes, como a Lei de Cotas (Lei 12.034/2009)<sup>16</sup> e a eleição de uma mulher para a Presidência da República em 2010. O cenário de desvantagem das mulheres é reproduzido pelos meios de comunicação, onde, especialmente, para àquelas com atuação política são dedicados espaços de menor prestígio, o que não é observado com os homens nas mesmas circunstâncias. *Essa presença (na mídia) reduzida é, por sua vez, marcada por estereótipos de gênero e vinculada a posições de menor prestígio, reforçando a posição marginal das mulheres na política* (BIROLI, 2010, p. 272). Entende-se assim que a pouca visibilidade feminina nos veículos de comunicação não é mero reflexo da realidade política, mas a mídia ajuda a fomentá-la e reproduzi-la. Além disso a mídia corrobora com a demarcação de espaços socialmente construídos como inerentes às atividades de homens e mulheres, cabendo a elas a esfera privada e a eles, a pública.<sup>17</sup> O uso dessas categorias como instâncias separadas já produziram um extenso debate no âmbito da Teoria Feminista e não cabe aqui abordá-la, mas para os fins do presente estudo vamos assim assumi-las. A dicotomia público/privado traz consigo ambiguidades e de acordo com Susan Okin (2008), ela afeta especialmente as mulheres, que através da divisão sexual do trabalho acabam relegadas às tarefas dos âmbitos doméstico e maternal e, por isso, vistas como inadequadas à vida política, enquanto os homens estão encarregados das atribuições políticas, econômicas e tudo o mais relacionado ao que se considera pertinente à esfera pública. Estudos recentes que

---

16 As cotas partidárias foram implementadas no Brasil em 1996 e desde então a Lei de Cotas já passou por alterações, a última ocorreu em 2009.

17 O uso dessas categorias como espaços separados, independentes e sem interseções remete aos primórdios da Teoria Liberal (Pateman, 2013; Okin, 2008) e desconsideram ampla crítica feminista que indicam não existirem limites tão claros sobre o que separa cada uma dessas esferas.

interseccionam os conceitos de gênero, política e mídia, têm constatado que a mídia opera de modo a reforçar a identificação da mulher com o mundo privado, logo, as mulheres são inadequadas para desempenhar funções no campo da política.

Recentemente vem sendo realizado uma série de estudos com o objetivo de mensurar a postura da mídia frente a fenômenos e personagens políticos. Nos associamos a esses estudos e nossa proposta é realizarmos nossa análise através da metodologia quali-quantitativa, lançando mão da técnica do enquadramento e do uso da MAV.<sup>18</sup> De uma perspectiva ampla<sup>19</sup> os enquadramentos são entendidos como marcos interpretativos mais gerais, construídos socialmente, que permitem às pessoas dar sentido aos eventos e às situações sociais (...) e são recursos que organizam o discurso através de práticas específicas (seleção, ênfase, exclusão) e que acabam por construir uma determinada interpretação dos fatos. (Porto, 2004, p. 78/81). Transposta para a análise de veículos jornalísticos, a ideia é a que a mídia constrói seu conteúdo através de quadros interpretativos, que permitem aos leitores não apenas apreender “o quê” a mídia propõe como temática, mas “como” enquadra tais acontecimentos, o que tem efeito de construção da realidade e ajuda a formatar os fatos políticos, limitando as possibilidades de apreensão das temáticas pelos espectadores.

Esses enquadramentos podem ter um viés “positivo”, “negativo”, “ambivalente” ou “neutro”, de acordo com a MAV. Estamos cientes das limitações em identificar as notícias a partir de um único enquadramento e das dificuldades decorrentes disso, conforme outros autores já vem alertando sobre um único enquadramento dominante e do apagamento do caráter contraditório da mídia e suas narrativas noticiosas (CAPELLA; JAMIESON, 1997).

O uso do conceito de valência também tem rendido controvérsia em trabalhos sobre comunicação e política, como o recente embate entre Luis Felipe Miguel (2015) e Feres Júnior (2016). Miguel contesta o uso dessa metodologia porque acredita que a utilização da valência incorre em vários equívocos: (a) desconsidera a complexidade do processo comunicacional<sup>20</sup>, (b) tenderia a reforçar a ideia de que um veículo de comunicação pode operar com imparcialidade, (c) a subjetividade do pesquisador poderia interferir na aferição de valência e (d) a metodologia impõe uma visão maniqueísta dos fenômenos políticos. Por

---

18 Metodologia de Análise de Valências

19 Como tal, o conceito está presente na obra *Frame analysis*, do sociólogo Erving Goffman (1986).

20 Assim, segundo Miguel, o uso das valências desconsideraria a recepção das mensagens midiáticas, valorando apenas o material emitido pelos veículos de comunicação (Miguel, 2015). Feres Júnior alega, entretanto que todas as metodologias de alguma forma simplificam a análise do objeto e que seria possível levar a cabo uma análise que considere somente a emissão do conteúdo (Feres Júnior, 2016).

exemplo, de acordo com a metodologia criticada, se um determinado jornal abordar em suas matérias duas figuras políticas e nelas lhes forem atribuídas valências positivas e negativas em igual quantidade, tal veículo seria considerado “imparcial”. Esse tipo de enquadramento de acordo com Miguel estaria “apagando” as complexidades e sutilezas da construção do discurso midiático.

Em resposta à crítica desse autor, Feres Júnior (2016) afirma que tal perspectiva está desconsiderando alguns pressupostos da metodologia de análise de valências, como por exemplo, seu foco é somente no emissor; seu viés reducionista também ocorre em outras metodologias nas Ciências Sociais; e sua subjetividade impacta tanto quanto acontece com outras metodologias, onde o recurso do agendamento e do enquadramento também são exemplos disso. Feres Júnior acredita ainda assim ser possível operar com as valências, pois o contexto apresentado pela mídia já é em si maniqueísta, conforme vem sendo identificando por vários estudos sobre os veículos de comunicação no Brasil. Posicionamentos polarizados da mídia já foram identificados e, especialmente em contextos eleitorais, ela tem apresentado um alinhamento marcadamente contra a esquerda e anti-Partido dos Trabalhadores. O autor reafirma que o que está em análise são textos específicos, não a parcialidade do jornal em si ou outra parte do processo comunicacional. Assim Feres Júnior defende o uso da metodologia de análise de valências e entende que esse recurso metodológico pode ajudar a compreender o comportamento da mídia em relação ao campo político, sem que as subjetividades comprometam os resultados das análises, rebatendo enfim, as críticas levantadas por Miguel.

Essa polêmica entre os autores demonstra que não há consenso no uso das metodologias, em geral, e no caso da análise de valências, em particular. Reconhecemos, portanto, que não há um caminho único para investigar o posicionamento dos meios de comunicação e não pretendemos aqui menosprezar o debate e a tensão presente no conceito e no uso da metodologia de valências. Temos clareza que esse recurso, de caráter mais quantitativo, não contempla todos os aspectos de uma análise midiática e suas complexas relações. Para minimizar as lacunas dessa escolha metodológica vamos recorrer a outras ferramentas de análise de cunho qualitativo, como por exemplo, o conceito de enquadramento e assim atingirmos nosso objetivo de compreendermos a interseção entre os campos político e midiático e suas conexões com a temática de gênero, onde homens e mulheres são representados pela mídia dicotomicamente e de forma desigual.

#### 4. A construção da mídia sobre o impedimento da presidenta Dilma

Os dados coletados entre nove de abril e primeiro de setembro de 2016 dão conta do tipo de cobertura jornalística realizada pela *Folha* e pelo *O Globo*, demonstrando sua tendência pró-*impeachment* e seu viés sexista na forma de construir a figura da presidenta Dilma. A principal estratégia discursiva desses veículos foi dar voz aos seus opositores, de um lado, e silenciá-la, de outro. Como já foi dito, a extensa quantidade de material empírico nos levou a fazer um recorte e optamos por analisar as edições que circularam aos finais de semana, justamente porque aos sábados e domingos costumam ser publicadas matérias mais aprofundadas e que fazem um “balanço” dos fatos ocorridos durante a semana.

A metodologia aqui adotada parte da seleção das matérias jornalísticas em que as palavras “*impeachment*” ou “impedimento” foram citadas no período definido, de maneira a acompanhar a frequência e a forma com que esse tema apareceu nos dois jornais selecionados<sup>21</sup>. Nosso intento é, como já foi mencionado, identificar (a) a cobertura jornalística realizada pela mídia impressa, seus elementos e estratégias discursivas para desconstruir a presidenta e sua legitimidade e assim, abrir caminho para seu impedimento, bem como (b) demonstrar que algumas vozes foram privilegiadas na arena jornalística, enquanto que outras foram silenciadas, especialmente Dilma. A análise quantitativa comprova a centralidade que o assunto “*impeachment/impedimento*” assumiu na imprensa nas 21 semanas da análise, onde ele aparece em 111 textos jornalísticos<sup>22</sup>. Já a análise qualitativa permite, através do recurso do enquadramento, identificar a quais atores foi dado voz e quais foram invisibilizados ou silenciados no decorrer deste processo. Os dados empíricos apontam para as vozes (masculinas) predominantes no noticiário e demonstra que esses jornais não somente tiveram um papel relevante nesse jogo político, contribuindo para a concretização do impedimento da presidenta, bem como, ao construir uma imagem negativa de Dilma, reforçaram posições assimétricas sobre os papéis de gênero na política e respaldaram hierarquias desiguais de poder. Essa visão é mais claramente identificada nos textos editoriais, como será visto mais adiante. A perspectiva dos jornais sustenta e avaliza discursos patriarcais sobre o papel das mulheres e seu lugar na sociedade, atrelada à esfera privada/doméstica, inibindo assim o avanço e a maior participação das mulheres na esfera pública e nas instâncias decisórias. São justamente as relações assimétricas de poder entre homens e mulheres que, segundo Scott (2005), associam esse grupo a uma minoria, mesmo que as mulheres

21 A Folha de São Paulo adotou a escrita “*impeachment*” e O Globo optou por “impedimento”.

22 Na FSP foram 62 matérias e n' O Globo foram 49 matérias. Não entraram nessa contagem os editoriais.

representem no Brasil 51% do eleitorado.

Estamos utilizando o enquadramento e a análise da valência das matérias (MAV), podendo ser “positiva”, “negativa”, “neutra” ou “ambivalente”, para cada reportagem/matéria selecionada. Conforme destacamos no item anterior, sabemos os limites e o grau de subjetividade que tal mensuração desperta, mas assumimos aqui o risco dessa escolha metodológica. Para fins de esclarecimento e para minimizar possíveis discrepâncias no uso de cada categoria, estamos tomando como referência as definições e critérios já utilizados por Aldé (2007), mas adaptando-a ao contexto de nossa análise. Sendo assim, adotamos como “*valência negativa*”, as matérias que contenham ressalvas, críticas ou ataques/reproduções de ataques (de ordem moral, política ou pessoal) à presidenta Dilma advindas de seus opositores ou do autor da matéria; assim como resultados de avaliações desfavoráveis ao seu Governo e/ou a sua figura e que foram auferidos em pesquisas de opinião. Para “*valência positiva*” classificamos as matérias com declarações de terceiros (pessoas ou entidades) favoráveis à presidenta e/ou ao seu Governo (avaliação de ordem moral, política ou pessoal); assim como resultados de pesquisas de opinião com avaliações favoráveis ao Governo Dilma e/ou a sua figura. Por fim, “*valência neutra*”, foram enquadradas as matérias sobre Dilma e/ou seu Governo sem avaliação moral, política ou pessoal, do autor da matéria ou de terceiros (pessoas ou entidades). Em caso de equilíbrio entre negativo e positivo, a matéria é considerada neutra e quando não se consegue definir com clareza a posição do jornal/matéria, enquadramos como “*ambivalente*”. Para fins dessa análise, também levamos em consideração na avaliação da valência da matéria outros elementos editoriais, como títulos e legendas, na medida que eles contêm indicações sobre a orientação das matérias e devem ser considerados no momento da análise.

#### **4.1 Imparcialidade em cheque: os jornais assumem um lado**

Nas 21 semanas de observação, foram coletados dados empíricos que resultaram em um conjunto de 167 textos publicados nos jornais *Folha de São Paulo* e *O Globo* sobre o tema do *impeachment*. A maior parte desse material refere-se a matérias/reportagens, em número de 111 (66,5%)<sup>23</sup>, já os editoriais são em menor quantidade, 33,5% do total dos textos. Para trabalharmos com esse *corpus* analítico efetuamos um corte substantivo em relação ao tipo de matéria analisada, onde chamamos de “opinião” àquelas dos editoriais<sup>24</sup> e de

23 Nesse número também estão incluídas duas entrevistas publicadas pela FSP.

24 A *Folha* publicou 22 editoriais no período estudado e *O Globo* publicou 34.

“informação” àquelas reportagens publicadas na editoria de política e na primeira página dos jornais selecionados. Com essa divisão estamos tentando separar o espaço dedicado em noticiar os “fatos” do espaço de manifestação explícita da posição política do jornal. Começaremos nossa análise pelas 111 “matérias de informação”, deixando a abordagem dos editoriais para um segundo momento.

A análise quantitativa do material produzido pela mídia impressa permite avaliar, através da valência, qual foi a orientação da cobertura jornalística, se positiva ou negativa. Em linhas gerais, podemos afirmar que a cobertura dos jornais foi explicitamente desfavorável a presidenta no decorrer do processo de *impeachment*. Dilma Rousseff e seu Governo tiveram muita visibilidade durante esse processo, o que era esperado à medida que ela era o foco da investigação parlamentar, porém sempre foi uma exposição predominantemente negativa da sua figura. Desde o início da observação percebemos que a estratégia discursiva dos dois veículos de comunicação foi rotular Dilma como “incompetente” e associá-la a escândalos políticos, desqualificando-a assim para o cargo, e dessa forma legitimar a continuidade do processo de *impeachment*. Foi essa construção negativa que orientou e deu unidade à cobertura jornalística realizada tanto pela *Folha de São Paulo* como pelo *O Globo*. O *impeachment* foi um processo cronologicamente apresentado ao leitor, os principais personagens destacados foram os mesmos (Dilma, Lula, Temer e PT), os episódios que compõem a cobertura são semelhantes e ambos os veículos assumem que se trata de um grande evento político-midiático.<sup>25</sup>

Ao compararmos os dados de valência entre os dois jornais (tabela 1) há uma notável convergência entre eles. Através da análise das valências conseguimos identificar o posicionamento de cada veículo de comunicação, bem como constatamos que o tipo de abordagem é muito similar: as matérias “negativas” são maioria tanto na *Folha* como no *O Globo*, sendo que os percentuais dessa orientação são quase iguais. A similaridade entre os dois veículos não se restringe a essa valência, o mesmo ocorre com as reportagens de teor “neutro”, as quais ocupam 1/3 da cobertura jornalística em cada um dos jornais. FSP e *O Globo* também não apresentam divergência quanto ao percentual de matérias “positivas”, elas foram quase inexistentes no transcorrer do processo de *impeachment*, conforme demonstrado na tabela a seguir.

---

25 Maria Helena Weber (2004) faz um debate interessante ao distinguir os conceitos de “mídiação” e de “espetacularização”, mas essa discussão extrapola os limites do presente trabalho.

**Tabela 1:** Distribuição das valências x matérias de “informação”

Valências	Folha (%)	O Globo (%)
Negativa	54,1	55,8
Positiva	9,8	11,5
Neutra	32,8	32,7
Ambivalente	3,3	- -
Total	100	100

Fonte: elaboração das autoras

A orientação das valências acima destacadas chama a atenção para uma questão subjacente, mas não menos importante. Os valores basilares da mídia, como “imparcialidade” e “objetividade”, não encontram sustentação empírica, ou porque foram abandonados pelos veículos ou porque eles são falaciosos. Essa questão remete a outros estudos que vem sendo desenvolvidos na área de comunicação e política<sup>26</sup> e que refletem criticamente sobre esse binômio. Destacamos a afirmação de Miguel e Biroli (2010a),

Ainda que uma leitura crítica da objetividade e da imparcialidade se tenha disseminado nas últimas décadas, o discurso jornalístico continua a se apresentar como partindo de um ponto de vista “universal”. A adesão a esta forma de discurso é alimentada pelas rotinas produtivas da profissão e é indispensável tanto para a consagração no campo jornalístico como para a legitimidade social do campo. (...) É a imparcialidade que diferencia o discurso jornalístico do discurso de outros agentes, que podem tentar (e freqüentemente tentam) mobilizar tais valores, mas sempre o fazem a partir de uma posição interessada (porque parcial). (Miguel e Biroli, 2010a, p.68)

As análises de Miguel e Biroli desconstruem a ideia da “imparcialidade” e da “objetividade” da mídia. Ao contrário, o que temos é uma fala “com lugar” marcado e disputando espaço na construção de um discurso hegemônico. Também Aldé, Mendes e Figueiredo (2007) com seus tradicionais estudos sobre o comportamento da mídia, ao analisarem a cobertura realizada pelos jornais nas eleições presidenciais de 2006 também sinalizam o comprometimento do valor “objetividade” nos veículos brasileiros.

Os grandes jornais de circulação nacional, no Brasil, adotam hoje um híbrido entre os dois modelos de pluralismo: formalmente, no discurso ético de autoqualificação diante dos leitores, procuram associar-se aos conceitos e rituais de objetividade do jornalismo americano, como é possível constatar nos motes, diretrizes oficiais, manuais de redação, cursos de jornalismo. No entanto, na produção do impresso diário, o que vemos são diferenças no tratamento conferido aos candidatos, de amplificação de certos temas negativamente associados a Lula, contraposto à benevolência no tratamento de temas espinhosos relacionados aos seus adversários. (Aldé, Mendes e Figueiredo, 2007, pp.170)

---

<sup>26</sup> Estamos nos referindo as análises desenvolvidas por MIGUEL e BIROLI, 2010a, 2010b; BIROLI e MANTOVANI, 2014

Outro importante elemento editorial e que serve para a análise das valências são os títulos das matérias/reportagens publicadas. O mês de abril foi pródigo em destacar as chamadas negativas, coincidentemente, foi no dia 11 desse mês que a Comissão especial da Câmara dos Deputados aprovou o parecer favorável ao *impeachment* da presidenta Dilma. Uma semana depois, o deputado Eduardo Cunha entregava ao presidente do Senado o volumoso processo contendo 12.044 páginas. Na primeira quinzena de abril a *Folha de São Paulo* deu as seguintes manchetes: “*A presidente não gosta do Congresso*”, afirma relator (9/4); “*Estatístico prevê 72% de votos pró-impeachment*” (9/4); “*Temer acusa Dilma de mentir e diz que manterá programas*” (17/4); “*Resultado de votação é recebido com buzinação e choro na Paulista*” (18/4). Já os destaques de *O Globo* nesse período foram: “*Tucanos unificam discurso favorável à saída de Dilma*” (9/4); *Perto do fim* (18/4); “*Aviso Prévio, Dilma perto do afastamento*” (18/4).

O que chama a atenção nas matérias e no conjunto de títulos acima destacados, é o aberto e declarado posicionamento de ambos os jornais no espaço dedicado à informação. Reconhecemos ser legítimo o exercício de um jornalismo posicionado, mas o esperado é que ele aconteça explicitamente na seção opinativa do jornal. No entanto, na cobertura sobre o *impeachment*, a dinâmica dos espaços de informação se assemelha àquela apresentada nas seções de opinião. Dessa forma, a tradicional linha demarcatória entre um espaço e outro, deixou de existir. Esse comportamento posicionado e anti-PT da mídia impressa brasileira dando maior destaque para matérias/reportagens de cunho negativo na seção informativa, também já fora identificado por Aldé et al (2007) ao estudar a cobertura realizada pelos jornais *Folha*, “*Estadão*” e *O Globo* nas eleições presidenciais de 2006.

Também é importante destacar o duplo esforço empreendido pela *Folha* e pelo *O Globo* quando, de um lado, antecipavam a agenda e pautavam para o Legislativo o ritmo do processo político, fixando um calendário e temporalidades, e de outro, construindo antecipadamente o impedimento da presidenta. Ou seja, a mídia impressa já havia selado o destino de Dilma e ela já estava cassada antes mesmo do processo tramitar no Senado Federal. Conforme observou Fausto Neto (2004) ao analisar a cobertura televisiva no decorrer do processo de *impeachment* de Collor em 1992,

o campo das mídias e a TV, de modo particular, não se constitui apenas num dispositivo de representação do que se passa na cena política, mas se converte, segundo estratégias discursivas distintas em dispositivos que não só narram, mas agem sobre o espaço político, avocando a si, muitas vezes, a condição de um poder a partir do qual põe em funcionamento estratégias de onde se aponta os caminhos e os destinos da política e os dos seus atores. Foi

assim que os mídias se comportaram visando a saída de cena de Collor. Por exemplo: quando a tevê constrói antecipadamente o seu impeachment (FAUSTO NETO,1995), quando as coberturas jornalísticas, através de operações discursivas argumentativas produzem uma série de envios e de “receitas” ao espaço parlamentar, instruindo-o sobre a temporalidade em que o Congresso deve agir (...) (FAUSTO NETO, 2004, p. 120).

O comportamento da mídia impressa em defender o *impeachment* e apressá-lo fica mais evidente ainda quando analisamos os editoriais. Nos 146 dias de observação foram publicados 56 editoriais, a maioria pelo *O Globo* (34), que manteve a média de publicar um editorial a cada quatro dias. Já a *Folha de São Paulo* publicava um por semana, totalizando 22 editoriais no referido período. Mesmo com essa pequena variação na frequência dos editoriais, ambos os jornais mantiveram o mesmo teor crítico e negativo ao Governo de Dilma Rousseff e essa seção opinativa sempre foi usada para fazer a defesa da cassação do mandato da presidenta. A exemplo do que aconteceu no espaço das “informações”, o impedimento de Dilma já era um desfecho certo, independente do estágio em que se encontrava a tramitação do processo na Câmara ou no Senado Federal. Desde 15 de abril a *Folha* já falava nesse desfecho, antes mesmo de ter ocorrido a sessão na Câmara onde os deputados federais votaram pelo prosseguimento do processo. Essa longa e conturbada votação ocorreu dois dias depois, em 17 de abril e durou nove horas. A interferência do campo midiático no campo político fica muito evidente nesse caso e como afirma Fausto Neto (1994) ao analisar o impeachment de Collor, *quando se mostra que o discurso midiático procura contaminar o de natureza política, seja para agendar o ritual parlamentar que vai decidir sobre o impeachment, seja ainda para – antecipando-se ao próprio cerimonial legislativo – tecer o julgamento presidencial segundo os ritos e a processualidade midiática.*

Como a mídia impressa adotou a postura *pró-impeachment*, era esperado que em seus editoriais as valências fossem sempre negativas, o que de fato ocorreu. Neles não há margem para questionamentos ou reflexão crítica sobre o desenrolar do *impeachment*, da parte dos jornais a sentença já estava dada e a saída da presidenta era o único caminho. *Folha de São Paulo* e *O Globo* não só incansavelmente fizeram a defesa do *impeachment* como justificaram sua constitucionalidade, contrapondo-se assim, às manifestações de Dilma e de seus apoiadores que denominavam esse processo como um “golpe parlamentar”. *O Globo* dedicou sete editoriais (20 e 21/4; 31/5; 9, 11, 25 e 30/8) para rebater a “tese do golpe” e apontá-la como uma farsa, mesmo posicionamento adotado pela *Folha* quando em 21 de abril rotulou essa tese de “esdrúxula” e inclusive acusou a imprensa internacional de “irresponsável” e

“imprudente” ao embarcar nessa ideia.

O pedido de *impeachment* teve como justificativa formal as “pedaladas fiscais” praticadas pela presidenta, entretanto, a própria *Folha* reconheceu em editorial do dia quatro de agosto que “as pedaladas não foram o real motivo”. Para esse jornal a principal motivação para a retirada de Dilma é a política econômica do seu Governo, ou dito de outra forma, a má condução da economia e por isso a necessidade de intervir para que o país possa sair da crise e “volte para os trilhos”. Diferentemente da abordagem da *Folha*, o jornal *O Globo* esforçou-se em demonstrar que a presidenta havia sim, cometido crime de responsabilidade fiscal e em cinco editoriais abordou o tema das “pedaladas”, mas também considerava que seu julgamento ia “além da crise fiscal”, abarcando o “petrolão” e o “fracasso econômico” do Governo Dilma (23/5). Ou seja, o motivo formal das “pedaladas” perde sentido e o conjunto das ações dos Governos petistas e sua orientação político-ideológica passam a ter real importância na cassação de Rousseff. A inclinação à esquerda de alguns países da América do Sul, com a chegada ao poder de Maduro na Venezuela, Evo Morales na Bolívia, Rafael Corrêa no Equador e Cristina Kirchner na Argentina, era um forte sinalizador para despertar o desejo de mudança pela elite conservadora brasileira.

A imagem de Dilma foi especialmente abordada nos editoriais e as valências de viés negativo predominam, a exemplo do que também foi identificado nas matérias/reportagens sobre seu Governo. *O Globo* foi mais corrosivo na construção da figura da presidenta, sendo pródigo em (des)qualificá-la. Por exemplo, no plano econômico, Dilma foi responsabilizada pela crise (econômica e fiscal), tanto pela sua “falta de ação” (12/4) como pela sua “irresponsabilidade com a economia” (12/5), sendo assim sua imagem de “gerente inflexível e eficiente” (4/6) foi duramente atingida. Também foi chamada de “mentirosa” (20/4), “estelionatária eleitoral” (11/4) e “disseminadora do pânico” (18/4) em um cenário letal para todos, onde ela não tinha mais apoio nas ruas (01/9). A presidenta esteve associada à corrupção, devido ao escândalo do “petrolão” (23/5) e porque gastou dinheiro público com despesas pessoais (04/6). Características pessoais negativas também não faltaram, Dilma foi rotulada de “dura” (13/5), “irritadiça, autoritária, confusa” (31/8) e foi considerada igual ao Brizola (1/9), pois ao ser questionada pelos jornalistas, tergiversava e só respondia o que queria.

A *Folha de São Paulo* em seus editoriais apontou o principal “pecado político” cometido pela presidenta: ela não teve “diálogo com o Legislativo” (17/4). Já no plano

econômico, ela foi rotulada de “incompetente”(9/5), “má gestora”(28/8), “cometeu erros na economia” (12/5) e teve uma “desastrosa política econômica” (11/8). Daí a razão de estar sendo “rechaçada pela população”(4/8). Características da personalidade de Dilma também foram negativamente destacadas, enquanto *O Globo* salientou a sua “dureza”, a *Folha* mencionou a sua “aspereza” (15/4), e ao avaliar a fala de Dilma no Senado, quando da sua defesa, a FSP afirmou que “foi firme e emocionada, mas falta eloquência” (30/8). Ou seja, mesmo quando o jornal ressalta algo positivo, isso tem seu sentido esvaziado, pois vem associado a uma crítica.

As valências destacadas anteriormente demonstram que não houve equilíbrio na cobertura realizada pelos dois jornais, ambos foram unilaterais e sua preocupação com o pluralismo de opiniões restringiu-se em ouvir e dar voz aos dois lados que estavam em disputa, apoiadores *versus* opositores da presidenta Dilma. Nesse sentido, quanto ao posicionamento assumido pela mídia e seu atual “ativismo”, Marcia Nunes argumenta

que é esse o novo papel dos meios de comunicação de massa, politizados e partidarizados, construtores do discurso único, do discurso unilateral, do discurso monocórdio do sistema. Esses meios – que, no passado, tão relevantes serviços prestaram à democracia – de há muito abandonaram o clássico papel de intermediação social. São hoje atores. Não reportam: interferem no fato e passam a ser o fato; não narram, invadem o andamento do fato em narração; não informam, constroem a opinião; não noticiam, opinam. (Marcia Nunes, 2004, p. 360)

Quanto aos sujeitos que foram ouvidos e/ou tiveram voz nos jornais, em termos quantitativos, as matérias e reportagens analisadas apontam para um maior volume de apoiadores do que de opositores de Dilma Rousseff. Essa tendência é identificada n' *O Globo*, onde 30,6% das matérias citam fontes apoiadoras de Dilma, enquanto que seus opositores predominam em 22,4% das reportagens. Já a *Folha* apresenta quase um equilíbrio entre os dois grupos que se manifestam, 25,5% desses textos jornalísticos deram voz a aliados da presidenta, enquanto em 22,6% das matérias traziam preponderantemente seus críticos. Tais dados, porém, não indicam necessariamente que a presidenta deposta teve voz durante a cobertura do processo de impedimento. Em ambos os periódicos, a maioria do conteúdo veiculado tratou a figura de Dilma sem trazer à tona suas falas. Nos 62 textos da *Folha* aqui analisados, apenas 11 (17,7%) colocam Dilma como protagonista da própria defesa, ou seja, falando por si. N' *O Globo*, tal relação é menor ainda, apenas 8 (16,3%) matérias dão voz a presidenta, em um universo de 49 textos.

A partir do material empírico podemos afirmar, de maneira generalizada, que tanto na

*Folha* quanto n' *O Globo* a presidenta Dilma não exerce o protagonismo da sua defesa no decorrer do processo de *impeachment*. Basicamente ela é realizada por seus apoiadores homens, em especial o ex-presidente Lula e o então advogado-geral da União José Eduardo Cardozo, bem como outros correligionários do PT também se manifestam. Identificamos 35 fontes masculinas ouvidas pela *Folha* e 25 nas matérias d' *O Globo* por nós analisadas. Paralelamente, a *Folha* realizou quatro reportagens onde foi dado voz a algumas mulheres, das sete fontes femininas ouvidas por este jornal, quatro criticavam a presidenta e outras três eram suas apoiadoras. Também *O Globo* trouxe fontes femininas em sete reportagens, duas entrevistadas manifestaram-se a favor da presidenta, outra era crítica e três fontes consideradas neutras, sendo estas últimas analistas políticas e pesquisadoras nessa área. Com base nesse conjunto de textos jornalísticos, é claramente observado a não vocalização de Dilma Rousseff na cobertura de seu *impeachment*, como também houve o silenciamento da voz de outras mulheres que atuam no campo político institucional brasileiro. Nesse contexto de construção negativa da imagem de Dilma pelos jornais aqui analisados, é possível também identificar o caráter sexista da cobertura realizada: a presidenta teve pouco espaço para se manifestar e realizar sua defesa, cabendo majoritariamente aos homens de seu partido a tarefa de falar por ela em ambos os periódicos, o mesmo acontecendo com a oposição, são sempre vozes masculinas.

### **Notas Conclusivas**

O estudo preliminar aqui realizado sobre a cobertura dos jornais *Folha de São Paulo* e *O Globo* em torno do processo de *impeachment*, confirma nossa premissa levantada no início do trabalho, onde apontamos que a mídia impressa mostrou-se favorável à cassação de Dilma Rousseff e que havia um viés sexista na forma de construir a figura da presidenta. Nossa análise demonstra que os dois jornais construíram inicialmente a imagem de Dilma como uma “gerente”, ressaltando sua “dureza” no exercício do cargo de Chefe do Poder Executivo. Mesmo destacando o caráter eminentemente técnico de sua atuação, os próprios jornais, passam a desqualificar a figura da presidenta rotulando-a de “incompetente e má gestora”, dando indícios de que ela falhou duplamente, como mandatária e como técnica, já que este papel foi a ela atribuído pelos próprios periódicos e acusam-na de não ter cumprido com suas incumbências no período em que esteve à frente da Presidência do país.

O embasamento legal para a abertura do processo de *impeachment* foram as chamadas

“pedaladas fiscais”, entretanto tanto *Folha* quanto *O Globo* (este em menor escala) elencaram outras razões para a cassação do mandato presidencial. Ambos os jornais justificaram seu posicionamento a favor deste processo, por causa da situação de crise econômica e fiscal, e que foi por eles associada à gestão de Dilma. O cenário econômico negativo também foi associado à sua incapacidade de diálogo com o Legislativo. Frente à defesa dessas motivações para o impedimento, tais periódicos buscaram desconstruir a tese de que havia um “golpe” em curso no país, desqualificando sistematicamente as falas de Dilma ao denunciar as manobras de seus opositores na efetivação do “golpe”. Nesse sentido, ambos os jornais, mais explicitamente n’*O Globo* do que na *Folha*, através de seus editoriais, marcaram uma posição ideológica clara, anti-petista, e favorável à cassação da presidenta.

Soma-se a isso o fato de Dilma ser recorrentemente retratada pelos jornais sem que sua voz estivesse presente como fonte das matérias e reportagens analisadas nas semanas que antecederam seu afastamento. Entendemos que tal postura de negação à sua vocalização, acompanhada da opção maciça por fontes do gênero masculino, reforça a ideia socialmente aceita de que a arena política é um terreno de atuação dos homens por excelência e que as mulheres seriam inadequadas para atuar na esfera pública. Assim, o jornalismo impresso, em especial a *Folha de São Paulo* e *O Globo*, contribuem para a naturalização do cenário de baixa participação feminina na política institucional brasileira, seja pela desqualificação da imagem pública da presidenta ou pela negação em dar voz a Dilma Rousseff na cobertura jornalística sobre o *impeachment*, ou ainda, pela pífia presença de personagens femininas como fontes do noticiário. Dessa forma continuam reforçando posições assimétricas sobre os papéis de gênero na política e respaldando as hierarquias desiguais de poder.

### **Referências Bibliográficas**

ALDÉ, A. *A construção da política*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

ALDÉ, A. LATTMAN-WELTMAN, F. *O MST na TV: sublimação do político, moralismo e crônica cotidiana do nosso “estado de natureza”*. Porto Alegre: COMPÓS, 2000. Trabalho apresentado no IX Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), Porto Alegre, 30 de maio a 2 de junho, 2000.

ALDÉ, A.; MENDES, G.; FIGUEIREDO, M. *Tomando partido: imprensa e eleições presidenciais em 2006*. In: **Política e Sociedade**, Curitiba, 2007, p. 153 – 172

ALDÉ, Alessandra; VEIGA, Luciana F. *Recepção da Comunicação Política*. In: A. A. C. Rubim (org.), **Comunicação e política: conceitos e abordagens**, Salvador/São Paulo,

Edufba/Editora da Unesp, 2004, pp. 483 – 514.

BIROLI, F. *Autonomia e justiça no debate sobre aborto: implicações teóricas e políticas*. In: **RBCP**, Brasília, V. 15, set. - dez./2014

\_\_\_\_\_. *Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras: ausências e estereótipos*. **Cadernos Pagu**, nº 34, pp. 269-299, janeiro - junho de 2010.

BIROLI, F. ; MANTOVANI, D. *A parte que me cabe nesse julgamento: a Folha de S. Paulo na cobertura ao processo do “mensalão”*. **Opinião Pública**, Campinas, V.20, nº 2, agosto/2014, p. 204 – 218.

BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1999.

\_\_\_\_\_. *O poder simbólico*. Lisboa: Diefel, 1989.

\_\_\_\_\_. *O Campo Político*. **Revista Brasileira de Ciência Política**, nº 5. Brasília, pp. 193-216, janeiro-julho de 2011.

CHAIA, V.; CHAIA, M.. *Mídia e política*. São Paulo: Educ, 2000.

CHAMPAGNE, P., *Formar a opinião: o novo jogo político*. Petrópolis/RJ: Vozes, 1998.

FOLHA DE SÃO PAULO. [www.folha.com.br](http://www.folha.com.br). Acesso entre 01.03.2017 – 31.03.2017

FAUSTO NETO, Antonio. *Discurso político e mídia*. In: A. A. C. Rubim (org.), **Comunicação e política: conceitos e abordagens**, Salvador/São Paulo, Edufba/Editora da Unesp, 2004, pp. 105-126.

FERES JÚNIOR, J. *Em defesa das valências: uma réplica*. **Revista Brasileira de Ciência Política**, nº19. Brasília, janeiro - abril de 2016, pp. 277-298.

LIMA, V. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

MANTOVANI, D. *Quem agenda a mídia: Um estudo de agenda-setting a partir da tematização do aborto nas eleições de 2010*. Tese de Doutorado, UnB, 2014.

MATOS, H. (org.) *Mídia, eleições e democracia*. São Paulo: Scritta, 1994.

MIGUEL, L. F. *Mito e discurso político: uma análise a partir da campanha eleitoral de 1994*. Campinas: Ed. Unicamp; São Paulo: Imprensa Oficial, 2000.

\_\_\_\_\_. *Um ponto cego nas teorias da democracia: os meios de comunicação*. **Revista BIB**, n. 49, 2000/1.

\_\_\_\_\_. *Os meios de comunicação e a prática política*. **Lua Nova [online]** . 2002, n.55-56, pp.155-184.

\_\_\_\_\_. *Quanto vale uma valência?* **Revista Brasileira de Ciência Política**,

nº17. Brasília, maio - agosto de 2015, pp. 165-178.

MIGUEL, L. F. , BIROLI, F. *Mídia e representação política feminina: hipóteses de pesquisa. Opinião Pública*, Campinas, vol. 15, nº 1, Junho, 2009, p.55-81

NUNES, Márcia V. *Mídia e eleições*. In: A. A. C. Rubim (org.), **Comunicação e política: conceitos e abordagens**, Salvador/São Paulo, Edufba/Editora da Unesp, 2004, pp. 347-378.

O GLOBO. [www.oglobo.com.br](http://www.oglobo.com.br). Acesso entre 10/03/2017 – 05/04/2017.

ODILLA, Fernanda. Dilma nega defender aborto e diz que opinião de bispo não é uma posição da CNBB. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/poder/770779-dilma-nega-defender-aborto-e-diz-que-opiniao-de-bispo-nao-e-uma-posicao-da-cnbb.shtml>. Acesso em 23. jun. 2017.

OKIN, Susan Moller. *Gênero, o público e o privado*. In: **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, vol. 16, nº 2, pp.305-332, maio/agosto 2008,

PATEMAN, Carole. *Críticas Feministas à dicotomia público/privado*. In: MIGUEL, Luís F.; BIROLI, Flavia, (orgs.). **Teoria Política Feminista: textos centrais**. Vinhedo: Ed. Horizonte, 2013, pp. 55–79.

PORTO, Mauro. *Enquadramentos da mídia e política*. In: A. A. C. Rubim (org.), **Comunicação e política: conceitos e abordagens**, Salvador/São Paulo, Edufba/Editora da Unesp, 2004, pp.

RUBIM, A. C. *Mídia e política no Brasil*. João Pessoa: Editora Universitária, 1999.

\_\_\_\_\_. *Política midiaticizada: entre o global e o local. Comunicação e Sociedade - Telepolítica*. Rio de Janeiro, 2000.

SCOTT, J. *O enigma da igualdade. Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 13, n. 1, pp. 11-30, 2005.

THOMPSON, J. B. *The media and modernity*. Cambridge: Polity, 1995.

\_\_\_\_\_. *Political scandal: power and visibility in the media age*. Cambridge: Polity, 2000.

TRAJANO, Humberto. *Dilma se diz contra aborto, mas afirma que, se eleita, terá de 'encarar' tema*. Disponível em <http://g1.globo.com/especiais/eleicoes-2010/noticia/2010/10/dilma-se-diz-contrab-aborto-mas-afirma-que-se-eleita-tera-de-encarar-tema.html>. Acesso em 23 jun. 2017.

VERON, E. *A produção de sentido*. São Paulo: Cultrix; EDUSP, 1980.