

## A neofeudalização da política mediatizada e a construção narrativa sobre a corrupção no Brasil

Nathan Nguangu Kabuenge, Alda Cristina Costa & Sergio do Espírito Santo Ferreira Junior

Universidade Federal do Pará

E-mail: nathannguangu@yahoo.fr / aldacristinacosta@gmail.com /  
esferreira.sergio@gmail.com

### Resumo

Este trabalho objetiva refletir como a construção narrativa sobre a corrupção, antes do impeachment da presidente Dilma Rousseff, no Brasil, em 2016, configurava o Partido dos Trabalhadores (PT) como o único e o mais corrupto do país, com o objetivo, em certa medida, de causar efeitos de sentido em seus leitores ao evidenciar que o fim da corrupção no Brasil dependeria da saída do partido do poder, portanto, da então presidente da República, considerada como conivente com as práticas duvidosas do seu partido. Como escopo de análise, foram selecionadas 6 edições de dois jornais brasileiros de grande circulação nacional, Folha de S. Paulo e Estado de S. Paulo, publicadas em dezembro de 2014. No diálogo teórico-metodológico, realizamos reflexões sobre a esfera pública, entendida como a arena de uso público da razão na busca de objetivo comum e de legitimidade de indivíduos e seus atos a partir de processos comunicacionais de mútuo consenso entre pares; sobre a midiatização, compreendida como a virtualização articulada de processos socioculturais pela mídia e a sua influência cada vez maior no funcionamento cotidiano das instituições sociais; e análise crítica da narrativa e da enunciação. A seleção dos jornais impressos se deu pela configuração de um lócus de produção e distribuição de discursos

que passam a guiar, em determinadas situações, a interpretação, a explicação e a compreensão dos acontecimentos socioculturais, assim como dispositivos e ferramentas importantes para o estudo das transformações sociais e culturais da sociedade e de suas instituições na contemporaneidade. Como resultados apontamos as estratégias narrativas e enunciativas dos impressos brasileiros com o uso de elementos linguísticos e extralinguísticos em seus jogos de convencimento jornalístico para construir distorcidamente, seja por omissão ou por excesso, a imagem pública da presidente Dilma. Constatamos assim, que essa construção narrativa, na verdade, representa a neofeudalização da esfera pública do Brasil. Ou seja, por neofeudalização entendemos o estabelecimento de uma esfera pública em que, o poder público passa a se legitimar a partir *de la bonne volonté* dos agentes políticos e, como extremo desse processo, da vontade dos donos dos meios de comunicação de massa. Neste sentido, a neofeudalização permitiu constatar duas realidades distintas na esfera política brasileira: a troca de favores entre o campo jornalístico e o campo político de um lado, e de outro, em relação aos interesses sociopolíticos envolvidos, a iniciativa, geralmente unilateral, do campo jornalístico de determinar ou definir

Data de submissão: 31/05/2017. Data de aprovação: 30/06/2017.

A *Revista Estudos em Comunicação* é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CCI/00661/2013*.



os ritos normativos do campo político. Sendo assim, a neofeudalização revela-se um instrumento importante para entender os ritos narrativos e seus motivos na construção ou desconstrução da imagem pública dos agentes políticos. Essa neofeudalização da

política midiaticizada determinou, em certa medida, o fortalecimento do processo do impeachment da ex-presidente deposta, Dilma Rousseff, através do processo de (des)construção e (re)significação narrativa de luta contra a corrupção no Brasil.

Palavras-chave: corrupção; Dilma Rousseff; midiaticização; narrativa; neofeudalização.

### Abstract

This paper aims to reflect on how the narrative on corruption constructed prior to the impeachment of President Dilma Rousseff in Brazil in 2016 shaped the Workers' Party (PT) as the only and most corrupt in the country, by pointing out that the end of corruption in Brazil would depend on the party's departure from the power, therefore, of the then President of the Republic, considered as colluding with the dubious practices of his party. We analyze 6 editions of two Brazilian newspapers with large national circulation, *Folha de S. Paulo* and *Estado de S. Paulo*, published in December 2014. In the theoretical-methodological dialogue, we reflect on the public sphere, understood as the arena of public use of reason in the search for common goal and legitimacy of individuals and their acts from the communication processes of mutual consensus between peers; on mediaticization, understood as the articulated virtualization of sociocultural processes by the media and its increasing influence on the day-to-day functioning of social institutions; and critical analysis of narrative and enunciation. The selection of print newspapers was based on the configuration of a locus of production and distribution of discourses that guide the interpretation, explanation and understanding of sociocultural events, as well as important devices and tools for the study of transformations social and cultural aspects of society and its instituti-

ons in contemporary times. As a result, we point out the narrative and enunciation strategies of the Brazilian press with the use of linguistic and extralinguistic elements in their games of journalistic conviction to construct the public image of President Dilma, distorted by omission or excess. We thus find that this narrative construction, in fact, represents the neofeudalization of the public sphere of Brazil. By neofeudalization we mean the establishment of a public sphere in which the public power is legitimized from the *bonne volonté* of political agents and, as an extreme of this process, the will of the mass media owners. In this sense, neofeudalization allowed us to see two distinct realities in the Brazilian political sphere: the exchange of favors between the journalistic field and the political field on the one hand, and on the other, in relation to the socio-political interests involved, the usually unilateral initiative of the field to define or define the normative rites of the political field. Thus, neofeudalization proves to be an important tool for understanding narrative rites and their motives in constructing or deconstructing the public image of political agents. This neofeudalization of media policy has, to a certain extent, strengthened the impeachment process of the former president, Dilma Rousseff, through the process of (de) construction and narrative (re)signification of the fight against corruption in Brazil.

Keywords: corruption; Dilma Rousseff; mediaticization; narrative; neofeudalization.

### Introdução

**A** NEOFEUDALIZAÇÃO parece uma categoria importante para entender a atuação da mídia brasileira como toda e em particular, a mídia imprensa nos últimos acontecimentos políticos

que culminaram no impeachment da ex-presidenta do Brasil, Dilma Rousseff em 2016. Pois, tenta explicar a política mediatizada brasileira e suas consequências para a democracia no país.

Preferiu-se falar da política mediatizada e não da midiatização da política no Brasil para demarcar a distorção midiática na cobertura dos fatos políticos. Se a midiatização da política remete a influência mútua entre o campo político e o campo mediático na ressignificação e construção de fatos políticos. A política mediatizada remete a uma construção midiática de ressignificação de fatos políticos que depende essencialmente dos interesses socioeconômicos dos veículos de comunicação, mas também, em certa medida, dos agentes políticos possibilitando o surgimento de uma política de imagem (Kabuenge, 2016; Gomes, 2004) característica de uma esfera pública midiática em que a visibilidade passa a ser sinônimo de existência, portanto, da credibilidade e da legitimidade. Ou seja, uma característica do mercado das democracias representativas contemporâneas no qual os compradores (eleitores) exijam dos vendedores (candidatos) uma boa imagem pública (Gomes, 2004; Kabuenge, 2016; Weber, 2006) para lhes comprar a mercadoria.

A mudança da fonte legitimadora do poder político na esfera pública contemporânea, isto é, o abandono do uso público da razão para a visibilização midiática o que se constitui em Habermas (2003), em sua *Mudança estrutural da esfera pública burguesa*, entendida como um espaço social que possibilitaria a ação política, isto é, um espaço no qual troca-se ou compartilha-se publicamente e racionalmente pontos de vistas acerca de assuntos comuns considerados como de interesse comum.

Melhor dizendo, em Kabuenge (2016, p. 30), “um espaço de alargamento de reflexões sobre os atos sociopolíticos” realizados por “agentes políticos cujos alcances afetam diretamente ou indiretamente a sociedade”, ou seja, que a esfera pública “tem uma dimensão analítica e descritiva dos fatos e instituições sociais que fazem dela, um lócus de debate ou confronto argumentativo público entre pares”.

No entanto, para Habermas (2003), a construção da imagem pública de um determinado agente público, portanto, político, não mais depende da sua capacidade de uso público da razão no convencimento de seus pares acerca de um determinado assunto julgado de interesse comum, mas sim, do aspecto psicológico ou individual deste como foi no caso da esfera pública representativa feudal em que o princípio legitimador do poder dependia dos privilégios que a estrutura social determinava, por exemplo, os privilégios ligados à hierarquia social ou eclesiástica. É nisto que se constituía a mudança estrutural da esfera pública burguesa, ou seja, a mídia se configurou, junto, com o intervencionismo estatal institucionalizando assim a esfera pública, um dos elementos que degradaram a esfera pública que deveria se constituir como,

“[...] aquele âmbito da vida social em que interesses, vontades e pretensões que comportam consequências concernentes à comunidade política se apresentam na forma de argumentação ou discussão. Essas discussões devem ser abertas à participação de todos os cidadãos e conduzidas por meio de uma troca pública de razões”. (Gomes, 2008, p. 35).

Para Kabuenge (2016, p. 31), a esfera pública se apresentaria “como um artifício para o entendimento da sociedade contemporânea que se caracteriza, pela reconfiguração radical de metanarrativas fundadoras de paradigmas que ressignificam e reinterpretam o mundo” e “pela configuração

da mídia através das novas tecnologias de comunicação e de informação, numa das fontes formadora da intersubjetividade contemporânea”.

“[...] a esfera pública se apresenta como [aquele] o âmbito do que é setor público contrapõe-se ao privado. [ou seja,] a esfera da opinião pública que se contrapõe diretamente ao poder público. [sendo assim, ela se configuraria como] princípio organizacional de nosso ordenamento político”. (Habermas, 2003, pp. 14-17).

Um dos elementos que testificariam a mudança normativa da esfera pública Habermasiana seria, em relação a este artigo, o reaparecimento da esfera pública representativa no molde feudal, em que a visibilização em público, para não dizer, pública, dependia dos privilégios da estrutura feudal ou clerical, o que levou Habermas (2003) considerar como uma refeudalização da esfera pública, ou seja, uma “erupção de interesses privados na esfera pública intermediada por uma prática comunicacional de propaganda persuasiva” (Kabuenge, 2016, p. 48).

A refeudalização em Habermas aponta a um fenômeno em que os interesses privados têm primazia e são defendidos como sendo públicos, fazendo da esfera pública uma arena de dissenso e não de consenso que a razão levaria.

Partindo das explicações Habermasianas sobre a refeudalização da esfera pública contemporânea, Kabuenge (2016), nos seus estudos constatou, além da construção da imagem pública dos agentes políticos pela mídia a partir dos aspectos psicológicos ou individuais, que a mídia, de acordo com seus interesses, com ou sem aval dos agentes políticos, constrói unilateralmente as imagens públicas destes no intuito de defender e manter seus interesses envolvidos.

Para Kabuenge, a neofeudalização seria a instituição pela mídia de uma esfera pública na qual, a legitimação ou legalização do poder público passa a depender de la bonne volonté dos agentes políticos e no caso extremo, como foi o caso do impeachment da presidenta do Brasil, dos donos de meios de comunicação de massa. Que dizer, “a neofeudalização da esfera pública, além de ser o reflexo da dominação da esfera pública por interesses privados, disfarçados em interesses públicos por meio de uma publicidade”, afirma Kabuenge (2016, p. 50), que veicula uma opinião pública que não se submete ao crivo da esfera pública, portanto, pronta a consumir, “é um fenômeno de instrumentalização dos processos comunicacionais que passam a incorporar, no seu modos operandi, a ‘diversão de massa e publicidade’ para possibilitar a submissão da consciência da população ao poder do Estado” tendo como consequência, a transformação, em certa medida, “o cidadão em mero consumidor de opiniões preconcebidas de agentes políticos e de seus apoiadores”. E também, dos agentes midiáticos.

A neofeudalização é uma categoria que possibilitou perceber no Brasil, dois tipos patológicos do papel da mídia na democracia representativa brasileira: primeiro, a barganha ou troca de favores entre o campo midiático e o campo político, e em segundo lugar, a tendência perigosa da mídia em querer, unilateralmente, definir ou determinar os ritos normativos do campo político. Tendência que sempre leva a uma personificação do poder público e seu exercício da mesma forma como era na esfera representativa feudal.

Esta personificação, típico de uma “política midiaticizada”, se percebeu já no início e durante o processo de impeachment da Dilma, em que a mídia, como se verá adiante, através de um discurso de “de combate à corrupção no Brasil”, tendia a personificar todos os escândalos de corrupção

que surgiam à pessoa da ex-presidente sem deixar o mínimo de possibilidade aos brasileiros, de entender os interesses ou a intencionalidade por trás desta luta contra a corrupção no país.

A política mediatizada brasileira, caracterizada pela troca de favores ou barganha entre os políticos e os conglomerados midiáticos, sendo baseada na racionalidade do “eu vejo, logo acredito” (Kabuenge, 2016, p. 55), se configura como uma política de mera imagem, que não diz absolutamente nada a não ser a exibição psicológica e individual da grandeza e a glória de seus autores em geral e em particular. Como ponto extremo desta racionalidade é a neofeudalização da esfera pública que a mídia, através de uma confusão intencional entre liberdade de expressão e a liberdade de imprensa, se permite construir a seu agrado, os sentidos e significados dos acontecimentos políticos no Brasil, conforme constatado durante e depois da deposição da Dilma Rousseff, sem provas como mostram os acontecimentos políticos e judiciários pós-impeachment.

O impeachment da Dilma é um caso patológico emblemático da democracia representativa brasileira, em que sem prova, os donos do poder no congresso nacional brasileiro, no judiciário e no midiático, decidiram interromper o mandato da ex-presidenta.

Esse comportamento demonstra como, a democracia representativa contemporânea, tributária da representação midiática pode, a qualquer momento, sofrer um golpe em seus princípios normativos de definição e legitimação de poder. O caso do Brasil é emblemático em que, a colaboração do judiciário que, através de vazamentos seletivos de delações premiadas sobre os atos supostamente cometidos pelos membros do Partido dos Trabalhadores, gerava a pauta dos assuntos que a mídia, em forma seriada, noticiava toda hora nas suas produções diárias em busca de comover e convencer uma parte significativa da população, que acabou entrando no jogo sem todos os parâmetros sobre os casos para exigir a saída de Dilma, que há meses estava impedida de administrar com quietude por uma grande maioria dos parlamentares e senadores encabeçados pelo ex-presidente da Câmara, Eduardo Cunha, através da chamada pauta bomba. Pautas que a mídia dava visibilidade em suas construções narrativas para conseguir o apoio da população.

No Brasil, se viu como, através da política mediatizada como, principalmente, a mídia, através dos seus agentes e seus donos redefiniram o curso do exercício do poder que depende do realpolitik midiático que determina quem pode, onde, quando e como exercer o poder público.

O realpolitik midiático brasileiro, antes durante, em certa medida, depois, do processo de impeachment da Dilma, implementou, como veremos a seguir, uma estratégia comunicacional ou a comunicação política que busca a personalizar o PT como o único partido político brasileiro corrupto. Está postura comunicacional em torno da corrupção no Brasil ao invés de sanar os problemas ligados a este fato para o bem de todos, se configura como estratégia persuasiva de defesa de interesses individuais dos donos de meios de comunicação. Uma postura comunicativa de luta contra a corrupção no Brasil não personificaria este problema a um único partido político, mas a todo o sistema político brasileiro, que nas composições favorece isso através de coalisões ou aliança ou barganha políticas entre partidos em prol de constituir uma maioria no congresso nacional.

## **Análise da construção narrativa nos impressos brasileiros antes do impeachment da Dilma**

Se para Motta (2004, p. 14), as narrativas são construções discursivas sobre a realidade humana. Ou, “representações mentais linguisticamente organizadas a partir de nossas experiências de vida. Sejam elas fictícias ou fáticas, são sempre construções de sentido sobre o mundo real ou imaginado. Já em Verón (2004), a enunciação é um procedimento que permite entender o dito e as formas através das quais é dito este dizer.

Na análise das seis edições dos dois jornais brasileiros de grande circulação, *Folha de S. Paulo* e *Estado de S. Paulo*, selecionamos os dias 4, 5, 8, 9, 10 e 11 de dezembro de 2014, período contínuo de publicações sobre a corrupção no Brasil. Os dois jornais, publicados na cidade de São Paulo/Brasil, consideradas como uma das grandes metrópoles da América Latina. Os dois periódicos circulam nacionalmente e tinham antes e depois do processo de impeachment, posições contra o governo da ex-presidenta Dilma Rousseff.

Utilizamos como procedimentos analíticos a análise pragmática da narrativa de Motta (2004) e a análise da enunciação de Verón (2004). Com Motta buscamos interpretar simbolicamente as narrativas jornalísticas e entender as metanarrativas culturais pré-jornalísticas presentes nas produções midiáticas diárias. Em Verón, buscamos entender os ditos e seus modos de dizer. Esses dois autores auxiliam, através de seus procedimentos analíticos, o entendimento de significado da produção das narrativas jornalísticas contidas nas edições dos jornais analisados neste artigo.

Ao analisar, as produções dos impressos *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, a estória (narrativa) projetada para os leitores desses veículos de comunicação sobre o escândalo de corrupção na Petrobrás. Chega-se a esta constatação depois de analisar todas as manchetes principais nas capas de 6 edições escolhidas de cada jornal acima citado como mostra o quadro a seguir:

Quadro 1. Organização por dia das Manchetes Brasileiras /dezembro de 2014

<b>Dia de publicação</b>	<b>Manchete/<i>Folha de S. Paulo</i></b>	<b>Manchete/<i>Estado de S. Paulo</i></b>
Quinta-feira 4	Executiva diz ter pago propina em doações oficiais para o PT	Esquema da Petrobrás incluía doação oficial ao PT, diz delator.
Sexta-feira 5	Governo revê a alta do PIB em 2015 de 2% para 0,8%	Há indícios de que corrupção vai além da Petrobrás, diz juiz.
Segunda-feira 8	Prefeitura de SP aprovará aluno com notas baixas	Haddad cumpre só 16 promessas em dois anos.
Terça-feira 9	Técnicos do TSE querem rejeição de contas de Dilma	Mendes vê ‘forte indício’ de doação acima do limite a Dilma.
Quarta-feira 10	Procurador ataca direção da Petrobrás e irrita Dilma	Procurador critica direção da Petrobrás e cobra mudança.
Quinta-feira 11	Comissão da Verdade pede punição a 377 por abusos durante a ditadura	Comissão aponta 377 agentes por violações; Dilma rejeita ‘revanche’.

Fonte: Elaboração dos pesquisadores, 2016.

A partir deste escândalo, observa-se que esses dois periódicos impressos, antes do impeachment da Dilma, direcionavam suas produções jornalísticas diárias às “mazelas” do povo brasileiro,

principalmente os moradores das periferias das grandes cidades brasileiras relacionadas à saúde, segurança pública, educação pública, inflação, desemprego, valorização do dólar frente ao real, falta de saneamento básico, violência urbana, rebaixamento da nota do Brasil pelas agências de cotações, déficit no balanço comercial, transporte público no intuito de destacar a nocividade da corrupção e causar efeitos de sentido que levariam seus leitores em considerar que para o fim da corrupção nas estatais brasileiras, em particular na Petrobrás, seria necessária a saída do PT do poder, portanto, da presidenta Dilma.

As análises mostram que a construção de sentido sobre o escândalo de corrupção na Petrobrás foi possível a partir do discurso da *luta contra a corrupção* no Brasil. Esta resignificação narrativa da corrupção constitui o que Motta chama de discurso por permitir identificar as intenções do narrador e desvelar suas estratégias narrativas.

Supondo-se que o escândalo da corrupção na Petrobrás é a narrativa principal construída nas edições analisadas dos dois jornais, a principal pergunta que fazemos é, qual é o sentido ou o significado da luta contra a corrupção no Brasil nesses veículos de comunicação?

O sentido dado à luta contra a corrupção no Brasil pode ser resumido nas matérias analisadas como um esforço dos impressos brasileiros em mostrar aos leitores que o Partido dos trabalhadores (*pt*), partido da presidenta Dilma, era o mais corrupto do Brasil. Chegou-se a esta constatação depois da comparação e cruzamento das seis manchetes principais das edições selecionadas no mês de dezembro de 2014.

O cruzamento dessas manchetes permitiu constatar, com base em Verón (2004), as práticas discursivas dos veículos de comunicação de massa. Também, sabendo que os jornais sempre imprimem as primeiras impressões que desejam atribuir a alguém ou a algo já na manchete, com o objetivo de causar certos efeitos de sentidos. Assim, constatamos, que entre outros aspectos, que nos títulos, os impressos determinavam quem realizava a ação principal a ser narrada; determinavam quais as ações a serem noticiadas, definiam os vilões e heróis dessas ações, definiam os dêiticos em que aconteciam as ações.

Sendo assim, podemos dizer que as manchetes se configuravam como superfícies de criação de mundo possível a partir do dualismo ético e moral de classificação de acontecimentos e também, superfícies de interações narrativas entre o narrador dos acontecimentos e os leitores.

A organização ou cruzamento dessas manchetes permitiu observar as estratégias argumentativas de (res)significação de realidades e de (res)construção de sentido da luta contra a corrupção no Brasil, a partir da *Folha de S. Paulo* e do *O Estado de S. Paulo*. Percebemos que as publicações analisadas citavam seja direta ou indiretamente à presidenta Dilma Rousseff através de palavras: Governo federal<sup>1</sup>, presidenta Dilma, Dilma Rousseff e Partido dos Trabalhadores – PT.

Do mesmo modo, através do substantivo corrupção se articulavam todas as estratégias narrativas de significação e resignificação dos acontecimentos políticos no Brasil. No jornal *O Estado de São Paulo*, por exemplo, o substantivo foi utilizado somente duas vezes nas publicações. No entanto, foi encontrado o uso importante de outras palavras para designar a corrupção: propina, doação, denúncia, esquema da Petrobrás.

---

1. A nossa análise chegou a entender que quando os periódicos brasileiros neste período falavam do PT ou do governo, indiretamente ou implicitamente evocava a presidenta Dilma.

Em geral, constatamos que as estratégias de construção da narrativa dos dois impressos brasileiros examinados, antes do impeachment de Dilma, buscavam criar, em certa medida, efeitos de sentido que canalizavam os ânimos e paixões contra o partido dos Trabalhadores ao mostra-lo como o único partido mais corrupto e incompetente para administrar o país.

A canalização deste ânimo e paixões contra o PT pode ser visto na manchete do dia 8 de dezembro, na *Folha de S. Paulo* que estampou: “Prefeitura de SP aprovará aluno com notas baixas” e *O Estado de S. Paulo*, “Haddad cumpre só 16 promessas em dois anos”. Nestas manchetes encontra-se um discurso que mostra a incompetência e má gestão do prefeito de São Paulo, membro do PT/São Paulo uma das cidades faróis do Brasil.

Nos dois jornais, percebemos aquilo que escreve Verón (2004, p. 232), como dilema na imprensa semanal para “resolver e decidir por onde passa a fronteira entre o que vai ser apresentado como já conhecido do leitor e aquilo que vai ser informado a ele”. Pois, analisando as manchetes da *Folha e do Estado de S. Paulo*, percebeu-se que os dois jornais não dizem ou informam mais sobre a decisão do prefeito ou porque ele não cumpriu as promessas de campanha.

Pode-se perceber nesta prática narrativa que os jornais tentam mostrar que o PT é responsável de todas as desgraças que atinjam o Brasil, quando privilegiam as explicações narrativas que atrelam a queda de ações da Petrobrás à corrupção, deixando de lado, a real situação que a indústria petrolífera do mundo atravessa com a queda do preço de petróleo nos mercados mundiais.

Com Motta (2013, p. 138), observamos que a estratégia narrativa de construção de sentido e significação nos impressos analisados se fundamentou no que o autor considera como plano da metanarrativa, ou seja, o plano da “estrutura profunda, relativamente mais abstrato e evasivo, que evoca imaginários culturais. Plano em que temas ou motivos de fundo ético ou moral integram as ações da estória em uma estrutura compositiva cultural pré-textual, de caráter antropológico”.

Quer dizer, mostrar como moralmente o PT não era um partido confiável, os impressos conseguiram exercer um papel muito significativo no processo de impeachment da Dilma, mesmo sem prova dos fatos que a ex-presidenta estava sendo acusada. No plano da metanarrativa, constatou-se, através da política midiática, portanto, da neofeudalização da esfera pública brasileira, antes do impeachment, o surgimento de um jornalismo de especulação sobre os acontecimentos políticos no país. Kabuenge e Costa (2017, p. 1), constataram que a espetacularização dos acontecimentos políticos no Brasil, antes do impeachment, possibilitou “o advento possível de uma narrativa jornalística de fofoca, uma vez que o jornalista, em nome da luta contra a corrupção, se configuraria num canal de divulgação de fofoca sobre e dos tais fatos”. Prática jornalística que prejudicou e prejudica o andamento normal da democracia representativa brasileira que, depois do impeachment, está passando no processo de desregulamentação total das normas, principalmente em relação aos direitos sociais da população conquistados nestes últimos tempos.

Se a narrativa é um recurso que possibilita o humano organizar a sua experiência no mundo e dar significação as suas ações (Ricoeur, 2010; Kabuenge, 2016), pode-se dizer que a construção narrativa de dois veículos impressos preparou, simbolicamente durante um tempo, o processo de impeachment que aconteceu em 2016 através de uma criminalização do PT em suas narrativas diárias.

Enunciativamente, observamos que os jornais utilizaram da hiperbolização e da ironização como uma estratégia enunciativa de construção de sentido a partir dos acontecimentos políticos



obtidos dos vazamentos judiciários. Sentido que, como visto acima, apresentava o PT como o único partido brasileiro corrupto na história contemporânea da política brasileira.

A ironização, acontece por exemplo, quando o jornal *Folha de São Paulo* liga a propina com as doações. Ligação que contraporia as declarações do PT que alegava que todo o dinheiro recebido neste período se enquadrava no que a legislação brasileira define como doação. A mesma ironização se observou no *O Estado de São Paulo* que estampou numa de suas manchetes: “esquema de Petrobrás incluía doação oficial ao PT”.

A hiperbolização e a ironização podem ser vistas, por exemplo, na manchete do dia 11 de dezembro de 2014 no *O Estado de S. Paulo* que estampou, “Comissão aponta 377 agentes por violações; Dilma rejeita ‘revanche’”.



Figura 1. Capa de *O Estado de S. Paulo*  
Fonte: *O Estadão*, edição de 11 set. 2014.

Encontra-se o recurso à ironização e hiperbolização na ação realizada pela Comissão de Verdade e a ação da presidenta Dilma. Na capa desta edição, apresenta-se a foto da Dilma chorando.

Cruzando a foto com os elementos textuais, observamos que *O Estado de São Paulo* tentou mostrar a incoerência da ex-presidenta, entre a sua postura de combater à injustiça e sua determinação de não responsabilizar ou condenar os torturadores da população durante a ditadura militar.

Retornamos à foto da matéria, que enunciativamente, o jornal buscou através do choro de Dilma, a criticar sua incapacidade e despreparo emocional para administrar o país. É o cruzamento da foto e dos textos na capa que evidencia o recurso da ironização e hiperbolização deste veículo impresso.

Desta análise enunciativa e narrativa das matérias publicadas nos dois jornais analisados observamos como, através da política mediatizada, portanto, da neofeudalização, a mídia interfere cada vez mais no funcionamento normativo da política brasileira, quer dizer, na democracia brasileira que cada vez mais sai fragilizada uma vez que os agentes políticos, em busca da visibilidade midiática, se adequam com a lógica ou estética da mídia ou da sua realpolitik. Uma adequação que faz da política ou da democracia brasileira, uma política de imagem e não de fatos políticos.

### **Conclusão**

Antes do processo de impeachment da ex-presidenta Dilma no Brasil, ficou claro a confusão entre o direito à liberdade de expressão e direito à liberdade de imprensa é extremamente nocivo para a democracia representativa contemporânea que baseia em geral, a legitimidade do poder, na visibilidade midiática. Esta confusão fez com que a mídia no Brasil se comportasse como definidor do poder público, ao invés do congresso nacional ou dos cidadãos brasileiros. Os donos de meios de comunicação se atribuíram os poderes para definir quem ou quem não pode governar o país.

A política mediatizada que surge desta confusão faz emergir uma esfera pública dominada por interesses privados que se defendem como se fossem públicos. A invasão dos interesses privados na esfera pública e a tentativa unilateral da mídia em definir o rumo normativo da política brasileira possibilitou a emergência do processo de neofeudalização da esfera pública brasileira. Um processo que revelou a patologia funcional da democracia brasileira em que, sem prova, uma presidenta foi deposta a partir da iniciativa de um grupo determinado de pessoas presente no judiciário, no político e no midiático que podem ser consideradas como “donos de poder” no Brasil.

### **Referências**

- Gomes, W. (2008). Esfera pública política. In W. Gomes & R. C. M. Maia (eds.), *Comunicação e democracia: problema e perspectivas* (pp. 29-68). São Paulo: Paulus.
- Gomes, W. (2004). *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus.
- Habermas, J. (2003). *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Kabuenge, N. N. & Costa, A. C. (2017). A construção/fabricação da imagem pública e a narrativa de fofoca: análise da narrativa de corrupção na campanha política da chapa Dilma-Temer. In

- A. S. L. D. Médola, M. C. S. Barbosa & C. S. T. Chagas (eds.), *40 anos de histórias* (pp. 1-15). São Paulo: Intercom. Anais do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, Manaus.
- Kabuenge, N. N. (2016). *A construção/fabricação da imagem pública: análise das narrativas jornalísticas impressas sobre os presidentes da República Democrática do Congo e do Brasil*. Brasil: Belém. Monografia de conclusão de curso apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará.
- Motta, L. G. (2013). *Análise crítica da narrativa*. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Motta, L. G. (2004). *Narratologia: análise da narrativa jornalística*. Brasília: Casa das Musas.
- Ricoeur, P. (s.d.). *Tempo e narrativa: 1. a intriga e a narrativa histórica*. São Paulo: WMF Martins Fontes.
- Verón, E. (2004). *Fragments de um tecido*. São Leopoldo: Unisinos.
- Weber, M. H. (2006). Visibilidade e credibilidade: tensões da comunicação política. In R. C. Maia & M. C. P. S. Castro (eds.), *Mídia, esfera pública e identidades coletivas* (pp. 117-136). Belo Horizonte: Editora UFMG.