O Governo, a Imprensa e a Narrativa: Um Estudo sobre o Adversarial Journalism nas capas de O Globo e Folha de S. Paulo Durante a Crise do Governo Dilma [1]

Li-Chang SHUEN[2]

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

Resumo: Neste artigo, analisamos a forma como o *adversarial journalism* se manifestou nas manchetes e chamadas de capa dos jornais O Globo e Folha de S. Paulo durante a crise do segundo mandato da presidente Dilma Rousseff. O estudo contemplou 793 unidades textuais. Defendemos a hipótese de que os jornais contribuíram, com sua narrativa, para a crise do governo eleito ao agirem como atores políticos de oposição. Os resultados mostram que os jornais se comportaram como contendores políticos e foram agentes ativos no processo de desestabilização do governo durante a crise, assumindo que o jornalismo adversário é uma instituição política de relevância no cenário nacional.

Palavras-chave: Adversarial Journalism. Crise. Governo. Narrativa. Dilma Rousseff.

1 Introdução

Neste artigo, apresentamos os resultados de pesquisa de pós-doutorado sobre a narrativa construída pelos jornais O Globo e Folha de S. Paulo para a crise do segundo mandato de Dilma Rousseff. Por questões de espaço, optamos por diluir os aspectos teóricos ao longo da análise, para não sacrificar a discussão dos resultados. O ponto de partida foi a inquietação sobre a forma como o jornalismo adversário se manifesta concretamente nas notícias e nas narrativas que os jornais contam por meio de notícias supostamente isentas, porque contadas segundo a técnica jornalística.

A hipótese de trabalho é que os jornais, como instituição e atores políticos, contribuíram com a sua narrativa para desestabilizar o governo ao amplificarem uma crise que era real, mas que ganhou contornos de evento midiático durante seu desenvolvimento. A imprensa foi um partido de oposição concreto ao governo, somando-se às forças oposicionistas no Congresso Nacional. Importante salientar, porém, que não defendemos

[1] Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão. Doutora em Ciências Sociais pela Universidade de Brasília. Estágio Pós-Doutoral no Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Pesquisa financiada com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão – Fapema. Email: lichangshuen@gmail.com

a tese da manipulação do resultado da crise pela mídia, afinal, a realidade política é complexa demais e os atores envolvidos, os mais variados, com interesses igualmente variados, mas que justamente porque convergiram, esses interesses e atores encontraram nas páginas dos jornais tanto o local de diálogo entre eles e como o ambiente de enfrentamento ao governo. O jornalismo adversário foi mais um elemento de desestabilização, que se somou a outros não contemplados nesta pesquisa.

A composição do corpus é esta: jornais Folha de S. Paulo e O Globo, escolhidos pelo critério circulação; apenas manchetes e chamadas; apenas manchetes e chamadas com valência (viés) negativa; apenas manchetes que citam Dilma ou Presidente/a ou Governo/Planalto ou Petista (para se referir à Dilma) no título; apenas os títulos das manchetes e chamadas. Com esse recorte, processamos um total de 793 unidades textuais. Período de composição do corpus: de 27 de outubro de 2014 (dia seguinte à reeleição) a 13 de maio, dia seguinte à abertura do processo de impeachment no Senado. Consideramos, portanto, que o segundo mandato de Dilma começa em 27 de outubro de 2014 e se encerra em 12 de maio de 2016. Ao todo são 359 manchetes e chamadas da Folha e 434 de O Globo.

A análise da narrativa jornalística obedeceu aos seguintes passos: identificação da intriga; identificação dos personagens; identificação do narrador/das vozes que contam a história; reconstrução da intriga; análise. Utilizamos o programa de processamento textual *Iramuteq*, um software livre que oferece dados estatísticos e gráficos da análise linguística como auxiliar. O artigo está estruturado em três partes: introdução, apresentação e discussão dos resultados e considerações finais.

2 Jornalismo adversário: oposição impressa nas capas dos jornais

A narrativa jornalística é um artefato cultural e político. A unidade dessa narrativa, a notícia, é um produto contextual: não depende apenas do fluxo dos acontecimentos, mas também de fatores sociais, econômicos, culturais, políticos, organizacionais e até pessoais (dos jornalistas). A teoria do jornalismo reconhece que a notícia é um artefato que ajuda a estruturar a realidade, em um processo de construção daquilo que as pessoas vão consumir como real e tangível (TRAQUINA, 2004; TUCHMAN, 1983; SOUSA, 2002; ALSINA, 1996). Os avanços do campo teórico já nos permitem perceber no jornalismo mais que uma atividade que cumpre uma função social:

jornalismo é cada vez mais percebido como ator social e político, cuja atuação vai muito além de reportar o mundo (THOMPSON, 2002; SPARROW, 1999; GRABER, MACQUAIL & NORRIS, 2008; COOK, 2005; MIGUEL, 2002; LIMA, 2006; ALDÉ, MENDES & FIGUEIREDO, 2007.

A visão de jornalismo como agente de vigilância é um resquício romântico que se mantém, mas o entendimento de que essa vigilância não é desinteressada faz avançar o campo teórico em direção tanto à noção de jornalismo adversário quanto de jornalismo como instituição política. Como forma de buscar credibilidade, autoridade e legitimidade para um veículo de comunicação, o jornalismo adversário

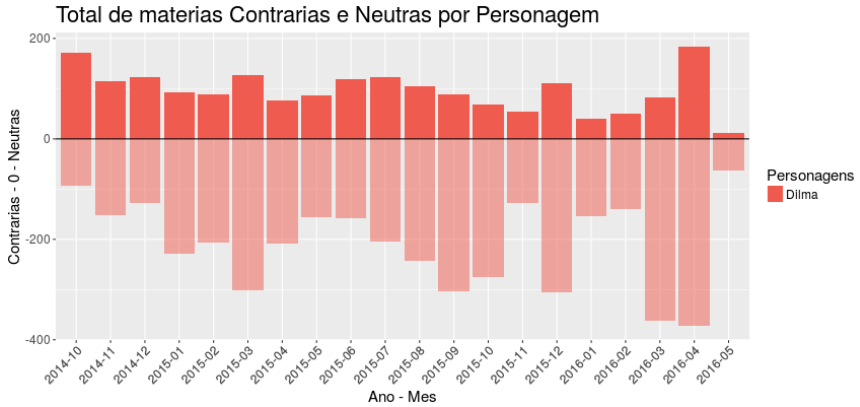
> se caracteriza por ter como finalidade principal legitimar o próprio jornalismo como um poder e ator fundamental da cena pública. Tal cobertura baseia-se na oposição entre os campos jornalístico e político, através da desqualificação intensa da política, seus principais atores e instituições representativas (GUAZINA, 2011, p.19).

Ao adotar a perspectiva de que a imprensa pode agir como um adversário, e até como uma espécie de partido, reconhecemos a natureza eminentemente política do jornalismo (GRAMSCI, 2006). A técnica, que oferece a ilusão da objetividade, apenas legitima visões de mundo e interesses que estão além da mera publicização de fatos que atendem aos critérios de noticiabilidade e valores-notícia. Os jornais impressos, mesmo em uma era dominada pelo audiovisual e pelos meios digitais, mantêm-se relevantes tanto como veículos quanto como objeto de estudos por serem o canal privilegiado por onde flui o diálogo entre elites políticas. Esse diálogo é estruturado em forma de narrativas: as notícias contam as histórias que as elites em diálogo querem ouvir e falar – mais falar que ouvir, pois a voz do jornal que narra é, muitas vezes, a voz dessas mesmas elites em disputa pela hegemonia. Nesse sentido, "Narrar não é, portanto, apenas contar ingenuamente uma história, é uma atitude argumentativa, um dispositivo de linguagem persuasivo, sedutor e envolvente. Narrar é uma atitude – quem narra quer produzir certos efeitos de sentido através da narração" (MOTTA, 2013, p.74).

Antes de partimos para a análise da narrativa, é importante destacarmos aspectos quantitativos que ajudam a compreender a intriga contada nas páginas dos dois jornais em 19 meses de cobertura. O primeiro gráfico nos mostra que o segundo mandato de Dilma não teve o chamado período de lua de mel com a imprensa. Em levantamento feito

pelo Manchetômetro[3], percebe-se que Dilma já enfrentou o fogo pesado da mídia logo depois da reeleição. O *adversarial journalism* começa imediatamente após o resultado das urnas – visto de outro ângulo, ele continua exatamente de onde estava até o dia da eleição. E se intensifica após o início oficial do segundo mandato, em janeiro de 2015.

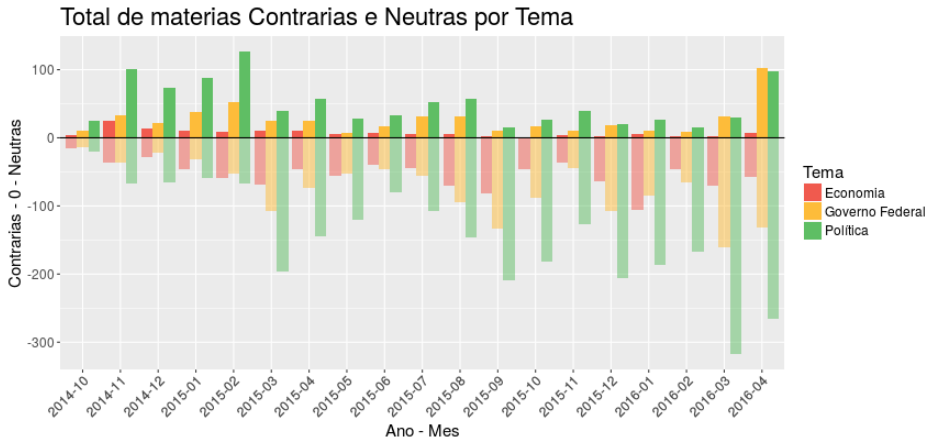
Gráfico 1: cobertura negativa agregada para o marcador Dilma Rousseff[4]



Fonte: Manchetômetro. Gráfico personalizado a partir da cobertura para a personagem Dilma nos jornais Folha de S. Paulo, Estadão, O Globo e Jornal Nacional de out/14 a mai/16

No segundo gráfico, temos apenas a cobertura da Folha de S. Paulo, com os marcadores Economia, Governo Federal e Política.

Gráfico 2: Folha de S. Paulo, temas agregados



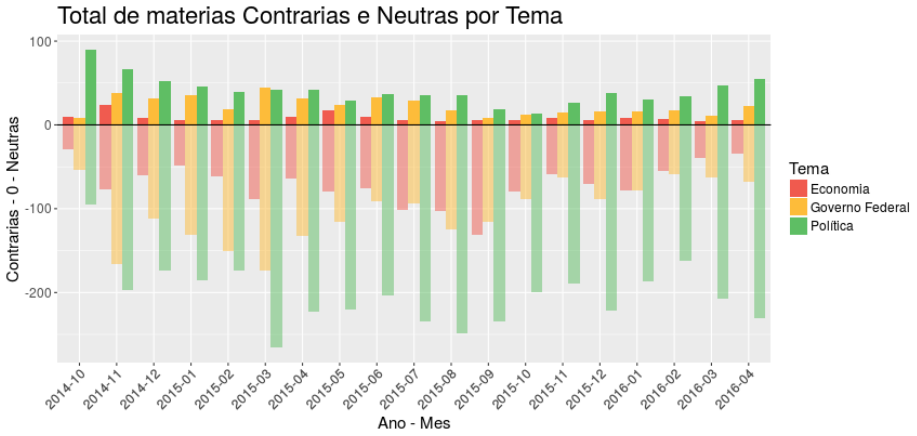
Fonte: Manchetômetro. Gráfico personalizado a partir da cobertura para os marcadores Governo Federal, Economia e Política no jornal Folha de S. Paulo.

[3] No site do Manchetômetro é possível produzir, a partir da enorme base de dados disponibilizada, gráficos personalizados de cobertura por tema, personagem, jornal e período de cobertura. O site é o www.manchetometro.com.br

[4] As legendas dos gráficos gerados pela plataforma do Manchetômetro não são originalmente acentuadas.

O terceiro gráfico mostra a cobertura para os mesmos marcadores no jornal O Globo.

Gráfico 3: O Globo, temas agregados



Fonte: Manchetômetro. Gráfico personalizado a partir da cobertura para os marcadores Governo Federal, Economia e Política no jornal O Globo Nacional de out/14 a mai/16

A leitura dos gráficos 2 e 3 nos permite afirmar que o jornal O Globo deu mais ênfase à crise política que a Folha de S. Paulo (nos dois últimos meses do período de análise, a ênfase na crise política, por motivos óbvios, foi praticamente igual em ambos os jornais). Nos dois gráficos a cobertura política é maior, mas, proporcionalmente, o peso dado às questões políticas por O Globo nos permite sustentar a hipótese de que a narrativa não é igual para os dois veículos, pois enquanto um privilegia a intriga política, outro privilegia a intriga econômica. Isso revela muito sobre o contexto no qual os veículos se encontram. O jornal O Globo pretende ser a voz das elites políticas que orbitam a antiga capital do país, enquanto a Folha se coloca ao lado das elites econômicas (e, por isso, também políticas) sediadas em São Paulo.

A intriga e os narradores

As teorias do jornalismo nos ensinam que o conflito é um dos valores-notícia a serem observados pelos jornalistas ao selecionarem os fatos que irão se transformar em notícia (TRAQUINA, 2004; SCHUDSON, 1978; TUCHMAN, 1983). Motta e Guazina (2010, p.133) o colocam em um nível hierárquico superior, ao sustentar que o conflito é o elemento estruturante do jornalismo político:

> O conflito é uma categoria dramática que centraliza a narrativa jornalística e tece os fios que encadeiam as ações das personagens da política. Posicionando as personagens umas contra as outras na narrativa jornalística, o conflito

> estabelece os episódios que projetam sequências lógico-temporais e concatenam enredos de histórias virtuais mais ou menos completas, embora o foco recaia sobre os personagens que assumem a proeminência nos episódios.

O nosso corpus, formado por 359 manchetes e chamadas de capa da Folha de S. Paulo e 434 de O Globo, é pleno de exemplos nos quais a narrativa do fato se estrutura na ideia básica do conflito, seja político, seja econômico, entre os atores sociais relevantes para os jornais e o governo federal. Na análise de narrativa, intriga e conflito não são sinônimos. Conflito é valor-notícia, intriga é o enredo sob o qual se constrói uma história.

A intriga que os jornais contam em forma de notícias em desenvolvimento (TUCHMAN, 1983)[5] ganha contornos de dramaticidade ao longo do período em que a crise do governo Dilma evolui até seu desfecho. A dramaticidade, porém, não é característica exclusiva dessa cobertura: apesar de definir-se pela facticidade, o jornalismo apoia-se no modelo da dramaturgia para contar as histórias que compõem a narrativa, seja política, econômica ou esportiva.

Qual é a intriga que os jornais contam entre 27 de outubro de 2014 e 12 de maio de 2016? É a transformação de um governo recém reeleito em inviável e prejudicial ao país. Conforme dito anteriormente, Dilma reeleita não teve período de lua de mel com a imprensa: a cobertura negativa se intensificou imediatamente após o resultado das urnas e é possível identificar na reeleição o evento perturbador que levou os jornais, como atores políticos de oposição, a iniciarem uma narrativa – a princípio velada, depois explícita – de inviabilidade de seguir com Dilma até 2018. A inviabilidade política era manifesta nos dois jornais estudados, mas as nuances não são iguais para os dois veículos. Conforme já citado, O Globo teceu uma intriga eminentemente política, enquanto que a Folha de S. Paulo teceu uma intriga com aspectos econômicos dominantes sobre os políticos.

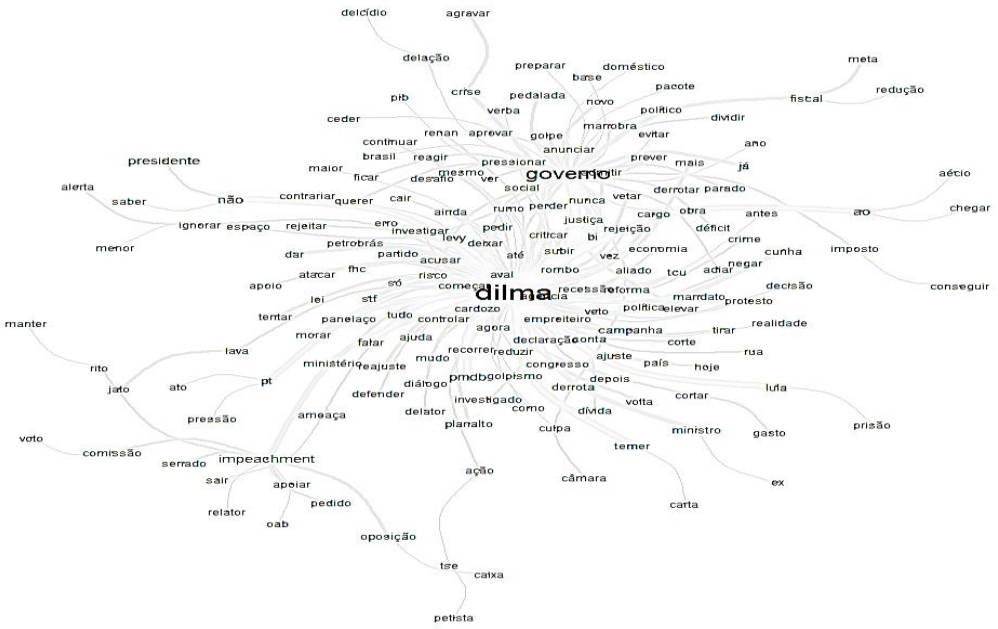
Primeiramente, vejamos a construção da intriga em O Globo. Para compreender o tipo de narrativa que um jornal constrói é preciso conhecer o público a quem essa narrativa se destina. O perfil dos leitores de O Globo tem um corte de classe econômica

[5] Tuchman identifica cinco tipos de notícias: duras (*Hard News*), súbitas, brandas ou leves (*Soft News*), em desenvolvimento e notícias de sequência. A notícia dura pode ser definida como o factual e de interesse público. As *Soft News* são histórias de interesse humano/interesse do público. A notícia súbita é o acontecimento inesperado que precisa ser publicizado com urgência e rapidez. Notícias em desenvolvimento são aquelas que não se esgotam no momento de sua publicização: novos fatos são acrescentados até que o desfecho ocorra. Notícias de sequência são relatos que se baseiam em acontecimentos pré-programados que acontecem durante certo espaço de tempo (como campeonatos e corrida eleitoral).

bem definido: 50% estão naquilo que o IBGE classifica de classe B, enquanto 30% estão na classe A. As classes C e D somam apenas 20%. Quando o corte é a escolaridade, O Globo é lido primordialmente por pessoas que possuem nível superior de instrução: 60% do público. Outros 26% têm ensino médio completo e 14% dos leitores têm apenas o ensino fundamental[6]. De acordo com o Infoglobo, a primeira página é lida por 1.282.000 pessoas diariamente. A característica elitista de O Globo não é exclusiva e é historicamente recorrente: no Brasil, os jornais impressos sempre foram o canal de diálogo entre as elites (BARBOSA, 2007).

O gráfico de similitude[7] apresentado abaixo nos permite visualizar a ligação entre as palavras que o jornal utiliza em seus títulos, o que nos ajuda a compreender o caráter político da crise narrada nas páginas de O Globo. No centro da intriga, Dilma e a incapacidade política de conduzir o país dividido.

Gráfico 4: Similitudes em O Globo



Fonte: elaboração da autora a partir de dados processados no Iramuteq

O gráfico mostra as palavras mais associadas a Dilma (agente político individual, portanto, protagonista da intriga como problema político) e a Governo (agente político

[6] Dados disponíveis no site Infoglobo (www.infoglobo.com.br). Esses dados não contabilizam os acessos ao jornal nas redes sociais. Acesso em 05/06/17

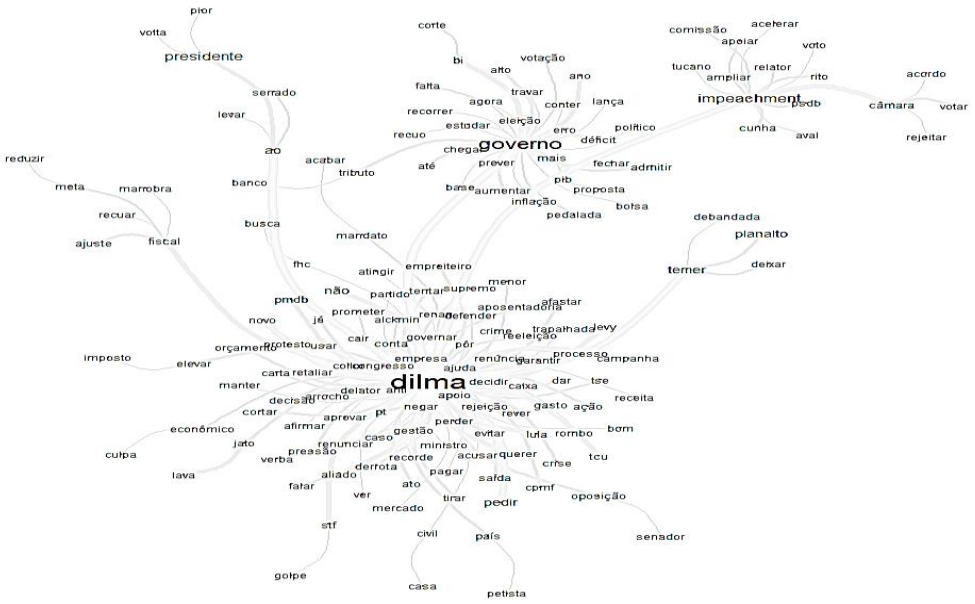
[7] Gráfico de similitude é uma representação que mostra como as palavras do corpus textual analisado ligam-se e relacionam-se entre si.

coletivo, coadjuvante da intriga). A personalização da crise política fica muito clara a partir da análise de similitude entre os termos utilizados nas manchetes e chamadas publicadas pelo jornal. Se a crise é política e se o protagonista é identificável, o desfecho da narrativa aparece sob a forma de impeachment, formando um terceiro núcleo de argumentação dentro do drama narrado.

Agora vejamos o caso da Folha de S. Paulo[8]. O perfil econômico de seus leitores também nos mostra um jornal predominantemente lido pela elite: 50% deles estão na classe B e 10% estão na classe A. A Folha tem uma penetração maior que O Globo na classe C: 37%. Apenas 3% de seus leitores estão nas classes D/E. Esses são dados para a Grande São Paulo. No recorte nacional, os números são: 44% na classe B, 15% na classe A, os mesmos 37% na classe C e 4% nas classes D/E. Nacionalmente, a Folha é lida por 2.378.000 pessoas. Quanto à escolaridade, 47% têm nível superior.

O gráfico de similitude também mostra que a crise narrada era política, mas as palavras associadas à Dilma também trazem o aspecto econômico privilegiado pelo jornal na construção da intriga estruturante de sua narrativa.

Gráfico 5: Similitudes da Folha de S. Paulo



Fonte: elaboração da autora a partir de dados processados no Iramuteq

[8] Dados disponíveis em www.publicidade.folha.com.br e em http://www1.folha.uol.com.br/folha/80anos/quem_e_o_leitor.shtml. Esses dados não contabilizam os acessos ao jornal nas redes sociais. (Acesso em 05/06/17)

O vocabulário da Folha de S. Paulo é mais econômico que político, apesar da natureza política da crise. Isso nos permite sustentar a hipótese de que a intriga estruturante na narrativa desse jornal é a crise econômica, cujo desfecho é o mesmo sustentado pela narrativa de O Globo, o impeachment, visto que protagonista (Dilma) e coadjuvante (Governo) aglomeram as mesmas ideias sintetizadas nas manchetes e chamadas de capa.

Os personagens

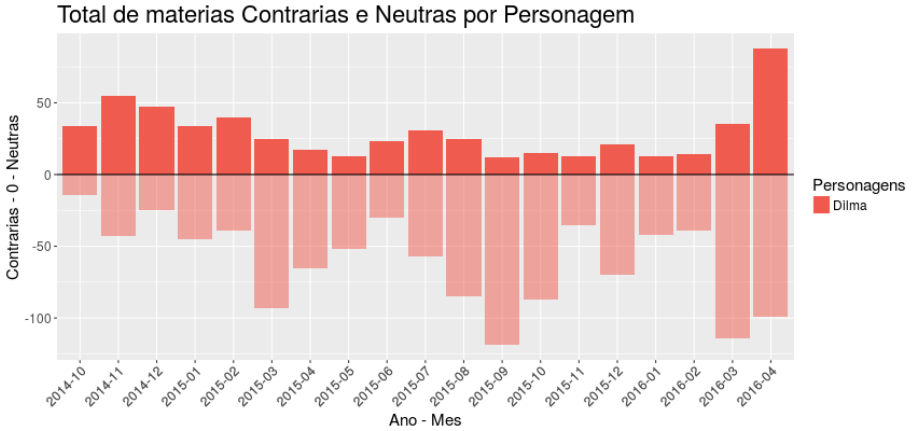
Construir uma narrativa pressupõe uma intriga, um narrador e os personagens. *Dilma*, sem dúvida, é o personagem protagonista da história contada pelos jornais enquanto agente individual e *Governo* é o personagem protagonista enquanto agente coletivo. Nas manchetes e chamadas de capa em análise, Dilma é alguém que se defende. É uma protagonista reativa, passiva, que apenas reage às situações que são postas diante dela. Segundo a narrativa lida nas manchetes e chamadas de capa, é uma personagem que reage mal, tardia e desastradamente aos fatos. A construção, portanto, é de uma protagonista fraca, sem pulso, fadada ao fracasso. O governo, por extensão, tem as mesmas características.

As palavras mais associadas à presidente Dilma e seu governo nas manchetes e chamadas de ambos os jornais são categóricas: **derrota** (10 vezes tanto em O Globo quanto na Folha), **admitir** (9 vezes em cada jornal), **tentar** (9 vezes em O Globo), rombo (9 vezes em O Globo e 5 na Folha), **gasto e déficit** (8 vezes na Folha, 4 em O Globo), **perder** (7 vezes na Folha, 5 em O Globo), **pressão** (6 vezes na Folha, 4 em O Globo), **negar** (6 vezes na Folha, 5 em O Globo), **erro** (6 vezes na Folha, 10 vezes em O Globo), **defender** (6 vezes na Folha, 4 em O Globo), **trapalhada** (3 vezes na Folha, não aparece em O Globo). São palavras que conotam negatividade. Toda vez que os jornais usaram o verbo admitir na amostra, por exemplo, a notícia dizia respeito a situações em que a presidente precisou corroborar a narrativa feita pelos jornais sobre seu governo, ou seja, ela sempre "admitia" os dados negativos referentes à economia ou à sua situação política.

Nas manchetes sobre o relacionamento de Dilma com o Congresso a narrativa tinha como protagonista uma presidente constantemente derrotada pela casa ("Câmara impõe primeira derrota a Dilma após reeleição"/ "Presidente do Senado promete nova derrota a Dilma"/ "Câmara elege Cunha e derrota Dilma"/ "No plenário Cunha já derrota governo"/ "Derrota tira poder de Dilma para indicações no STF"/ "Dilma é derrotada e

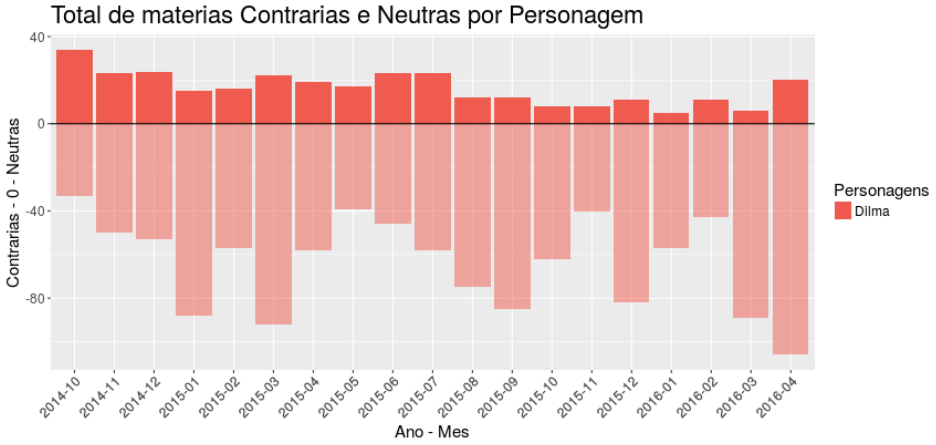
deve vetar reajuste"/ "Depois de série de derrotas, Dilma aposta na judicialização da disputa política", por exemplo). Os dois gráficos a seguir mostram a incidência da cobertura negativa para o personagem Dilma Rousseff nos dois jornais analisados.

Gráfico 6: Viés de cobertura em O Globo



Fonte: Manchetômetro. Gráfico personalizado a partir da cobertura para o marcador Dilma em O Globo

Gráfico 7: Viés de cobertura na Folha de S. Paulo



Fonte: Manchetômetro. Gráfico personalizado a partir da cobertura para o marcador Dilma na Folha de S. Paulo

A quantidade de manchetes e chamadas de capa com viés negativo publicadas entre os dias 27 de outubro de 2014 e 12 de maio de 2016 é um indicativo do quanto a personagem Dilma é negativamente referenciada e como a narrativa é estruturada a partir daí. Os dados para o personagem Governo Federal são parecidos, motivo pelo qual optamos por não reproduzir o gráfico.

Os demais personagens da narrativa são antagonistas: Michel Temer, PMDB, PSDB, Congresso, Eduardo Cunha. São personagens que aparecem de forma ativa – e não reativa, como Dilma/Governo. Isso nos diz muito sobre a estrutura da história contada

pelos jornais. **PMBD** aparece em 26 chamadas de O Globo e em 11 da Folha. **Oposição**, associada a dados negativos para Dilma, aparece 11 vezes na capa de ambos os jornais. **Temer** é o personagem de manchetes e chamadas 21 vezes na amostra de O Globo, 22 na Folha. **Cunha** é o protagonista 8 vezes na Folha e 19 em O Globo – dado que corrobora a narrativa de crise política acima da econômica no jornal carioca. Já o **PSDB** virtualmente sumiu da narrativa da capa devidamente nomeado (aparece como Oposição, mas oposição é um ente menos definido, posto que é um agregado de várias siglas): 2 vezes é o protagonista das chamadas de O Globo e 4 na Folha. **Congresso** é o sujeito de 8 chamadas de O Globo e 7 na Folha.

A narrativa

A narrativa jornalística é fática – baseia-se em acontecimentos não-inventados, mas dimensionados, dos quais conhecemos apenas as versões que os jornais quiseram/puderam contar. A narrativa é uma forma de representar o mundo e ela, assim como os discursos que a sustentam, não é inocente ou desinteressada. A narrativa é ideológica, propositada. A notícia enquanto discurso deve ser compreendida em sua produção, circulação e recepção. Partimos do princípio de que a narrativa é um encadeamento entre os eventos e os personagens (MOTTA e GUAZINA, 2010).

A narrativa que começa com a reeleição de Dilma e termina (em nosso recorte) com seu afastamento pelo Senado é uniforme: a intriga é posta em termos claros pelos jornais, os personagens têm suas motivações identificadas, sabemos quem é o protagonista e quem são seus antagonistas, conhecemos os narradores. A intriga parece simples: incapacidade de Dilma comandar o país até 2018. A simplicidade, porém, é aparente: o contexto de narração dessa intriga é complexo e remete não apenas ao resultado da eleição, contrário à expectativa de que a presidente poderia ser derrotada, mas também ao contexto geral da política brasileira contemporânea. Se Dilma não pôde ser derrotada nas urnas, a narrativa jornalística mostrou que a presidente poderia ser derrotada em pleno governo. A escolha dos títulos, das palavras, da forma de dizer os fatos do governo é uma atitude ideológica e, portanto, orientada de acordo com interesses que conferem ao jornalismo o papel de ator político de oposição ao governo eleito.

Os jornais publicam, de forma crescente, notícias negativas sobre o governo e a governante. Conforme já citado, de acordo com a sociologia do jornalismo e a classificação de Gaye Tuchman (1983), a crise política que culminou no afastamento de

Dilma é uma notícia em desenvolvimento: há um início bem marcado (a reeleição), há a sinalização do desfecho ideal para os narradores (o impeachment) e há o final da narrativa (que esta pesquisa não contempla – o impeachment propriamente dito). Há uma unidade inteligível.

A narrativa na capa de O Globo é mais valorativa que informativa, posto que o jornal dá amplo espaço para chamadas de textos opinativos que estão no miolo. Nas manchetes e chamadas de O Globo foram contabilizados 90 adjetivos e na Folha, 96. Neste jornal, a maior parte dos adjetivos se referia ao linguajar da cobertura econômica. Em O Globo, os adjetivos estavam mais ligados à avaliação da personagem Dilma.

A partir de janeiro de 2015 críticas em forma de manchetes negativas citando nominalmente Dilma começam a aparecer com mais frequência na capa dos jornais. A personagem é **errática** ("Presidente recua do recuo e volta a defender superávit", FSP, 9/04/15), **despreparada para o jogo da política** ("Dilma terá embate duro e não parece estar politicamente equipada para enfrentá-lo", O Globo, 31/12/14), **medíocre** ("Ao definir o ministério, Dilma mostra a mesma mediocridade que marcou o seu governo", O Globo, 01/01/15), **sem prestígio** ("Temer diz que é difícil Dilma resistir com baixo prestígio", FSP, 04/09/15), **fraca** ("Base se nega a dar apoio a pacote fiscal e Dilma recua", FSP, 16/09/15), **culpada** ("Erros do primeiro mandato de Dilma levam país à recessão", O Globo, 10/02/15), **impopular** ("Na TV Dilma defende ajuste, nas ruas panelaço", O Globo, 09/03/15; "Fala de Dilma gera panelaço em 12 capitais", FSP, 09/03/15). Até o afastamento em 12 de maio de 2016, o tom das críticas à personagem se intensifica e a narrativa converge para a ideia de que o Brasil ficará melhor sem Dilma.

Outros aspectos chamam a atenção na narrativa dos jornais. As chamadas para textos opinativos nas capas de ambos os diários cumprem papéis distintos: em O Globo, elas reforçam a narrativa de apoio ao impeachment por parte do veículo; na Folha, elas tentam construir a imagem de que o jornal é equilibrado em sua cobertura, dando voz a opiniões divergentes da narrativa construída. Depois da votação na câmara, a Folha passou a tratar de Dilma mais em chamadas, pois as manchetes estavam reservadas ou às ações de Temer ou a aspectos da economia em crise. Podemos aventar a hipótese que, após aceita a denúncia na Câmara dos Deputados, a Folha de S. Paulo passou a ver em Dilma um personagem secundário, pois o desfecho da narrativa se encaminhava para a consolidação do impeachment.

Toda notícia jornalística é uma narrativa e toda narrativa é um discurso, o que lhe empresta um caráter inevitavelmente ideológico. Não há discurso sem intencionalidade, e não existe narrador desinteressado. Conforme discutimos na parte teórica, a notícia é uma construção cultural, econômica e política – técnica somente ela não é, pois dizer que a notícia é um texto técnico assumiria que a objetividade e a imparcialidade jornalísticas existem. Em nossa amostra de manchetes e chamadas de capa, encontramos textos construídos de acordo com o figurino padrão da técnica jornalística: quem fez o quê-onde-como-por quê-com que consequências. Mas a técnica de construção do *lead* não deixa o texto imune à subjetividade e à imparcialidade, posto que a notícia tem uma agência e uma agenda. A agência é maior que o narrador – no caso, os jornais. Os jornais, sabemos, são empresas cujo objetivo não é apenas o lucro econômico: jornais são, historicamente, porta-vozes de interesses de grupos econômicos, políticos e culturais. Não são, portanto, devotos da notícia como entidade ensimesmada. A agenda é tributária dos interesses dos agentes que se agregam e dialogam através das páginas impressas. Ela foi cumprida, e seria leviano afirmar que os jornais, sozinhos com sua narrativa, derrubaram uma presidente eleita. Mas eles, sem dúvida, contribuíram para a naturalização do discurso de que essa mesma presidente não seria viável para permanecer à frente da República até a próxima eleição.

5 Considerações finais

A narrativa jornalística não é uma obra fechada sobre si mesma: guarda forte vínculo com histórias anteriores e posteriores, bem como arregimenta discursos contextuais e estruturais. Ela demarca a realidade política a partir das forças antagônicas que disputam o espaço público e neste processo ela não é isenta. A narrativa jornalística tem lado, tem partido, tem personagens favoritos e desafetos. Nesta pesquisa isso ficou claro e demonstramos a imparcialidade na narrativa da crise do segundo mandato de Dilma Rousseff com os dados quantitativos apresentados em gráficos e, qualitativamente, analisando a forma como a narrativa foi construída e contada nas páginas de O Globo e Folha de S. Paulo.

Nas democracias, a liberdade de imprensa e a liberdade de mercado editorial para garantia de pluralidade de opiniões é um valor caro. Para que haja disputa de opiniões é preciso haver diversidade. Não há disputa pelas narrativas em um ambiente em que a diversidade editorial dos grandes veículos é pequena. A narrativa, nesse caso,

homogeneiza-se e torna-se hegemônica. No caso do mercado editorial brasileiro, apesar de haver um número muito grande de publicações, existe a concentração de propriedade que gera a concentração das formas de dizer no nosso jornalismo. Há pouco espaço para a divergência e as coberturas encaixam-se naquilo que Debord (1997) chama de circulação circular da informação: se veículo A publica algo, o veículo B publica também e C publica a mesma coisa porque A e B não podem estar errados, o que faz com que A continue publicando o mesmo tipo de informação, já que B e C referenciam o que ele publicou. É, de acordo com o pensador francês, a forma ideal de censura, pois enquanto a mídia concentra-se em uma narrativa, deixa de lado outras, sem que autoridade alguma as force a tal comportamento.

Não afirmamos que a imprensa, sozinha, foi responsável pela queda da presidente. Afirmamos, porém, que a imprensa "criou o clima", ou contou uma narrativa de crise cujo único desfecho possível seria remover o personagem que centralizou a intriga como protagonista-vilã. Nas crises há o componente político-econômico, mas também há o fato midiático, pois a imprensa intensifica percepções que, de outra forma, talvez sequer fossem aventadas pelo público. Uma crise política midiatizada é uma espécie de evento midiático. Katz e Dayan (1999) teorizaram sobre eventos que só existem na e pela mídia – os eventos midiáticos. Espontâneos ou planejados, são acontecimentos que dependem de exposição nos meios de comunicação de massa para se manterem em evidência. Crises políticas podem ser classificadas como eventos midiáticos, pois dependem do noticiário contínuo para se manterem na agenda do debate público.

A mídia não cria a crise política (ou econômica), mas a intensifica, pois, concordando com Meyer e Hinchman (2002), a mídia coloniza a política, fomentando um processo de mediatização da esfera pública (ESSER & STRÖMBACK, 2014). No que diz respeito à política e ao jornalismo, "Os fragmentos da realidade política escolhidos para ir ao ar são reunidos de acordo com regras que buscam em primeiro lugar criar uma apresentação que capture o máximo de atenção de um público específico" (MEYER, 2002). Conforme dito neste artigo, o público de O Globo e Folha de S. Paulo é formado majoritariamente pela elite letrada do país e, mais que isso, os jornais são canal de diálogo entre as elites políticas e econômicas que circulam por suas páginas. Ou seja: embora sejam vendidos em banca e disponibilizados em plataformas online para quem quiser ter

acesso ao seu conteúdo, os jornais são veículos que permitem o diálogo entre elites que governam o país, sempre em disputa, sempre em busca de hegemonia.

REFERÊNCIAS

ALDÉ, A., MENDES, G., FIGUEIREDO, M. **Tomando Partido:** Imprensa e política nas eleições de 2006. *Política &Sociedade*, v. 10, p. 20-28, 2007.

ALSINA, M. R. **La Construción de la Noticia**. Barcelona: Paidós, 1996.

BARBOSA, M. **História Cultural da Imprensa:** Brasil – 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

COOK, T. **Governing with the News:** the News media as a political institution. 2ed. Chicago: Chicago Press, 2005.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo.** Rio de Janeiro, Contraponto, 2007.

ESSER, F., STRÖMBÄCK, J. **Mediatization of politics:** understanding the transformation of Western democracies. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2014.

GRABER, D. A.; MACQUAIL, D.; NORRIS, P. **The Politics of the news, The news of the Politics.** 2ed. Washington: CQ Press, 2008.

GRAMSCI, A. **Cadernos do Cárcere**. Vol. 2. 4ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

GUAZINA, L. S. **Jornalismo em Busca da Credibilidade:** A cobertura adversária do Jornal Nacional no Escândalo do Mensalão. 256 F. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, UNB, Brasília, 2011.

DAYAN, D., KATZ, E. **A História em Directo:** os acontecimentos midiáticos na televisão. Coimbra: Minerva, 1999.

MEYER, T., HINCHMAN, L. **Media Democracy:** how the media colonize politics**.** Malden: Blackwell Pubblishing, 2002

MEYER, T. **Media democracy**. London: Polity, 2002.

MIGUEL, L. F. **Política e Mídia no Brasil:** episódios da história recente. Brasília: Plano, 2002.

MOTTA, L. G.; GUAZINA, L. **O conflito como categoria estruturante da narrativa jornalística:** o caso do Jornal Nacional. Brazilian Journalism Research, v.6, n.1, 2010.

MOTTA, L. G. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora UNB, 2013.

SCHUDSON, M. **Discovering the News:** a social history of American newspapers. New York: Basic Books Inc., 1978.

SOUSA, J. P. **Teorias da Notícia e do Jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

SPARROW, B. H. **Uncertain Guardians:** the News media as a political institution**.** Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1999.

THOMPSON, J. Brookshire. **O escândalo político:** poder e visibilidade na era da mídia. Petrópolis: Vozes, 2002.

TRAQUINA, N (org). **Teorias do Jornalismo:** porque as notícias são como são. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2004.

TUCHMAN, G. **La Producción de la Noticia:** estudio sobre la construcción de la realidad**.** Barcelona: Gili, 1983.