

Retrato das manifestações de rua no processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff: a construção da opinião pública pela mídia privada brasileira

Hebe Maria Gonçalves de OLIVEIRA¹


Resumo

Este artigo trata da cobertura jornalística realizada pela mídia comercial brasileira sobre as manifestações favoráveis e contrárias ao impeachment da presidenta Dilma Rousseff, no decorrer de 2015 e início de 2016. Observou-se uma cobertura da imprensa privada favorável às manifestações pró-impeachment, com abertura de páginas para o evento, imagens aéreas, fotos abertas em grandes proporções, além dos destaques para os números de manifestantes, como forma de sugerir amplo apoio da maioria da população à deposição da presidenta. E contrapartida, os protestos favoráveis ao governo Dilma tiveram cobertura enxuta, sem ênfase nas primeiras páginas e aos números, indicando pequena participação e reduzido apoio da população à presidenta.

Palavras-chave: Impeachment. Dilma Rousseff. Jornalismo.

Abstract

This article deals with news coverage undertaken by the Brazilian commercial media on favorable and contrary protests to the impeachment of President Dilma Rousseff, during 2015 and early 2016. We found a cover of private press in favor of pro-impeachment protests, with opening full pages to the event, aerial images, open photos in large proportions, beyond the highlights for the numbers of

1  Jornalista, professora da Graduação e do Mestrado em Jornalismo da UEPG. Doutorado em Ciências da Comunicação (Unisinos, 2010) e Mestrado em Comunicação (Umesp, 2002). Na UEPG, também integra o Grupo de Pesquisa Jornalismo, Política e Representações Sociais. hebegoncalves@hotmail.com

protesters as a way to suggest the broad support of most of the population to the deposition of president. In contrast, the protestes in favor of the government Dilma followed a lean coverage without emphasis on the front page and inside, with emphasis on numbers that could be indicated low participation and low support for the president.

Keywords: Impeachment. Dilma Rousseff. Journalism.

Introdução

Na construção do impeachment da presidenta Dilma Rousseff, está claro e notório o papel da mídia na formação da opinião pública favorável à deposição do atual governo, ocultando uma falsa imparcialidade e pluralidade no tratamento do noticiário nacional, sem revelar a atuação do setor econômico, maior interessado na disputa em questão. Os meios de comunicação, como sistema de mídia, tem papel central para reforçar o sistema vigente. Conforme descreve McChesney (2010, p.217), a atual história, marcada pela globalização, revolução tecnológica e democratização, tem a mídia comercial como “sistema central a promover os mercados globais e encorajar os valores de consumo”. Mas a globalização deve, antes de tudo, ser entendida como neoliberalismo, que segundo McChesney (2010, p.218), “refere-se ao conjunto de políticas nacionais e internacionais que exigem a dominação empresarial de todas as questões sociais com mínima força de reação”.

O que não teria eficácia sem a atuação da mídia comercial, considerada a “correia de transmissão indispensável para que as empresas comercializem seus produtos em todo o mundo; na verdade, a globalização como a conhecemos não poderia existir sem” o sistema de mídia comercial (MCCHESENEY, 2010, p.218). Contata-se ainda uma mídia totalmente desregulamentada, sem regras, que atende aos grandes *lobbies*, em detrimento do interesse público. “O registro histórico mostra que as corporações usam seu domínio dos meios de comunicação em benefício próprio, cimentando assim sua vantagem política”. (MCCHESENEY, 2010, p.231).

Por se tratar de uma peça importante para o neoliberalismo, a desregulamentação da mídia comercial e dos mercados de comunicação torna-se uma reivindicação central, o que, segundo McChesney (2010, p.218), significa na prática desregulamentar para “servir

aos interesses empresariais”. Portanto, o “sistema de mídia global, não é resultado do ‘mercado livre’ ou lei natural; é consequência de várias políticas estatais importantes que foram implantadas para criar o sistema” (MCCHESENEY, 2010, p.218). Ainda segundo o mesmo autor, os “gigantes tiveram mão forte na criação dessas leis e regulamentos e o público tende a ter pouca ou nenhuma influência”. McChesney (2010, p.235) acrescenta que o

neoliberalismo é mais que uma teoria econômica. É também uma teoria política. Ele pressupõe que a dominação empresarial da sociedade ocorra com mais eficácia quando há uma democracia representativa, mas só quando esta é uma forma política fraca e ineficiente, caracterizada por alto grau de despolitização, especialmente entre os pobres e trabalhadores.

Por se tratar de um sistema de mídia, peça importante da engrenagem do grande sistema político-econômico-social, os meios de comunicação possuem um *modus operandi*, com códigos e regras próprias, mas atravessado por outras lógicas do sistema de poder (político, econômico e social). Conforme escreve Habermas (2006), os *media* “constituem também uma outra fonte de poder”. Segundo o autor, “a utilização do poder dos *media* manifesta-se na escolha da informação e do formato, na forma e no estilo dos programas e nos efeitos de sua difusão”. Através desse mecanismo, os *media* atuam na formação da opinião, lembrando que “as opiniões públicas são construídas juntamente por elites políticas e audiências difusas” (HABERMAS, 2010).

Das seleções e enquadramentos, também se coloca o jornalismo como construtor da história do presente. Motta (2008) compreende as narrativas históricas e jornalísticas como formas de representar o tempo e o mundo. “Diferentemente da história, a narrativa jornalística, ainda que utilize predominantemente o pretérito perfeito ou imperfeito em seu discurso, refere-se ao presente, ao momento contemporâneo. Um momento fugaz, fugidio, sempre provisório.” (MOTTA, 2008, p.23). Ao citar Pierre Nora (1979), Motta (2008, p.24) destaca que o autor

observa que um novo tipo de acontecimento vinculado ao jornalismo vislumbra hoje uma história distinta. O sistema de atualidade tem o seu modo de produção, os *mass media*, e seu produto estandardizado, o acontecimento. Mas, um acontecimento diferente das efemérides do passado, que busca continuamente uma consciência de si mesmo. O acontecimento jornalístico, conclui ele, constitui-se no centro do nosso presente histórico.

Este artigo trata das coberturas jornalísticas realizadas pela mídia comercial brasileira sobre as manifestações favoráveis e contrárias ao impeachment da presidenta Dilma Rousseff, no decorrer de 2015 e início de 2016². Do acompanhamento de vários veículos de circulação nacional, observa-se uma cobertura da imprensa privada favorável às manifestações pró-impeachment, com abertura de páginas inteiras ao evento, imagens aéreas, fotos abertas em grandes proporções, além dos destaques para os números de manifestantes, como forma de superdimensionar um amplo apoio da maioria da população brasileira à deposição da presidenta.

Em contrapartida, as manifestações favoráveis ao governo de Dilma Rousseff seguiu a uma cobertura enxuta, com pouca ênfase nas primeiras páginas e interior, expressas ainda em fotos fechadas, sem grandes ângulos de aberturas, bem como o destaque a pequenos números de manifestantes, como forma de confirmar baixo apoio da opinião pública à presidenta.

A coleta de dados compreende as edições dos veículos *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S.Paulo* e *G1*, nos dias das manifestações pró e contra o impeachment da presidenta em 2015 e 2016, observando os números de manifestações divulgados, bem como o direcionamento dado pelos jornais. Os três veículos integrantes de três conglomerados de mídia brasileira privada (*Folha*, *Estado* e *O Globo*) atuam no agendamento da mesma abordagem para diferentes meios, seja nas diferentes plataformas, como impresso, sites, emissoras de rádio e TV, assim como para diferentes clientes, através das agências de notícias integrantes desses mesmos conglomerados (*Folhapress*, *Estado* e *O Globo*).

Diferenças nas abordagens jornalísticas sobre as manifestações pró e contra o impeachment

A cobertura das manifestações de ruas contrárias ao impeachment da presidente Dilma Rousseff (do Partido dos Trabalhadores) têm colocado às claras a tão propalada prática tendenciosa da mídia comercial em seu menosprezo pelos movimentos sociais populares. E não vale apontar que a afirmativa tem vício de origem, pois os números não

2 Quatro manifestações pró-impeachment, realizadas em 2015: 15 de março, 12 de abril, 16 de agosto e 13 de dezembro; e quatro contra o golpe em 2015, nos dias 13 de março, 7 de abril, 20 de agosto e 16 de dezembro. Em 2016, antes da votação na Câmara Federal em 17/abril, uma pró-impeachment, em 12 de março, e uma a favor do governo Dilma, em 18 de março.

mentem, embora se reconheça que, em diversas situações, os mesmos também possam ser fabricados. O que não vem ao caso aqui, por agora, quando se pretende mostrar, através de comparativos a partir dos próprios números divulgados pela grande imprensa, as abordagens jornalísticas que se revelaram tendenciosas nas marcadas manifestações de ruas ocorridas ao longo deste 2015.

De antemão, as manifestações contra a presidente Dilma Rousseff tiveram, desde o início, todos os conglomerados de mídia brasileira como o maior aliado. Já é público e notório o empenho da imprensa privada brasileira durante a campanha às eleições presidenciais em prol da candidatura de oposição, capitaneada pelo candidato Aécio Neves (Partido Social da Democracia Brasileira, através de aliança dos partidos tradicionais da política no País), bem como da permanente disputa, ao forte sabor de ressentimento, travada pós-2º turno das eleições 2014, pelo não reconhecimento à vitória nas urnas por Dilma Rousseff, que obteve 51,64% (54.501.118) dos votos válidos, contra 48,36% (51.041.155)³ à direita ultraconservadora. Tal cenário de revanchismo tem se configurado em “um 3º turno”, no qual a mídia tem assumido destaque de verdadeiro partido político, conforme observado por cientistas políticos e estudiosos da mídia (LIMA, 2009), em análises sobre o imbricado campo de disputa entre mídia e política.

A constatação pode ser confirmada na cobertura jornalística do jornal *O Estado de S.Paulo*, na edição do dia seguinte à primeira manifestação pró-impeachment, em 15 de março deste ano, que levou 1,950 milhão de pessoas às ruas, em 185 cidades em todo País (dados da Polícia Militar), segundo o periódico. Só na cidade de São Paulo, foram contabilizados cerca de 1 milhão de pessoas pela Polícia Militar e 210 mil pelo Instituto DataFolha), conforme dados divulgados pelo jornal.⁴ Na mesma edição (16/03/2015), o jornal apresenta um comparativo entre o número de pessoas que foram às ruas e o número de votos dos eleitores nas eleições presidenciais de 2014. Em infográfico, o jornal traça um paralelo entre o número de pessoas nas manifestações contra Dilma naquela data em estados e regiões em que a presidenta teve vitória maior ou menor a 65% dos

3 Dados oficiais do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

4 Esses mesmos números foram publicados pelo jornal *Folha de S.Paulo* e site de notícias G1 (do Grupo O Globo).

votos nas eleições/2014, assim como mostra estados e regiões em que Aécio Neves teve vitória maior ou menor a 65% dos votos.

Com a imprensa aliada e na posição de partido político, as manifestações de ruas pró-impeachment tiveram grandes vantagens por contar com a ampla cobertura dos conglomerados de mídia antes, durante e depois dos atos. A imprensa (emissoras de TV e rádio, off-line e online) participaram ativamente com chamadas um dia antes das manifestações, divulgando expectativas de público confirmadas em redes sociais e locais para as concentrações. No dia do evento, 15 de março, as grandes emissoras de televisão abertas e sites de notícias fizeram inserções ao vivo durante todo o domingo, com convocatória para o local do evento.

A fórmula se repetiu nos quatro eventos contra a presidenta Dilma realizados ao longo de 2015. Outro aspecto a considerar é que essas manifestações foram realizadas aos domingos, quando as ruas e praças foram transformadas em espaços de lazer, sob a bandeira verde-amarelo. Sob a escolta da polícia, manifestantes desfilaram com bandeiras do Brasil e cartazes com dizeres “Intervenção Militar”, “Volta dos Militares”, “Fora Dilma”, “Fora PT”, “Fora o Comunismo”, “Vai pra Cuba”, exibiram *selfs* com militares diante tanques blindados, como os grandes defensores da Pátria, em alusão ao regime militar (1964-1985). As manifestações tiveram semelhança às ações pós-31 de março de 1964, quando famílias inteiras saíram às ruas para apoio ao golpe militar, que resultou em uma das mais sangrentas ditaduras da América Latina.

Além das transmissões ao vivo durante os domingos das manifestações, as principais emissoras de televisão de rede nacional (abertas e fechadas) e sites de notícias dos conglomerados divulgaram os balanços das manifestações ao vivo nos horários nobres e em tempo real. Nas edições do dia seguinte às manifestações, as coberturas completas nos principais jornais dos conglomerados de mídia brasileira, com ampla divulgação (reportagens, fotos, infográficos em várias páginas).

Na edição seguinte ao 15 de março, *O Estado de S.Paulo* estampou a manchete: “Protesto contra Dilma é maior manifestação desde 'Diretas-Já’”, com foto ocupando quatro colunas em quase página inteira de formato standard. No interior do jornal, oito páginas de coberturas do evento, sem contar os artigos dos articulistas, com as seguintes matérias *abre páginas*: “Manifestações contra Dilma levam multidões ao país” e “Polícias

Militares contam quase 2 milhões em atos” (p.A4); “Dia de protestos”, infográfico de meia página sobre números de manifestantes em todo País (p.A5); “Corrupção e 'Fora PT unificam protestos” e “PM prende rojões e posa para selfies” (p.A6); “Discursos contra Dilma tinham tons diversos” (p.A7); “Todas as capitais do Nordeste têm atos” e “Por meio de redes sociais, Aécio e Marina defendem atos” (p.A8); “Governo se defende sob novo painel” (p.A9), e páginas A10 e A11 com fotos diversas sobre a manifestação.

A *Folha de S.Paulo* também apresentou cobertura semelhante na edição seguinte ao 15 de março. A manchete do jornal em seis colunas no formato standard, “Fora Dilma reúne 210 mil em São Paulo e multidões no país”, contou com chamada de página inteira, com foto, em três colunas, da multidão na Avenida Paulista, em São Paulo. No interior do jornal, nove páginas de noticiário, além das análises conservadoras dos articulistas e colunistas, com os seguintes títulos: “Multidão vai às ruas e assusta o governo” (p.A4); “Análise – Ato com foco definido foi além do esteriótipo – Dimensão dos protestos, que reuniram não apenas gente mais rica e grupos e direita, surpreendeu o governo” (p.A5); infográfico “O Dia 15 no Brasil – Mobilizações antigoverno reuniram 1,7 mi em 26 capitais, segundo PMS” (p.A6); “Ato reuniu 210 mil em SP, segundo DataFolha (p.A7); “Caras da avenida”, com fotos dos manifestantes (p.A8); “Tietados, militares posam para selfies com manifestantes” (p.A9); “Políticos, mesmo de oposição, são hostilizados e impedidos de falar” (p.A10); “Governo tenta reagir repetindo promessas” (p. A11); e “Críticas a Dilma nas redes sociais atingem pico” (p.A12).

Os protestos contra a presidenta Dilma se repetiram nos dias 12 de abril, 16 de agosto e 13 de dezembro, porém com adesão menor em número de manifestantes, conforme divulgado pela imprensa em relação ao dia 15 de março (ver tabela 1). No entanto, os conglomerados deram a mesma dimensão à cobertura, com convocações antes, durante e posterior aos atos, considerando ainda as chamadas ao vivo dos locais dos eventos em rede nacional pelas principais emissoras de televisão do país e sites de notícias.

Tabela 1 – Números dos protestos

Protestos pró-impeachment de Dilma Rousseff - 2015								
	15 de março (domingo)		12 de abril (domingo)		16 de agosto (domingo)		13 de dezembro (domingo)	
	São Paulo*	País	São Paulo*	País	São Paulo*	País	São Paulo*	País
O Estado de S.Paulo	1 milhão (PM) 210 mil (DataF.)	185 cidades 1,950 milhão (PM)	100 mil (DataF.) 275 mil (PM)	152 cidades, 24 Estados e DF 650 mil (PM)	Av. Paulista 350 mil (PM) 135 mil (DataF.)	788 mil (PM)	30 mil mil (PM) 100 mil (org.) 28,5 mil (Estadão Dados) 40 mil DataFolha	73 mil (PM) 26 Estados e DF
Folha de S.Paulo	1 milhão (PM) 210 mil (DataF.)	1,7 milhões (PM)	100 mil (DataF.) 275 mil (PM)	543 mil (PM)	350 mil (PM) 135 mil (DataF.)	612 mil (PM) - 25 capitais	40,3 mil (DataF.) 30 mil (PM)	33 mil em 18 estados (PM) 78 mil nas capitais (org.)
G1	1 milhão (PM) 210 mil (DataF.)	2,3 milhões (PM) 2,9 milhões (org.)	275 mil (PM) 800 mil (org.)	224 cidades/ 24 Estados e DF 701 mil (PM) 1,5 milhão (org.)	135 mil (DataF.) 350 mil (PM) 1 milhão (org.)	878 mil (PM) 2 milhões (org.)	30 mil (PM) 40,3 mil (DataF.) 50/500 mil (org.)	87 cidades 26 estados e DF 83 mil (PM) 407 mil (org.)

(Fonte: O Estado de S.Paulo, Folha de S.Paulo e G1 – Elaborada pela autora conforme divulgado pelos veículos) - *Capital

Em contrapartida, os atos pró-Dilma Rousseff e contra o golpe à democracia, organizados por diversos coletivos e movimentos sociais populares, entidades sindicais de trabalhadores e partidos de esquerda, não tiveram a mesma abordagem por parte dos conglomerados de meios de comunicação. As coberturas jornalísticas sobre as manifestações realizadas em dias de semana, em pela rotina de trabalho (diferentemente das pró-golpe realizadas aos domingos), ficaram restritas na maior parte nos espaços fixos dos noticiários diários. As exceções foram as coberturas por integrantes dos próprios movimentos sociais populares ou dos coletivos de jornalismo alternativo através das redes sociais (Tweeter, Facebook ou Instagram) em tempo real. A edição do dia seguinte ao 13 de março, um dia anterior à manifestação contra Dilma Rousseff, o jornal *O Estado de S.Paulo* dedicou menos de duas páginas internas ao protesto. Na manchete em quatro

colunas do formato standard, “CUT, UNE e MST fazem protesto pró-Dilma em 23 Estados – Grupos defendem Petrobras e condenam pedido de impeachment a 2 dias das manifestações contra o governo”, o jornal estampa foto da manifestação a partir do chão, o que não dá a dimensão da totalidade da multidão, ao contrário das imagens aéreas publicadas na cobertura dos atos pró-golpe. No interior, os títulos, “Manifestações contra impeachment de Dilma reúnem milhares em 23 Estados”, com foto aérea da multidão na Avenida Paulista, em São Paulo (p.A4); e “‘Saia do palácio e ouça o povo’, diz Stédile à presidente – Coordenador do MST chama Levy de ‘infiltrado’ e critica ajuste fiscal, mas adota defesa do mandato e rejeita ‘golpe’ contra Dilma” (p.A6), seguida de infográfico, com dados imprecisos sobre números de manifestantes em todo País. Já a página A7, o jornal dedica uma coluna inteira (formato standard) para ato no domingo pró-impeachment, com o seguinte título: “Artistas aderem a movimento anti-Dilma – Grupo Vem Pra Rua publica em sua página oficial no Facebook gravações de atores e atrizes chamando para as manifestações deste domingo”.

Comparado a *O Estado de S.Paulo*, a *Folha de S.Paulo* dedica menor espaço à cobertura das manifestações de 13 de março. A manchete “Atos defendem Dilma, mas criticam governo – Protesto de grupos de esquerda reuniu 41 mil pessoas em SP, diz DataFolha” é acompanhada de foto também dos manifestantes a partir do chão, o que não permite ter a dimensão da multidão nas ruas. A chamada de capa ocupa três quartos da página (primeira dobra do formato stander e metade da segunda). No interior do jornal, as abordagens expressas nos títulos “Atos rejeitam impeachment, mas criticam governo Dilma” (p.A4), matéria seguida de infográfico com dados sobre manifestações em todo País; “Grupos chamam opositores de ‘golpistas’” ocupa um quarto de página (p.A5); “Protesto em SP teve 41 mil participantes, diz DataFolha”, seguido de infográfico, ambos publicados na primeira dobra da página (p.A7); “Líder do MST diz que ministro da Fazenda é ‘infiltrado’ no governo”, matéria seguida de duas chamadas referentes ao ato pró-impeachment previsto para o dia seguinte: “Aécio chama população para marcha anti-Dilma – Participar pode parecer revanchismo, diz Richa” e “Famosos publicam vídeo de apoio ao ato deste domingo na internet” (p.A8).

As manifestações pró-Dilma foram menosprezadas pela mídia comercial até mesmo na cobertura de 16 de dezembro, quando registrado o maior número de participantes (ver Tabela 2) nas passeatas contra o golpe, comparada também ao último

protesto anti-Dilma, realizado no domingo 13 dezembro, quando já se registrara queda no número de participantes. Na *Folha de S.Paulo* a chamada de capa, com uma foto aérea fechada sobre a multidão, não foi manchete, com o título em apenas uma coluna (quatro linhas): “Ato pró-Dilma reúne 55 mil na Paulista, diz DataFolha”, seguido do texto “Três dias após as manifestações pelo impeachment da presidente Dilma, protestos a favor dela ocorreram nesta quarta (16) em 22 capitais. O ato que começou na avenida Paulista reuniu 55 mil pessoas, diz o DataFolha – mais do que as 40,3 mil que estiveram no local no domingo contra o governo”. No interior do jornal, a *Folha* dedica uma página para a maior manifestação pró-Dilma realizada desde o início do ano, momento em que os participantes pedem também pela cassação do mandato do presidente da Câmara Federal, Eduardo Cunha (PMDB), acusado de uma série de irregularidades, entre elas o de manter contas ilegais na Suíça e abuso de poder no Parlamento em benefício próprio.

O *Estado de S.Paulo* também dedica espaço menor à cobertura das manifestações contra o impeachment da presidente Dilma no dia 16 de dezembro. Na 1ª página, embora a foto aérea do ato, a imagem retrata o local central do movimento, isto é, em frente ao Museu de São Paulo (Masp), na Avenida Paulista. Já no do jornal, a cobertura do evento se restringe a um quarto de página, com uma matéria principal, “Ato pró-Dilma pede 'Fora Cunha' em SP”, e uma retranca, “País registra apoios em ao menos 16 Estados e no DF”.

Tabela 2 – Números dos protestos

Protestos contra o Golpe à Democracia e pró-Dima Rousseff - 2015								
	13 de março (sexta-feira)		7 de abril (terça-feira)		20 de agosto (quinta-feira)		16 de dezembro (quarta-feira)	
	São Paulo*	País	São Paulo*	País	São Paulo*	País	São Paulo*	País
O Estado de S.Paulo	12 mil (PM) 100 mil (org.)	23 Estados	400 PM		40 mil (PM) 60 mil (org.)		Av. Paulista 50 mil (PM) 100 (org.) 55 ml (DataF.)	16 estados e DF 23 cidades
Folha de S.Paulo	12 mil (PM) 41 mil (Dataf.) 100 mil (org.)	26.050 (PM) 169.800 (org.)	400 (PM) 10 mil (CUT)		37 mil (DataF.) 40 mil (PM) 100 mil (org.)	25 capitais 207 mil (org.) 62 mil (PM) em 21 cidades	55 mil (DataF.) 70 mil (org.)	40,7 mil (PM) 217 mil (org.) capitais
G1	12 mil (PM) 100 mil (org.)	32 mil (PM) 175 mil (org.)	PM não divulgou Org. não divulgou	18 cidades	40 mil (PM) 75 mil (org.)	39 cidades	50 mil (PM) 100 mil (org.)	

(Fonte: *O Estado de S.Paulo*, *Folha de S.Paulo* e *G1* – Elaborada pela autora conforme divulgado pelos veículos) - *Capital

Em 2016, os veículos seguem a mesma abordagem nas coberturas das manifestações pró ou contrárias ao impeachment de Dilma Rousseff. Do ato de domingo 12/03/2016, as manchetes garrafais na edição do dia seguinte revelam o apoio da imprensa às manifestações favoráveis ao golpe. Na *Folha de S.Paulo* (13/03/2016), a manchete em letra maiúscula ocupa duas linhas na extensão das seis colunas da página: “ATO ANTI-DILMA É O MAIOR DA HISTÓRIA”. Abaixo da manchete, uma foto da manifestação que toma toda altura da página standard em quatro colunas. Novamente, os números: “500 mil manifestantes foram à Av. Paulista, calcula DataFolha”. No interior do jornal, cinco páginas dedicadas às manifestações ocorridas no dia anterior.

Já *O Estado de S.Paulo* (edição de 13/03/2016) teve uma edição inusitada. Dedicou uma página inteira para uma única foto aérea da manifestação favorável ao impeachment na Avenida Paulista (tamanho standard) no domingo. Como manchete, apenas a data em itálico sobre a foto, “12/03/2016”. No interior, 11 páginas de cobertura do movimento. Na primeira página do caderno *Política*, o título em duas linhas e seis colunas, “Maior manifestação da história do País aumenta pressão por saída de Dilma”.

Primeira Página (Edição 13/03/2016):



94

Nas manifestações contra o impeachment em 2016, os jornais também foram comedidos na cobertura, repetindo a fórmula de 2015. Sobre o ato da sexta-feira 18/03/2016, a *Folha de S.Paulo* no dia seguinte (19/03/2016) estampou manchete “Ato pró-governo reúne 95 mil na Paulista, calcula DataFolha”, escrita em minúsculo e em quatro colunas da página impressa. Já a foto da multidão também em tamanho menor (três colunas e altura de meia página impressa), se comparada ao destaque dado à cobertura das manifestações pró-impeachment de domingo anterior. No interior do jornal, apenas duas páginas dedicadas à cobertura da manifestação.

N' *O Estado de S.Paulo*, a cobertura também reduziu a dimensão da manifestação. Na primeira página da edição de 19/03/2016, o periódico dedicou uma foto legenda fechada que mostra a multidão apenas em torno do MASP (Museu de Arte de São Paulo), ao contrário de imagem área com extensão de toda Avenida Paulista, como nas coberturas das manifestações pró-impeachment. Na foto legenda, o jornal cita que a manifestação reuniu 80 mil pessoas, segundo a PM e 350 mil, segundo os organizadores. No interior, menos de duas páginas dedicadas às manifestações, que aconteceram não somente em São Paulo, mas também em várias capitais do País.

Primeira Página (Edição 19/03/2016):



95

A cobertura dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo* toma maiores dimensões ao considerar que esses veículos integram os principais conglomerados de mídia do País, os quais se constituem em demais veículos em diferentes plataformas, que reproduzem os mesmos conteúdos e abordagens. A prática ocorre também através de suas agências de notícias, que atuam como distribuidoras de conteúdos para centenas e centenas de veículos situados em diferentes regiões e localidades de norte a sul do Brasil. A cobertura dos protestos por esses veículos é a mesma para o portal de notícias *estadao.com.br* e *uol.com.br*, integrantes dos grupos privados *Estado* e *Folha*, respectivamente, assim como o site *g1.globo.com* segue a produção de conteúdos do conglomerado *O Globo*.

Considerações finais

Dessas abordagens, tem-se portanto a clara ideia de uma mídia que assume o vergonhoso papel de desinformar, construindo um cenário de opinião pública desfavorável aos próprios interesses da Nação, em detrimento de algo caro ao próprio País, a consolidação da democracia, com riscos de profundos retrocessos para o que ainda se espera nessa imatura *res publica* frente ao cenário latino-americano e mundial em pleno século 21.

Mas, ao que tudo indica, os movimentos sociais e as organizações populares não devem deixar que o golpe eleitoral ganhe força, ainda que a direita, com seus empresários e a mídia comercial brasileira apostem nas táticas da articulação traiçoeira e sem respeito à democracia conquistada pelo povo brasileiro.

Referências

HABERMAS, Jürgen. Comunicação política na sociedade mediática: o impacto da teoria normativa na pesquisa empírica. **Líbero**. Ano XI, nº 21. Jun 2008. Disponível em <http://revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/viewFile/5394/4911>

LIMA, Venício. Jornais "independentes" fazem retorno invertido às suas origens partidárias. **Carta Maior**. 29 dez 2009. Disponível em <http://www.cartamaior.com.br/?/Coluna/Jornais-independentes-fazem-retorno-invertido-as-suas-origens-partidarias/22177>

MCCHESENEY, Robert W. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, Denis de (org.) **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização cultural e poder. 5ªed. São Paulo: Record, 2010. p.217-242.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Jornalismo, narrativa e história do presente. Diário do Nordeste. Caderno 3. 22/11/2008. Disponível em: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/caderno-3/jornalismo-narrativa-e-historia-do-presente-1.485216>

_____. Jornalismo e configuração narrativa da história do presente. **E-compós**. Ed. 1. 2004. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/8/9>

Recebido em 03/11/2016

Publicado em 20/11/2016