



**Centro Universitário de Brasília
Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento – ICPD**

ANA FLÁVIA ARANTES FLÔRES

**MÍDIA E POLÍTICA: O AGENDAMENTO DO *IMPEACHMENT*
DE DILMA ROUSSEFF JUNTO À OPINIÃO PÚBLICA
A PARTIR DAS CAPAS DA REVISTA VEJA**

Brasília
2016

ANA FLÁVIA ARANTES FLÔRES

**MÍDIA E POLÍTICA: O AGENDAMENTO DO *IMPEACHMENT*
DE DILMA ROUSSEFF JUNTO À OPINIÃO PÚBLICA
A PARTIR DAS CAPAS DA REVISTA VEJA**

Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD) como pré-requisito para obtenção de Certificado de Conclusão de Curso de Pós-graduação *Lato Sensu* em Gestão da Comunicação nas Organizações.

Orientadora: Prof^a. MSc. Noemia Colonna

Brasília
2016

ANA FLÁVIA ARANTES FLÔRES

**MÍDIA E POLÍTICA: O AGENDAMENTO DO *IMPEACHMENT*
DE DILMA ROUSSEFF JUNTO À OPINIÃO PÚBLICA
A PARTIR DAS CAPAS DA REVISTA VEJA**

Trabalho apresentado ao Centro
Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD)
como pré-requisito para a obtenção de
Certificado de Conclusão de Curso de
Pós-graduação *Lato Sensu* em Gestão da
Comunicação nas Organizações.

Orientadora: Prof^a. MSc. Noemia Colonna

Brasília, ____ de _____ de 2016.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Nome completo

Prof. Dr. Nome completo

“A política tem a sua fonte antes na perversidade
do que na grandeza do espírito humano”.

Voltaire

RESUMO

No dia 31 de agosto de 2016 o Brasil passou, pela segunda vez em pouco mais de vinte anos, pelo processo de afastamento de um presidente da República. Dentro deste contexto, este trabalho tem como objetivo analisar em que medida os meios de comunicação, em especial a revista *Veja*, contribuíram para o agendamento do debate junto à opinião pública brasileira. Para alcançar esse objetivo, foi utilizada a metodologia de análise de conteúdo, conforme apresentada por Bardin (2009). Ela foi aplicada a 54 capas das edições veiculadas entre 02 de setembro de 2015 e 31 de agosto de 2016 pelo periódico. O material foi classificado de acordo com filtros previamente estabelecidos, sendo o primeiro deles o foco no contexto político. Os resultados mostraram uma cobertura com grande espaço para denúncias de corrupção envolvendo membros do governo petista ou de pessoas próximas ao universo do Partido dos Trabalhadores (PT), com posicionamento majoritariamente desfavorável à gestão de Dilma Rousseff. A cobertura também não se mostrou positiva quando o tema principal era a crise econômica enfrentada pelo país nos últimos meses. Apesar de o contexto desfavorável ter sido alimentado por graves denúncias de corrupção, chama a atenção a sequência de conteúdos negativos imposta pelo veículo de comunicação pesquisado, atuando ativamente no agendamento do debate junto à opinião pública, como posto por Traquina (2000).

Palavras-chave: Jornalismo. Agenda-setting. Opinião pública. Análise de conteúdo. Impeachment.

ABSTRACT

On August 31, 2016, Brazil faced the second impeachment trial of a president in less than twenty five years. Given the context, the purpose of this study is to analyze what was the role of the mass media like, specifically the contribution of the national magazine *Veja* in promoting the debate among Brazilians. This research looks at the work of Bardin (2009) to select and analyze the front page of 54 issues of the magazine published between September 2, 2015 and August 31, 2016. The content found has been classified according to pre-established filters, being the first one the political context. The results show a coverage focused on corruption allegations involving members of the government or people related to the Brazil's Workers Party (PT), mainly towards the president Dilma Rousseff. The coverage was also not positive when the subject was the economic crisis that the country has been facing. Despite the context mentioned before, this research highlights the negative content published by *Veja*, which it has contributed on scheduling the debate in public opinion as stated by Traquina (2000).

Key words: Journalism. Agenda-setting. Public opinion. Content analysis. Impeachment.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	07
1 PAVIMENTAÇÃO DO IMPEACHMENT	09
1.1 Eleições 2014	12
1.2 Vida pós eleições	14
1.2.1 <i>Perda de apoio político</i>	15
1.2.2 <i>Operação Lava Jato</i>	15
1.2.3 <i>O processo de impeachment</i>	17
2 MÍDIA E POLÍTICA	20
2.1 Opinião pública	22
2.1.1 <i>Espiral do silêncio</i>	24
2.1.2 <i>Agendamento ou agenda-setting</i>	26
2.1.3 <i>Imparcialidade</i>	29
2.1.4 <i>Declínio da confiança</i>	32
3 METODOLOGIA DE PESQUISA	34
3.1 Aplicação da metodologia	35
3.1.1 <i>Limitações da pesquisa</i>	36
4 AGENDAMENTO DO IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF	38
4.1 Política em foco	40
4.2 Posicionamento em relação ao governo	42
4.3 Crise econômica e a gestão de Dilma Rousseff	43
4.4 Palavras utilizadas no contexto político	45
4.4.1 <i>Termos associados à corrupção</i>	47
4.4.2 <i>Destaque para o ineditismo</i>	48
4.4.3 <i>Outros elementos observados</i>	48
4.5 Além da manchete: política nas chamadas secundárias	49
4.5.1 <i>Cenário desfavorável também nas chamadas secundárias</i>	51
CONCLUSÃO	53
REFERÊNCIAS	57
APÊNDICE A – Capas analisadas	61

INTRODUÇÃO

A cobertura oferecida pela revista semanal *Veja* no período entre setembro de 2015 e agosto de 2016 mostrou-se, majoritariamente, desfavorável ao governo federal, em especial à figura da presidenta petista Dilma Rousseff. Exemplo desse cenário pode ser verificado na capa da edição do dia 9 de dezembro de 2015, quando uma fotografia da mandatária é acompanhada da palavra “impeachment” com amplo destaque.

Com base nessa premissa e em metodologia a ser detalhada adiante, o presente projeto propõe-se a investigar em que medida a cobertura oferecida pela revistas semanais, em especial a *Veja*, publicadas nos doze meses que antecederam o julgamento final realizado pelo Senado Federal, atuaram na construção do agendamento junto à opinião pública do processo que culminou no impeachment da então presidenta Dilma Rousseff.

Para responder à pergunta-problema desta pesquisa será utilizada a metodologia Análise de Conteúdo que, segundo IKEDA e CHANG (2006), consiste em uma técnica de pesquisa capaz de evidenciar pontos fortes e fracos da comunicação. A técnica será aplicada sobre 54 capas da revista *Veja* veiculadas entre setembro de 2015 e agosto de 2016. Por meio dela, serão identificados aspectos visuais e textuais capazes de passar mensagens favoráveis ou desfavoráveis ao então governo federal. Quantas capas foram positivas e quantas negativas? Quais as palavras mais utilizadas associadas ao governo? Do total, quantas capas tiveram como foco questões relacionadas à política brasileira? Cada capa veiculada pelos dois veículos de comunicação monitorados no período analisado foi avaliada segundo elementos previamente definidos e sistematizados em uma planilha.

Desta forma, este estudo pretende mostrar o tratamento editorial dispensado por uma das revistas semanais brasileiras à uma das maiores crises políticas vivenciadas nas últimas décadas no Brasil e que culminou no afastamento de uma presidenta democraticamente eleita, fato que se repete após pouco mais de vinte anos de o país ter passado por processo semelhante.

Para isso, o trabalho foi estruturado em quatro capítulos.

O primeiro capítulo tem como objetivo apresentar o contexto do país no momento em que a crise política foi deflagrada de forma mais contundente até o seu desfecho ocorrido no dia 31 de agosto de 2016 com o afastamento definitivo de Dilma Rousseff da Presidência da República do Brasil. No segundo capítulo, são apresentados os referenciais teóricos que discutem as relações entre mídia e política, bem como os efeitos resultantes desse envolvimento, como o agenda-setting, o impacto sobre a opinião pública e a formação da espiral do silêncio. Já o terceiro capítulo apresenta e detalha a metodologia de pesquisa utilizada para analisar as capas das duas publicações aqui consideradas. Por fim, no quarto e último capítulo são apresentados os resultados da pesquisa realizada.

1 PAVIMENTAÇÃO DO IMPEACHMENT

13 de junho de 2013. Convocados pelo Movimento Passe Livre (MPL), paulistanos – em sua maioria estudantes – protestavam¹ na Avenida Paulista, em São Paulo (SP), contra o aumento de R\$ 0,20 na tarifa do transporte público. Embora o número de participantes pudesse ser contado na casa do milhar, os protestos, que já vinham sendo realizados há algum tempo na capital paulistana, ainda não tinham ganhado projeção nacional. Mas isso foi só até aquele dia, quando uma forte repressão da Polícia Militar de São Paulo resultou em grande apoio popular não só dos paulistanos, mas de brasileiros de todos os estados e regiões.

O resultado, impensável até aquele momento, foi uma ampla mobilização em várias cidades brasileiras, e até fora do país, ocorrida quatro dias depois, no dia 17 de junho. Aos poucos, milhares de estudantes paulistanos juntaram-se à centenas de milhares de pessoas nas ruas de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte, Vitória, Manaus, Salvador, Recife, Curitiba, Porto Alegre... No fim, milhões de brasileiros foram às ruas se fazer ouvir.

No entanto, o que havia começado como protesto pela redução das tarifas do transporte público e contra a violência da polícia paulistana ganhou corpo e, por que não dizer, outra forma. Já naquele 17 de junho, inúmeros cartazes faziam menção a diversas outras demandas: melhoria na saúde, na educação, mais segurança, fim da impunidade, fim da corrupção, prisão de políticos corruptos, reforma política e contra a Copa do Mundo que seria realizada no país no ano seguinte foram algumas delas.

A partir de então, os protestos passaram a ser frequentes em várias cidades. A pauta inicial, redução da tarifa dos transportes públicos e fim da violência policial, foi praticamente sufocada – apesar dos constantes esforços do MPL no sentido de lembrar e enfatizar que protestos eram, sim, pelos R\$ 0,20. Mas, naquele ponto, tanto a origem quanto o foco das manifestações já tinham sido diluídos em meio a outras demandas e interesses.

O momento tornou-se propício para que movimentos, organizações ou representações sociais e políticas, em especial as de oposição ao governo vigente,

¹ http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/06/130604_protestos_saopaulo_mdb_dt

aproveitassem o espaço aberto para levantar suas bandeiras e, principalmente, inviabilizar uma possível reeleição da presidenta no pleito que aconteceria no ano seguinte.

Sem questionar quem – e quais interesses – estava por trás daqueles atos², muitas pessoas sentiram-se encorajadas para sair às ruas e externar suas insatisfações, mesmo que esses descontentamentos não fossem pulsantes antes de os protestos ganharem a proporção que ganharam. Com gritos de “o gigante acordou” e “amanhã vai ser maior”, grupos distintos foram para as ruas reivindicar por suas pautas e anseios.

Foi nesse momento, contudo, que começou a ficar ainda mais visível o racha existente na sociedade brasileira entre os que apoiavam a manutenção de um projeto de nação mais voltado à esquerda e aqueles que defendiam a retomada de um governo liberal, voltado à direita. Dessa forma, a unificação das pautas nos protestos se tornou algo inviável, inclusive gerando desentendimentos entre os próprios manifestantes.

O fato é que os protestos de junho de 2013 marcam uma virada definitiva na avaliação do governo da presidenta Dilma Rousseff, ainda em seu primeiro mandato. Levantamento divulgado pelo Datafolha em março³ de 2013 indicava que 65% dos brasileiros avaliavam o governo Dilma Rousseff como ótimo ou bom. Para o instituto de pesquisa, tamanha aprovação se devia ao desenvolvimento das políticas sociais e à gestão da economia.

Já no levantamento anunciado pelo mesmo instituto no final de junho⁴ o cenário era completamente diferente. A aprovação da presidenta havia caído para menos da metade do que tinha sido verificado em março: após os protestos, 30% dos brasileiros consideravam a gestão da petista ótima ou boa.

Embora a tendência de queda na aprovação do governo já fosse uma possibilidade (na primeira semana de junho, ainda antes dos protestos, o índice havia caído oito pontos em relação ao que tinha sido constatado em março e estava

² <http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/em-dia-de-maior-mobilizacao-protestos-levam-centenas-de-milhares-as-ruas-no-brasil.htm>

³ <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2013/03/1259083-politicas-sociais-e-economia-alavancam-aprovacao-a-dilma.shtml>

⁴ <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2013/06/1303659-aprovacao-a-governo-dilma-rousseff-cai-27-pontos-em-tres-semanas.shtml>

em 57%⁵), o estrago provocado pelas manifestações de junho na imagem da gestão Dilma Rousseff é inquestionável: em três semanas, 27 pontos a menos de aprovação.

Como era de se esperar, os protestos que tomaram conta do país – e também a repressão truculenta da polícia ocorrida com frequência durante os atos – ganharam grande repercussão nas imprensas nacional e estrangeira. As revistas *Veja* e *Época* chegaram a imprimir edições especiais (vide Figura 1) com o objetivo de repercutir as manifestações e canais de televisão, especialmente os fechados e com foco em notícias, como o *GloboNews*, transmitiram os protestos ao vivo, muitas vezes fazendo links com várias cidades de forma simultânea.

Figura 1: Protestos ganharam destaque nas imprensas nacional e estrangeira.



Todo esse cenário de insatisfação e de despertar para os problemas sociais, políticos e econômicos enfrentados pelo país aconteceu a pouco mais de um ano antes das eleições presidenciais que poderiam reconduzir Dilma Rousseff

⁵ <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2013/06/1292647-aprovacao-a-dilma-cai-oito-pontos.shtml>

ao seu segundo mandato. Naquele momento era consenso de que os acontecimentos recentes não seriam ignorados em um futuro tão próximo. O que tentava-se medir e compreender, contudo, era em que medida eles seriam capazes de incidir na disputa eleitoral que viria a seguir.

1.1 Eleições 2014

Se durante os protestos de 2013 já era possível notar a ruptura na sociedade brasileira, a polarização ganhou força total durante a disputa presidencial de 2014. As mídias sociais ganharam espaço de destaque nos embates políticos, tanto no que diz respeito à elaboração de conteúdo oficial das campanhas quanto na militância de eleitores/usuários tentando convencer seus amigos e/ou seguidores que determinado candidato era mais bem preparado ou se empenhando na função de desqualificar oponentes.

Embora os protestos de junho de 2013 tenham sido amplamente desfavoráveis e impactado violentamente na aprovação do governo de Dilma Rousseff, como já vimos, não se pode dizer que eles tenham ocasionado o mesmo resultado com relação ao desempenho da candidata nas urnas. Conquanto não seja possível saber ao certo qual teria sido o desempenho da então presidenta caso as manifestações não tivessem ocorrido, o fato é que, mesmo diante desse cenário, a candidata petista liderou toda a corrida durante o primeiro turno das eleições.

Naquele momento, a presença de Dilma Rousseff no segundo turno era fato dado como certo e as atenções – e tensões – estavam voltadas para a disputa em torno da outra vaga. Marina Silva (PSB) e Aécio Neves (PSDB) travavam voto a voto um embate pela segunda colocação no pleito que ocorreria no dia 5 de outubro.

Embora tenha chegado a ameaçar até mesmo a liderança de Dilma Rousseff⁶, Marina Silva não conseguiu se sustentar e viu seus índices de intenção de voto caírem pesquisa após pesquisa. No entanto, no dia 2 de outubro, três dias

⁶ Pesquisa Datafolha / Folha de S. Paulo / TV Globo divulgada no dia 29 de agosto apresentava Marina Silva com 34% das intenções de voto contra 35% de Dilma Rousseff e 14% de Aécio Neves. (<http://eleicoes.uol.com.br/2014/pesquisas-eleitorais/brasil/1-turno/>)

antes do primeiro turno das eleições, Marina ainda era favorita em relação a Aécio (24% contra 21%).

A virada aconteceu na véspera, quando pela primeira vez Aécio Neves apareceu como segundo colocado na pesquisa de intenção de votos, resultado que se confirmou nas urnas. Com 41,59%⁷ dos votos válidos, Dilma Rousseff estava qualificada para disputar o segundo turno das eleições presidenciais de 2014. Seu oponente, Aécio Neves totalizou 33,55% dos votos válidos.

Novamente o país se via diante da polarização PT x PSDB verificada nas últimas seis eleições presidenciais das sete já realizadas desde que o país passou pelo processo de redemocratização e voltou a eleger seus representantes por meio do voto direto.

No segundo turno mais disputado das três últimas décadas, a troca de acusações entre os dois candidatos foi ainda mais intensa, o que contribuiu para dividir definitivamente o país.

Como não podia deixar de ser, o cenário de divisão era captado pelos institutos de pesquisa. Nos dois primeiros levantamentos de intenção de voto realizados pelo Datafolha⁸ para aquela etapa das eleições presidenciais, os dois candidatos apareciam tecnicamente empatados, mas com uma leve vantagem para Aécio Neves que tinha dois pontos percentuais à frente de Dilma Rousseff. A virada da presidenta petista só foi constatada na pesquisa do dia 20 de outubro, quando abriu quatro pontos de vantagem em relação ao concorrente, mesmo cenário verificado no levantamento divulgado na véspera do pleito, dia 25 de outubro. Vale registrar, contudo, que a vantagem de quatro pontos percentuais estava dentro da margem de erro da pesquisa, que era de dois pontos percentuais para mais ou para menos. Portanto, o empate técnico persistiu até o último momento.

A disputa acirrada prevista pelos institutos de pesquisa foi confirmada com a apuração dos votos. Dilma Rousseff foi reeleita com 51,64%⁹ dos votos

⁷ Dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) referentes ao primeiro turno e divulgados em 22 de outubro de 2014. (http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-candidaturas-2014/copy_of_estatisticas-eleitorais-2014)

⁸ <http://eleicoes.uol.com.br/2014/pesquisas-eleitorais/brasil/2-turno/>

⁹ Dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) referentes ao segundo turno das eleições presidenciais e divulgados em 27 de outubro de 2014 (http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-candidaturas-2014/copy_of_estatisticas-eleitorais-2014)

válidos, contra 48,36% de Aécio Neves. Em números absolutos, a diferença entre os dois candidatos foi de pouco mais de 3,4 milhões de votos.

1.2 Vida pós eleições

A vitória nas urnas não representou tranquilidade para o segundo mandato de Dilma Rousseff. Apesar de ter sido a proposta vitoriosa nas urnas, o governo da petista sofreu, desde o início, com grandes desafios dentro do Congresso Nacional e fortes resistências junto à opinião pública.

Seja pela polarização verificada durante a disputa eleitoral, seja pelas medidas e declarações impopulares que anunciou logo no início do seu segundo mandato, Dilma Rousseff iniciou seu segundo ciclo à frente do governo federal enfrentando altos índices de rejeição. Levantamento divulgado pelo Datafolha¹⁰ em 9 de fevereiro de 2015, pouco mais de um mês após o início do segundo mandato, indicava a pior aceitação da presidenta desde que havia assumido o cargo, em janeiro de 2011: apenas 23% dos brasileiros avaliavam sua gestão como boa ou ótima. Na outra ponta, 44% consideravam ruim ou péssima.

A desaprovação da população com o governo petista não parou de crescer e em junho de 2015 atingiu o patamar de 65%¹¹, índice próximo ao verificado para Fernando Collor, pouco antes do seu afastamento, em setembro de 1992 (68%).

Há que se registrar que a rejeição à presidenta que havia sido reeleita há tão pouco tempo não se deu somente por conta de embates na esfera política. Contextos econômicos e sociais que vinham sendo mantidos escondidos ou maquiados em virtude da disputa eleitoral que se aproximava começaram a vir à tona logo após a definição do quadro eleitoral, aumentando a insatisfação com a gestão petista, inclusive entre eleitores de Dilma Rousseff.

¹⁰ <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2015/02/1587329-aprovacao-a-governo-dilma-rousseff-cai-e-reprovacao-a-petista-dispara.shtml>

¹¹ <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2015/06/1646136-recorde-rejeicao-a-dilma-atinge-65.shtml>

1.2.1 *Perda de apoio político*

Se as relações com a sociedade não iam bem, na esfera política o quadro não era diferente. No dia 1º de fevereiro de 2015, o Partido dos Trabalhadores (PT) viu seu candidato à presidência da Câmara dos Deputados, Arlindo Chinaglia (SP), ser derrotado com ampla margem de votos por Eduardo Cunha (PMDB/RJ)¹². O desenrolar do processo eleitoral na Câmara pôs fim ao acordo existente desde 2007 entre PT e PMDB e que previa o revezamento dos dois partidos no comando da Casa, sob a justificativa de possuírem as maiores bancadas. Em 2015, contudo, Cunha substituiria Henrique Eduardo Alves (PMDB/RN).

Apesar do embate travado durante o processo de eleição para o cargo de presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha tomou posse no dia 1º de fevereiro de 2015 se colocando como aliado do governo. O fim da parceria entre os dois lados, contudo, não tardou a se concretizar. Após ter o seu nome ligado a denúncias de corrupção durante investigações da operação Lava Jato¹³, e certo de que o governo de Dilma Rousseff havia dado ordens para que fosse averiguado, Eduardo Cunha oficializou, no dia 17 de julho de 2015, sua nova postura, agora de oposição ao governo petista.

1.2.2 *Operação Lava Jato*

Não bastassem a polarização do país e a crise econômica com seus constantes índices negativos (queda na produtividade, aumento do desemprego e elevação do índice de inflação, só para citar alguns), os casos de corrupção envolvendo políticos (muitos ligados ao governo), as maiores empreiteiras do país e a empresa que há até pouco tempo era motivo de orgulho nacional tomaram conta do noticiário brasileiro.

Dia após dia novas transações, valores e nomes eram apresentados pela imprensa constantemente alimentada por novas fases da operação Lava Jato. Nomes ligados ao governo e à cúpula do Partido dos Trabalhadores começaram a ser citados nas delações premiadas de empreiteiros e diretores da Petrobras. O

¹² Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB)

¹³ Maior investigação de corrupção e lavagem de dinheiro já realizada no Brasil, a operação Lava Jato foi iniciada em março de 2014 na Justiça Federal de Curitiba e que, com o apoio do Ministério Público Federal, chegou a um imenso esquema criminoso de corrupção envolvendo a Petrobras. *Fonte: Ministério Público Federal (MPF). <http://lavajato.mpf.mp.br/entenda-o-caso>*

grande golpe, contudo, aconteceu no dia 25 de novembro de 2015, quando o senador Delcídio Amaral (PT/MS) foi preso acusado de tentar atrapalhar as investigações da Lava Jato. De acordo com a Procuradoria Geral da República (PGR), o líder do governo no Senado Federal teria atuado para evitar a delação de Nestor Cerveró, ex-diretor da Petrobras.

A primeira vez que um senador da República foi preso no exercício do cargo ganhou ainda mais projeção porque, como afirmou a revista *Veja* na sua capa do dia 02 de dezembro de 2015, ninguém havia atuado mais próximo de Lula e Dilma durante os escândalos do mensalão¹⁴ e do petrolão¹⁵ do que Delcídio do Amaral. Estava efetivamente feita a conexão entre a Lava Jato e o governo petista.

O auge do impacto ocasionado pela Lava Jato na imagem do governo federal, contudo, aconteceu a partir do dia 4 de março de 2016, quando o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva foi levado coercitivamente para depor pela Polícia Federal. Sob a acusação de ter recebido benfeitorias em um sítio localizado na cidade de Atibaia (SP) e em um apartamento triplex localizado em Santos (SP), que até hoje ele alega não serem seus, o ex-presidente foi retirado da sua casa no início da manhã e levado para um local que somente algumas horas mais tarde soube-se se tratar das dependências da Polícia Federal no Aeroporto Internacional de São Paulo, localizado em Guarulhos (SP).

O episódio teve grande repercussão na imprensa, com destaque especial para a cobertura oferecida pela *GloboNews*, que chegou antes dos agentes da Polícia Federal e desde antes das 6h já tinha todo um aparato na frente do prédio onde reside o ex-presidente, inclusive um helicóptero. Durante toda a manhã, informações sobre o depoimento tomaram conta do noticiário. À tarde, com Lula já liberado, a expectativa era em torno da declaração que seria feita por ele na sede do Partido dos Trabalhadores, em São Paulo (SP).

A sensação geral era de que, se não fosse naquele dia, a prisão do ex-presidente era algo iminente. E foi nesse contexto que doze dias depois Dilma Rousseff anunciou Lula como o novo ministro-chefe da Casa Civil da Presidência da República. O argumento utilizado por ela foi de que o ex-presidente a auxiliaria na

¹⁴ Nome pelo qual ficou popularmente conhecido o escândalo de compra de votos de parlamentares durante o governo de Luiz Inácio Lula da Silva, em 2005.

¹⁵ Nome pelo qual ficou popularmente conhecido o escândalo de propinas e desvio de dinheiro envolvendo a Petrobras, investigado a partir de 2014 durante o governo de Dilma Rousseff.

articulação política. Para a opinião pública, entretanto, a nomeação não passava de uma manobra para livrar Lula da prisão, já que com o foro privilegiado ele não poderia continuar sendo investigado pela primeira instância da Justiça Federal em Curitiba (PR). Esse entendimento foi reforçado pela distribuição para a imprensa, pela justiça, do áudio de conversa telefônica em que Dilma diz para Lula que está enviando para ele o termo de posse, mas que ele só deveria utilizá-lo em caso de necessidade. O material foi amplamente divulgado e reproduzido nos noticiários.

Esse episódio influiu o discurso da oposição e os protestos contra o governo petista, que já vinham acontecendo por todo o país desde 2015, ganharam ainda mais fôlego. Grande parte da opinião pública estava convencida de que o governo vigente não tinha mais condições de se manter no poder.

1.2.3 O processo de impeachment

Em meio a um cenário de crises política, econômica e de credibilidade, pedidos de impeachment da presidenta Dilma Rousseff começaram a ser encaminhados à Câmara dos Deputados, instância responsável por autorizar processos contra presidentes da República, vice-presidentes e ministros de Estado, segundo a Constituição Federal de 1988¹⁶. De acordo com a Agência Câmara¹⁷, no dia 28 de março de 2016 eram doze os pedidos de afastamento da presidenta em tramitação na Casa.

O único pedido aceito pelo então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, foi entregue em setembro de 2015 e elaborado por três juristas: Janaína Paschoal, Miguel Reale Jr. e Hélio Bicudo. Entre os argumentos apresentados, estava a rejeição das contas presidenciais de 2014 pelo Tribunal de Contas da União (TCU) em virtude, principalmente, do que ficou conhecido como “pedaladas fiscais”, ou seja, manobras que passavam a imagem de que as contas públicas estavam melhores do que realmente estavam.

O pedido foi acatado oficialmente por Eduardo Cunha no dia 2 de dezembro de 2015. Uma primeira comissão especial para analisar o processo de

¹⁶ Art. 51. Compete privativamente à Câmara dos Deputados:

I - autorizar, por dois terços de seus membros, a instauração de processo contra o Presidente e o Vice-Presidente da República e os Ministros de Estado;

¹⁷ <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/POLITICA/505979-OAB-ENTREGA-NOVO-PEDIDO-DE-IMPEACHMENT-DE-DILMA-ROUSSEFF.html>

impeachment foi formada na Câmara dos Deputados logo em seguida, mas essa decisão foi anulada pelo Supremo Tribunal Federal (STF) por considerar que houve erros no processo de formação (uma chapa avulsa e votação secreta).

Uma nova comissão só foi formada no início de 2016, após o recesso parlamentar. Composta por 65 parlamentares, o trabalho do grupo durou cerca de 20 dias entre março e abril. Os trabalhos da comissão foram encerrados no dia 11 de abril com a aprovação (por 38 a 27) do parecer do relator, Deputado Jovair Arantes (PTB/GO), favorável à abertura do inquérito.

Encerrado o trabalho na comissão especial, era a vez do plenário da Câmara dos Deputados dar - ou não - o seu aval para a continuidade do processo de *impeachment*, cuja investigação e decisão final caberiam ao Senado Federal. No dia 17 de abril 2016, 367 deputados votaram a favor da abertura do inquérito contra a presidenta Dilma Rousseff, número bem superior ao quórum mínimo necessário de 342 parlamentares.

Com essa decisão, o processo para o afastamento da presidenta Dilma Rousseff mudou de mãos e passou a ser conduzido pelo Senado Federal. Assim como ocorreu na Câmara dos Deputados, uma comissão especial foi formada com o objetivo de discutir a abertura do processo. No dia 6 de maio, o parecer do relator Antonio Anastasia (PSDB/MG), favorável ao afastamento da presidenta, foi aprovado por 15 dos 21 senadores que integravam a comissão.

A validação dos senadores para a continuidade do processo aconteceu no dia 11 de maio, quando o plenário do Senado Federal aprovou a abertura do inquérito com 55 votos favoráveis. Conforme determina a Constituição Federal, a partir desse momento a presidenta Dilma Rousseff foi afastada das suas funções. O vice-presidente da República, Michel Temer, assumiu a presidência interinamente. A partir daquele momento, o Senado Federal tinha o prazo de até 90 dias para dar o parecer final sobre o *impeachment* de Dilma Rousseff.

Ao longo desses três meses, a comissão especial do impeachment voltou a avaliar o processo. Entre maio e julho foram realizadas diversas atividades pelo grupo, como a oitiva de testemunhas (tanto de acusação quanto de defesa). Um novo parecer favorável ao afastamento da presidenta foi elaborado pelo relator e aprovado pelos membros da comissão por 14 votos a 5.

A continuidade do processo previa que esse novo parecer fosse aprovado também pelo plenário do Senado, o que aconteceu no dia 9 de agosto de 2016. Para a aprovação do documento era necessário o voto da maioria simples dos presentes na Casa, com o quórum mínimo de 41 senadores. O comparecimento dos parlamentares, contudo, não foi problema. Todos os 81 senadores estavam presentes e 59 deles votaram a favor do parecer elaborado por Antonio Anastasia.

Conforme determina a Constituição Federal de 1988, o passo seguinte seria o julgamento, realizado em sessão plenária do Senado Federal a ser presidida pelo presidente do Supremo Tribunal Federal. A sessão ocorreu entre os dias 26 e 31 de agosto e no final os senadores deveriam decidir se a presidenta havia cometido o crime de responsabilidade pelo qual ela estava sendo julgada. A condenação dependia de pelo menos dois terços dos votos, o que equivale a 54 senadores. Essa meta foi batida com facilidade e, no dia 31 de agosto de 2016, Dilma Rousseff perdeu o mandato de presidenta da República Federativa do Brasil tendo sido considerada culpada por 61 senadores.

2 MÍDIA E POLÍTICA

O entendimento e o debate sobre proximidade da relação entre os meios de comunicação e a política não é algo recente. Em 1835, no livro *A Democracia na América*, Aléxis de Tocqueville já chamava a atenção para a relevância da imprensa no contexto político. Em suas observações, o autor ressaltava que "[...] a imprensa ainda exerce um imenso poder na América. Ela faz circular a vida política em todas as porções desse vasto território" (2005, p.214).

Com o passar do tempo e o desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação, essa relação ficou cada vez mais próxima. Ao longo do século XX, o surgimento de novas mídias e a ampliação do alcance das notícias transmitidas por elas alterou por completo a forma de fazer política no Brasil e em todo o mundo, como afirma Luis Felipe Miguel (2002a): “o contato entre os líderes políticos e sua base, a relação dos cidadãos com o universo das questões públicas e mesmo o processo de governo sentiram, e muito, o impacto da evolução tecnológica da mídia”.

O estreitamento dessa relação se tornou tão evidente que hoje é inquestionável a relevância que os meios de comunicação desempenham nos cenários econômico, social e político em todas as sociedades contemporâneas. Exemplo do impacto da imprensa nos processos de mediação da opinião pública é citado por Champagne (1998). Ao mencionar uma grande mobilização dos agricultores franceses em 1982, o autor resalta a relevância dos meios de comunicação na construção e consolidação de determinado assunto junto à opinião pública:

O importante papel desempenhado pelo “serviço de imprensa” da FNSEA¹⁸ para anunciar e comentar a manifestação junto a todas as redações parisienses denunciava a posição essencial ocupada, atualmente, pela mídia; com efeito, os jornalistas que dão conta do “acontecimento” contribuem amplamente para que este exista do ponto de vista político, isto é, para que exista. (CHAMPAGNE, 1998, p.15) (grifos do autor)

A partir dessa perspectiva, pode-se aferir que, na avaliação de Champagne (1998), se um fato não é noticiado, então este fato sequer existiu, ou

¹⁸ FNSEA - Fédération Nationale des Syndicats d'Exploitants Agricoles (Federação Nacional de Sindicatos de Agricultores, em tradução livre).

seja, um acontecimento precisa estar na mídia para que possa resultar na formação de uma “opinião pública” sobre aquele determinado fato.

É dentro desse contexto que o jogo político passa a se organizar nas últimas décadas: a se estruturar em torno desta “opinião pública” de modo a conquistá-la como aliada.

Desta forma, é impossível ignorar a relevância que os meios de comunicação atingiram na vida política contemporânea. “É ocioso alimentar a nostalgia de ‘temos áureos’ da política, quando imperava o verdadeiro debate de ideias, sem a preocupação com a imagem ou a contaminação pelas técnicas de publicidade comercial”, afirma Miguel (2002a, p.158). Isso porque, com o avanço dos meios de comunicação, a construção da imagem do político tornou-se mais importante, até, do que suas propostas e discursos. Para Miguel (2002a), os meios de comunicação de massa ampliam o acesso aos agentes políticos e a seus discursos, que ficam expostos, de forma mais permanente, aos olhos do grande público.

A mídia é, nas sociedades contemporâneas, o principal instrumento de difusão das visões de mundo e dos projetos políticos; dito de outra forma, é o local em que estão expostas as diversas representações do mundo social, associadas aos diversos grupos e interesses presentes na sociedade. O problema é que os discursos que ela veicula não esgotam a pluralidade de perspectivas e interesses presente na sociedade. (MIGUEL, 2002a, p.163)

Segundo Miguel, “a visibilidade na mídia é, cada vez mais, componente essencial da produção do capital político” (2002a, p.169). De acordo com o autor, a presença do político em espaços midiáticos como noticiários e talk-shows parece determinante para o sucesso ou o fracasso de um mandato parlamentar ou do exercício de um cargo executivo, pois lhe acrescenta algo ao capital político.

Em *Transformações da política na era da comunicação de massa* (GOMES, 2004), o autor ressalta que é cada vez maior o consenso a respeito do fato de parte considerável da disputa política ter sido convertida em luta pela imposição da imagem pública dos atores políticos, bem como em competição pela produção da percepção pública dos interesses das pretensões que se apresentam na cena política.

Também no mundo político vem se impondo a convicção de que grande parte da disputa política – da batalha eleitoral ao jogo político normal, incluindo a conquista da hegemonia por partidos ou autores da esfera

política ou, pelo menos, a imposição das pretensões de partidos e atores na esfera pública deliberativa – se resolve na forma de uma competição pela construção, controle e determinação da imagem dos indivíduos, grupos e instituições participantes do jogo político. Nessa arena se resolvem, em grande parte, as preferências eleitorais, organiza-se e/ou se mobiliza a sociedade civil ou a comunidade internacional, numa ou noutra direção, tranquiliza-se ou excita a opinião pública ou o mercado financeiro, estabelecem-se ou suprimem-se as condições de governabilidade por parte de um partido, grupo ou ator, conquista-se ou perde-se credibilidade. (GOMES, 2004, pp. 239-240)

Outro ponto que merece ser destacado é o fato de que, nas sociedades urbanas, o consumo de mídia é uma das duas maiores categorias de atividades desenvolvidas pelas pessoas no seu dia a dia, atrás apenas do trabalho (CASTELLS, 1999, p. 358 *apud* Miguel, 2002b, p.12). Esse entendimento dá a dimensão da importância que os meios de comunicação alcançaram na moldagem do pensamento da sociedade contemporânea.

Nesse contexto, a relação entre política e mídia é cada vez mais evidente. Miguel (2002b) continua:

A centralidade dos meios de comunicação de massa na prática política contemporânea está fundada na dupla mediação que eles estabelecem nas relações entre líderes, eleitores e a realidade que os cerca. Há, em primeiro lugar, a mediação do discurso político. Hoje, a esmagadora maioria dos discursos políticos é transmitida pela mídia; as emissões radiofônicas e televisivas são o principal meio de contato entre os líderes partidários e o conjunto dos cidadãos (ou mesmo seus adeptos). Contatos face a face, como em reuniões, comícios ou banquetes, ainda cumprem funções simbólicas significativas, mas possuem um *status* secundário. (MIGUEL, 2002b, p.14)

Há que se registrar que esse papel secundário desempenhado por encontros “presenciais” entre eleitores e candidatos ganhou ainda mais força após a Lei nº 11.300¹⁹, de 10 de maio de 2006, que proibiu a realização de *showmícios* e a distribuição de brindes por candidatos a cargos públicos.

2.1 Opinião pública

“Na história política recente do Brasil a lição é clara. Não só o projeto das eleições diretas, como as próprias candidaturas eleitorais que inauguraram a

¹⁹ Dispõe sobre propaganda, financiamento e prestação de contas das despesas com campanhas eleitorais (http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11300.htm)

redemocratização do país, surgiram no espaço da opinião pública” (MARANHÃO, 1993, p. 34). Com essa frase, o autor sintetiza o espaço de destaque que o conceito – e principalmente a prática – da opinião pública possui nos tempos atuais, especialmente nos processos que envolvem tomadas de decisões na esfera política.

O conceito de opinião pública surgiu no século XIX, quando ocorreu a revolução industrial e o surgimento da imprensa. A partir desse novo contexto histórico, as reivindicações deixaram de representar apenas os interesses dos grupos dominantes e passaram a contemplar os demais grupos sociais.

Apesar de ser utilizado há um tempo relativamente extenso, a conceituação do que vem a ser o termo “opinião pública” não é uma tarefa simples e passou por diversas fases. A dificuldade de conceituar “opinião pública” foi assim colocada por Walter Lippmann (1922):

Sendo suposto ela constituir a mola principal das democracias, seria razoável esperar sobre a mesma encontrar vasta literatura. Mas não é assim. Existem excelentes livros sobre governo e partidos, isto é, sobre a maquinaria que em teoria registra as opiniões públicas após formadas. Mas quanto às fontes que as constituem, aos processos da sua formação, existe muito pouco. De um modo geral, a existência da força designada “Opinião Pública” é simplesmente dada como adquirida. (1922, p. 253) (grifo do autor, tradução livre)

A partir do final da década de 1960, contudo, os institutos de pesquisa ganharam espaço nesse campo de modo que todas as concepções anteriores “foram varridas pela tecnologia das sondagens de opinião”, como ressalta Champagne (1998). Desde então, o conceito de opinião pública passou a estar fortemente vinculado aos resultados dos levantamentos realizados por institutos de sondagem.

[...] tudo leva a pensar que a "opinião pública" não passa do produto do encontro entre um fantasma político tradicional – levar "o povo" a falar nos regimes em que, supostamente, ele é a fonte de legitimidade do poder – e uma tecnologia social moderna: a sondagem, o questionário fechado e o apuramento quase instantâneo através de computadores. (CHAMPAGNE, 1998, p.44) (grifo do autor)

A qualidade dos resultados obtidos a partir dessa metodologia de mensuração da opinião pública, contudo, não é consenso entre pesquisadores:

Em geral, são usados surveys de opinião pública, procedimento que, mesmo quando correto do ponto de vista estatístico, apresenta problemas metodológicos graves, já que presume uma conexão entre o entrevistado e sua resposta que nem sempre se verifica. Para suprir esta deficiências,

desenvolveram-se técnicas de painel; no entanto, elas não conseguem envolver amostras representativas da população (para começar, a parcela que não aceita se submeter a várias sessões cansativas de questionários e discussões está por definição excluída) e, mais grave, o artificialismo da situação contamina seus resultados. (MIGUEL, 2002a, p. 165)

Mesmo sendo evidente as dificuldades de conceituar e de medir o alcance da opinião pública, bem como de identificar sua origem, a compreensão da realidade a partir do impacto ocasionado por ela passou a ser ponto fundamental em esferas como a política e a governamental.

É simplesmente impensável e inviável a tomada de decisão ou adoção de qualquer programa, política, serviço, obra ou produto, hoje em dia, sem a prévia consulta quanto a possibilidade de real adesão ou aceitação por parte dos segmentos sociais a que se destinam as iniciativas de governos, empresas e entidades. (MARANHÃO, 1993, p.33)

Embora se saiba pouco, ou quase nada, sobre como se dá a origem e a consolidação da opinião pública sobre determinado assunto, é impossível imaginar que, nos dias em que vivemos, essa construção seja estabelecida sem uma atuação determinante dos meios de comunicação.

Em uma das suas obras sobre democracia, o cientista político italiano Giovanni Sartori (1994) deixa clara a relação entre mídia e opinião pública. Ao discorrer sobre a importância dos meios de comunicação, o autor enfatiza:

Nas democracias de hoje, são os meios de comunicação de massa que desempenham o papel mais amplo e mais central na formação da opinião pública. [...] Resumindo tudo numa única frase, diríamos que o mundo é – para o público em geral – a mensagem dos meios de comunicação. (SARTORI, 1994, p. 133)

Desta forma, subtende-se que a opinião pública nada mais é do que a opinião geral de uma sociedade. E, geralmente, esta opinião é expressada por meio da imprensa. Ou seria ela moldada por meio da imprensa?

2.1.1 *Espiral do silêncio*

No que diz respeito à influência exercida pelos meios de comunicação na tomada de decisões, bem como sobre a opinião pública, a teoria da “espiral do silêncio”, de Elisabeth Noelle-Neumann (1995), é referência no sentido de explicar o

comportamento da sociedade diante de situações adversas, incluindo as que não lhe são favoráveis do ponto de vista político.

A teoria consiste na ideia de que o medo do isolamento faz com que indivíduos com opiniões divergentes daquelas verificadas entre a maioria das pessoas permaneçam calados. Como resultado, um ponto de vista domina a cena pública e o outro desaparece. Segundo Noelle-Neumann (1995), esse movimento aconteceria de forma cíclica, o que dificultaria a sua ruptura e a aceitação de novos modelos ou opiniões.

No caso da política, a teoria pode ser verificada, por exemplo, quando em uma eleição o clima geral dá vitória antecipada a determinado candidato ou partido. Ou, ainda, mais especificamente no caso deste estudo, quando um governo é tido como corrupto e incompetente, sendo a sua permanência insustentável.

Dentro deste contexto, os meios de comunicação possuem atuação estratégica. Afinal, segundo a teoria do *agenda-setting*, são eles os responsáveis por selecionar os fatos que devem ser conhecidos e discutidos pela população, bem como qual deve ser o enquadramento/enfoque dispensado a cada um desses temas. É a partir dessas escolhas que forma-se a “opinião pública”, como definido por Lippmann (1922).

No entendimento de Wolf (2002), contudo, explicar como e com qual intensidade essa informação repassada pela imprensa se consolida na percepção da pessoa que está do outro lado do balcão, no papel de receptor, não é uma tarefa simples:

O problema para a hipótese do *agenda-setting* é ter um modelo suficientemente fidedigno e complexo, em condições de explicar como a informação nova, assimilada pela mídia, *transforma-se* em elementos da enciclopédia dos destinatários, ou seja, do conjunto dos seus conhecimentos sobre o mundo. (WOLF, 2002, p.167) (grifo do autor)

Segundo essa perspectiva, portanto, se determinado tema ou pessoa ou acontecimento ganha espaço de destaque nos meios de comunicação, esse fato contribui para o entendimento de que esse tema/pessoa/acontecimento é mais forte ou mais importante do que outros.

Desta forma, o agendamento, como definido por Wolf (2000), exercido pela mídia consiste no combustível que alimenta a teoria do espiral do silêncio. É ele que consolida as opiniões da suposta “maioria” e que silencia os “divergentes”.

2.1.2 *Agendamento ou agenda-setting*

Não é novidade que a maior parte dos fatos/acontecimentos ocorridos diariamente são notícia, seja na esfera local, nacional, regional ou global. Para ser enquadrado nessa categoria, o episódio deve possuir algumas características básicas conhecidas como “valores-notícia”.

Segundo Wolf (2002), os valores-notícia derivam de pressupostos implícitos ou de considerações relativas:

- (a) às características substantivas das notícias; ao seu *conteúdo*;
- (b) à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao *produto* informativo;
- (c) ao *público*;
- (d) à *concorrência*. (WOLF, 2002, p.200) (grifos do autor)

São diversos valores-notícia existentes, mas aqui focaremos em três: (1) grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável; (2) o impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional; (3) quantidade de pessoas que o acontecimento envolve.

Com relação ao primeiro valor, não é difícil constatá-lo diariamente nas páginas dos jornais e revistas. Histórias sobre pessoas ricas e poderosas tendem a receber cobertura de destaque da imprensa, seja ela positiva ou não. O mesmo ocorre na cobertura oferecida aos problemas e conquistas dos países ricos em detrimento dos fatos sucedidos nas nações mais pobres.

O segundo fator trata da “capacidade de influir ou de incidir no interesse do país”, como define Wolf (2002). Além da proximidade geográfica, aspecto estratégico para este valor, aqui também estão inseridas as notícias sobre decisões governamentais ou acontecimentos que incidem na vida da população ou de parte significativa desta.

Por fim, não é possível ignorar a amplitude do acontecimento. O número de pessoas envolvidas é elemento determinante no processo de seleção dos fatos que serão alçados ao *status* de notícia, especialmente se eles vierem acompanhados de outro critério altamente relevante: a proximidade. Por essa lógica,

entende-se, por exemplo, por que os meios de comunicação brasileiros ofereceram muito mais espaço para a cobertura do processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff do que a divulgação recebida por processos semelhantes ocorridos recentemente em outras nações latino-americanas (Paraguai em 2012 e Honduras em 2009).

Como preconiza Wolf (2000), o agendamento acontece quando, após passar pela primeira seleção – a de ser considerado notícia – o fato encontra condições e ambiente favoráveis à sua divulgação/publicação.

Em um cenário de embate político como o verificado na história recente do Brasil, distintos pontos de vista estão à disposição da população, a depender dos interesses e posicionamentos ideológicos de cada lado. Cabe a cada pessoa avaliar e escolher o posicionamento que considera mais adequado entre as possibilidades ofertadas. Nesse ponto, mais uma vez e de forma indiscutível, a mídia apresenta-se como ator estratégico para a tomada de decisão, ainda que apresentando-se, oficialmente, como interlocutora entre os diferentes segmentos políticos e a população em geral.

Isso ocorre porque, como ressaltam Miguel e Biroli (2009), o entendimento de que a imprensa é isenta ainda é algo bastante presente no senso comum do brasileiro. E aqui vale lembrar que, mais do que informar, os meios de comunicação possuem o papel adicional de oferecer subsídios aos seus leitores, telespectadores, ouvintes e internautas para que possam tirar suas próprias conclusões, incidindo diretamente na tomada de decisão com relação a uma ou outra solução/avaliação para o fato/problema apresentado.

O debate sobre o conceito de *agenda-setting*, ou agendamento, já passou por distintas fases, como resalta Rodrigues (2002, p.25). De acordo com a autora, o entendimento sobre o que é *agenda-setting* pode ser dividido em três fases. Na primeira, dos precursores Shaw e McCombs, havia o entendimento de que a imprensa influencia o que as pessoas pensam. Já a segunda fase coloca os jornalistas mais como receptores de influências terceiras do que como remetentes. Na terceira e última fase, a mais atual, é considerada uma troca de informação e efeitos entre diferentes esferas sociais.

Mudanças na cobertura midiática reordenam a consciência das pessoas sobre o tema. Do impacto jornalístico sobre o público advêm condutas passíveis de influência sobre a política. Além da agenda midiática sobre a

do público, este modelo abrange o estudo da influência das agendas entre si (midiática, política e do público). (RODRIGUES, 2002, p.25)

Na esfera política, a importância e o impacto do processo de agendamento da mídia já foram amplamente pesquisados por diversos atores. No artigo *A Função do Agendamento dos Media* (apud Traquina, 2000, p.47-48), Maxwell E. McCombs e Donald L. Shaw ressaltam que “a informação veiculada por estes meios tornou-se o único contato que muitas pessoas têm com a política”.

Esse entendimento é reforçado por Miguel (2002a), segundo o qual a influência dos meios de comunicação é particularmente sensível no processo de definição da agenda política. Para o autor, a pauta de questões relevantes, postas a partir da deliberação pública, é, em grande parte, condicionada pela visibilidade de cada questão nos meios de comunicação:

O controle sobre a agenda e sobre a visibilidade dos diversos enquadramentos alicerça a centralidade dos meios de comunicação no processo político contemporâneo. Tal fato não passa despercebido dos agentes políticos, que hoje, em grande medida, orientam suas ações para o impacto presumível na mídia. São os “pseudo-eventos”, como chamou Daniel Boorstin em seu estudo de 1961: acontecimentos que não são espontâneos, planejados com o objetivo de virarem notícia. Tornaram-se tão corriqueiros que nem percebemos mais sua artificialidade”. (MIGUEL, 2002a, p.171) (grifo do autor)

Para Rodrigues (2002), os meios de comunicação influenciam na projeção de acontecimentos junto à opinião pública e configuram à realidade social um pseudo-ambiente. Além disso, a autora também reconhece que o processo de agendamento de determinado tema contempla a relação entre todas as agendas envolvidas:

É processo dinâmico. Mudanças na cobertura midiática reordenam a consciência das pessoas sobre o tema. Do impacto jornalístico sobre o público advêm condutas passíveis de influência sobre a política. Além da agenda midiática sobre a do público, este modelo abrange o estudo da influência das agendas entre si (midiática, política e do público). (RODRIGUES, 2002)

Outro aspecto relevante, segundo Traquina (2000), é que precisa ser considerado ao se analisar a teoria do agendamento diz respeito à distinção do conteúdo noticioso do de entretenimento. Com frequência, ambos são veiculados pelos mesmos veículos de comunicação, em especial entre os eletrônicos (rádio e televisão), havendo apenas distinção de horário e de forma entre eles.

Nesse sentido, ao refletir sobre a teoria do agendamento, Traquina (2000) ressalta a distinção que deve ser feita entre os *media* e os *media noticiosos*:

Quase todos os estudos do agendamento operacionalizam o conceito de agenda mediática com a utilização de dados baseados em análises dos conteúdos dos *output* do campo jornalístico, as notícias dos jornais e dos noticiários televisivos, ou seja, a produção jornalística, e não no conteúdo de toda a programação mediática. (TRAQUINA, 2000, p.19)

Ao fazer essa distinção, Traquina evidencia a distinção de papéis e impactos na incidência do debate público que possuem programações distintas dentro de um mesmo veículo de comunicação, em especial emissoras de rádio e televisão que possuem programação jornalística, em geral, em meio a uma vasta programação voltada para o entretenimento.

2.1.3 Imparcialidade

No texto *A produção da imparcialidade – a construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística*, os autores Luis Felipe Miguel e Flávia Biroli (2009) argumentam que, embora tenham se tornado uma constatação banal, a imparcialidade e a objetividade permanecem em posição central na autoimagem dos jornalistas, na constituição dos esquemas práticos de atribuição de valor a seu trabalho, na defesa desse trabalho diante das pressões internas e externas ao campo jornalístico e na construção de um referencial ético compartilhado.

No entanto, os autores questionam os impactos no debate público provocados a partir da postura da imprensa de se apresentar como um canal isento e plural de debate político:

Apresentando-se como fiadores do pluralismo político, os meios de comunicação delimitam o debate público e confirmam os critérios ativos para a diferenciação entre opiniões razoáveis e não razoáveis e para a avaliação dos níveis aceitáveis de conflito em sociedades democráticas. A *unidade* que daí resulta é forjada a partir de critérios que se acomodam às representações hegemônicas da democracia – a convivência legítima entre direitos formais igualitários e práticas que restringem a participação política de determinados grupos sociais. Ao apresentar-se como um discurso fundado em categorias universais, o discurso jornalístico contribui para tornar invisíveis as discordâncias e diferenças que constituem um público efetivamente plural. Ao apresentar sua posição como *não situada* socialmente, os jornalistas ocultam o fato de que sua perspectiva incorpora e ativa os pressupostos que naturalizam a ordem social e política estabelecida. (MIGUEL e BIROLI, 2009, p.74)

Uma evidência da importância conferida à imparcialidade na autoimagem dos jornalistas pode ser constatada no livro *Jornalismo Político*, escrito por Franklin Martins (2008), jornalista político que chegou a ocupar o cargo de chefe da Secretaria de Comunicação Social do Brasil durante o mandato do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Logo no primeiro parágrafo do livro, o autor sentencia: “O jornalismo político no Brasil passou por grandes mudanças nas últimas décadas. A mais importante delas é que, hoje em dia, a maior preocupação da cobertura é informar o leitor, e não convencê-lo a adotar determinadas ideias”. (MARTINS, 2008, p.13)

Na sequência, com o objetivo de comprovar sua tese, o jornalista apresenta uma série de manchetes dos principais jornais brasileiros nas eleições presidenciais de 1950 – quando Getúlio Vargas (PTB) derrotou o brigadeiro Eduardo Gomes (UDN) e Christiano Machado (PSD) – e o segundo turno da disputa presidencial de 2002, protagonizada por Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e José Serra (PSDB).

De acordo com a avaliação de Martins (2008), nas eleições de 1950 os jornais entravam em campanha, o que pode ser comprovado por meio de manchetes como:

- Também entre os jogadores vencerá o Brigadeiro (*Correio da Manhã*, capa do Caderno de Esportes, 01/10/1950);
- Os espíritas não podem votar em Getúlio (*Diário Carioca*, 01/10/1950);
- Pistoleiros Getulistas prontos para atacar o povo (*Tribuna da Imprensa*, 03/10/1950);
- Progride a votação do Brigadeiro no Distrito Federal, em Minas e Paraíba (*em letras bem grandes*). Continua vencendo em quase todos os estados o sr. Getulio Vargas (*em letras bem menores*). (*Diário de Notícias*, 06/10/1950).

“Como se vê, em 1950, os jornais mais influentes do Rio de Janeiro e de São Paulo não tinham qualquer preocupação com a isenção na cobertura. De modo geral, o tom nas primeiras páginas era de franco engajamento eleitoral” (MARTINS, 2008, p.14), avalia o autor, para quem, em 2002, o tom foi praticamente neutro, dadas as manchetes abaixo:

- Mercado tem dia otimista na véspera da eleição (*O Estado de S. Paulo*, 26/10/2002);
- Pesquisas indicam Lula presidente (*O Estado de S. Paulo*, no dia do segundo turno das eleições, 27/10/2002);
- Lula presidente – Metalúrgico é o primeiro líder de esquerda a ser eleito no país (*Folha de S. Paulo*, 28/10/2002);
- Lula anuncia secretaria de emergência contra a fome (*O Globo*, 29/10/2002).

Para o jornalista, o tom empregado pela imprensa brasileira tanto no período imediatamente anterior ao dia decisivo quanto aos dias subsequentes conferiam uma tônica mais imparcial aos meios de comunicação do que a verificada em 1950. “É evidente que, em 2002, os donos das empresas de comunicação também tinham suas preferências na disputa, mas elas não saltavam aos olhos nas primeiras páginas. Pelas manchetes, não dava para saber com certeza se este ou aquele jornal preferia a vitória de Lula ou torcia pelo triunfo de Serra”. (MARTINS, 2008, p.16)

Vale ressaltar, contudo, que o quadro verificado nas últimas eleições presidenciais realizadas no Brasil já revelou uma tendência de conjuntura diferente. Ao contrário do que era a prática comum até então, quando as organizações de mídia insistiam em bater na tecla da imparcialidade, em editorial divulgado no dia 14 de setembro de 2014, intitulado “A razão contra a baixaria e a apelação”, o jornal *O Estado de S. Paulo*²⁰ praticamente assume sua posição no pleito: “Além do comprometimento histórico dos tucanos com a estabilidade e o desenvolvimento econômico do País, Aécio Neves pode contar com a credibilidade de quadros técnicos comprovadamente competentes”.

Comportamento semelhante foi registrado no editorial veiculado pelo mesmo *Estadão* no dia 7 de outubro de 2014, logo após o primeiro turno das eleições. Intitulado “Alívio e esperança”²¹, o texto celebra a ida do candidato tucano para o segundo turno das eleições com possibilidades reais de vitória ao mesmo tempo em que critica as gestões anteriores: “A Aécio Neves caberá demonstrar, com seu programa de governo e o apoio de uma equipe idônea e comprovadamente

²⁰ <http://opinio.estado.com.br/noticias/geral,a-razao-contra-a-baixaria-e-a-apelacao-imp-,1559888>

²¹ <http://opinio.estado.com.br/noticias/geral,alivio-e-esperanca-imp-,1572728>

competente, que os tucanos e seus aliados estão prontos para resgatar o Brasil de uma sequência de maus governos”.

Essa prática, que contradiz o pressuposto defendido por Martins (2008), é inovadora. Sendo assim, os impactos da decisão do *O Estado de S. Paulo* na forma como os meios de comunicação passarão a se pautar, e a pautar a agenda pública, durante os períodos eleitorais é algo que deve ser acompanhado e monitorado, bem como em que medida se dá a aceitação da opinião pública diante da quebra de um dos princípios básicos do jornalismo para a população em geral: a imparcialidade. Também é preciso avaliar se a aceitação, pela opinião pública, de um tema agendado por um veículo que toma essa decisão editorial ocorre da mesma forma que a aceitação ocorrida quando a informação é transmitida por um veículo que não assume abertamente uma posição política.

2.1.4 Declínio da confiança

Os sucessivos escândalos de corrupção ocorridos desde o processo de redemocratização no Brasil não têm sido favoráveis à manutenção da credibilidade na classe política. Como enfatiza Miguel (2008), há algumas décadas verifica-se uma crise generalizada de confiança nas elites políticas, tanto em velhas quanto em novas democracias.

Para ele, existem três vertentes que podem explicar o fenômeno: o cinismo dos cidadãos atuais (as elites são tão boas quanto antes, mas o público não acredita); a ampliação da percepção crítica (as elites eram tão ruins quanto hoje, mas o público não acredita); ou uma queda efetiva na qualidade da classe política. O importante, contudo, é que, para Miguel (2008), em todas as três explicações os meios de comunicação desempenham papel crucial.

É difícil negar que a abordagem da mídia sobre a política mudou nas últimas quatro ou cinco décadas. Embora o papel de *watchdog* seja, desde o princípio, constitutivo da ideologia do moderno jornalismo, a cobertura se tornou mais agressiva a partir do momento em que se erode a crença de que, como regra, o governo é o fiel intérprete dos interesses da nação – o que, nos Estados Unidos, teria acontecido a partir da derrocada no Vietnã e do escândalo de Watergate. Porém, a existência de uma associação entre mudança no discurso da mídia e mudança nas disposições do público não permite estabelecer, por si só, uma direção causal, como bem anota Norris (p. 206, 2000). E, na verdade, as transformações na cobertura jornalística – e também nas representações da programação de entretenimento – sobre a política precisam, elas mesmas, receber explicações. As hipóteses do

determinismo tecnológico (a causa é o surgimento da televisão) e do “espelho do real” (a mídia apenas reflete as mudanças na política) são, ambas, simplistas e insuficientes. (MIGUEL, 2008, pp. 266-267)

De acordo com o pesquisador, o grau de complexidade se difere entre as três explicações. Para a hipótese da espiral do cinismo, os valores que a mídia dissemina atuam igualmente sobre o público e sobre os políticos. Os jornalistas incorporariam uma perspectiva cínica devido à sua especialização excessiva, que os levaria a não ver, na política, nada além dos jogos de poder. A segunda explicação consiste na hipótese do despertar do espírito crítico, ou seja, a informação provida pela mídia erode as ilusões do público. Por fim, na hipótese da decadência das elites políticas, os jornalistas impõem seu ritmo e seus imperativos profissionais a políticos sedentos por visibilidade, modificando (para pior) seu comportamento.

Ainda que cada uma das três percepções contribua para iluminar fenômenos reais, elas tendem a apresentar percepções muito unilaterais. E a ênfase no papel dos meios de comunicação de massa ignora a presença de outros fenômenos, pelo menos igualmente importantes para a compreensão do processo. (MIGUEL, 2008, p. 268)

No entendimento do pesquisador, duas transformações mais amplas, uma cultural e outra política, afetaram o público e também a mídia: a hermenêutica da suspeição (segundo a qual qualquer discurso busca esconder interesses políticos aos quais serve) e a expansão da democracia verificada na primeira metade do século XX.

Sob esta perspectiva, a desconfiança em relação à classe política remete ao fato de que ela é *estruturalmente* incapaz de cumprir os compromissos com seus constituintes, dados os vieses da representação política formal. Não se trata, assim, de uma elite política que piorou, ou de uma população que abriu os olhos quanto aos defeitos de seus governantes, mas de um processo histórico que evidenciou os limites da democracia eleitoral que temos. (MIGUEL, 2008, p.269) (grifo do autor)

Segundo os autores estudados neste capítulo, pode-se dizer que o declínio de confiança verificado com relação à classe política está muito mais fundamentado na estrutura do sistema político, e nas suas limitações, do que nas atitudes ou deslizes cometidos por seus protagonistas.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Para saber em que medida a cobertura oferecida pelos meios de comunicação agendaram, junto à opinião pública, o debate sobre o *impeachment* de Dilma Rousseff, o estudo ora apresentado precisava ser fundamentado em uma metodologia capaz de permitir uma análise qualitativa, ou seja,

aquela capaz de incorporar a questão do significado e da intencionalidade como inerentes aos atos, às relações e às estruturas sociais, sendo essas últimas tomadas, tanto no seu advento quanto nas suas transformações, como construções humanas significativas. (BARDIN, 1977 *apud* CAVALCANTE, CALIXTO e PINHEIRO, 2014, p.14)

Dentro desse contexto, optou-se por trabalhar com a análise de conteúdo, já que ela “aceita-se que o seu foco seja qualificar as vivências do sujeito, bem como suas percepções sobre determinado objeto e seus fenômenos” (BARDIN, 1977 *apud* CAVALCANTE, CALIXTO e PINHEIRO, p.13).

Como destaca Bardin (2009), a análise de conteúdo procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça. Além disso, a história da metodologia de análise de conteúdo está fortemente vinculada com a análise de material jornalístico.

A Escola de Jornalismo da Colúmbia dá o pontapé de saída e multiplicam-se assim os estudos quantitativos dos jornais. É feito um inventário das rúbricas, segue-se a evolução de um órgão de imprensa, mede-se o grau de "sensacionalismo" dos seus artigos, comparam-se os semanários rurais e os diários citadinos. Desencadeia-se um fascínio pela contagem e pela medida (superfície dos artigos, tamanho dos títulos, localização na página). (BARDIN, 2009, p. 15)

Nesse cenário, ao discorrerem sobre a aplicação da análise de conteúdo em estudos da área da comunicação social, IKEDA e CHANG (2000, p.5) ressaltam que trata-se de “uma técnica que pode auxiliar os tomadores de decisão a ter informações valiosas sobre a comunicação que estão desenvolvendo, de forma simples, rápida e usando poucos recursos”. Nesse contexto, as autoras apresentam algumas definições para o termo “análise de conteúdo”, entre elas a estabelecida por BARDIN (2000, p.42):

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis

inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2000, p.42 *apud* IKEDA e CHANG, 2000, p.5)

As características acima descritas, portanto, foram fundamentais para a escolha da análise de conteúdo como metodologia de pesquisa capaz de fundamentar o levantamento proposto por este estudo.

3.1 Aplicação da metodologia

Com o objetivo de verificar em que medida a cobertura oferecida pelas revistas semanais no último ano contribuiu para o agendamento na sociedade brasileira do impeachment da presidenta Dilma Rousseff, esta pesquisa analisa 54 capas da revista *Veja*. O período escolhido compreendeu as edições veiculadas entre setembro de 2015 e agosto de 2016, período de um ano que antecedeu o afastamento da presidenta em 31 de agosto de 2016.

A escolha da revista se deu em virtude do amplo alcance do periódico. De acordo com levantamento divulgado pela Associação Nacional de Editores de Revistas (Aner)²², a revista *Veja* possui circulação média mensal muito superior às suas concorrentes. Entre as quatro principais revistas semanais do país, *Veja* atingiu, em 2014, a circulação média de 1.167.928 exemplares por edição. Sua concorrente mais próxima, a revista *Época* obteve um resultado quase três vezes inferior (390.709 por edição). No mesmo período, a média de circulação verificada para a revista *IstoÉ* foi de 322.518 e de 29.513 para a *Carta Capital*.

Cada capa foi submetida a um questionário (tabulado em formato de planilha no Excel) com o objetivo de extrair as informações desejadas. Os itens anotados foram:

- Data
- Manchete
- Fala de política?
- Se sim, faz referência ou fala explicitamente do governo federal?
- Se sim, faz referência ou fala explicitamente da crise?
- Faz relação direta entre a crise e a presidenta?
- A capa é positiva, negativa ou neutra (para o governo federal)?
- Palavras citadas (escolhidas entre palavras-chave previamente definidas)

²² <http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/>

- Personagem da foto/ilustração
- Chamadas secundárias
- Chamadas secundárias falam de política?
- Se sim, positiva, negativa ou neutra (para o governo federal)?

Concluído o processo de classificação de cada uma das capas analisadas, os dados foram tabulados tanto isoladamente quanto a partir de cruzamentos considerados relevantes (capas de política x chamadas secundárias, por exemplo).

Essa dinâmica foi baseada na conceituação e possibilidades de aplicação da análise de conteúdo apresentadas por CAVALCANTE, CALIXTO e PINHEIRO (2014, p. 16):

Durante a etapa da exploração do material, o investigador busca encontrar categorias que são expressões ou palavras significativas em função das quais o conteúdo de uma fala será organizado. A categorização, para Minayo (2007), consiste num processo de redução do texto às palavras e expressões significativas. A Análise Temática tradicional trabalha inicialmente esta fase, recortando o texto em unidades de registro que podem constituir palavras, frases, temas, personagens e acontecimentos, indicados como relevantes para pré-análise. Posteriormente, o pesquisador escolhe as regras de contagem por meio de codificações e índices quantitativos. Finalmente, o pesquisador realiza a classificação e a agregação dos dados, escolhendo as categorias teóricas ou empíricas, responsáveis pela especificação do tema (BARDIN, 1977). A partir daí, o analista propõe inferências e realiza interpretações, inter-relacionando-as com o quadro teórico desenhado inicialmente ou abre outras pistas em torno de novas dimensões teóricas e interpretativas, sugerida pela leitura do material (MINAYO, 2007).

Os resultados são analisados e apresentados no capítulo subsequente.

3.1.1 *Limitações da pesquisa*

Medir o impacto da cobertura oferecida pelos meios de comunicação brasileiros na consolidação do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff é um esforço que demanda ampla pesquisa. Não só do material veiculado pela imprensa nos últimos meses, mas também a realização de levantamentos específicos junto a públicos distintos (como sociedade em geral, formadores de opinião e políticos) por meio de metodologias como *surveys* e grupos focais.

Posto isso, há que se ressaltar o entendimento das limitações da análise aqui proposta. Não há, de modo algum, a expectativa de esgotar a discussão, tampouco de fazer um mapa completo a partir da pesquisa proposta por este trabalho. Todavia, acredita-se que o levantamento pode contribuir para o entendimento sobre como se deu o processo de agendamento do tema aqui analisado (*impeachment*) junto à sociedade brasileira.

4 AGENDAMENTO DO IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF

O processo político encerrado no dia 31 de agosto de 2016, e que culminou com o afastamento da presidenta Dilma Rousseff, contou com o apoio de grande parte da população brasileira, 61% de acordo com pesquisa do Datafolha²³.

Neste contexto, o presente estudo tem como objetivo analisar a cobertura oferecida pela revista semanal *Veja* nos 12 meses que antecederam o julgamento, buscando elementos utilizados pelo veículo de comunicação que possam ter incidido junto à opinião pública, sejam eles favoráveis ou negativos ao governo vigente naquele período.

Para isso, foram analisadas as capas das 54 edições da revista veiculadas entre o dia 2 de setembro de 2015 e 31 de agosto de 2016. Vale registrar que foram consideradas as datas que constam nas capas do periódico, e não as de distribuição efetiva da revista para as bancas, datas que podem não ser coincidentes. Além disso, entre as edições analisadas, encontra-se uma publicação extra, veiculada no dia 21 de abril, dedicada a repercutir a votação realizada no dia 17 de abril na Câmara dos Deputados e que autorizou a abertura de inquérito contra a ex-presidenta Dilma Rousseff.

Tabela 1 – Lista de capas pesquisadas (data e manchete)

DATA	MANCHETE
02/09/2015	A face feroz da China
09/09/2015	Deus, sendo bom, fez todas as coisas boas. De onde então vem o mal?
16/09/2015	A implosão da esperança
23/09/2015	Estado Brasileiro: um monstro que devora riquezas
30/09/2015	O primeiro político fala
07/10/2015	Ela passou a faixa
14/10/2015	Por que caem os presidentes
21/10/2015	A Lava-Jato vai emergir
28/10/2015	Os Diários de FHC
04/11/2015	Os "chaves de cadeia" que cercam Lula
11/11/2015	Deixem ele crescer!
18/11/2015	O plano Temer
25/11/2015	A civilização contra o terror

²³ <http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/04/61-apoiam-impeachment-de-dilma-e-58-de-temer-diz-datafolha.html>

02/12/2015	A testemunha
09/12/2015	Impeachment
16/12/2015	A máquina do atraso de Dilma
23/12/2015	O futuro da saga
30/12/2015	Ele salvou o ano (Retrospectiva 2015)
06/01/2016	O Rio no pronto-socorro
13/01/2016	Pavilhão 6...
20/01/2016	O tempo pode me mudar, mas não posso seguir o tempo - David Bowie - 1947-2016
27/01/2016	A hora da verdade
03/02/2016	O mosquito que zomba do mundo
10/02/2016	Vai passar...
17/02/2016	Sexo
24/02/2016	O "chefe" e a "madame"
02/03/2016	Saiu muito mais caro
09/03/2016	Lula e a lei
16/03/2016	O desespero da jararaca
23/03/2016	"Lula comandava o esquema"
30/03/2016	O plano secreto de Lula para evitar a prisão: pedir asilo à Itália e deixar o Brasil
06/04/2016	O cadáver da Lava-Jato
13/04/2016	Dilma em liquidação
20/04/2016	Fora do baralho
21/04/2016 (Ed. especial)	Impeachment
27/04/2016	#Fera, odiado e do mal
04/05/2016	As apostas de Temer
11/05/2016	Tchau querida, tchau querido
18/05/2016	A ruína do PT
25/05/2016	A pílula do câncer
01/06/2016	O complô para calar a Lava Jato
08/06/2016	Safra de delações
15/06/2016	Pedofilia na igreja
22/06/2016	Temer x Temer
29/06/2016	Adeus, Europa
06/07/2016	A luta de João de Deus contra o câncer
13/07/2016	1 morte a cada 2 horas
20/07/2016	O terror
27/07/2016	O que há por trás das prisões
03/08/2016	A fábrica de velocistas da Jamaica de Bolt
10/08/2016	Odebrecht cita Temer Marqueteiro destrói Dilma
17/08/2016	O Brasil surpreende o mundo
24/08/2016	Empreiteira delata ministro do Supremo
31/08/2016	A delação que Janot jogou no lixo

Fonte – Produzida pela autora do trabalho com dados coletados em pesquisa.

4.1 Política em foco

O ano de bastante movimento no cenário político não passou despercebido pelo periódico semanal aqui analisado. Das 54 capas da revista *Veja* pesquisadas, 32 (59,25%) tinham aspectos políticos como foco, ou seja, tinham a política como tema central da manchete que estampavam.

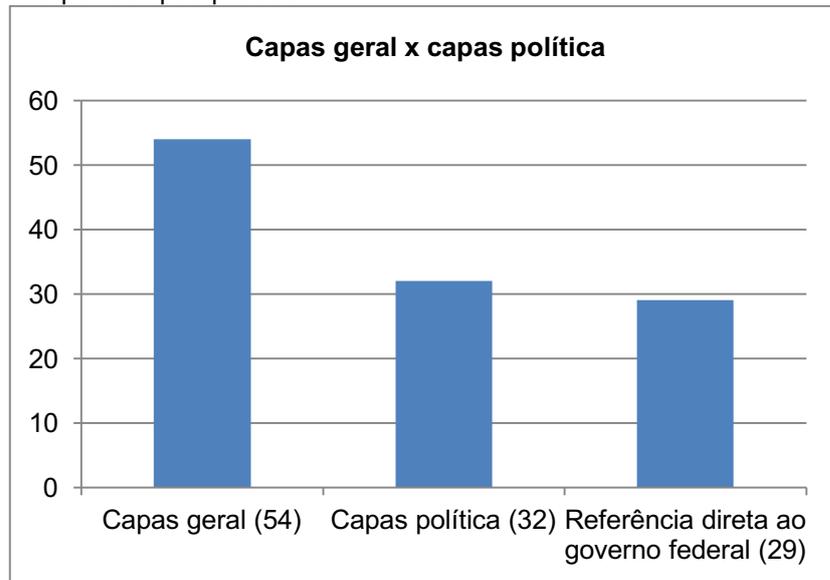
Nesse universo, 29 (53,70%) tratavam especificamente de questões relacionadas ao governo petista. Aqui, vale fazer uma observação: tendo em vista a proximidade entre as imagens do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e a da então presidenta Dilma Rousseff, e a forma como as decisões e punições sobre um impactam diretamente na figura do outro, foram consideradas como referência ao governo petista as capas que tinham ambos (ou personalidades próximas a eles) como atores principais.

A relação de interdependência entre as imagens de Lula e Dilma pode ser verificada, por exemplo, na queda da popularidade do ex-presidente anos após o término do seu segundo mandato. Levantamento realizado pelo Datafolha²⁴ em abril de 2016 verificou que, naquele momento, Lula era apontado como o melhor presidente da história do Brasil para 40% dos entrevistados. Em novembro de 2010, contudo, o mesmo instituto de pesquisa havia constatado um índice bastante superior: 71%. Ou seja, o contexto de desaprovação ao governo de Dilma Rousseff, que em abril de 2016 estava em 63%, impactou diretamente no índice de aprovação da gestão de Lula, encerrada anos antes. A ligação entre a imagem dos dois, portanto, é forte e está fundamentada no entendimento de que ambos são os protagonistas do ciclo “governo petista” que comandou o país nos últimos 13 anos.

Também foram consideradas como referência direta ao governo federal as capas dedicadas a Michel Temer, tanto no seu período como vice-presidente quanto como presidente interino do Brasil (o início da sua gestão como presidente efetivo coincide com o último dia analisado por esta pesquisa, portanto, não foi contemplada no período pesquisado). É interessante notar, contudo, que em nenhum momento Temer foi apresentado pela revista como membro-integrante do governo petista, embora tenha sido eleito pela coligação liderada pelo partido.

²⁴ <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2016/04/1759676-reprovacao-a-gestao-dilma-recua-e-volta-a-nivel-pre-manifestacao.shtml>

Gráfico 1 – Comparativo entre o número de capas dedicadas à política e o total de capas da revista *Veja* no período pesquisado



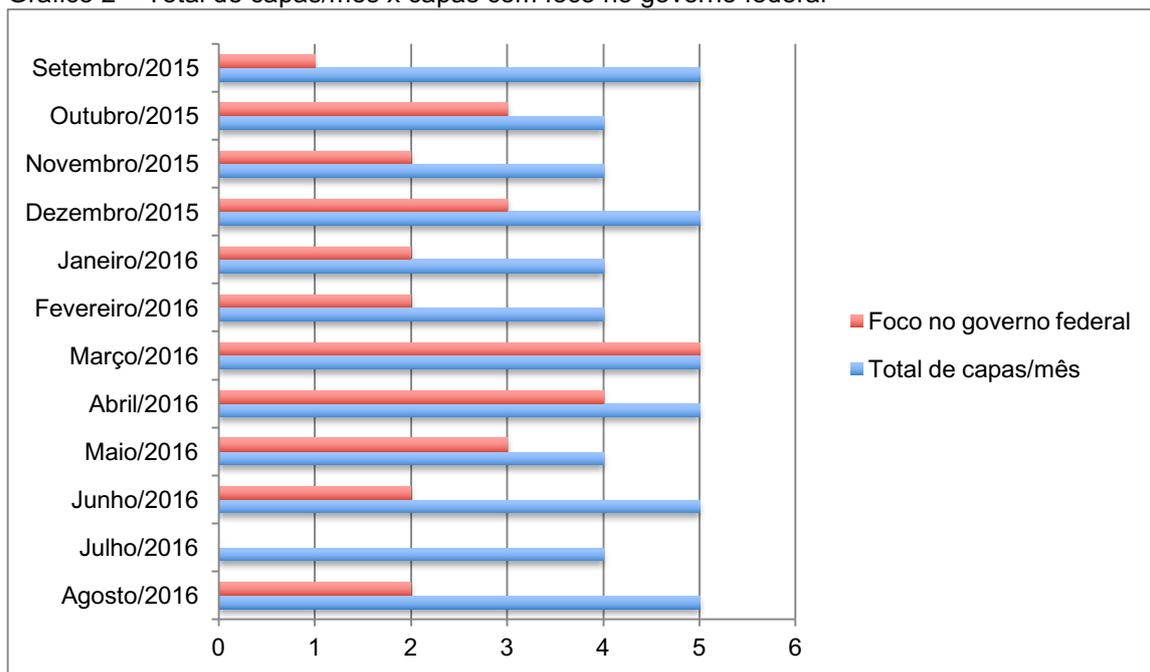
Fonte – Produzido pela autora do trabalho com dados coletados em pesquisa.

Com 59,25% do total das capas no período analisado, é possível afirmar que política foi o tema mais recorrente nas capas da revista *Veja* no ano que antecedeu o *impeachment* de Dilma Rousseff. O assunto, inclusive, chegou a ser o principal destaque das capas do periódico por 14 semanas consecutivas, entre os dias 24 de fevereiro (O “chefe” e a “madame”) e 18 de maio de 2016 (A ruína do PT).

As outras três capas que tinham enfoque político, mas não faziam menção direta ao governo federal, tiveram como foco o ex-deputado Eduardo Cunha (PMDB/RJ), uma entrevista com o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso e a operação Lava Jato (sem relacioná-la diretamente com o governo).

Com relação aos picos de veiculação das capas centradas no governo federal, é possível verificar que elas ganharam mais espaço à medida que o processo de *impeachment* da ex-presidenta avançava. De uma capa em setembro de 2015, o espaço oferecido pela revista ao tema chegou a ocupar a totalidade das capas em março de 2016, mês anterior ao afastamento provisório de Dilma Rousseff. Nos meses em que o processo era analisado pelo Senado Federal, o interesse pelo tema caiu consideravelmente, chegando ao ponto de não ser alvo de nenhuma capa do periódico em julho de 2016.

Gráfico 2 – Total de capas/mês x capas com foco no governo federal



Fonte – Produzido pela autora do trabalho com dados coletados em pesquisa.

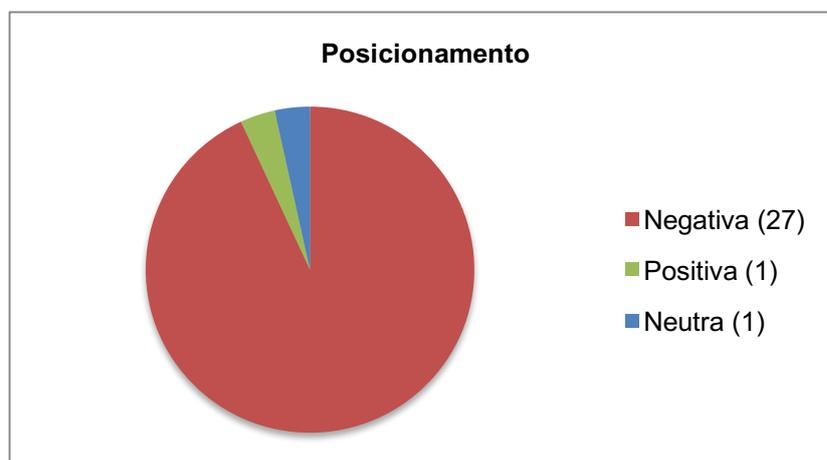
Entre os outros assuntos que mereceram destaque no período estão a repercussão da foto do corpo de um menino sírio encontrado morto em uma praia turca após naufrágio da embarcação onde ele estava (crise migratória na Europa), a morte do cantor David Bowie, casos de pedofilia na Igreja Católica, terrorismo internacional, a continuação da saga *Star Wars* e sexualidade entre os jovens que compõem a chamada “geração z”.

4.2 Posicionamento em relação ao governo

O grande destaque oferecido por *Veja* ao governo federal nas suas capas não foi resultado do que se pode chamar, exatamente, de um bom trabalho de assessoria de imprensa. Das 29 capas com enfoque em política protagonizadas pelo governo federal, 27 (93,10%) tiveram enquadramento desfavorável. Apenas duas, ambas centradas na figura de Michel Temer, tiveram um posicionamento diferente, sendo uma positiva e outra neutra com relação ao atual presidente da República.

Em todas as 27 capas com enfoque negativo, os protagonistas eram Lula, Dilma ou alguém muito próximo a eles, como Delcídio do Amara, ex-senador pelo PT preso acusado de obstruir as investigações da operação Lava Jato²⁵.

Gráfico 3 – Posicionamento da capa em relação ao governo federal*



*Referente ao universo de 29 capas que fizeram referência direta ao governo federal.
Fonte – Produzido pela autora do trabalho com dados coletados em pesquisa.

Entre as manchetes negativas, pode-se elencar: "Ela passou a faixa"; "Por que caem os presidentes"; "Os 'chaves de cadeia' que cercam Lula"; "A máquina do atraso de Dilma"; "Impeachment"; "A hora da verdade"; "Lula e a lei"; "Dilma em liquidação"; "Fora do baralho"; "Tchau querida, tchau querido".

4.3 Crise econômica e a gestão de Dilma Rousseff

Para além da crise política instaurada no país (abordada no capítulo 1 deste estudo), outra crise, a econômica, também esteve no centro dos debates no último ano²⁶. A desaceleração do crescimento econômico, o aumento da dívida pública e os impactos sociais, como a elevação da taxa de desemprego e a volta da inflação, são fatores que, juntamente com as constantes denúncias de corrupção, contribuíram para o desgaste do governo petista.

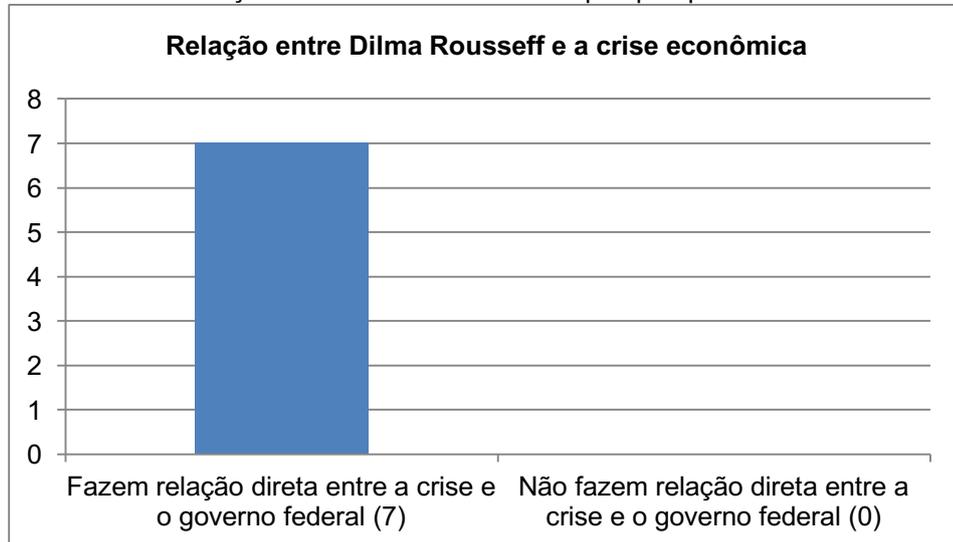
Nesse contexto, o estudo procurou identificar o espaço oferecido pela revista *Veja* à questão da crise econômica nas suas capas durante o período

²⁵ <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/11/1711360-entenda-a-prisao-do-senador-delcidio-do-amaral-em-11-perguntas-e-respostas.shtml>

²⁶ <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-05/entenda-crise-economica>

pesquisado. Mais do que isso, buscou mapear se, quando mencionada, a publicação fazia relação direta entre a crise e a gestão da presidenta Dilma Rousseff.

Gráfico 4 – Presença da crise econômica nas capas pesquisadas



Fonte – Produzido pela autora do trabalho com dados coletados em pesquisa.

O levantamento mostrou que o assunto esteve presente em 7 (12,96%) das 54 capas analisadas. Em duas delas ("A implosão da esperança" e "Estado Brasileiro: um monstro que devora riquezas"), o foco era majoritariamente econômico (embora na primeira a crise já fosse apresentada como uma clara ameaça à continuidade do governo de Dilma e o fundo vermelho utilizado na segunda capa fizesse nítida referência ao governo petista).

Considerando que essas duas capas não foram classificadas entre as desfavoráveis ao governo quando foi avaliado o aspecto político (vide Gráfico 2), pode-se afirmar que o cenário desfavorável ao governo federal ganha um pouco mais de peso ao ser considerado também o aspecto econômico. Assim, são totalizadas 29 capas com enfoque negativo para a gestão de Dilma Rousseff – 53,70% do total veiculado em um ano pela revista.

É interessante notar que as duas capas acima citadas foram veiculadas em sequência: 16 e 23 de setembro de 2015. Naquele momento, embora a operação Lava Jato já tivesse apresentado resultados desfavoráveis – e amplamente divulgados – ao governo de Dilma Rousseff, ela ainda não tinha dominado o espaço destinado ao noticiário político nas capas da revista.

Prova disso é que nenhuma capa veiculada pela *Veja* em setembro de 2015 teve política como foco, tampouco os impactos da Lava Jato. Sequência semelhante só seria verificada entre o final de junho e o começo de agosto, durante o afastamento temporário da ex-presidenta Dilma Rousseff, com seis capas consecutivas dedicadas a outros temas que não a política.

Contudo, isso não quer dizer que o tema estava ausente do noticiário e, conseqüentemente, das capas das revistas. Na edição do dia 09 de setembro, a chamada secundária dava destaque para fala de Michel Temer sobre a queda da popularidade de Dilma: "Com essa popularidade Dilma cai". Já na edição do dia 16, ainda na parte superior da revista, sem ter a pretensão de concorrer com a manchete, o protagonista era Lula, apontado como alvo das investigações da Polícia Federal no âmbito da operação Lava Jato.

Nas outras cinco capas analisadas nesta seção, que tem como foco o impacto da conjuntura econômica na gestão petista a partir do agendamento junto à opinião pública feito pela revista *Veja*, a menção à crise foi feita dentro de um contexto político associado ao econômico. Assim, o impacto negativo delas já havia sido contabilizado na seção anterior deste estudo. Vale registrar que, também nesse cenário, nenhuma capa veiculada no período analisado foi favorável ao governo federal comandado por Dilma Rousseff.

4.4 Palavras utilizadas no contexto político

Além de saber quantas capas estavam relacionadas com o universo político e, entre estas, quantas tinham o governo federal como foco, a pesquisa procurou identificar quais foram as palavras mais utilizadas no material analisado. Sobre este aspecto, vale fazer três apontamentos: 1) tendo em vista que o objetivo da pesquisa é mapear o agendamento do *impeachment* de Dilma Rousseff, foram classificadas apenas as palavras empregadas nas capas que tinham política como foco central; 2) a classificação se deu a partir de uma lista prévia de palavras-chave elaborada pela autora da pesquisa; 3) foram consideradas apenas as palavras apresentadas na manchete (título e texto de apoio), sendo desconsiderado o

conteúdo das chamadas secundárias. Ao todo, foi monitorada a incidência de 50 palavras-chave.

O nome da ex-presidenta foi o termo mais presente nas capas monitoradas. Somente Dilma ou acompanhada do sobrenome Rousseff, a alcunha da mandatária foi citada 18 vezes na capa da revista no período analisado. Essa frequência foi acompanhada de perto pelas menções ao ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, citado 16 vezes nas capas do periódico. Entre os personagens, o terceiro protagonista foi Michel Temer com 6 aparições (tanto como vice-presidente quanto como interino, embora ambas palavras só tenham sido mencionadas uma vez cada).

Vale registrar que poucas foram as menções a atores que faziam oposição política à gestão petista. A polarização da sociedade brasileira, verificada desde os protestos de 2013 e intensificada com as eleições de 2014, não foi representada nas capas da revista *Veja* no ano que antecedeu o *impeachment* de Dilma Rousseff.

O senador Aécio Neves (PSDB/MG)²⁷, candidato derrotado nas eleições presidenciais de 2014 e alçado à função de maior representante da oposição após o resultado das urnas, foi mencionado apenas uma vez na capa da publicação. Outro nome de destaque nesse contexto, José Serra (PSDB) teve uma presença um pouco menos discreta: duas menções. Já o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, também do PSDB, foi mencionado apenas na capa dedicada ao seu “diário” e reflexões.

Delcídio do Amaral, Eduardo Cunha e o juiz Sérgio Moro foram mencionados três vezes cada um nas capas veiculadas durante o período pesquisado, notoriamente por razões distintas. Em uma das vezes em que foi citado (edição de retrospectiva de 2015), fotografia de Sérgio Moro estampou a totalidade da capa e ele foi apresentado como a personalidade que salvou o ano de 2015 por ter dado ao Brasil a primeira esperança real de vencer a corrupção. Do outro lado do balcão, Amaral também teve uma capa dedicada à sua figura e com fotografia ocupando a totalidade do espaço. O enfoque, contudo, era a expectativa com o que o agora ex-senador poderia revelar após a sua prisão no âmbito da operação Lava

²⁷ Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB)

Jato. Segundo a revista, Amaral era testemunha-chave em virtude da proximidade com Lula e Dilma.

Tabela 02 – Lista de palavras mencionadas nas capas da revista *Veja* no período pesquisado*

PALAVRA	APARIÇÕES	PALAVRA	APARIÇÕES
Aécio	1	Lava Jato	10
Cadeia	1	Lula	16
Campanha	2	Mensalão	2
Capitalismo	1	Michel Temer	6
Comunismo	0	Parlamentar	0
Corrupção	3	Pedalinho(s)	0
CPMF	1	Petrolão	4
Crise	1	PMDB	3
Delação	4	Política Federal	0
Delator	1	PP	1
Delcídio Amaral	3	Presidenta	0
Deputado	0	Presidente	5
Dilma/Dilma Rousseff	18	Prisão	3
Eduardo Cunha	3	PSDB	0
Escândalo	1	PT	1
Especial	3	Recessão	1
Esperança	1	Renan Calheiros	1
Ex-presidente	2	Riqueza	0
Exclusivo	8	Senador	0
FHC	1	Sérgio Moro/Moro	3
Golpe	0	Serra	2
Impeachment	5	Sítio	3
Inflação	1	Socialismo	0
Interino	1	Tríplices	3
Investigação(ões)	0	Vice-presidente	1

*Apenas para as capas que tiveram política como tema principal/manchete.

Fonte – Produzida pela autora do trabalho com dados coletados em pesquisa.

4.4.1 Termos associados à corrupção

Lava Jato, petrolão e delação são algumas palavras que passaram a fazer parte do vocabulário nacional nos últimos meses, em especial após a intensificação da operação Lava Jato, com suas fases chegando cada vez mais próximas do topo da cadeia política brasileira. Elas se juntaram a outras velhas

conhecidas da população, como corrupção e mensalão, no campo representativo da má gestão e depravação com a coisa pública.

Em um contexto de noticiário altamente desfavorável à figura governamental, como verificado aqui, não é surpresa que a utilização dessas palavras tenha sido um recurso recorrente no material analisado. O grande destaque fica por conta da ampla visibilidade concedida à operação Lava Jato, mencionada 10 vezes. Na outra ponta, uma possível explicação para a baixa incidência da palavra corrupção (3 aparições) pode estar na utilização de “nomes próprios” para casos específicos envolvendo má administração pública, como petrolão (4) e mensalão (2).

Ainda nesse ponto vale registrar a presença de outras duas palavras que, em meio à crise política atual, ganharam conotação negativa: tríplex (3) e sítio (3). Associadas à figura do ex-presidente Lula, as palavras passaram a gravitar no campo semântico da corrupção após denúncias de que empreiteiras teriam feito melhorias em imóveis do ex-presidente como forma de pagamento de propina. Outra palavra incorporada a esse campo foi “pedalinho”, mas ela não chegou a ser utilizada nenhuma vez nas capas pesquisadas.

4.4.2 *Destaque para o ineditismo*

Ao longo do período pesquisado, a revista *Veja* utilizou amplamente o recurso de destacar um conteúdo apresentado com exclusividade para o leitor. Em oito capas as manchetes foram acompanhadas pela palavra “exclusivo”, geralmente apresentada na parte superior da chamada principal.

Em outras três ocasiões, a publicação destacou o fato de estar oferecendo um material preparado com mais atenção e profundidade. Essa mensagem foi passada por meio da retranca “especial” também colocada logo acima da manchete da edição.

4.4.3 *Outros elementos observados*

Dilma Rousseff foi a primeira mulher a ocupar a presidência da República no Brasil. Para ela, a representatividade do feito deveria ser acompanhada de elementos capazes de fortalecer a figura feminina, como menção às “brasileiras”

antes de “brasileiros” sempre que se pronunciava à nação e do reconhecimento do seu posto como presidenta, e não presidente.

No entanto, exceto por parte dos veículos de comunicação oficiais, públicos ou com linha editorial voltada à esquerda, não houve boa aceitação da orientação para utilização da palavra presidenta e a *Veja* não foi exceção, como constatado neste levantamento. Em nenhuma das vezes que foi citada Dilma foi chamada de “presidenta” pela revista analisada. Por outro lado, a palavra “presidente” foi utilizada cinco vezes nas capas durante o período pesquisado. Aqui, contudo, valem duas ressalvas: o termo “presidente” foi utilizado não somente em referência a Dilma, mas também a outros atores como Lula e presidente de partido. Além disso, a expressão “ex-presidente” foi contabilizada separadamente, com duas aparições.

Há que se notar que a palavra *impeachment* apareceu 5 vezes na capa da revista, sendo que uma delas foi a manchete da edição do dia 9 de dezembro de 2015, logo após o ex-presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha (PMSB/RJ), aceitar o pedido de afastamento da presidenta encaminhado pelos juristas Miguel Reale Júnior, Janaína Paschoal e Hélio Bicudo.

Por outro lado, a palavra “golpe”, amplamente utilizada pelos movimentos de esquerda para se referir ao processo legislativo que culminaria com a perda do mandato de Dilma, não foi utilizada uma única vez nas capas da publicação durante o período analisado neste estudo.

4.5 Além da manchete: política nas chamadas secundárias

Embora a manchete seja o grande destaque em uma capa de revista, ela geralmente não é o único conteúdo veiculado nesse espaço nobre e com ampla visibilidade. Recurso bastante utilizado pelos periódicos é a utilização de “chamadas secundárias”. Nelas são feitas a divulgação de outras matérias consideradas atraentes para o leitor, mas que não tiveram fôlego e/ou relevância para se tornarem o principal conteúdo daquela edição.

Partindo desse entendimento, a pesquisa aqui apresentada também se debruçou no mapeamento do conteúdo veiculado pela revista *Veja* nesses espaços. O período e as capas analisadas são os mesmos contemplados no levantamento sobre as manchetes.

No espaço de tempo pesquisado foram publicadas 74 chamadas secundárias em 42 capas da revista *Veja*. Nas outras 12 edições analisadas, não havia qualquer outro conteúdo que competisse com a manchete pela atenção do leitor. Destas, 8 (19,04%) capas tinham assuntos relacionados à política como o seu destaque. As demais tratavam de temas diversos: retrospectiva 2015, a morte de David Bowie, terrorismo internacional e as Olimpíadas de 2016.

Mesmo não tendo sido um recurso utilizado em todas as capas monitoradas, o número de chamadas secundárias é superior ao total de exemplares pesquisados porque, quando empregado, ele foi utilizado uma, duas ou até três vezes em uma mesma edição.

Figura 2 – Capa da revista *Veja* com chamadas secundárias (“Preço de banana” e “Rio de Janeiro”)



Uma característica das chamadas secundárias é que elas podem antecipar um determinado assunto que, em breve, ganhará fôlego e terá sua

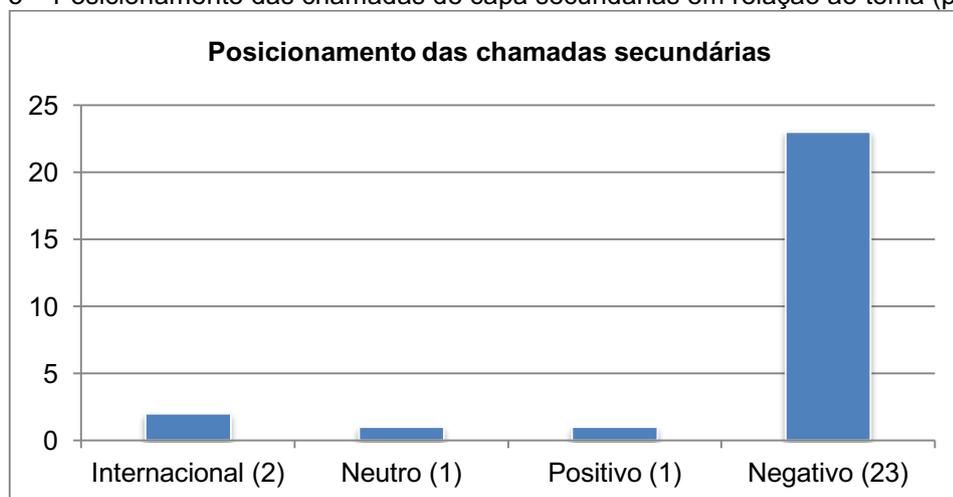
repercussão ampliada. Exemplo prático disso pode ser verificado a partir da chamada secundária veiculada por *Veja* na sua edição do dia 7 de outubro de 2015. Naquele momento, a revista fazia ali uma primeira menção ao possível pagamento da reforma de um apartamento do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva por uma empreiteira envolvida no escândalo do Petrolão. Ainda de maneira tímida, a chamada da matéria na capa se deu por meio de uma tira vermelha na lateral inferior direita com o seguinte texto: “Exclusivo – Empreiteira do Petrolão pagou reforma do apartamento de Lula”.

A partir daquele momento o assunto ganharia destaque e passaria a ser foco da imprensa brasileira por um longo período de tempo, chegando a ser a manchete da edição veiculada no dia 27 de janeiro de 2016, conforme pode ser verificado na Figura 2.

4.5.1 Cenário desfavorável também nas chamadas secundárias

No universo de 74 chamadas secundárias classificadas, 27 (36,48%) tinham como enfoque questões relacionadas à política. Nesse contexto, foi verificado que 23 inserções (85,18%) tinham conotação negativa. Entre as restantes, uma única positiva (dedicada a Michel Temer durante o seu mandato como interino) e uma neutra (referente ao discurso de posse elaborado por Tancredo Neves que nunca foi lido por João Baptista Figueiredo, presidente do Brasil entre 1979 e 1985).

Gráfico 5 – Posicionamento das chamadas de capa secundárias em relação ao tema (política)*



*Referente ao universo de 27 chamadas secundárias que tinham como foco questões relacionadas à política.

Fonte – Produzido pela autora do trabalho com dados coletados em pesquisa.

Por fim, vale registrar que, entre as 27 menções ao contexto político contabilizadas nesse espaço, 23 (85,18%) faziam referência direta ao governo federal. Entre elas, apenas uma citação positiva: a veiculada na capa do dia 6 de julho de 2016 na qual o então presidente interino Michel Temer pontua aspectos fortes da sua gestão que seriam capazes de reconduzir o país para o rumo correto. Todas as chamadas secundárias que tiveram como foco o governo federal e que foram veiculadas durante a gestão da presidenta petista foram desfavoráveis à sua administração.

CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como objetivo investigar em que medida a cobertura oferecida pelos meios de comunicação brasileiros, em especial a revista semanal *Veja*, contribuiu para o agendamento, junto à opinião pública brasileira, do *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff.

Se é fato que os meios de comunicação exercem papel central na prática política, atuando como mediadores entre líderes, eleitores e a realidade que os cerca, como afirma Miguel (2002b), então é inquestionável a sua influência em processos como o que culminou no afastamento da ex-presidenta Dilma Rousseff, em agosto de 2016.

Uma ação com consequências tão relevantes, cujo debate chega a colocar em discussão a manutenção do Estado Democrático de Direito no país, não teria obtido êxito se não contasse com o apoio de parcela significativa da opinião pública, ainda que em menor intensidade do que o verificado em 1992 com Fernando Collor de Mello²⁸.

E nesse ponto a imprensa desempenhou papel estratégico no sentido de agendar na sociedade brasileira o debate acalorado sobre problemas políticos, econômicos e de gestão do governo petista nos 12 meses que antecederam o julgamento final e o afastamento definitivo de Dilma Rousseff.

A partir da análise das capas da revista com a maior circulação no país foi possível constatar que não houve trégua ao governo, inclusive com longos períodos pautados exclusivamente por graves denúncias de corrupção. Durante 14 semanas consecutivas, a *Veja* dedicou seu espaço mais nobre a conteúdos relacionados ao universo da política, principalmente aos desdobramentos da operação Lava Jato, investigação de corrupção e lavagem de dinheiro coordenada pela Justiça Federal em Curitiba e o Ministério Público Federal.

Das 54 capas veiculadas pela publicação no período, 29 (53,70%) fizeram referência direta ao governo federal, com 27 (93,10%) manchetes negativas à gestão petista, grande parte desse conteúdo centrado entre os meses de outubro de

²⁸ http://brasil.elpais.com/brasil/2016/03/29/politica/1459204368_312873.html

2015 e maio de 2016, quando a ex-presidenta já estava afastada provisoriamente enquanto o processo era analisado pelo Senado Federal. Talvez não por acaso, naquele momento Dilma Rousseff apresentasse índice de reprovação superior a 60%, segundo o Datafolha.

É interessante registrar, entretanto, que quando o enfoque do texto era dirigido para casos de corrupção, na maioria das vezes o nome em destaque era o do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. O de Dilma foi mais apresentado em outros contextos, como a inabilidade política e/ou a má administração (inclusive responsabilizando Dilma Rousseff pela crise econômica pela qual o país atravessa). Segundo a metodologia de análise de conteúdo descrita por Bardin (2009), as repetições de um mesmo tema ou da mesma palavra podem indicar importância, ambivalência, denegação ou presença indiscutível da ideia recusada.

Também chamou a atenção a desvinculação entre Michel Temer e o governo petista feita pela revista durante o período pesquisado. Na edição do dia 9 de setembro de 2015, por exemplo, quando a crise ainda não tinha atingido seu ápice, o então vice-presidente decreta em uma chamada secundária: “Com essa popularidade Dilma cai”. Ali, um desavisado que não soubesse exatamente o posto ocupado pelo interlocutor poderia pensar até que se tratasse de um opositor político. Em outro momento, já em um contexto completamente diferente e com Michel Temer ocupando o cargo de presidente interino, a capa do dia 4 de maio de 2016 apresenta “As apostas de Temer” para reerguer o Brasil. Embora tivesse assumido interinamente há poucos dias, Temer já falava – e era ouvido – como o novo mandatário da nação.

Ainda nesse cenário de governo petista *versus* Temer vale ressaltar o aspecto visual utilizado nas capas nos dois contextos. Para Lula, Dilma e seus aliados, capas pesadas, carregadas em cores fortes como o preto e o vermelho (justificável por ser a cor do partido e da esquerda, portanto, elemento que por si só é capaz de fazer uma relação direta, mas que nos últimos tempos ganhou uma conotação ainda mais negativa para parte da imprensa e da sociedade brasileira), além de ilustrações ou imagens com elementos assustadores como crocodilo, cobras e tubarão. Nas duas capas ilustradas por fotografias de Michel Temer predominou a cor cinza (em uma delas em tom claro) e em nenhuma das duas foi utilizado qualquer outro recurso visual, como ilustrações ou a manipulação da

imagem para a inserção de um elemento externo. Essa análise qualitativa do conteúdo, como preconiza Bardin (2009), é caracterizada pelo fato de "[...] a 'inferência – sempre que é realizada – ser fundada na presença do índice (tema, palavra, personagem, etc.), e não sobre a sua aparição, em cada comunicação individual" (p. 115-116).

Ao que a análise de conteúdo indica, a revista acolheu Michel Temer como sendo a esperança não só de retomada do crescimento econômico, mas também o caminho mais curto para a libertação do Brasil do populismo e do bolivarianismo, a exemplo do que ocorreu recentemente na Argentina e na Venezuela em processos que deram “orgulho dos vizinhos”²⁹.

Sendo assim, a partir do cenário verificado na análise de conteúdo preconizada por Bardin (2009), é possível questionar o entendimento de que os profissionais de comunicação, em especial os que trabalham na redação da *Veja*, tenham a imparcialidade como elemento central das suas autoimagens, como destaca MIGUEL e BIROLI (2009). Em momento algum do levantamento foi constatada qualquer tentativa da publicação de se manter isenta ou de buscar um debate plural. Pelo contrário, o posicionamento desfavorável e combativo à gestão petista ficou fortemente evidenciado.

Como resultado, após a veiculação de 27 capas desfavoráveis ao longo de um ano (93,10% das capas que mencionaram o governo federal e 50% do total), é possível afirmar que o agendamento não só do tema, mas do posicionamento negativo junto à opinião pública, foi efetuado (como pode ser verificado pelas sucessivas avaliações negativas do governo divulgadas pelos institutos de pesquisa, como mostram os dados do Datafolha aqui apresentados). Entretanto, a contribuição efetiva da revista *Veja* nesse processo é algo que não pode ser medido com este estudo. Por outro lado, não há como ignorar a importância desempenhada pelo veículo de comunicação para o processo que culminou no afastamento definitivo de Dilma Rousseff.

Vale ressaltar, contudo, que o *impeachment* não aconteceu por comprovação da participação da ex-presidenta em qualquer escândalo de corrupção. Aliás, até o momento da conclusão desse trabalho, Dilma Rousseff não

²⁹ Na edição do dia 16 de dezembro de 2015, a revista estampou a seguinte chamada secundária: “Orgulho dos vizinhos – Argentinos e venezuelanos saem na nossa frente e derrotam o populismo”

tinha sobre si qualquer acusação. As razões que afastaram a presidenta foram outras, ou “o conjunto da obra”³⁰, como alguns parlamentares chegaram a justificar os seus votos. O que não se sabe, ainda, é até que ponto esse entendimento está claro entre a população brasileira. Durante todo o processo ouviu-se falar muito pouco sobre quais seriam as razões concretas para o seu afastamento. A exemplo do que foi constatado neste estudo, o noticiário dos últimos meses da gestão petista foi dominado por escândalos de corrupção. A revista *Veja*, inclusive, não deu qualquer destaque para as acusações que justificaram o afastamento da ex-presidenta. Nem manchete, nem chamada secundária.

A História está sendo escrita neste momento e ainda há muito o que vir à tona. Por enquanto, é difícil afirmar qual será, no futuro, o papel atribuído à imprensa brasileira nesse episódio. O que, provavelmente, será inquestionável é a efetiva contribuição dela para que o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff tenha tido o desfecho que teve.

³⁰ http://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/28/politica/1472343210_362254.html

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE EDITORES DE REVISTAS (ANER). **Circulação Revistas Semanais – 2013 x 2014 (Jan a Set)**. Disponível em: <<http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/>>. Acesso em: 20 set 2016

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

BBC Brasil. **Protestos e repressão acirram tensão em São Paulo**. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/06/130604_protestos_saopaulo_mdb_dt> Acesso em: 21 set. 2016.

BENITES, Afonso. **“Impeachment de Collor era quase um consenso no país. Hoje há os prós e contras”**. El País. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2016/03/29/politica/1459204368_312873.html> Acesso em: 20 set. 2016

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm> Acesso em: 16 set. 2016

BRASIL. Lei nº 11.300, de 10 de maio de 2006. Dispõe sobre propaganda, financiamento e prestação de contas das despesas com campanhas eleitorais, alterando a Lei no 9.504, de 30 de setembro de 1997. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11300.htm> Acesso em: 16 set. 2016

CÂMARA NOTÍCIAS. **OAB entrega novo pedido de impeachment de Dilma Rousseff**. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/POLITICA/505979-OAB-ENTREGA-NOVO-PEDIDO-DE-IMPEACHMENT-DE-DILMA-ROUSSEFF.html>> Acesso em: 16 set. 2016

CAVALCANTE, Ricardo Bezerra; CALIXTO, Pedro; PINHEIRO, Marta Macedo Kerr. **Análise de conteúdo: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método**. Informação & Sociedade: Estudos, João Pessoa, v.24, n.1, p. 13-18, jan./abr. 2014

CHAMPAGNE, Patrick. **Formar a opinião: o novo jogo político**. Petrópolis: Vozes, 1998.

DATAFOLHA. **Políticas sociais e economia alavancam aprovação a Dilma**. Disponível em: < <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2013/03/1259083-politicas-sociais-e-economia-alavancam-aprovacao-a-dilma.shtml>> Acesso em: 15 set. 2016

_____ **Aprovação a governo Dilma Rousseff cai 27 pontos em três semanas**. Disponível em: < <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2013/06/1303659-aprovacao-a>

governo-dilma-rousseff-cai-27-pontos-em-tres-semanas.shtml> Acesso em: 15 set. 2016

_____ **Aprovação a Dilma cai oito pontos.** Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2013/06/1292647-aprovacao-a-dilma-cai-oito-pontos.shtml>> Acesso em: 15 set. 2016

_____ **Aprovação a governo Dilma Rousseff cai, e reprovação a petista dispara.** Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2015/02/1587329-aprovacao-a-governo-dilma-rousseff-cai-e-reprovacao-a-petista-dispara.shtml>> Acesso em: 15 set. 2016

_____ **Recorde, rejeição a Dilma atinge 65%.** Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2015/06/1646136-recorde-rejeicao-a-dilma-atinge-65.shtml>> Acesso em: 15 set. 2016

_____ **Reprovação à gestão Dilma recua e volta a nível pré-manifestação.** Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2016/04/1759676-reprovacao-a-gestao-dilma-recua-e-volta-a-nivel-pre-manifestacao.shtml>> Acesso em: 13 set. 2016

EL PAÍS. Randolfe Rodrigues: **“Se é pelo conjunto da obra, então vamos afastar a presidenta e o vice”.** Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/28/politica/1472343210_362254.html> Acesso em: 21 set. 2016

FOLHA DE S. PAULO. **Entenda a prisão do senador Delcídio do Amaral em 11 perguntas e respostas.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/11/1711360-entenda-a-prisao-do-senador-delcidio-do-amaral-em-11-perguntas-e-respostas.shtml>> Acesso em: 12 set. 2016

G1. **61% apoiam impeachment de Dilma e 58%, de Temer, diz Datafolha.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/04/61-apoiam-impeachment-de-dilma-e-58-de-temer-diz-datafolha.html>> Acesso em: 13 set. 2016

GARCIA, Giselle. **Entenda a crise econômica.** Agência Brasil. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-05/entenda-crise-economica>> Acesso em: 12 set. 2016

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa.** São Paulo: Paulus, 2004.

IKEDA, Ana Akemi; CHANG, Sandra Rodrigues da Silva. **Análise de conteúdo – Uma experiência de aplicação na pesquisa em comunicação social.** Comunicação & Inovação, pp. 5-13, julho/dezembro 2005.

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion.** New York: The MacMillan Company, 1922.

MARANHÃO, Jorge. **Mídia e cidadania: faça você mesmo.** Rio de Janeiro:

Topbooks, 1993.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. São Paulo: Contexto, 2008.

McCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L.. **A função do agendamento dos media**. In: TRAQUINA, Nelson. O poder do jornalismo - Análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

MIGUEL, Luis Felipe. **A mídia e o declínio da confiança na política**. Porto Alegre: Sociologias nº 19, pp. 250-272, jan/jun, 2008. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/7168/1/ARTIGO_MidiaDeclinioConfiancaPolitica.pdf>. Acesso em: 03 set. 2016.

_____. **Os meios de comunicação e a prática política**. São Paulo: Lua Nova nº 55-56, pp. 155-184, 2002a. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ln/n55-56/a07n5556.pdf>>. Acesso em: 03 set. 2016.

_____. **Política e Mídia no Brasil: episódios da história recente**. Brasília: Editora Plano, 2002b.

MIGUEL, Luis Felipe e BIROLI, Flávia. **A produção da imparcialidade: a construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística**. Belo Horizonte: Compós, 2009. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/7085/1/ARTIGO_ProducaoImparcialidadeConstrucao.pdf>. Acesso em: 03 set. 2016.

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL (MPF). **Caso Lava Jato**. Disponível em: <<http://lavajato.mpf.mp.br/entenda-o-caso>> Acesso em: 16 set. 2016

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. **La espiral de silencio**. Barcelona: Paidós, 1995.

O ESTADO DE S. PAULO. **A razão contra a baixaria e a apelação**. Disponível em: <<http://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,a-razao-contra-a-baixaria-e-a-apelacao-imp-,1559888>>. Acesso em: 04 set. 2016.

_____. **Alívio e esperança**. Disponível em: <<http://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,alivio-e-esperanca-imp-,1572728>>. Acesso em 04 set. 2016.

RODRIGUES, Malena Rehbein. **Imprensa e Congresso ou Como a mídia pauta a política**. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2002.

SADI, Andréia. **Leia a íntegra da carta enviada pelo vice Michel Temer a Dilma**. G1. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2015/12/leia-integra-da-carta-enviada-pelo-vice-michel-temer-dilma.html>> Acesso em: 21 set. 2016

TOCQUEVILLE, Aléxis de. **A democracia na América**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo – Análise e textos da teoria do**

agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE). **Estatísticas eleitorais 2014.** Disponível em: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-candidaturas-2014/copy_of_estatisticas-eleitorais-2014> Acesso em: 15 set. 2016

UOL. **Em dia de maior mobilização, protestos levam mais de 1 milhão de pessoas às ruas no Brasil.** Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/em-dia-de-maior-mobilizacao-protestos-levam-centenas-de-milhares-as-ruas-no-brasil.htm>> Acesso em: 20 set. 2016

_____. **Intenção de voto no 1º turno para presidente.** Disponível em: <<http://eleicoes.uol.com.br/2014/pesquisas-eleitorais/brasil/1-turno/>> Acesso em: 16 set. 2016

_____. **Intenção de votos válidos no 2º turno para presidente.** Disponível em: <<http://eleicoes.uol.com.br/2014/pesquisas-eleitorais/brasil/2-turno/>> Acesso em: 16 set. 2016

VEJA. São Paulo: Editora Abril. 02/09/2015 a 31/08/2016.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação de Massa.** 7ª ed. Lisboa: Editorial Presença, 2002.

APÊNDICE A – Capas analisadas



02/09/2015



09/09/2015



16/09/2015



23/09/2015



30/09/2015



07/10/2015



14/10/2015



21/10/2015



28/10/2015



04/11/2015



11/11/2015



18/11/2015



25/11/2015



02/12/2015



09/12/2015



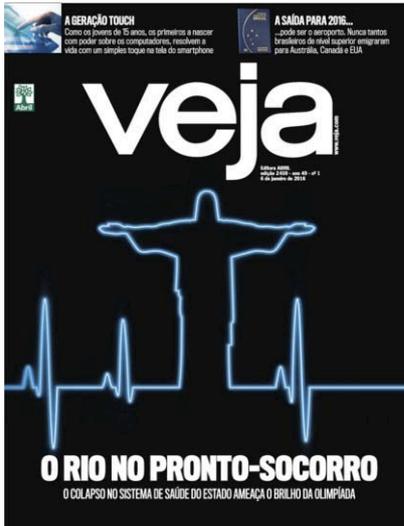
16/12/2015



23/12/2015



30/12/2015



06/01/2016



13/01/2016



20/01/2016



27/01/2016



03/02/2016



10/02/2016



17/02/2016



24/02/2016



02/03/2016



09/03/2016



16/03/2016



23/03/2016



30/03/2016



06/04/2016



13/04/2016



20/04/2016



21/04/2016



27/04/2016



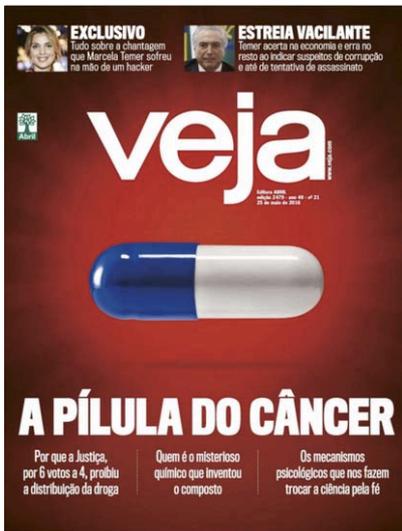
04/05/2016



11/05/2016



18/05/2016



25/05/2016



01/06/2016



08/06/2016



15/06/2016



22/06/2016



29/06/2016



06/07/2016



13/07/2016



20/07/2016



27/07/2016



03/08/2016



10/08/2016



17/08/2016



24/08/2016



31/08/2016