

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Programa de Pós-Graduação em Letras
Eliara Santana

Jornal Nacional, um ator político em cena

Do impeachment de Dilma Rousseff à eleição de Jair Bolsonaro: as bases da construção da narrativa jornalística que legitimou processos políticos na recente história brasileira

Belo Horizonte
2020

Eliara Santana

Jornal Nacional, um ator político em cena

Do impeachment de Dilma Rousseff à eleição de Jair Bolsonaro: as bases da construção da narrativa jornalística que legitimou processos políticos na recente história brasileira

Texto apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais como requisito para obtenção do título de doutora em Linguística e Língua Portuguesa

Orientador: Prof. Dr. Hugo Mari

Área de concentração: Enunciação e Processos Discursivos

Belo Horizonte
2020

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

F383j Ferreira, Eliara Santana
Jornal Nacional, um ator político em cena Do impeachment de Dilma Rousseff à eleição de Jair Bolsonaro: as bases da construção da narrativa jornalística que legitimou processos políticos na recente história brasileira / Eliara Santana Ferreira. Belo Horizonte, 2020.
176 f. : il.

Orientador: Hugo Mari
Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.
Programa de Pós-Graduação em Letras

1. Jornal Nacional (Programa de televisão) - Cobertura jornalística - Brasil. 2. Rousseff, Dilma, 1947- - Impeachment. 3. Bolsonaro, Jair, 1955-. 4. Narrativa (Retórica). 5. Jornalismo - Linguagem. 6. Jornalismo - Aspectos políticos. 7. Análise do discurso. 8. Governo e imprensa - Brasil. 9. Comunicação escrita. I. Mari, Hugo. II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Letras. III. Título.

CDU: 82.085

Eliara Santana Ferreira

Jornal Nacional, um ator político em cena

Do impeachment de Dilma Rousseff à eleição de Jair Bolsonaro: as bases da construção da narrativa jornalística que legitimou processos políticos na recente história brasileira

Texto apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais como requisito para obtenção do título de doutora em Linguística e Língua Portuguesa

Orientador: Prof. Dr. Hugo Mari

Área de concentração: Enunciação e Processos Discursivos

Prof. Dr. Hugo Mari – PUC Minas (Orientador)

Profa. Dra. Ângela Maria Carrato – UFMG

Prof. Dr. Adail Sobral – FURG

Prof. Dr. Ércio do Carmo Sena Cardoso – PUC Minas

Profa. Dra. Jane Quintiliano Silva – PUC Minas

Prof. Dra. Daniella Lopes Dias Ignacio Rodrigues – PUC Minas (Suplente)

Belo Horizonte, 14 de agosto de 2020

*Ao meu companheiro querido, João, pelo entusiasmo sem tamanho, pelo
companheirismo, pelo otimismo quase sem limite e por assistir ao JN
comigo (fatiando queijo).*

*À minha mãe querida, por achar lindo tudo o que faço e por acreditar
tanto em mim.*

*Ao Jam, pela empolgação com a mãe pesquisadora e por vibrar tanto com
meu trabalho. Amo você muito, filho.*

*À Meme, pela sensibilidade, pelo interesse na pesquisa e pelas
massagens deliciosas. Amo você muito, filha.*

*A todos vocês, agradeço por terem aceitado, sem muitas reclamações, que
o Bonner fizesse parte da nossa família por tanto tempo.*

AGRADECIMENTOS

Ao meu caríssimo e querido orientador, **professor Hugo Mari**, pela gentileza infinita, pelo carinho e pela paciência (e por gostar tanto dos meus bolos).

Ao **Programa de Pós-graduação em Letras e Língua Portuguesa da PUC Minas** pela generosidade, pelo carinho e pelo enorme compromisso com a pesquisa.

À **Secretaria do Programa de Pós-graduação em Letras** pela gentileza cotidiana que tanto nos ajuda.

À **Capes**, pela bolsa concedida para o doutorado.

Às **professoras Lalitha Vasudeven e Ioana Literat**, do Teachers College, Columbia University, pela acolhida tão afetuosa no MASClab e pelo interesse em meu trabalho.

Ao colega **Joe Riina-Ferrie** pela acolhida no MASClab e por me guiar por tantas vezes pelos labirintos do Teachers College.

À professora querida, brilhante e amiga, **Jane Quintiliano**, pela parceria, pelo carinho enorme, pelas ótimas conversas regadas a vinho. E por me mostrar Pêcheux.

À professora **Angela Carrato** pela amizade tão carinhosa, pela parceria gentil e pelo olhar tão arguto sobre a mídia brasileira.

Ao **professor Juarez Guimarães** pela gentileza, pelo carinho, pela parceria e pelo interesse na minha pesquisa. Sem dúvida, aquele reencontro na Fafich rendeu – e renderá – muitos frutos.

À **professora doutora Claudia Wanderley**, do Centro de Lógica, Epistemologia e História da Ciência (CLE) da Unicamp, pelo entusiasmo tão grande e pela acolhida tão generosa.

Às **amigas amadas do Occupy BH - Fatinha, Natália, Regina, Zezinha e Rita**: a alegria, a empolgação, o entusiasmo de vocês com minha pesquisa e o carinho enorme (enchendo muito a minha bola) foram fundamentais nesse caminho.

Aos **amigos Robson Brito e Fernanda Zilli** pelas fofocas, pelo carinho, pela torcida sempre empolgada. Adoro vocês.

À queridíssima **amiga Laura Scheiber**, uma das pessoas mais gentis que conheci nesta trajetória. Nunca terei como agradecer tudo o que fez por mim em NY.

À amiga **Myriam Marques** pela acolhida tão gentil em NY, pelas ótimas conversas e pelas deliciosas taças de vinho.

Aos **amigos de NY 1 – George, Luciana, Natália, Marcus, Ana Cissa, Aracelly** – pela acolhida, pelo enorme carinho, pelas ótimas conversas e pelo interesse na minha pesquisa.

Aos **amigos de NY 2 – Breno e Olivia** – pelos ótimos passeios, pelas conversas no bar de Chinatown, pelas cervejas no ferry, pela praia, pelo grande carinho. Miss you!

Aos **amigos do DDB (Defend Democracy in Brazil)** pela luta incansável pela democracia. Aprendi muito com vocês.

À **amiga Conceição Lemes**, editora do site Viomundo, pelo enorme carinho e pela grande confiança em mim e no meu trabalho.

Ao **meu filho adotivo, Bob**, pela doçura, pela gentileza e por gostar tanto de tudo o que eu faço. Amo você.

Aos **amigos queridos dos meus filhos**, que fizeram da laje um ponto de encontro, pelo carinho e pelo interesse em ver outras coisas além das notícias.

À **amiga Paula Quental** pela acolhida tão maravilhosa em São Paulo.

À **amiga Patrícia Adriely** pelo apoio de sempre com os vídeos do JN e com todos os meus projetos.

À **minha bisavó, Sá Maroca**, e à **minha avó, Milu**, pela tenacidade feminina, que nos faz sair do sertão e correr mundo.

Aos **leitores do Boletim do JN** pelo interesse tão grande. É um prazer partilhar minhas impressões com vocês.

Ao jornalista **Glenn Greenwald** e à **equipe do The Intercept Brasil** por terem desnudado as ações e os momentos sórdidos que eu havia descoberto em minha pesquisa.

Aos muitos **amigos virtuais e presenciais** que fiz ao longo desta trajetória. É muito bom partilhar ideias e o desejo de colaborar para a construção de um país decente

Ao **Jair** pela estupidez gigantesca que possibilitou excelente material para análise.

Por fim, ao **presidente Lula** e à **presidenta Dilma** pela resiliência e por mostrarem que, afinal, podemos ser um país de verdade.

The role of the media in contemporary politics forces us to ask what kind of a world and what kind of a society we want to live in, and in particular in what sense of democracy do we want this to be a democratic society¹ (CHOMSKY, 1991, p. 5)

¹ O papel da mídia na política contemporânea nos força a indagar em que tipo de mundo e em qual tipo de sociedade nós queremos viver e, em particular, em que senso de democracia nós queremos ser uma sociedade democrática (Tradução livre)

RESUMO

O discurso de informação ressignifica acontecimentos no processo de produção da notícia e de construção de uma narrativa jornalística. Tomando o discurso como encontro entre a linguagem e a ideologia e buscando compreender o funcionamento do discurso de informação, o objetivo desta pesquisa é analisar as bases da construção da narrativa jornalística levada ao telespectador pelo Jornal Nacional (JN), o mais importante telejornal da Rede Globo de Televisão, num período histórico que contempla do processo de impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff à eleição e posse de Jair Bolsonaro como presidente da República. As unidades de análise foram as reportagens e matérias das edições diárias do jornal nesse período relatado. Para empreender a análise num período histórico tão extenso, procedemos à segmentação em Momentos Discursivos, estabelecendo um recorte temporal a partir de momentos históricos e acontecimentos mais relevantes retratados nas edições diárias do JN, e a partir desse recorte, observamos, nas reportagens e matérias, as estratégias discursivas utilizadas para a composição das notícias, bem como as variações das abordagens de temas semelhantes (inflação, por exemplo) em momentos históricos e temporais distintos. Para o desenvolvimento deste trabalho, procuramos compreender o papel das macrocategorias poder e ideologia no funcionamento de uma rede estável de comunicação, bem como os modos de utilização categorias como enquadramento, silenciamento, produção de consenso e viés na estruturação dessa narrativa jornalística. Buscamos suporte teórico em autores como Michel Pêcheux, Eni Orlandi, Patrick Charaudeau, Noam Chomsky, John Thompson, Luís G. Motta, Pierre Bourdieu, entre outros, para embasar a análise. Com o desenvolvimento desta pesquisa, foi possível concluir que a notícia é um produto bem construído e que o Jornal Nacional desempenha um relevante papel no cenário sociopolítico do país, levando aos telespectadores, a partir da narrativa veiculada pelas notícias diárias, um conjunto de valores, representações e crenças, de modo não transparente e não visível.

Palavras-chave: Narrativa. Mídia. Discurso de Informação. Jornal Nacional. Impeachment

ABSTRACT

The information discourse resembles events in the process of news production and the construction of a journalistic narrative. Considering discourse as an encounter between language and ideology and seeking to understand how the discourse of information works, the objective of this research is to analyze the bases of the construction of journalistic narrative brought to the viewer by the *Jornal Nacional* (JN), the most important television news network of the Globo Television Network, in a historical period that includes the process of impeachment of former President Dilma Rousseff to the election and inauguration of Jair Bolsonaro as Brazil's president. The units of analysis were the reports and articles of the daily editions of the newspaper in this reported period. To undertake the analysis in such a long historical period, we segmented the Discursive Moments, establishing a temporal cut-off from the most relevant historical moments and events portrayed in the daily editions of JN, and from this cut-off, we observed, in the reports and articles, the discursive strategies used for the composition of the news, as well as the variations in the approaches to similar themes at different historical and temporal moments. For the development of this work, we seek to understand the role of macro-categories power and ideology in the functioning of a stable communication network, as well as the modes of use categories such as framing, silencing, consensus production, and bias in the structuring of this journalistic narrative. We seek theoretical support from authors such as Michel Pêcheux, Eni Orlandi, Patrick Charaudeau, Noam Chomsky, John Thompson, Luís G. Motta, Pierre Bourdieu, among others, to support the analysis. With the development of this research, it was possible to conclude that the news is a well-constructed product and that *Jornal Nacional* plays a relevant role in the socio-political scenario of the country, bringing to viewers, from the narrative conveyed by the daily news, a set of values, representations, and beliefs, in a non-transparent and non-visible way.

Keywords: Narrative. Media. Information Discourse. Impeachment

RESUMEN

El discurso informativo se asemeja a los acontecimientos en el proceso de producción de noticias y la construcción de una narrativa periodística. Tomando el discurso como un encuentro entre el lenguaje y la ideología y buscando entender cómo funciona el discurso de la información, el objetivo de esta investigación es analizar las bases de la construcción de la narrativa periodística llevada al espectador por el Jornal Nacional (JN), la red de noticias televisivas más importante de la Red Globo de Televisión, en un período histórico que incluye el proceso de destitución de la ex presidenta Dilma Rousseff a la elección e investidura de Jair Bolsonaro como presidente de la República. Las unidades de análisis fueron los informes y artículos de las ediciones diarias del periódico en este período. Para llevar a cabo el análisis en un período histórico tan largo, hemos segmentado los Momentos Discursivos, estableciendo un corte temporal a partir de los momentos y acontecimientos históricos más relevantes retratados en las ediciones diarias de JN, y a partir de este corte observamos, en los informes y artículos, las estrategias discursivas utilizadas para la composición de las noticias, así como las variaciones en los enfoques de temas similares (la inflación, por ejemplo) en diferentes momentos históricos y temporales. Para el desarrollo de este trabajo, buscamos comprender el papel del poder y la ideología de las macrocategorías en el funcionamiento de una red estable de comunicación, así como los modos de uso de categorías como el encuadre, el silenciamiento, la producción de consenso y el sesgo en la estructuración de esta narrativa periodística. Buscamos el apoyo teórico de autores como Michel Pêcheux, Eni Orlandi, Patrick Charaudeau, Noam Chomsky, John Thompson, Luís G. Motta, Pierre Bourdieu, entre otros, para apoyar el análisis. Con el desarrollo de esta investigación se pudo concluir que la noticia es un producto bien construido y que el Jornal Nacional juega un papel relevante en el escenario sociopolítico del país, aportando al espectador, a partir de la narración que transmite la noticia diaria, un conjunto de valores, representaciones y creencias, de forma no transparente y no visible.

Palabras clave: Narración. Los medios de comunicación. Discurso de información. Impeachment

RELAÇÃO DE FIGURAS

FIGURA 1 – Grade JN 30-04-2017.....	52
FIGURA 2 – Grade JN 30-04-2017.....	53
FIGURA 3 – William Bonner e imagem vermelha ao fundo.....	73
FIGURA 4 – Reportagem JN “Preocupação do brasileiro com inflação”.....	78
FIGURA 5 – Reportagem JN “Moro decreta prisão de Lula”.....	86
FIGURA 6 – Reportagem JN “Justiça torna público diálogo entre Lula e Dilma”.....	86
FIGURA 7 – Matéria JN “ONU cita Brasil como um dos países que reduziram pela metade número de pessoas que passam fome”.....	89
FIGURA 8 – Matéria JN “Desemprego fica em 4,8% em 2014”.....	91
FIGURA 9 – Grade JN “Manifestações de Junho de 2013 em todo o Brasil”.....	112
FIGURA 10 – Cenário do JN com fundo vermelho.....	113
FIGURA 11 – Cenários do JN com fundo vermelho.....	114
FIGURA 12 – Reportagem JN “Moro decreta prisão de Lula”.....	115
FIGURA 13 – JN – Justiça torna público diálogo entre Lula e a presidente Dilma.....	119
FIGURA 14 Reportagem JN “Pallocci diz que Lula sabia da corrupção na Petrobras”.....	121
FIGURA 15 – Grade JN.....	128
FIGURA 16 – Reportagem JN “Preocupação do brasileiro com a inflação”.....	131
FIGURA 17 – Matéria JN “Brasileiros pagam R\$ 90,7 bilhões em impostos”.....	132
FIGURA 18 – Matéria JN “CPI mista da Petrobras cancela depoimento do doleiro Alberto Yousseff”.....	132
FIGURA 19 Matéria JN “Dólar fecha o dia em alta e a Bolsa de Valores de São Paulo em baixa” 06-11-2014.....	133

FIGURA 20 – Matéria JN “Inflação oficial do Brasil fica em 0,42% em outubro” 07-11-2014.....	134
FIGURA 21 Reportagem JN “Energia elétrica, alimentos e alguns serviços continuam pressionam a inflação”	136
FIGURA 22 – JN – Grade JN 14-11-2014.....	137
FIGURA 23 Grade do JN 14-11-2014.....	138
FIGURA 24 Grade do JN 7-11-2014.....	139
FIGURA 25 – Matéria JN “Desemprego fica em 4,8% em 2014” 31-01-2015.....	142
FIGURA 26 Matéria JN “Busca por emprego aumenta com sinais de recuperação da economia”.....	143
FIGURA 27 Matéria JN “Inflação”.....	145
FIGURA 28 – Matéria JN “Inflação”.....	146
FIGURA 29 – Reportagem JN “Encerramento da Rio 2016”.....	148
FIGURA 30 – Reportagem JN “Ex-presidente Lula deixa Aeroporto de Congonhas rumo a Curitiba”.....	150
FIGURA 31 – Reportagem JN “Em entrevista ao JN, Bolsonaro diz que está feliz de voltar para casa”.....	151
FIGURA 32 – Reportagem JN “O ‘e daí’ de Bolsonaro”.....	156

RELAÇÃO DE QUADROS

QUADRO 1 – Modos de operação da ideologia.....	35
QUADRO 2 – Tipos de enquadramento.....	42
QUADRO 3 – Momentos Discursivos.....	48
QUADRO 4 – Macroestrutura temática.....	56
QUADRO 5 – Momento Discursivo 1 – Jornadas de Junho.....	80
QUADRO 6 – Momento Discursivo 2 – Eleições de 2014.....	81
QUADRO 7 – Momento Discursivo 3 – Pós-eleição de Dilma Rousseff até aprovação do pedido de impeachment.....	81
QUADRO 8 – Momento Discursivo 4 – Votação do impeachment no Congresso e afastamento de Dilma Rousseff pelo Senado.....	82
QUADRO 9 – Momento Discursivo 5 – Afastamento definitivo de Dilma Rousseff e posse de Michel Temer.....	82
QUADRO 10 – Momento Discursivo 6 – Governo Temer até Eleições 2018.....	83
QUADRO 11 – Momento Discursivo 7 – 1º ano Governo Bolsonaro.....	84
QUADRO 12 – Grupo Globo.....	102
QUADRO 13 – Consolidação de uma rede estável de informação.....	105
QUADRO 14 – Duas formas de alfabetização.....	160
QUADRO 15 – Cenário da desinformação no Brasil.....	166

RELAÇÃO DE LINKS PARA MATÉRIAS E REPORTAGENS

MATÉRIA JN “ONU cita Brasil como um dos países que reduziram pela metade número de pessoas que passam fome” 19-09-2014 https://globoplay.globo.com/v/3634083/	89
MATÉRIA JN “Desemprego fica em 4,8% em 2014” 29-01-2015 https://globoplay.globo.com/v/3928763/	91
REPORTAGEM JN “Moro decreta prisão de Lula” 05-04-2017 https://globoplay.globo.com/v/6639685/	115
REPORTAGEM JN “Justiça torna público diálogo entre Lula e a presidente Dilma” https://globoplay.globo.com/v/4889278/	119
REPORTAGEM JN: “Em delação premiada, Palocci diz que Lula sabia da corrupção na Petrobras” https://globoplay.globo.com/v/7057660/	121
GRADE JN 16-03-2014 https://globoplay.globo.com/v/3945780/	128
REPORTAGEM JN “Preocupação do brasileiro com a inflação” 07-10-2014 https://globoplay.globo.com/v/3681278/	131
REPORTAGEM JN “Energia elétrica, alimentos e alguns serviços continuam pressionando a inflação” 07-11-2014 https://globoplay.globo.com/v/3750850/	136
MATÉRIA JN “Busca por emprego aumenta com sinais de recuperação da economia” https://globoplay.globo.com/v/6465462/ 31-01-2018.....	143
REPORTAGEM JN “Encerramento da Rio 2016” 22-08-2016 https://globoplay.globo.com/v/5253481/	148
REPORTAGEM JN “Presidente Lula deixa Aeroporto de Congonhas rumo a Curitiba” 07-04-2018 https://globoplay.globo.com/v/6645281/	150
REPORTAGEM JN “Em entrevista ao JN, Bolsonaro diz que está feliz de voltar para casa” 29-09-2018 https://globoplay.globo.com/v/7054322/	151
REPORTAGEM JN “E ‘daí’ de Bolsonaro” 29-04-2020 https://globoplay.globo.com/v/8520004/	156

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	16
2. QUADRO TEÓRICO-METODOLÓGICO.....	21
2.1. Macrocategorias	21
2.1.1. <i>Poder</i>	21
2.1.1.1. Noam Chomsky: fabricação de consenso – um sistema de propaganda.....	24
2.1.1.2. Pierre Bourdieu: linguagem autorizada e poder simbólico.....	27
2.1.1.3 Hannah Arendt: um sistema de conquista das Massas.....	29
2.1.1.4 Jean-Pierre Faye.....	31
2.1.2. <i>Ideologia</i>	33
2.1.2.1. John Thompson: um sentido a serviço do poder.....	33
2.1.2.2 Michel Pêcheux: língua, ideologia e discurso.....	35
2.1.2.3 Louis Althusser: os Aparelhos Ideológicos de Estado.....	38
2.1.2.4 Norman Fairclough: ideologia e relações de poder.....	39
2.2. Microcategorias.....	40
2.2.1. <i>Enquadramento (Framing)</i>	40
2.2.2. <i>Silenciamento</i>	44
2.2.3. <i>Viés (Bias)</i>	46
2.3. Metodologia.....	47
3. A NOTÍCIA COMO DISCURSO.....	50
3.1. A relevância do tema na construção da notícia.....	54
3.2. Crenças precisam ser alimentadas.....	58
4. NARRATIVA: FIO CONDUTOR DA IDEOLOGIA NUMA REDE DE INFORMAÇÃO.....	60
4.1. Estrutura da narrativa jornalística.....	61
4.1.1. <i>Como os enunciados jornalísticos constituem uma narrativa</i>	63
4.1.2. <i>Configurações da narrativa jornalística</i>	67
4.1.3. <i>Jogos de linguagem e estratégias</i>	71
5. REPERTÓRIOS E COMO FUNCIONAM NA PRODUÇÃO DE SENTIDOS	75
5.1. Momentos Discursivos	77
5.2. Elementos gerais da cobertura nos momentos discursivos.....	80
6. MÍDIA CORPORATIVA: PODER, IDEOLOGIA E O FUNCIONAMENTO DE UMA REDE ESTÁVEL DE COMUNICAÇÃO.....	93
6.1. Agendamento e a construção de uma opinião publicizada.....	96
6.2. Cenário geral da mídia no Brasil.....	98

6.3. Grupo Globo – uma potência comunicativa no Brasil.....	100
<i>6.3.1. Outros veículos do Grupo Globo.....</i>	<i>103</i>
7. JN, UM ATOR IMPORTANTE NO CENÁRIO NACIONAL	107
7.1. Construção das cenas enunciativas.....	113
7.2. Parceria com a Operação Lava Jato.....	117
<i>7.2.1. A emergência de uma linguagem totalitária.....</i>	<i>126</i>
7.3. Campos de sentido.....	128
7.4. Agendamento.....	130
<i>7.4.1. Os repertórios em funcionamento.....</i>	<i>132</i>
7.5. Representações.....	140
7.6. Silenciamento como política editorial.....	148
<i>7.6.1. Silenciamento com viés negativo – o silenciamento de Lula.....</i>	<i>149</i>
<i>7.6.2. Silenciamento com viés positivo – a humanização de Bolsonaro.....</i>	<i>150</i>
<i>7.6.3. A desconstrução do presidente Bolsonaro como nova etapa da narrativa.....</i>	<i>152</i>
8. LETRAMENTO MUDIÁTICO – UMA QUESTÃO PREMENTE PARA O BRASIL.....	157
8.1. O contexto brasileiro – impeachment e fake news.....	158
8.2. Um país de semialfabetizados nas redes sociais.....	159
8.3. Os core concepts.....	160
8.4. Por que o letramento midiático é importante.....	163
8.5. A desinformação como projeto político.....	165
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	167
9.1 Poder e ideologia numa rede de informação.....	171
REFERÊNCIAS.....	174

1. INTRODUÇÃO

A recente história política, econômica e social do Brasil é marcada por uma ruptura da normalidade institucional deflagrada a partir do processo de impeachment da então presidenta eleita Dilma Rouseff, que coloca em funcionamento um conjunto de forças bem estruturado e bem articulado para afastar do poder um determinado. Esse processo em amplas bases, cujo início se dá a partir de 2013, não se encerra no episódio de conclusão do impeachment, pelo contrário, perdura inserindo o país num quadro de grande polarização social e também de desestruturação política e econômica, estendendo-se ao processo eleitoral de 2018 e posteriormente. Durante esse período, uma das forças atuantes foi sem dúvida a mídia corporativa, uma instituição com marcada atuação no cenário sociopolítico do Brasil. E por esse motivo, nos propusemos a investigar as bases formadoras de algo relevante que observamos no acompanhamento diário das notícias: a construção sistemática de uma narrativa jornalística, estruturada discursivamente pela mídia corporativa, que buscou legitimar junto à população esses processos políticos.

Para esta pesquisa, que envolveu uma busca pela compreensão do funcionamento discursivo dessa narrativa específica, com o uso de diversas estratégias, tomamos o discurso como encontro da linguagem com a ideologia, numa perspectiva sustentada por Pêcheux (2011) e Orlandi (2015), e procuramos, então, observar como a linguagem veicula ideologia e de que maneira as determinações ideológicas agiram na constituição de uma rede de informação para a consolidação de uma narrativa. Na análise a que nos propusemos, a escolha do objeto recaiu sobre um ator muito relevante no cenário da mídia corporativa brasileira: o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão (a maior empresa de comunicação do país e uma das maiores do mundo), cujas edições diárias, nesse período que compreende 2013 a 2020, forneceram a nós as unidades de análise – as matérias e reportagens. Esta pesquisa tem o objetivo, portanto, de demonstrar o modo de estruturação da narrativa jornalística, ou, mais especificamente, a estruturação da narrativa do Jornal Nacional de tal forma que pudesse ser um suporte relevante à implementação e à consolidação desses processos políticos recentes da história brasileira.

Na pesquisa, consideramos o discurso de informação na perspectiva de Sodré (2013), como espaço em que se d  a produ o de sentido, resultante de um trabalho social que   ideológico e heterog neo, uma prática social, com uma vincula o direta a um contexto sócio-histórico, regida por convic es oriundas das estruturas sociais estabelecidas. No discurso de informa o, as estratégias discursivas empregadas na elabora o da notícia jornalística direcionam para a produ o

de determinados efeitos de sentidos e contribuem para a ressignificação da realidade. Refletir sobre tal processo é fundamental para a compreensão de como se estrutura esse discurso, que exerce uma forte influência em diversas instâncias – social, política, econômica, jurídica e de comportamento – e está ancorado na credibilidade de que desfrutam os meios de comunicação e no suporte das relações de poder estabelecidas na sociedade.

Diante da dimensão do papel do discurso de informação, não é exagero dizer que o desenrolar do processo de impeachment de Dilma Rousseff, reeleita em 2014 com 54 milhões de votos, seria diferente se não fosse amparado e legitimado pela mídia corporativa, que construiu uma narrativa capaz levar o público em geral a associar um determinado grupo político a uma “corrupção nunca antes vista” e a considerar esse mesmo grupo como responsável pelo cenário de “uma crise econômica sem precedentes”, num momento em que, economicamente, tal processo não se refletia nos dados específicos. Da mesma forma, não seria exagero considerar o papel preponderante da mídia corporativa – mesmo que outros fatores do campo midiático (como a propagação de fake news) tenham interferido – no processo eleitoral de 2018, que culminou com a eleição de Jair Bolsonaro para a presidência da República. Portanto, compreender os processos políticos da recente história brasileira implica compreender o poder do discurso de informação e da narrativa por ele engendrada nesse contexto histórico.

A informação veiculada pela mídia, consubstanciada no produto notícia e que compõe uma rede de significados e de construção de uma dada realidade social, não deve ser considerada como elemento neutro, de simples transmissão de um saber (um fato ou acontecimento) a alguém que não o possui, de modo neutro e transparente. O discurso de informação desempenha um papel central no cenário político, econômico e social do país, considerando-se, sobretudo, a TV e a maior emissora, a Rede Globo de Televisão, envolvendo imaginários sociodiscursivos e a formatação do modo como os grupos sociais veem os acontecimentos. É necessário, portanto, considerar a lógica de uma “máquina de informar”, como pontua Charaudeau (2005), cujo produto final é a notícia. Assim, essa notícia que chega às pessoas é um objeto discursivo, não transparente, e o acontecimento não existe em si - ele é construído e reconfigurado no processo de construção da informação. Desse modo, não cabe pensar na informação como algo pronto, dado, que fica à espera da coleta pelo jornalista.

No período considerado nesta pesquisa, ocorre um alinhamento entre as forças/grupos dominantes – em que se inclui marcadamente a imprensa – em favor de uma visão de mundo dominante. E há uma cadeia de reciprocidade entre esses atores que se retroalimenta (um exemplo é a “parceria” Sistema Judiciário/Rede Globo, bastante evidente em determinados momentos). Outro aspecto essencial a se considerar é que a opinião está presente no relato do acontecimento feito pela

imprensa, mesmo que de maneira velada, não transparente (as relações ocultas de poder se dão, muitas vezes, pela opinião em forma de notícia isenta). Portanto, a ideia de que há relatos neutros na composição da notícia não se sustenta. O relato dos fatos em forma de notícia pode expressar valores e crenças e, ao fazê-lo, adquire um relevante poder de convencimento.

Quando o fato é reconfigurado na encenação em uma narrativa jornalística, o objetivo é que esse poder de convencimento e persuasão seja potencializado. Portanto, as principais indagações que direcionaram a análise a que nos propusemos foram: quais são e como foram utilizadas as estratégias discursivas para configurarem uma narrativa jornalística que serviu como suporte ao desenrolar do processo de impeachment de Dilma Rousseff, que se conclui com a eleição de Jair Bolsonaro? Como elas se organizaram no discurso de informação e se constituíram para tornar a narrativa um elemento potente, sendo capaz de projetar para um país um cenário e dar suporte à derrubada de um governo? Tais estratégias formataram as notícias que rechearam as edições do Jornal Nacional e foram fundamentais na projeção de determinadas realidades sociais nos períodos descritos ao longo da nossa pesquisa.

Nesse contexto, tomamos o poder político como um campo resultante do debate de ideias e do fazer (ou ação) político para pensarmos, então, nas relações de força (poder) que ali se instituem e nas instâncias “autorizadas” a compor e integrar esse espaço. No polo do debate de ideias, trava-se uma luta discursiva que disputa a legitimidade na construção da opinião pública. A sociedade contemporânea, a partir de meados do século 20, é mediatizada – temos, portanto, o cenário de um acesso ao dado real mediado pela imprensa. Como salienta CHARAUDEAU (2013, p.20), “a ideologia do “mostrar a qualquer preço, do tornar visível o invisível e do selecionar o que é o mais surpreendente (as notícias ruins) faz com que se construa uma imagem fragmentada do espaço público, uma visão adequada aos objetivos das mídias, mas bem afastada de um reflexo fiel. Se são um espelho, as mídias não são mais do que um espelho deformante, ou mais ainda, vários espelhos deformantes" (p. 20).

Nesse campo de influências que se estabelece, em que a linguagem está em sintonia com a ação, a grande imprensa comercial disputa o jogo operando como instância legitimada para relatar a outrem – a população – os acontecimentos no modo de informação. Portanto, não há como pensar o campo político negligenciando ou minimizando a ação da imprensa, não é possível discutir os desdobramentos dos processos na democracia sem discutir o papel da mídia. Como afirmam Chomsky e Herman,

The mass media serve as a system for communicating message and symbols to the general populace. It is their function to amuse, entertain, and inform, and to inculcate individuals with the values, beliefs, and codes of behavior that will integrate them into the institutional structures of the larger society. In a world of concentrated wealth and major conflicts of class interest, to fulfill this role requires systematic propaganda (CHOMSKY; HERMAN, 1989, p. 21)²

No Brasil, durante o processo que culmina no impeachment de Dilma Rousseff, e em momentos imediatamente posteriores, há uma convergência dos grandes setores/atores do espaço público – jurídico, midiático, político e econômico –, que assumem uma voz única e uníssona. Nessa convergência, o discurso de informação torna-se o grande legitimador, para a população, de um conjunto de valores e normas do sistema dominante, do status quo, que pautou um determinado lado das manifestações de rua de aglomerações sociais. A corrupção se torna aquele elemento simbolicamente expressivo para configurar um imaginário sociodiscursivo, e a Operação Lava Jato cumpre o papel de um grande agente a salvar a pátria. Forma em que a ideologia se concretiza no discurso de informação, a narrativa (na notícia veiculada) é uma peça essencial para que determinadas visões de mundo se consolidem e sejam propagadas. Como salienta Perseu Abramo (1988), não se trata de considerar que a mídia promova um distanciamento da realidade. A mídia corporativa não se distancia da realidade, não “inventa” acontecimentos; ela os ressignifica discursivamente, em ações intencionais muitas vezes encobertas pelo mascaramento de uma pretensa neutralidade, direcionando a construção de sentidos e as possíveis interpretações em relação àquele fato determinado.

1.1 Estrutura da pesquisa

Para organizar a pesquisa, procedemos à divisão do macroperíodo citado em sete Momentos Discursivos, que serão delineados ao longo deste trabalho, para destacar e analisar as reportagens e matérias do Jornal Nacional em suas edições diárias. Em relação à estrutura, a pesquisa se divide

² Os meios de comunicação de massa servem como um sistema de comunicação de mensagens e símbolos para a população em geral. É sua função divertir, entreter e informar e inculcar nos indivíduos os valores, crenças e códigos de comportamento que os integrarão às estruturas institucionais da sociedade mais ampla. Em um mundo de riqueza concentrada e grandes conflitos de classe, para cumprir este papel é necessário propaganda sistemática.

em nove capítulos, incluindo Introdução e as Considerações Finais. No segundo capítulo, estabelecemos o quadro teórico-metodológico com o qual trabalhamos, elencando macro e micro categorias delineadoras da pesquisa e com as quais procuramos reconhecer e analisar nosso objeto. O Capítulo 3, “A notícia como discurso”, propõe uma reflexão, a partir do arcabouço teórico de Teun Van Dijk, na linha da Análise Crítica do Discurso, sobre as estruturas discursivas que conformam e formatam a notícia.

As bases formadoras da narrativa jornalística e seu papel na consolidação de uma rede de informação são os temas principais do Capítulo 4, “Narrativa: fio condutor da ideologia numa rede de informação”. O Capítulo 5 contempla uma abordagem sobre o significado dos repertórios na narrativa jornalística e seu funcionamento na produção e sentido. No Capítulo 6, “A mídia corporativa: poder, ideologia e o funcionamento de uma rede estável de comunicação”, a nossa abordagem está centrada no funcionamento das macrocategorias poder e ideologia na estruturação da mídia corporativa brasileira para delinear uma rede estável de informação. O Capítulo 7 traz a discussão específica sobre o Jornal Nacional e sua legitimação como um importante ator no cenário político e econômico do Brasil. E o Capítulo 8 insere uma discussão que nos parece essencial após a abordagem sobre a estruturação da mídia corporativa brasileira e sua rede de informação – o letramento midiático e a relevância de sua abordagem no contexto brasileiro.

2. QUADRO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Neste capítulo, apresentamos o arcabouço teórico que orientou e embasou nossa pesquisa, uma descrição das etapas percorridas, bem como a metodologia utilizada para desenvolvimento da análise.

2.1 Macrocategorias

A estruturação do quadro teórico-metodológico toma como alicerce geral da construção analítica duas macrocategorias – poder e ideologia – para considerar a base de formatação da mídia corporativa. Tomamos, assim, a relação da linguagem com essas categorias na produção do objeto midiático notícia na consolidação de um elemento-chave: o consenso. E na perspectiva das tessituras dessa construção, tomaremos então as microcategorias de análise, sobretudo em referência aos momentos sócio-discursivos (a serem discutidos no Capítulo 4). As macrocategorias serão essenciais para a compreensão em relação aos modos de organização e articulação de uma rede de informação complexa e plena de significados. São, nesse sentido, categorias estruturantes que nos possibilitam apreender o teor manipulativo da mídia corporativa e seu funcionamento não como instância técnica, mas como uma instância que opera no quadro de construção e transmissão de efeitos de sentidos. Assim, temos:

2.1.1 Poder

A noção de poder é bastante complexa e não se esgota, portanto, em apenas uma definição ou um aspecto. Para efeito desta análise, tomaremos o viés de “poder social”, tal como inscreve Van Dijk (2003), instaurando-se no quadro de uma compreensão a partir de uma relação com a mídia. É imperativo que se considerem as formas de poder contemporânea na base de um poder que é também simbólico, como afirma o autor, em termos de um acesso preferencial ao discurso público ou o controle sobre ele, salientando que esse controle representa o “controle da mente do público e, indiretamente, controle do que o público quer e faz. Não há necessidade de coerção se se pode persuadir, seduzir, doutrinar ou manipular as pessoas” (VAN DIJK, 2003, p. 23). Em linhas gerais, como assinala Thompson (2011, p. 38), tomamos a categoria, mais especificamente, como “a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no

curso dos acontecimentos e em suas consequências”. Tal acepção, que se consolida na perspectiva de uma construção que é também simbólica, revela-se essencial na perspectiva de uma rede estável de informação - e por isso, detentora de grande poder. Mais especificamente, consideraremos a concepção de poder político como um campo resultante do debate de ideias e do fazer (ou ação) político para pensarmos, então, nas relações de força (poder) que ali se instituem e nas instâncias “autorizadas” a compor e integrar esse espaço. No polo do debate de ideias, trava-se uma luta discursiva que disputa a legitimidade na construção da opinião pública. Na sociedade contemporânea mediatizada, nesse campo de influências que se estabelece, em que a linguagem está em sintonia com a ação, a grande imprensa comercial disputa o jogo operando como instância legitimada para relatar a outrem – a população – os acontecimentos no modo de informação. Portanto, não há como pensar o campo político negligenciando ou minimizando a ação da imprensa, pois ela se tornou uma parte essencial desse campo pela sua capacidade de informar, como também de desinformar.

No período histórico que aqui consideramos para análise (do impeachment de Dilma Rousseff à eleição de Jair Bolsonaro), o discurso de informação torna-se um dos grandes legitimadores, para a população, de um conjunto de valores e normas do sistema dominante, do *status quo*. Esse processo não começa em 2016 e não se encerra com a saída da então presidente – ele tem uma construção que se inicia em 2013 e alonga-se até as eleições de 2018³. Nesse cenário, outra questão também importante para a reflexão a que nos propomos é considerar a prática da imprensa como prática regulada por uma lógica de mercado, portanto, a mídia corporativa como instituição de *business*, o que implica várias consequências para o desenrolar de suas ações. A informação, resultado e domínio dessa instância, firma-se então como um produto - uma construção repleta de sentidos que não pode ser considerada somente como fato que se transmite, de modo neutro e transparente, a alguém que não detém aquele conhecimento específico.

Chegamos então, pelo caminho da narrativa, ao questionamento sobre a maneira como essa máquina de produzir informação, a imprensa, “captura” o público, mas também “capitula” diante de grupos de interesse. O caminho que se revela é o de que o viés apresentado na notícia se torna, aos olhos do público, pela narrativa construída, a verdade, a realidade que é apenas reportada. Ocorre uma mediação estruturada do mundo, como salienta Fowler (1991, p. 120), e “diversos aspectos culturais e econômicos da imprensa se combinam para dar a ela uma importância única na reprodução da ideologia”. No caso do Brasil, esses aspectos ficam mais evidentes ao tomarmos a

³ No decorrer da análise e da exposição dos demais capítulos, esse processo será mostrado, bem como os atores e construções simbólicas envolvidos.

concentração dos meios de comunicação, geridos por poucas famílias/empresas que têm a prerrogativa de disputar verbas publicitárias do governo e definir o que o país pode ver, ouvir, assistir⁴, uma prerrogativa, portanto, de poder. A imprensa, por outro lado, a despeito da concentração e da prioridade dada a determinados enquadramentos e abordagens, privilegiando sempre os mesmos grupos, constrói a imagem de uma instância plural, que traz perspectivas diferentes e diversas, quando, na verdade, está alinhada a um certo padrão de grupos específicos. Há relações de poder ocultas no discurso de informação, e, como nos fala Fairclough (1989), há uma unilateralidade que marca o discurso de informação, e tanto fontes quanto as perspectivas divulgadas pela mídia corporativa estão sempre alinhados aos detentores do poder, e apenas um lado ganha visibilidade na mídia.

Thompson (2011), ao propor uma discussão sobre a instância midiática, faz uma distinção entre quatro formas de poder, numa categorização analítica, posto que essas formas eventualmente apareçam entremeadas: poder econômico, poder político, poder coercitivo e poder simbólico⁵. Tomando mais de perto a perspectiva do poder simbólico – visto que as formas poder econômico (propriedade dos meios, são empresas), poder político (capacidade de influenciar nos rumos políticos) e poder coercitivo (capacidade de exercer pressão) são de alguma forma autoexplicativas – vimos do autor que ela pode ser compreendida como a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar ações e de produzir eventos a partir da divulgação das formas simbólicas. Tal poder nasce no processo de produção, transmissão e recepção do significado dessas formas, sendo o meio técnico o substrato material necessário para a transmissão desse conteúdo e o exercício do poder simbólico, cuja utilização possibilita novas maneiras de organizar o espaço e o tempo.

Uma característica significativa das formas simbólicas – que denotam sua importância para a análise do discurso de informação – é a sua capacidade de serem reproduzidas, num processo de mercantilização em que as inovações tecnológicas são relevantes. Os bens simbólicos dos meios de comunicação de massa são produzidos por um contexto (do staff jornalístico, dos que detêm a produção da informação) e transmitidos a outro contexto (a recepção, leitores, ouvintes, telespectadores, público em geral). As ações simbólicas, portanto, “podem provocar reações, liderar

⁴ De acordo com dados da pesquisa “Quem controla a mídia no Brasil”, produzida pelo Media Ownership Monitor Brasil.

⁵ Em linhas gerais, posto que não nos deteremos mais especificamente nessas três categorizações, Thompson (1995) considera: a) Poder econômico é resultado da atividade que se relaciona com a provisão de meios de subsistência, há vários recursos materiais e financeiros implicados; b) Poder político deriva da atividade de coordenação dos indivíduos; e c) Poder coercitivo implica o uso da força.

respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e a descrever, apoiar os negócios do Estado ou sublevar as massas em revolta coletiva” (THOMPSON, 2001, p. 42).

Assim, prossegue o autor, a categoria “poder simbólico” pode ser tomada como a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, influenciando as ações de outros atores e produzindo efeitos “por meio da produção e reprodução das formas simbólicas” (p. 42). Nesse processo de ação dos grupos dominantes (aqui, a mídia corporativa) para alcançar determinados objetivos, algumas construções estratégicas foram essenciais para seduzir e direcionar o público – o consenso fabricado e a propaganda estratégica –, e precisamos compreendê-las e compreender a dimensão do poder em relação à mídia corporativa para então entender o momento histórico que vivemos no Brasil, como trazemos a seguir.

2.1.1.1 Noam Chomsky: fabricação de consenso - um sistema de propaganda

O conceito de *manufacturing consent*, um consenso construído, trazido por Chomsky e Hermann (1986) discute um modelo de propaganda entendida como estratégia de comunicação e questiona a percepção da mídia corporativa, nas sociedades democráticas, como aquela comprometida com a descoberta e a transmissão da verdade, que não reflete o mundo como os grupos poderosos querem que ele seja visto e percebido. Como ressaltam os autores, “se, no entanto, o poder é capaz de fixar as premissas do discurso para decidir o que é permitido à população em geral ver, ouvir e pensar sobre e para manejar a opinião pública pelas campanhas regulares de propaganda, a, o pressuposto de que visão padrão de como o sistema trabalha está seriamente em discordância da realidade” (CHOMSKY; HERMANN, 1986, p. 12).

Para Chomsky e Herman, portanto, o postulado democrático, um pressuposto padrão existente de que a mídia é independente e comprometida com a descoberta e o reportar de uma suposta verdade, não se sustenta diante dessa prerrogativa do poder dominante. As visões ou pontos de vista que mudam premissas básicas do poder dominante, mesmo não sendo a mídia corporativa um corpo monolítico (posto que há diversos grupos de mídia, com interesses antagônicos em alguns momentos) não se impõem, mesmo que haja controvérsias entre as linhas editoriais.

A mídia, segundo os autores, tem, além das atribuições-padrão difundidas – entreter, informar – a função de inculcar nos indivíduos valores, crenças e códigos de comportamento que serão responsáveis por integrá-los à sociedade de maneira mais ampla. Para eles, portanto, em um mundo pleno de conflitos de interesses de classes, cumprir esse papel (inculcar valores e crenças) requer uma propaganda sistemática. Nesse sentido, o modelo de propaganda é efetivo para dar

credibilidade aos meios de comunicação e inserir uma agenda “patriótica” porque opera em duas linhas: a) os fatos inconvenientes (para o sistema dominante) são levados ao público moderadamente, ou seja, são mostrados de forma moderada e num enquadramento apropriado, sem que sejam expostos todos os contornos; b) o dissenso fundamental é excluído do debate na mídia como um todo – ou seja, o sistema da mídia corporativa como um todo opera como se houvesse uma grande reunião de pauta, um grande conselho editorial geral cuja abordagem é muito similar.

A mídia opera, então, como sistema para comunicar mensagens e símbolos para a população em geral, e o sistema de propaganda opera para produzir um consenso em relação a determinadas questões, a determinados temas. É um sistema que se baseia, segundo os autores, na desigualdade de renda e poder e nos efeitos em vários níveis dos interesses e escolhas dos meios de comunicação. Na estruturação desse modelo, Chomsky e Herman (1986) destacam filtros essenciais para se compreender o processo de produção das notícias, que se referem ao tamanho dos meios, à concentração da propriedade e à orientação das empresas para o lucro.

1. A publicidade como fonte básica de recursos dos meios;
2. A confiança (fiabilidade) da mídia na informação que tem como fonte governos, grandes empresas, agentes de poder e especialistas;
3. Críticas como modo de disciplinar a mídia;
4. Anticomunismo como religião nacional e mecanismo de controle.

Os filtros devem ser compreendidos no esquema de forças que levam os meios de comunicação a desempenharem um papel de meios de propaganda, no sentido de uma estratégia política. Segundo os autores, os filtros fixam as premissas do discurso e a interpretação e a definição do que é importante em primeiro lugar. Ao descreverem tais filtros, os autores ressaltam, abordando casos específicos de cobertura da mídia norte-americana, que observar o desenrolar dessas estratégias “requer uma macro, ao lado de uma micro (história por história), visão das operações da mídia, para ver o modelo de manipulação e o viés sistemático”.

E foi essa a proposta que desenvolvemos ao longo da análise periódica do Jornal Nacional – analisar, edição após edição ao longo de um período histórico, o desenrolar da estratégia narrativa.

On the contrary, a propaganda model suggests that the “societal purpose” on the media is to inculcate and defend the economic, social, and political agenda of privileged groups that dominate the domestic society and the state. The media serve this proposal in many ways: through selection of topics, distribution of concerns, framing of issues, filtering of information, emphasis and tone, and keeping debate within the bounds of acceptable premises⁶ (CHOMSKY, N. HERMAN, E. 1988. p. 298).

Diante de tais abordagens, consideramos a produção do consenso como elemento significativo para manipulação da opinião pública⁷. Um consenso artificialmente produzido, em torno da ideia de um inimigo a combater, por meio de estratégias de manipulação do conteúdo que é levado ao público como notícia e que tem, no caso brasileiro, uma base estruturada na construção dos repertórios. Para Chomsky e Hermann (1988), o consenso na base da aceitação de determinadas ações na esfera política, pelos grupos dominantes, tem sua origem ligada em grande parte ao desenho parcial dos assuntos, dos temas, em que se nega ao público outros vieses e abordagens, outras questões relativas aos temas macro, outros pontos de vista, num processo de seleção que se relaciona aos valores dos grupos dominantes, em um processo de manipulação que envolve bem trabalhadas (e sutis) estratégias em relação ao conteúdo para o público, na direção da produção de consenso.

Temos, assim, a distração, em que há um desvio da atenção do público de pautas importantes e de mudanças em certos temas essenciais (como em economia), com uma grande inserção de temas periféricos e de “perfumaria” (como o Boletim do Tempo). Há também a estratégia do apelo emocional em detrimento de uma abordagem racional (ou uma mescla bem dosada dos dois aspectos) – assim, a informação é apresentada sob forte carga emocional, seja no tom, nas cores ao fundo, nas imagens. Dessa forma, mesmo que a mídia não seja um todo monolítico, mesmo que haja dissonâncias em alguns momentos na cobertura de fatos relevantes, ainda assim, visões essencialmente desafiadoras ou que possam revelar que os modos de exercício de poder são de fato ligados a fatores sistêmicos, históricos, serão excluídas da perspectiva da abordagem midiática. Um exemplo é o fator corrupção e o modo como foi abordado a partir de um determinado período histórico no país. Com o advento da Operação Lava Jato, a mídia corporativa,

⁶ “Ao contrário, o modelo de propaganda sugere que a “proposta societária” na mídia é inculcar e defender a agenda econômica, política e social de grupos privilegiados que dominam a sociedade e o Estado. A mídia serve a este propósito de muitas maneiras: através da seleção de tópicos, distribuição de preocupações, enquadramento de temas, filtro de informações, ênfase e tom e mantendo o debate dentro das fronteiras de premissas aceitáveis” (tradução livre).

⁷ A primeira menção à ideia de uma “fabricação de consenso”, como Chomsky e Herman descrevem, surge com o jornalista norte-americano Walter Lippman, em 1922, quando discute a formação de um consenso, de uma opinião pública consensual, necessária ao funcionamento da democracia, na obra “Public Opinion”.

na cobertura diária das ações envolvendo casos de corrupção, passou a tratar o assunto como a-histórico, sem ligação com o passado recente e mais antigo do país, sem que houvesse qualquer contextualização em relação ao assunto, como se ele tivesse aparecido contextualmente naquele momento, em que determinado grupo estava no poder.

2.1.1.2 Pierre Bourdieu: linguagem autorizada e poder simbólico

A força simbólica, segundo Bourdieu (1983), é determinante da estrutura da relação de produção linguística, isto é, relaciona-se à relevância do capital de autoridade do locutor, portanto, “a competência é também capacidade de se fazer escutar. A língua não é somente instrumento de comunicação ou mesmo de conhecimento, mas um instrumento de poder”. Um narrador não busca somente a compreensão de quem o escuta ou lê, mas sim, em muitas medidas, a crença no dito, o respeito, o reconhecimento. A linguagem legítima, salienta Bourdieu (1983), é a linguagem autorizada, a linguagem de autoridade.

Escutar é crer. Como vemos claramente no caso das ordens (no sentido de comando) ou, melhor ainda, das palavras de ordem, o poder das palavras nunca é somente o poder de mobilizar a autoridade acumulada num campo (poder que supõe, evidentemente, a competência propriamente linguística – ver domínio da liturgia). A ciência do discurso deve levar em conta as condições de instauração da comunicação, porque as condições de recepção esperadas fazem parte das condições de produção (BOURDIEU, 1983, p. 161).

Essa abordagem do autor torna-se muito relevante quando nos detemos a observar o comportamento da mídia – sobretudo de nosso objeto de pesquisa, Jornal Nacional –, em específicos períodos históricos e acontecimentos relativos, em específicos relacionamentos com essas ocorrências (como a Operação Lava Jato, abordada mais adiante). Discursivamente, nas seguidas edições do JN em que esse episódio tem destaque, há uma legitimação da voz de setores do Judiciário no encapsulamento de determinados acontecimentos referentes às investigações deflagradas pela força-tarefa da Lava Jato, como veremos em capítulos posteriores, com a legitimação de um discurso anticorrupção que se torna o único possível e aceito.

A partir da discussão de Bourdieu (1983) em relação às características que um discurso tomado como legítimo deve ter, baseando-se em pressupostos tácitos, elencamos alguns desses elementos para sua compreensão⁸:

1. O discurso é pronunciado por um locutor legítimo (pela pessoa que convém);

⁸ Na abordagem específica sobre a mídia e a Operação Lava Jato, retomaremos essas características com exemplos e pontos específicos

2. Ele é enunciado numa situação legítima e destinado a destinatários legítimos;
3. Ele está formulado nas formas fonológicas e sintáticas legítimas;
4. Para explicá-lo é preciso conhecer as condições de constituição do grupo no qual ele funciona;
5. É preciso observar o contexto social no qual a comunicação se instaura;
6. É preciso observar as relações de força simbólica (que faz com que alguns devam falar e que outros sejam impossibilitados de falar) bem como as leis de produção do grupo.

Como instrumentos de conhecimento e comunicação, os sistemas simbólicos, afirma Bourdieu (1989), são estruturados (têm uma estrutura) e exercem um poder estruturante, um poder de construção da realidade que estabelece uma ordem, um sentido do mundo. O poder simbólico, portanto, insere-se nessa dimensão de um poder de construção de um determinado sentido do mundo, em que os símbolos são os instrumentos de integração social⁹.

Os símbolos são os instrumentos de conhecimento de comunicação (cf. a análise durkheimiana da festa), eles tornam possível o *consensus* acerca do sentido do mundo social que contribui fundamentalmente para a reprodução da ordem social: a integração “lógica” é a condição da integração “moral” (BOURDIEU, 1989, p. 10).

É significativo considerar portanto, ao voltar nosso olhar para o objeto de pesquisa Jornal Nacional, integrante e principal veículo jornalístico da estrutura organizacional do conglomerado Organizações Globo, como sintetiza Bourdieu, que as as relações de comunicação são relações de poder “que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes ou pelas instituições” (1989 p. 11). Como enfatiza o autor,

O poder simbólico como poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário (BOURDIEU, 1989, p. 14)

O poder das palavras reside, portanto, na crença na legitimidade das palavras e de quem as pronuncia – indivíduo ou instituição –, “crença cuja produção não é da competência das palavras” (BOURDIEU, 1989, p. 15). O poder simbólico se instaura então como “forma transformada, irreconhecível, transfigurada e legitimada de outras formas de poder” (p. 15), em que um profundo trabalho de dissimulação ou eufemização, como descreve o autor, vai garantir que as

⁹ Posteriormente, na discussão sobre os campos de sentidos estabelecidos em determinados momentos histórico-discursivos, veremos como essas construções simbólicas foram efetivas

relações de força e a violência que elas encerram sejam encobertas, maquiadas, dissimuladas, não reconhecidas, capazes portanto de “produzir efeitos reais sem dispêndio aparente de energia” (BOURDIEU, 1989, p. 15).

No cenário histórico de construção de narrativas legitimadoras de determinados processos históricos do Brasil, a arquitetura do poder simbólico nos ajuda a compreender as estratégias discursivas que transfiguram ou encobrem ou mesmo fazem maquiagens para encobrir a ideologia, as disputas de poder, as relações de poder.

2.1.1.3 Hannah Arendt: um sistema de conquista das massas

A propaganda, compreendida como estratégia de comunicação, é um dos pontos estruturais centrais dos sistemas totalitários, capaz de dar uma roupagem e consolidar o binômio terror-ideologia ao explorar, segundo Hannah Arendt (1985), o medo e a impotência que vem do medo. Nesse sentido, um ponto relevante para se compreender a relação da propaganda com os sistemas totalitários – ou o uso que dela fazem –, de acordo com a autora, é a compreensão de que as massas precisam ser conquistadas.

Os movimentos totalitários objetivam e conseguem organizar as massas – e não as classes, como o faziam os partidos de interesses dos Estados nacionais do continente europeu, nem os cidadãos com suas opiniões peculiares quanto à condução dos negócios públicos, como o fazem os partidos dos países anglo-saxões (ARENDR, 1985, p. 278).

A prática fundamental para garantir essa “organização” é a propaganda¹⁰, que figura lado a lado com uma prática de amedrontamento da população (no Brasil, em muitos períodos e com fins a esse convencimento, essa prática pode ser descrita em relação a temas e/ou personagens, como ideia de domínio de “comunistas”, medo de crise econômica em cenário de certa estabilidade), aparecendo como “faces de uma mesma moeda”. Segundo Hannah Arendt (1985), onde se instauram, os movimentos totalitários precisam recorrer à propaganda para que possam se dirigir a um público externo - as camadas não totalitárias da população e até outros países. Na tentativa de refletir sobre o funcionamento desse sistema, queremos evidenciar alguns aspectos mais característicos desse instrumento do totalitarismo, para, em seguida, procurar estabelecer um elo

¹⁰ Nesse sentido, importante ressaltar que se trata de um sistema de propaganda, e não apenas uma forma de anunciar determinados atos ou ações. É um sistema complexo e bem estruturado.

com a emergência de uma linguagem ou de linguagens totalitárias que se consolidam no país como elementos de poder. Pela abordagem da autora, de acordo com Mari e Santana (2018, p. 205-218), é possível sistematizar o que um sistema de propaganda, em regimes totalitários, contempla:

- a) Recusa em reconhecer determinadas questões – há, nos sistemas de propaganda totalitária, a recusa sistemática a se referir a determinados temas e/ou assuntos ou mencionar determinadas questões. Arendt não o faz, obviamente, mas podemos pensar, situando-nos no atual contexto sociopolítico do Brasil, num processo de silenciamento como política para apagar ou diminuir consideravelmente a importância de certas questões.
- b) Uso de insinuações veladas e indiretas contra os que “não deram ouvidos aos ensinamentos” pregados pelo regime em cena.
- c) A propaganda não se baseia no interesse por um assunto específico ou em interesses específicos, não se liga a um nicho político determinado. E assim opera porque, como demonstra Arendt, as massas não pertencem a corpos sociais ou políticos determinados, específicos, marcados. Portanto, se a propaganda constrói-se de modo específico, enquadrando questões muito específicas, ela não terá efetividade para o convencimento das massas.
- d) Os líderes do sistema totalitário a que serve a propaganda são formatados sob o viés da infalibilidade e de uma condução moral ilibada. Situando essa abordagem no contexto sociopolítico atual do Brasil, um exercício para a compreensão desse apontamento é trazer à tona a figura do juiz federal Sergio Moro, uma entidade à frente de uma operação de investigação que goza de certa aura de infalibilidade, inequívoca, e cuja condução moral é inquestionável, uma figura que é fonte da moralidade em um país “consumido” pela corrupção.
- e) Há uma sistemática escolha dos temas abordados ou inflados pela propaganda. Em relação ao Brasil, podemos elencar corrupção, em diferentes abordagens de acordo com os momentos políticos, e economia, em viés positivo ou negativo.

De acordo com Arendt (1985), a eficácia desse sistema de propaganda se liga a um fator significativo e que é uma das principais características das massas modernas: o fato de elas não acreditarem na experiência, no real vivido (o que se torna ainda mais complexo ao considerarmos o cenário brasileiro, de uma sociedade altamente mediatizada). As massas modernas acreditam na

imaginação, na imagem, ou, podemos arriscar, nas realidades artificialmente produzidas, fabricadas e projetadas pelo sistema de propaganda.

O que convence as massas não são os fatos, mesmo que sejam fatos inventados, mas apenas a coerência com o sistema do qual esses fatos fazem parte. O que as massas se recusam a compreender é a fortuidade de que a realidade é feita. Predispõem-se a todas as ideologias porque estas explicam os fatos como simples exemplos de leis e ignoram as coincidências, inventando uma onipotência que a tudo atinge e que supostamente está na origem de todo acaso. (ARENDR, H. 1985. p. 310)

A propaganda totalitária, portanto, ganha corpo e sustentação num processo de fuga da realidade, tomando sua força da capacidade – operando no campo ideológico – de isolar as massas do mundo real. Pela propaganda, as pessoas são deslocadas de um mundo real, experienciado, vivido, para uma ficção projetada.

2.1.1.4 Jean Pierre-Faye: a emergência de uma linguagem totalitária

A história, segundo Faye (2009), se produz ao narrar, pelo uso de estratégias discursivas que vão consolidar uma realidade pela narrativa, que não deve ser tomada como um simples descrever de fatos ou uma sequência de acontecimentos – narrar envolve uma articulação entre linguagem e história. Assim, a articulação entre relato e história é fundamental para se compreender o funcionamento da narrativa, pois “o relato é a função da linguagem que relaciona o objeto e a ação e remete incessantemente o discurso à ação e ao objeto” (FAYE, 2009, p. 38). É por meio dessa relação, completa o autor, que a linguagem ideológica deixa à mostra suas condicionantes, suas determinações, seus registros; dito de outra maneira, a forma (estratégias) do relato traz em si as marcas de uma determinação ideológica.

Exploração do poder de inventar – e narrar – ideias, ela transforma-se em poder, senão de transformar efetivamente, ao menos de penetrar a história com uma potência explosiva e contraditória, ou uma espécie de poder separador. Tocar, a tal ponto, o poder do relato da natureza no pensamento, já é tocar a própria história (FAYE, 2009, p. 36)

Ponto importante, a construção narrativa mencionada pelo autor está no campo das ideias, ou seja, ele diz, recuperando a história alemã, de um processo de narrar ideias e não puramente

narrar acontecimentos como se fossem recortes de um real, relato e história se integrando na composição da narrativa. Referindo-se a um momento específico da narrativa sobre a história alemã (um momento histórico determinado), Faye ressalta que a cadeia de enunciados narrativos não se concebe em separado da maneira pela qual esses encadeamentos funcionavam, não se desvinculando portanto das regras e dos marcos das versões ideológicas. Assim, o funcionamento de uma narração ideológica não pode ser tomado na perspectiva de uma diferença entre o verdadeiro e o não verdadeiro; para nós, trata-se antes do uso de estratégias de produção de efeito de sentidos (e os repertórios atuando aqui como vinculadores desse funcionamento).

Há, portanto, um campo narrativo, o que é pontuado por Faye (2009), no qual o efeito da ideologia vai aparecendo pelo jogo dos deslocamentos das transmissões dos relatos (o que o autor denomina de “desvios narrativos”), sendo que o jogo de interesses de classes fica encoberto pela ação de uma “máscara ideológica”, que produz ações a partir de uma encenação do relato (e alguns exemplos de coberturas em momentos discursivos, veremos o funcionamento dessa máscara e seus efeitos). A narração é tomada, portanto, como uma função da linguagem que efetivamente engendra a história, ela não apenas reporta ou “toca” o evento histórico, posto que “a história é a narração que se conhece” (FAYE, 2009, p. 39).

A cadeia dos enunciados narrativos programáticos mostram o que é e o que será determinado acontecimento, e variantes desse relato histórico são abolidas quando se estabelece o fato a ser narrado (e na construção da notícia como relato e da narrativa jornalística, múltiplas variantes não são consideradas em muitas abordagens). Para Faye (2009), interessa desenvolver não a análise do relato histórico, mas sim observar o ponto em que estruturas narrativas engendram um processo (por exemplo, em que bases ou estruturas um relato de um tema específico como corrupção é engendrado como um processo histórico da “grande corrupção jamais vista no país”).

Em relação a efeitos de uma máscara ideológica, o autor pondera que, numa prática descrita como de camuflagem, a máscara torna invisível certos acontecimentos - determinadas abordagens ou encadeamentos enunciativos vão agir para camuflar certos aspectos. Assim é, portanto, que Faye refere-se à emergência de uma vontade totalitária expressa na linguagem com os seguintes elementos:

- Enunciado “feroz”, com uma transformação gramatical ou lexical da política
- O totalitário se opõe ao fragmentado (e o Estado totalitário é o Estado forte, em detrimento e oposição ao Estado fragmentado liberal)

- Há uma relação entre narração ideológica e engendramento da ação
- energia da linguagem ou o poder da credibilidade como fruto de intercessões dos conjuntos de linguagens (produtos lógicos dos conjuntos de linguagens).

Ao fazer referência à “revolução fascista” da história alemã, o autor pondera que o falar dessa “revolução” passa pelo enunciado totalitário de uma vontade feroz e ressalta, assim, que há uma relação entre a narração ideológica e o engendramento da ação, em que enunciar significa, então uma produção, pois, segundo Faye, “as estruturas narrativas engendram um processo e, por suas transformações, têm um efeito sobre um outro terreno: o da própria ação e de seus interesses reais” (FAYE, 2009, p. 121). Na narração de um episódio histórico, há variantes históricas que desaparecem quando se estabelece o fato narrado (e assim temos que, no relato da notícia, que pretensamente reporta um fato, múltiplas variantes são deixadas de lado).

Segundo ele, entrar no processo de narração não significa um afastamento das sociedades reais, mas significa, na verdade, observar os sinais que indicam os traçados desse campo social real.

2.1.2 Ideologia

A sustentação das relações de dominação e a produção de consenso são os elementos essenciais para situar a relação da mídia corporativa com essa macrocategoria. Para discutir esse conceito e pensá-lo portanto na relação com a mídia corporativa, trazemos a abordagem de quatro autores, com problematizações distintas em certos aspectos mas que dialogam no sentido de uma compreensão nossa em relação a como se desenha do ponto de vista ideológico essa rede estável de informação, posto que há uma centralidade no papel dessa instância – mídia corporativa – na produção e divulgação das formas simbólicas na sociedade.

2.1.2.1 John Thompson: um sentido a serviço do poder

A ideologia para Thompson (1995) é tomada como esse sentido que se constrói e se mantém estando a serviço do poder dominante, em que formas simbólicas, tomadas como aquelas estruturas que expressam alguma coisa sobre algo, vão se consolidar num “espectro de ações e falas, imagens e textos, que são produzidos por sujeitos e reconhecidos por eles e outros como construtos

significativos” (THOMPSON, 2011, p. 79)¹¹. Assim, em determinados contextos históricos e sociais, se converterão em formas ideológicas quando moldadas e mobilizadas discursivamente para sustentar relações de poder. Para o autor, portanto, interessa compreender o conceito de ideologia para entender como as formas simbólicas são utilizadas para manter as relações de poder. Nessa abordagem, o autor traz uma concepção estrutural de cultura, em que a análise cultural é considerada sob a ótica de um estudo da constituição e da contextualização social das formas simbólicas.

Nesse sentido, ele toma como fundamental o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, enfocando o conceito de mediação da cultura moderna, que é “o processo geral através do qual a transmissão das formas simbólicas se tornou sempre mais mediada pelos aparatos técnicos e institucionais das indústrias da mídia” (THOMPSON, 2011, p. 79). Esse processo de desenvolvimento dos meios de comunicação se vinculam, portanto, ao próprio desenvolvimento do sistema capitalista e ao conseqüente desenvolvimento dos meios técnicos que estão ligados à produção, à transmissão e à recepção das formas simbólicas. E esse processo dos meios liga-se tanto à transformação das próprias formas simbólicas quanto à transformação do meio social, do contexto social. Tal perspectiva será particularmente relevante na abordagem sobre a formação de grandes conglomerados de mídia no Brasil, especificamente as Organizações Globo.

Thompson ressalta também que as formas simbólicas podem adquirir diferentes qualidades de valor econômico e simbólico, portanto, para ele, a discussão em torno do conceito de ideologia deve considerar essa emergência dos meios de comunicação, pois é a partir desses veículos que o raio de alcance da ideologia se potencializa significativamente. Nesse sentido, é relevante observar e considerar as condições e os contextos sócio-históricos de produção, circulação e recepção das formas simbólicas, bem como as relações sociais, as instituições e a distribuição de poder “em virtude dos quais esses contextos constroem campos diferenciados e socialmente estruturados” (THOMPSON, 2011, p. 79).

Por formas simbólicas, eu entendo um amplo espectro de ações e falas, imagens e textos, que são produzidos por sujeitos e reconhecidos por eles e outros como construtos significativos. Falas linguísticas e expressões, sejam elas faladas ou escritas, são cruciais a esse respeito. Mas formas simbólicas podem também ser não linguísticas ou quase linguísticas em sua natureza (por exemplo, uma imagem visual ou um construto que combina imagens e palavras) (THOMPSON, 2011, p. 79)

¹¹ Queremos colocar uma ressalva a essa abordagem do autor, pois consideramos que a ideologia é também um sentido que se constrói podendo estar a serviço de outros grupos sociais não especificamente do sistema dominante. Ainda que as formas simbólicas desse grupo, convertidas em ideológicas predominem em termos de referência no mundo.

Ele define o que chama de aspectos típicos dessas formas, que são intencional, convencional, estrutural, referencial e contextual, o que significa dizer que estão inseridas em processos socialmente construídos, socialmente estruturados, havendo diferenciações sistemáticas em torno da distribuição do acesso aos recursos. Ou seja, os sujeitos inseridos nesses contextos socialmente estruturados (que diferem) têm graus diferentes de acesso aos recursos simbólicos. Portanto, a localização social desses indivíduos e a qualificação decorrente dessas posições ou associadas a elas dão aos sujeitos diferentes graus de poder para tomar decisões e alcançar seus objetivos.

Thompson distingue cinco modos gerais por meio dos quais a ideologia opera, bem como as formas discursivas de construção simbólica¹², como veremos no quadro a seguir:

Quadro 1 – Modos de operação da ideologia

Modos gerais	Algumas estratégias típicas de construção simbólica
Legitimação	Racionalização/Universalização/Narrativização
Dissimulação	Deslocamento/Eufemização/Tropo (sinédoque, metonímia, metáfora)
Unificação	Estandardização/Simbolização da unidade
Fragmentação	Diferenciação/Expurgo do outro
Reificação	Naturalização/Eternalização/Nominalização-passivização

Fonte: Produzido pela autora a partir de Thompson (2011)

2.1.2.2 Michel Pêcheux: língua, ideologia e discurso

No exercício da compreensão do funcionamento ideológico do discurso, Pêcheux retoma o ponto de discussão de Althusser em relação à materialidade da ideologia, aos aparelhos ideológicos de Estado. Antes desse ponto específico, porém, é relevante resgatar alguns aspectos da discussão proposta por ele sobre língua e discurso, opondo base linguística e processo discursivo. O sistema linguístico, “enquanto conjunto de estruturas fonológicas, morfológicas e sintáticas” (PÊCHEUX, 2014, p. 81) submete-se a leis internas em cujas bases se desenvolvem então os processos

¹² O autor esclarece que essas não são as únicas formas de operação da ideologia – mas são as destacadas por ele – nem tampouco são apenas aquelas as estratégias. Ressaltando, são as formas e as estratégias que ele aponta como mais relevantes e são por isso as que tomaremos como referência.

discursivos. Não sendo portanto aleatórios ou frutos de pura inspiração ou espontaneidade. O autor traz então a perspectiva da discursividade, diferenciando-a da fala (que é uma maneira concreta da língua) e do uso (realização de uma função) e inserindo os processos discursivos na perspectiva de uma relação ideológica. A língua, salienta o autor, não é um mero meio para, mas deve ser concebida e tomada como “campo constitutivo desses processos, por meios dos jogos de linguagem, do trilhar metafórico dos sentidos e dos paradoxos de enunciação que as discursividades trabalham na e contra os corpos de regras de cada língua” (PÊCHEUX, 2016, p. 119).

Retomando portanto a abordagem relativa à construção conceitual de Althusser sobre os aparelhos ideológicos, Pêcheux (2016) salienta que tais proposições contribuem valiosamente no sentido da compreensão da reprodução do domínio/exploração capitalista, na medida em que essa reprodução se adapta e se reorganiza, “pois reprodução nunca significou repetição do mesmo” (2016, p. 115). Partindo portanto dessa discussão, o autor enumera alguns aspectos relevantes no exercício de compreensão do conceito de ideologia:

- A ideologia não se reproduz sob a forma de uma mentalidade de época ou costumes de pensamento que vão se impor à sociedade de maneira homogênea, “como espaço anterior à luta de classes” (2014, p. 130);
- Os Aparelhos Ideológicos de Estado não são a expressão da dominação da ideologia dominante, mas sim seu lugar e meio de realização - pela instalação dos aparelhos, em que a ideologia da classe dominante se realiza, é que ela se torna dominante;
- Os aparelhos não são puros instrumentos da classe dominante, máquinas ideológicas que apenas reproduzem as relações de produção – eles constituem, “simultânea e contraditoriamente, o lugar das condições ideológicas da transformação das relações de produção” (2016, p. 131).

Compreende-se, então, por que em sua materialidade concreta, a instância ideológica existe sob a forma de formações ideológicas (referidas aos aparelhos ideológicos de Estado), que, ao mesmo tempo, possuem um caráter “regional” e comportam posições de classe: os objetos ideológicos são sempre fornecidos ao mesmo tempo em que a maneira de se servir deles – seu sentido, isto é, sua orientação, ou seja, os interesses de classe aos quais eles servem – o que se pode comentar dizendo que as ideologias praticadas são práticas de classes (de luta de classes) na Ideologia (PÊCHEUX, 2016, p. 132)

Como bem explicita o autor, só há prática por meio de e sob uma ideologia e somente há ideologia pelo sujeito e para sujeitos, e sob a evidência de um eu (que tem nome, família, amigos, lembranças, ideias, intenções), “há o processo de interpelação-identificação que produz o sujeito no lugar deixado vazio” (2016, p. 145). Essa interpelação do sujeito supõe uma constituição do sujeito

do discurso sob a evidência de uma constatação que mascara a norma que o identifica. Por exemplo, na proposição “O cidadão de bem é contra a corrupção”, se você é um dito “cidadão de bem” é esperado de você que seja contra “a” corrupção (um evento também datado e predicado). Assim,

É a ideologia que fornece as evidências, pelas quais “todo mundo sabe” o que é um soldado francês, um operário, um patrão, uma fábrica, uma greve etc., evidências que fazem com que uma palavra ou um enunciado “queiram dizer o que realmente dizem” e que mascaram, assim, sob a “transparência da linguagem”, aquilo que chamaremos o caráter material do sentido das palavras e dos enunciados (PÊCHEUX, 2014, p. 146).

No sentido dessa abordagem, cabe-nos inserir então a conceituação de Pêcheux em relação às formações ideológicas (FI) e às formações discursivas (FDs). A FI é, portanto, um conjunto que reúne atitudes e representações que não são individuais nem universais, estando relacionadas a posições de classe que estão em conflito umas com as outras, e em cujo interior estão as formações discursivas, núcleos sociais e culturais que determinam, de acordo com o contexto, aquilo que pode e/ou que deve ser dito. Como exemplo, podemos considerar que a FD “imprensa corporativa”, de acordo com o contexto (momento histórico), determina as predicções e usos possíveis para o termo corrupção, gerando sintagmas como 'corrupção do PT', 'corrupção política', 'corrupção da esquerda', 'corrupção do governo' como formas de um denunciamento contra um governo popular.

Trazendo agora uma breve referência ao conceito de acontecimento discursivo, temos de um lado a materialidade própria do enunciado e, de outro, as condições históricas de produção, as condições que marcam as especificidades que singularizam aquele enunciado. A historicidade, o contexto, marcam os sentidos decorrentes daquele enunciado, e precisamos ver então, no interior do texto (forma concreta da língua) o funcionamento discursivo. É necessário observar e descrever, no objeto notícia, como se dá esse funcionamento a partir de momentos e contextos históricos específicos.

Em relação a esse objeto, é preciso identificar, no processo de sua construção, o que Pêcheux chama de o “preenchimento dos lugares de argumento de um predicado” (1979), as denominações e representações em relação a sujeitos, as proposições nas chamadas, a apresentação de determinados objetos discursivos (crise econômica, corrupção na Petrobras, demonização partidos políticos), posto que tais construções não são apenas “formas” de falar. Como bem enfatiza Pêcheux (2016, p. 115), “esses objetos (sob o nome de povo, direito, trabalho, paz, liberdade, vida, ciência) paradoxais funcionam em relações de força móveis, em mudanças confusas”, assim também os objetos de nossa história recente - corrupção, crise, pedalada - se atualizam, se adaptam e funcionam em relações de força em contextos históricos determinados. Portanto, na articulação de

uma rede de informação, observar tais formas de estruturação da notícia é essencial para compreender seu funcionamento.

2.1.2.3 Louis Althusser: os Aparelhos Ideológicos de Estado

Na tentativa de compreensão das bases da relação entre mídia e ideologia, o entendimento de que os aparelhos ideológicos de Estado funcionam pela ideologia segundo ALTHUSSER (1970), traz elementos significativos para uma percepção de como eles reproduzem e projetam valores para o exterior.

Se os AIE “funcionam” de maneira massivamente prevalente pela ideologia, o que unifica a sua diversidade é precisamente este funcionamento, na medida em que a ideologia pela qual funcionam é sempre unificada apesar das suas contradições e da sua diversidade, na ideologia dominante, que é a da classe dominante (ALTHUSSER, 1970, p. 49)

Tomando como pressuposto o que o autor pontua, vamos considerar, então, que os AIEs projetam e externalizam valores concernentes a valores e prerrogativas da ideologia do sistema dominante, sendo uma concepção ideológica unificada, mesmo havendo uma diversidade de atores e manifestações. Esse é, portanto, um primeiro aspecto fundamental para pensarmos a atuação e o papel de um aparelho ideológico de informação. Essa compreensão é também a chave para entender que determinados grupos ou setores ora ocupando o poder de Estado não dominam facilmente os AIEs, ou seja, ocupar em determinado momento o poder do Estado, sobretudo num sistema democrático pela via eleitoral, controlá-lo, não é prerrogativa para que se controlem os aparelhos ideológicos. Ou seja, “nenhuma classe pode duravelmente deter o poder de Estado sem exercer simultaneamente a sua hegemonia sobre e nos Aparelhos Ideológicos de Estado” (ALTHUSSER, 1970, p. 49).

Assim, pensando-se o cenário de uma classe no poder – no controle do Estado – cujos valores não são os valores prementes da ideologia dominante do sistema dominante, cabe questionar como se estabelece a relação com os AIEs. Pode-se pensar na existência, então, de um embate entre grupos no poder e AIEs, em que o segundo ator pode obter mais chances de se estabelecer. E então, como o faz Althusser, cabe-nos questionar qual é a medida do papel dos AIEs e, nessa proposta, qual é a medida do papel de um Aparelho Ideológico de Informação.

Anteriormente à discussão sobre as lógicas que guiam e conformam os Aparelhos Ideológicos de Informação, é relevante considerar como referência teórica estruturante o conceito de ideologia como o apresenta Althusser e, na sequência, outros autores. Segundo ele, que retoma o conceito trazido por Marx em *A ideologia alemã*, “a ideologia é eterna como o inconsciente”, e podemos pensá-la, então, como algo que estrutura e conforma a própria estrutura social, mas não pode ser tomada apenas como concepção de mundo. Na ideologia, afirma Althusser, a relação dos homens com as condições de existência é representada, e essa relação está no centro da representação ideológica, imaginária.

É na relação dos homens com as condições de existência que está “contida a causa que deve dar conta da deformação imaginária da representação ideológica do mundo real”, ou, como explicita ainda o autor, a natureza imaginária da representação da relação dos homens com as condições de existência é que fundamenta a deformação imaginária da ideologia. Pois, o que se representa é uma relação imaginária dos indivíduos com as condições de produção.

2.1.2.4 Fairclough: ideologia e relações de poder

Tomamos ainda a abordagem de Fairclough (1996) para estruturar uma compreensão de ideologia no âmbito da discussão do funcionamento do discurso de informação. O poder ideológico, para o autor, é o poder de projetar uma prática particular como sendo universal. Nesse contexto, ele também insere a perspectiva do senso comum, que compõe a complementação significativa do poder político e econômico, que interessa considerar uma vez que é exercida no discurso.

Para Fairclough (1996, p. 34), “a ideologia é o mecanismo-chave de domínio por consentimento, e porque é o veículo favorito da ideologia, o discurso é de considerável significado social nessa conexão”, portanto a ideologia está ligada essencialmente às relações de poder, da mesma forma que o senso comum (e as ideias disseminadas dessa forma), estando como sustentáculos de relações desiguais de poder. A linguagem, salienta o autor, é o primeiro domínio da ideologia, portanto, o discurso é o seu veículo principal.

Ao se levar em conta especificamente especificamente o discurso de informação – e os meios de comunicação como os suportes desse discurso –, consideramos, como o autor, que as relações de poder engendradas nesse discurso não são claras, ou seja, trata-se de relações ocultas de poder. Nesse sentido, o autor elenca duas diferenças relevantes entre o discurso face a face e o discurso de informação. A primeira refere-se à unilateralidade do discurso produzido pela mídia – há uma divisão entre produtores e consumidores (ou intérpretes), cujo produto, em última instância,

é a informação. Outra diferença também importante é o fato de o discurso da mídia ser produzido para uma audiência de massa, sendo que há a projeção, no processo de produção do conteúdo (da informação, neste caso), de um interpretante (leitor-espectador-ouvinte) padrão. Mais adiante, ao abordar as formas gramaticais desse discurso, discutiremos alguns aspectos da manifestação dessas relações de poder.

Essas discussões conceituais elucidam elementos essenciais para compreendermos como se coloca em funcionamento uma rede estável de informação ideologicamente estruturada, que se instaura como entidade legítima para informar, em que a informação apresentada embute valores, crenças e representações sem que as construções discursivas subjacentes estejam evidenciadas. Tomando os meios de comunicação como instrumentos de poder, instrumentos de poder simbólico, as representações e valores orientam cognitivamente o processo de produção da informação. Na perspectiva discursiva, como mecanismo de um domínio por consentimento, a ideologia estabelece os laços de ligação entre poder e linguagem, reverberando na produção de consenso.

Como instrumentos de poder simbólico, os meios de comunicação corporativos (grandes organizações, num cenário de alta concentração da propriedade desses meios), ligam-se às estruturas dominantes de poder (econômico, político), relações desiguais de poder, funcionando, como um aparelho representativo que se atrela a determinadas instâncias de poder. Sentidos são construídos a partir de um atrelamento às instâncias de poder dominante, ainda que de modo discursivamente velado, assim se opera a articulação dessa rede de informação ideologicamente formatada. Pela narrativa, a legitimação do discurso construído em bases ideológicas é consolidada.

2.2 Microcategorias

Para a análise efetiva do corpus, tomamos três microcategorias: silenciamento, enquadramento (*framing*) e viés/tendência (*bias*).

2.2.1 Enquadramento (framing)

Como aborda Emediato (2008), o enquadramento é uma forma de esquematização que orienta o olhar do outro, sendo que “o discurso de informação midiática se serve bastante da dimensão argumentativa de diferentes tipos de enquadramento” (EMEDIATO, 2008, p.80). Para nós, o enquadramento é uma categoria que opera em sintonia com os repertórios na abordagem dos grandes temas economia e política, com o viés negativo (com a recorrência a representações que

recuperam a memória discursiva do leitor, com referência frequente a termos como inflação, recessão, desemprego, crise, escândalo) ou positivo de acordo com os momentos discursivos considerados¹³.

O enquadramento pode, por exemplo, ativar conteúdos simbólicos no destinatário, os espectadores, ao privilegiar determinadas representações em relação aos assuntos tratados nas edições do jornal. Isso se dá a partir de um quadro de valores sociais, históricos e culturais, pois “o sujeito informante dá a ver um objeto paradigmático e oferece, explicitamente ou implicitamente, as perspectivas segundo as quais se deveria problematizá-lo” (EMEDIATO, 2008, p. 81). A informação midiática, salienta o autor, estrutura-se no sentido de esquematizar o mundo ao senso comum já conhecido, mas também “movimenta essas representações, propondo o seu debate no cotidiano” (EMEDIATO, 2008, p.78), numa construção argumentativa que simplifica o mundo, num primeiro momento, para em seguida esquematizá-lo. Nas notícias das edições diárias de um telejornal, a esquematização do mundo envolve uma importante construção em termos de imagens e sons, com elementos de dramaticidade (como, por exemplo, nas reportagens relativas à cobertura das operações da Lava Jato, como detalharemos no decorrer da análise). Não se pode, por isso, deixar de ver nesses elementos do discurso midiático uma intenção de influência, sem prejulgar sua eficácia, pois “esses enunciados ditos de informação são portadores de pontos de vista sobre os fatos e esses pontos de vista são apresentados, com muita frequência, como evidências” (EMEDIATO, 2008, p. 79).

Como abordado pelo autor, o enquadramento tem uma dimensão argumentativa, uma vez que ele permite “circunscrever a discussão pela tematização, apresentar os objetos de discurso de uma maneira em lugar de outra, através de operações de referência (nominação, designação) e, pela predicação, orientar a problematização em certa direção” (p. 80). Partindo dessas premissas, Emediato aponta três tipos de enquadramento¹⁴, como segue.

¹³ Os quais serão explicitados mais adiante

¹⁴ Emediato (2008) aborda um quarto tipo de enquadramento (por questionamento), que não será relevante para a análise aqui proposta, cabendo mais na abordagem dos veículos impressos

Quadro 2 – Tipos de Enquadramento

TIPOS DE ENQUADRAMENTO		
Pela tematização	Por designação	Pelo dizer do outro (verbos de atitude)
<ul style="list-style-type: none"> - Utiliza um fundo de representações para os efeitos de sentidos (a memória) - Circunscreve a discussão - Apresenta os objetos de discurso - Orienta a problematização - O tema enquadrado deixa o mundo mais “simples” - Age sobre as representações do outro 	<ul style="list-style-type: none"> - Manifestam tomadas de posição, uma vez que impõem atributos a outros atores - Impõe uma maneira de ver (orientação argumentativa) 	<ul style="list-style-type: none"> - Descrevem o discurso de outro como uma atitude que classifica a ação, descrevendo também elementos do carácter desse locutor (ataca, deseja, concede, aconselha, critica, afronta etc.)
		<ul style="list-style-type: none"> - Uso corrente no discurso relatado

Fonte: Organizado Pela Autora a partir de EMEDIATO, 2008

A partir desse quadro, temos pressupostos importantes para pensar o funcionamento do enquadramento no discurso de informação, que serão explicitados na análise. As operações de enquadramento visam ativar na memória conteúdos e valores simbólicos, estereotipados, levando a interpretação a uma causalidade não fundada (Ex: o tema política, em muitos momentos discursivos, fica circunscrito à abordagem sobre corrupção). No discurso de informação, aquele que informa mostra um objeto tematizado bem como as perspectivas a partir das quais aquela abordagem deve ser problematizada (por exemplo, a corrupção).

Dessa forma, como salienta o autor, a tematização vai enquadrar o mundo social e a problematização decorrente, limitando o que será discutido e sob quais bases. E aqui são relevantes a vinculação aos repertórios - crise e corrupção -, que enquadraram os debates sobre economia e política em vários momentos discursivos. Nesse sentido, “o enquadramento de um ser em uma classe genérica faz dele um exemplo, e sua ação implica, de forma direta ou indireta, intencionalmente ou não, a classe à qual ele pertence” (EMEDIATO, 2008, p 80).

Portanto, surgem daí muitos laços de uma causalidade (fundada ou infundada), como a implicação de político = corrupto, impondo determinada orientação argumentativa, determinada maneira de ver certo objeto (ou personagem). E assim, completa o autor, tais construções se tornam simbólicas no enquadramento de determinados agentes a partir das escolhas designativas do enunciado (jornalista orientado pela linha editorial). Tomando o enquadramento pela designação, no uso dos verbos de atitude, nota-se que essa estratégia torna-se problemática porque produz, muitas

vezes, avaliações favoráveis (ou desfavoráveis) em relação a atores sociais em evidência (um exemplo é referência a Sergio Moro na ordenação do ofício no dia da determinação da prisão do ex-presidente Lula, como veremos adiante). Considerar o enquadramento, e seus tipos categorizados, no recente cenário político brasileiro significa tomá-lo como uma estratégia discursiva que revela uma intenção do enunciador de agir sobre as representações de um outro, o espectador, circunscrevendo o debate sobre certos acontecimentos em determinada perspectiva.

Considerando agora a perspectiva de Goffman (1986) sobre *framing*, ele salienta que o modo como algum fato é apresentado às pessoas vai influenciar as escolhas que elas fazem sobre como processar a informação. Nesse sentido, os *frames* (o modo de apresentação, o quadro) funcionam para estruturar o significado de uma mensagem e, quando conformam uma notícia, de algum modo “dizem” ao espectador sobre que aspectos pensar (colocando um “quadro” na notícia) e sobre como pensar aquele dado recorte (linhas argumentativas para estruturar o pensamento, a interpretação).

No discurso midiático, o *framing*, então, diz respeito ao modo como a mídia estrutura a notícia para direcionar os olhos do público em relação a tópicos bem específicos, criando-se um quadro para aquela informação, o que pode ser delineado de várias maneiras - por exemplo, com destaque apenas a números, por versais como “petrolão”, “pedalada”. Segundo Goffman (1986), as pessoas tendem a interpretar o que está acontecendo no mundo ao seu redor a partir do viés do enquadramento primário, que é tomado assim por ser considerado como um dado adquirido pelo próprio usuário. Nos frameworks primários, há duas estruturas, natural e social, que cumprem a função de ajudar os indivíduos a interpretarem os dados, de modo que, no contexto social, suas experiências possam ser mais amplamente compreendidas. No entanto, essas estruturas dos enquadramentos primários têm diferenças entre si. A natural comporta eventos, acontecimentos físicos, naturais, sem qualquer determinação social ou do contexto.

A estrutura social é aquela pautada pelos acontecimentos socialmente construídos, que visa a certos objetivos e à manipulação de outros, portanto, os quadros criados a partir dessa estrutura – para dizer de fatos ou acontecimentos – influenciam fortemente o modo como os indivíduos vão interpretar os dados e, em decorrência, o modo como vão significar a realidade. De acordo com uma discussão proposta por Entman (1991), podemos observar como se estrutura o funcionamento mais específico do enquadramento nas notícias. Há o estabelecimento de um atalho cognitivo, posto que o enquadramento direciona o olhar e indica qual caminho seguir na produção de sentido. A estratégia também é limitadora da habilidade da audiência de pensar fora daquele quadro imposto se uma notícia sobre desemprego é representada apenas num quadro numérico, como haverá outras

possibilidades de percepção ou questionamento? Além do que, o enquadramento também contribui para certa distração do público de questões mais importantes em relação ao tema exposto.

Considerando-se esses aspectos, o enquadramento coloca em evidência o comportamento da mídia como um *gatekeeper*, que “deixa entrar” apenas os “autorizados” - de um modo consciente e intencional, os operadores que conduzem a linha editorial selecionam, coletam, organizam ideias e apresentam alguns temas (em detrimento de outros). Nos usos do enquadramento pelo discurso de informação, cabe considerar sempre duas operações: a seleção e o destaque, ou seja, qual o tema em foco e recorte de abordagem.

2.2.2 Silenciamento

Compreendido como ação de colocar em silêncio, o conceito revela que há uma produção de sentidos silenciados, portanto, é essencial compreender a dimensão do não dito, pois significa. Segundo Orlandi (2015), é necessário, para compreender a dimensão desse conceito, buscar o sentido no silêncio e o que ele comunica, pois há um sentido no silêncio, posto que o não dizer se liga à história e à ideologia. Considerando o papel da mídia corporativa, tomamos a perspectiva de que ela se equilibra entre o dever de informar (no sentido de que determinados assuntos, em função de uma agenda política e econômica, não podem “fugir da pauta”) e a necessidade de modalizar, visto que esse ator se posiciona de várias maneiras, e a ação de colocar em silêncio é, portanto, uma prática discursiva a ser observada (no decorrer da análise, essa perspectiva ficará mais evidenciada).

Orlandi afirma que é na relação do imaginário com o real que se torna possível apreender a especificidade da materialidade do silêncio, levando-se em conta que a articulação entre real, imaginário e simbólico se dá em relação à ideologia e à determinação histórica, assim, essas três categorias são alinhavadas a partir de uma perspectiva que é ideológica e histórica, lembrando Pêcheux, que aponta o discurso como esse lugar de contato entre língua (materialidade) e ideologia. Há, portanto, silêncios múltiplos, e eles têm relações que são constitutivas com a significação, o processo de construção de sentidos, em que a historicidade é marcante e determinante - os processos de construção da significação, dos efeitos de sentido são essenciais para que possamos compreender o silêncio e suas formas. Há uma ilusão de unidade no discurso, afirma Orlandi (2015, p. 21), que é “um efeito ideológico, construção necessária do imaginário discursivo”, e tanto a ilusão de unidade quanto a dispersão serão constitutivas do silêncio.

“Compreender o que é efeito de sentidos, em suma, é compreender a necessidade da ideologia na constituição dos sentidos e dos sujeitos. É da relação regulada historicamente entre as muitas formações discursivas (com seus muitos sentidos possíveis que se limitam reciprocamente) que se constituem os diferentes efeitos de sentidos entre locutores” (ORLANDI, 2015, p. 21)

Assim, a historicidade dos textos e o percurso da construção de sentidos precisam ser buscados e compreendidos - bem como o contexto histórico dos sujeitos discursivos - para que possamos compreender os sentidos do silêncio, os sentidos daquilo que é silenciado. O silêncio tem uma relação que é constitutiva com os processos de significação, e compreendê-lo significa também compreender o modo pelo qual ele se constitui e significa, os processos de significação. Esses processos discursivos e a construção significativa do silêncio se dão a partir de uma base estrutural que é a materialidade da língua, posto que “os discursos estão duplamente determinados: de um lado, pelas formações ideológicas que os relacionam a formações discursivas definidas e, de outro, pela autonomia relativa da língua” (ORLANDI, 2015, p. 22).

Há duas dimensões do silêncio, como estruturado por Orlandi (2015), que nos interessam particularmente na análise proposta em relação ao discurso de informação e seu trabalho de ressignificação dos acontecimentos, portanto, de uma dada realidade. A primeira dimensão refere-se à refutação da perspectiva de considerar o silêncio como ausência de palavras ou o ato de calar o interlocutor. Ele não é simplesmente a ação de calar o outro - o silêncio é, na verdade, aquilo que impede o interlocutor de sustentar um outro discurso. A outra dimensão coloca o silêncio no âmbito daquilo que é apagado, excluído, deixado de lado, numa ação intencional de escantear determinados outros sentidos. E tomando essas duas dimensões, vamos considerar a categoria silêncio na perspectiva de uma política de silenciamento - portanto, intencional, bem estruturada e articulada, significativa, posto que se liga à história e à ideologia, que impede a emergência de outros discursos.

O silenciamento como política editorial é a perspectiva que será considerada e tomada nesta análise, posto que é uma estratégia estruturada e bastante usada pelo Jornal Nacional em muitos momentos histórico-discursivos, plena de significações e construções simbólicas. O silenciamento como política editorial não implica necessariamente a proibição explícita em relação aos ditos, ou assuntos abordados, mas refere-se sobremaneira ao modo (que envolve várias construções e

estruturas) como se diz determinado acontecimento, explicitando ou enfocando a relação entre o dizer e o não dizer.

Compreender, portanto, o silêncio que passa pela explicitação dos modos pelo qual ele significa, diz respeito a conhecer os processos de significação que estão em cena. A política do silêncio, ou o silenciamento, envolve a tomada da palavra, como enfatiza Orlandi, a obrigação do dizer, a retirada da palavra, o silenciar, e será, portanto, muito caro na compreensão da narrativa que se constrói pelo discurso de informação, com uma profunda relação com o simbólico. E, “em face dessa sua dimensão política, o silêncio pode ser considerado tanto parte da retórica da dominação (a da opressão) como de sua contrapartida, a retórica do oprimido (a da resistência)” (ORLANDI, 2015, p.42).

2.2.3 Viés (bias)

Notícias são socialmente construídas, o que significa dizer, segundo Fowler (1991), que os eventos reais (fatos) reportados são objetos de um processo convencional de seleção e não refletem, portanto, a importância daqueles eventos em si mesmos, mas uma complexa e artificial operação de seleção. Esse processo de seleção - e de conseqüente transformação do fato em notícia - é sempre guiado por uma referência a valores e crenças.

Selection is accompanied by transformation, differential treatment in presentation according to numerous political, economic and social factors. As far as differences in presentation are concerned, most people would admit the possibility of “bias” (...). The world of the press is not the real world, but a world skewed and judged (FOWLER, 1991, p. 11)¹⁵.

Portanto, considerar que há um processo de seleção que obedece a diversos fatores contextuais e conjunturais na conformação da notícia nos leva a ponderar sobre o peso do viés nessa estrutura. O que culmina na consideração de que o mundo “criado” pela imprensa não é um mundo real, mas um mundo enviesado. Fowler chama a atenção, nesse sentido, para a existência, considerando-se a linguagem, de proposições abstratas, usadas de maneira inquestionável (ou seja, não são colocadas sob dúvida, elas expressam uma “verdade”) que vão dominar a estrutura de apresentação de notícias. No caso do contexto a que nos referimos em nossa análise, isso se torna bem evidente com algumas expressões, sobretudo na abordagem de temas de política econômica, e

¹⁵ “A seleção é acompanhada de transformação, tratamento diferenciado na apresentação de acordo com diversos fatores políticos, econômicos e sociais. No que diz respeito às diferenças na apresentação, a maioria das pessoas admitiria a possibilidade de viés (...). O mundo da imprensa não é o mundo real, mas um mundo distorcido e julgado” (Tradução livre).

determinados momentos históricos dentro do panorama histórico maior a partir do impeachment (veremos tais considerações em capítulos posteriores).

As notícias se estruturam, então, como práticas que, longe de serem reflexos neutros de um mundo real, se organizam - ou são organizadas - para a construção social de uma dada realidade. Há códigos da linguagem que distinguem com sentidos e significados, estabelecendo distinções - em relação ao fato reportado na notícia - que não estão presentes naturalmente, lembrando sempre que a linguagem, como código, organiza as representações mentais para a experiência humana. Segundo Fowler, a influência da linguagem sobre o pensamento se dá à medida que sua estrutura é a que canaliza a experiência mental do humano em relação ao mundo. A notícia será, portanto, uma representação do mundo pela linguagem.

O viés na notícia relaciona-se ainda aos diferentes modos de dizer determinada coisa, determinado aspecto de um fato, e cada forma particular de expressão linguística num texto, ressalta o autor, tem a sua razão específica de ser - não são, portanto, alternativas “acidentais” ou escolhas aleatórias.

What is being said is that, because the institutions of news reporting and presentation are socially, economically and politically situated, all news is always reported from some particular angle. The structure of the medium encodes significances which derive from the respective positions within society of publishing or broadcasting organizations¹⁶ (FOWLER, p. 10).

Os eventos do mundo, os acontecimentos que de fato ocorrem - acidentes, problemas na economia, criminalidade, para citar alguns bem genéricos - são submetidos a processos de seleção, que sofrem a injunção dos vieses de origem daquela instituição que seleciona.¹⁷

2.3 Metodologia

O primeiro passo na direção de uma tentativa de delinear as bases de uma narrativa jornalística em determinado momento histórico-social - do processo de impeachment de Dilma Rousseff até a eleição de Jair Bolsonaro - e compreender as estratégias discursivas envolvidas nessa construção foi a definição do objeto discursivo articulador dessa narrativa: o Jornal Nacional. A motivação dessa escolha se deu em função de o JN, como se tornou conhecido e reconhecido, ser o

¹⁶ O que está sendo dito é que, como as instituições de reportagem e apresentação de notícias são socialmente, economicamente e politicamente situadas, todas as notícias são sempre relatadas de algum ângulo particular. A estrutura do meio codifica os significados que derivam das respectivas posições dentro da sociedade das organizações editoriais ou de radiodifusão.

¹⁷ O viés está presente em determinadas escolhas - palavras, verbos, expressões -, enquanto o enquadramento refere-se sobremaneira a um direcionamento específico do olhar. É claro que se aproximam em muitos momentos na constituição de uma rede de informação, podendo ser bem similares.

principal telejornal da TV brasileira, com alcance de praticamente todos os municípios do território nacional.

Definida essa escolha, partimos para a estruturação e delimitação de períodos históricos dentro de um período histórico macro, que compreende cinco anos de uma conjuntura conturbada no país – de 2015 (início do segundo mandato de Dilma Rousseff) até maio de 2020 (governo de Jair Bolsonaro). E por que a definição desse específico momento histórico - bastante extenso - para uma abordagem sobre as bases legitimadoras de discurso da narrativa jornalística? Por duas razões principais: primeiro, porque compreendemos o impeachment como um processo macro histórico que é deflagrado simbolicamente já após as eleições de 2014 e não se esgota com a saída da então presidente Dilma Rousseff do poder, ele se conclui, na verdade, no processo eleitoral que desemboca na eleição de Jair Bolsonaro; segundo porque sem o papel decisivo da imprensa corporativa, e sobretudo do objeto aqui tomado, o Jornal Nacional (com um peso inegável formatação das informações, dos acontecimentos, no direcionamento do julgamento dos fatos da vida do país), os desfechos sociais e históricos de muitos eventos seriam outros, com diferentes reflexos na organização política do país.

Para operacionalizar a compreensão em relação ao modo de construção e ao funcionamento da narrativa jornalística na ressignificação desse grande e relevante período histórico do país, foram assistidas e analisadas mais de 1000 edições diárias do Jornal Nacional, sistematizadas a partir da delimitação do que denominamos de momentos histórico-discursivos – determinados períodos temporais que trouxeram à tona e consolidaram construções discursivas, em que um discurso pretendido efetivou-se na construção de acontecimentos a partir de dois repertórios marcantes observados e de determinadas estratégias de produção de sentido, compondo uma narrativa. Esses momentos histórico-discursivos foram:

Quadro 3 – Momentos Discursivos

Momento Discursivo 1	Jornadas de Junho 2013
Momento Discursivo 2	Eleições presidenciais 2014
Momento Discursivo 3	Pós-eleições de Dilma Rouseff até aprovação do pedido de impeachment pelo Senado (2015)
Momento Discursivo 4	Votação do impeachment no Congresso e afastamento de Dilma Rousseff pelo Senado; Temer como interino
Momento Discursivo 5	Afastamento definitivo de Dilma Rousseff e posse do governo Temer (2016)
Momento Discursivo 6	Governo Michel Temer até Eleições 2018
Momento Discursivo 7	Primeiro ano Governo Jair Bolsonaro

Fonte: Elaborado pela autora

A definição desses momentos histórico-discursivos deu-se a partir de recortes contextuais, contemplando-se acontecimentos relevantes para o cenário político, social e econômico do país em determinados períodos históricos dentro do período maior de pesquisa elencado. Essa estruturação foi relevante e fundamental para observar a construção e a estruturação de uma rede estável de informação.

Em seguida, a partir da sistemática observação das edições diárias do JN, identificamos dois repertórios predominantes - corrupção e crise econômica - e passamos a acompanhar a utilização desses elementos temáticos de acordo com os momentos e os acontecimentos históricos. Assim, a partir da identificação dos repertórios, da observância de seu desenvolvimento e da sua relação com outras estratégias discursivas - enquadramento, silenciamento - observamos um processo de ressignificação de acontecimentos de acordo com determinado contexto social, político e econômico – eventos semelhantes em momentos históricos distintos dentro desse período macro observado tiveram um tratamento discursivo diferente de acordo com o contexto político, sendo ressignificados e tendo ganhado novos sentidos.

Ao processarmos a descrição da configuração contextual desses momentos, salientando os personagens principais em destaque e a construção referencial pertinente em relação a esses atores, bem como o funcionamento das microcategorias enquadramento, silenciamento e viés na composição das notícias, foi possível demarcar a conseqüente ordenação de uma rede de informação (que se fundamenta pelas macrocategorias aqui expostas). Essa marcação têmporo-discursiva foi essencial para observar a tessitura do discurso, os caminhos de construção do dizer pela narrativa jornalística estruturada pelo JN.

3. A NOTÍCIA COMO DISCURSO

Neste capítulo, vamos discutir como a notícia se estrutura enquanto notícia, a partir de elementos da abordagem da Análise Crítica do Discurso propostos por Van Dijk.

Ao definirmos a notícia como discurso, queremos situá-la como um elemento específico dentro da estrutura do discurso de informação, que se diferencia de outros gêneros jornalísticos (editorial, reportagem), com processos implicados em sua produção e nos usos que se fazem dela. Há relações complexas que se estabelecem entre notícia e contexto, e esse último determina, em grande medida, a estrutura desse objeto, como demonstraremos ao longo da análise. Tomando a abordagem de Van Dijk (1990), propomos, portanto, uma análise da notícia como discurso numa perspectiva histórica, social e econômica, acentuando já um distanciamento de certa forma canônica de descrever esse gênero como relato de um acontecimento relevante, uma informação que descreve ou apresenta um fato¹⁸.

Lippman (apud MARTINO, 2014), em *Public Opinion*, numa abordagem que se tornou um marco para repensar as práticas do jornalismo, destaca que as notícias são criadas a partir de seleções e escolhas dos profissionais (orientados por diversos critérios), e, nesse processo, alguns aspectos são selecionados e realçados; outros, não. Segundo o autor, a notícia é uma representação específica da realidade em função de necessidades práticas. Como construção discursiva, a notícia para nós não se restringe apenas a ser uma representação da realidade por determinações técnicas, mas uma representação que envolve distorções e ressignificações, numa ação muitas vezes intencional.

As estruturas textuais que conformam a notícia influenciam a compreensão por parte dos leitores, espectadores e ouvintes, influenciam a produção de sentidos, sendo que há três aspectos marcantes nesse processo: uma atualização de crenças, um rol de valores transportados e a presença da ideologia no processo de produção. De acordo com Van Dijk (1990), a notícia pode ser caracterizada como a) nova informação sobre objetos e pessoas; b) um programa típico que traz

¹⁸ Como gênero jornalístico, a notícia é fruto de um processo de seleção de fatos ou acontecimentos relevantes para o público sob determinados pontos de vista. Mas, tomada na perspectiva discursiva, não queremos dimensionar esse gênero a partir somente de critérios técnicos.

itens jornalísticos; c) um informe jornalístico em que se oferece uma atualização de um acontecimento¹⁹.

No processo de contextualização, de definição do objeto notícia, elementos como o modelo de produção da notícia, a rotina de produção e a corporação envolvida²⁰ devem ser considerados como elementos marcantes, posto que há operações de reconstrução de dada realidade na formatação da notícia, ou seja, ela não é e não pode ser tomada como simples recorte de um acontecimento, simples relato ou imagem de um dado real. Ela deve ser considerada, de fato, um objeto discursivo fruto de um processo de reconstrução da realidade, portanto, como salienta Van Dia (1990), um marco a partir do qual se constrói o mundo social, em que a rede de facticidade estabelecida cria a ilusão de credibilidade, cuja função é legitimar o *status quo*.

Considerando-se o impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, essa rede de facticidade operou de forma coordenada na construção de representações que enquadraram e moldaram a percepção dos acontecimentos, sempre com suporte em instâncias representativas do mundo político e social. Assim, assumindo a perspectiva de que inúmeros eventos jornalísticos (FISHMAN, 1980, apud VAN DIJK, 1990) estão predefinidos por determinadas instâncias de poder, no Brasil, podemos citar a definição de agenda dos veículos pelo Poder Judiciário, especificamente pela chamada “República de Curitiba”, com informações selecionadas e “vazamentos” de última hora que se encaixavam nos noticiários²¹. Dessa forma, ainda considerando Fishman, a fabricação de notícias e a dependência das fontes traçam “um quadro ideológico de caráter uniforme” (apud VAN DIJK, 1990).

Para ilustrar essa abordagem, trazemos um exemplo, ocorrido no Momento Discursivo 5. Trata-se da cobertura do JN da greve geral ocorrida no Brasil exatamente 100 anos após a primeira greve no país, em 30 de abril de 2017. Era o momento pós-impeachment, com o governo Michel Temer já em vigor. A cobertura do JN pode ser organizada a partir do seguinte esquema:

¹⁹ Apresentamos aqui, de modo breve, uma definição proposta pelo professor Nilson Lage, para esboçar o conceito a partir de definição específica da prática do jornalismo:

“Com tal objetivo, poderemos definir notícia como o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante, e este, de seu aspecto mais importante. Assim, reduzimos a área de discussão ao que venha ser importante, palavra na qual se resumem conceitos abstratos como o de verdade ou interesse humano. Permitimo-nos encarar a notícia como algo que se constitui de dois componentes básicos: a) uma organização relativamente estável, ou componente lógico, e b) elementos escolhidos segundo critérios de valor essencialmente cambiáveis, que se organizam na notícia - o componente ideológico”.

²⁰ No decorrer da análise, a corporação envolvida, Rede Globo, que abarca não apenas a TV, será dimensionada devidamente.

²¹ Um exemplo é o vazamento dos áudios grampeados do ex-presidente Lula que continham conversas com a então presidenta Dilma Rousseff feito pelo ex-juiz e agora ministro, Sergio Moro, responsável pela Lava Jato, em março de 2016, exclusivamente para o Jornal Nacional.

- **Enquadramento:** transtorno para a população. Predominância do status negativo do movimento, com destaque para transtornos (tráfego intenso, falta de transporte), incidentes nas ruas, cenas de violência. A chamada principal para o bloco foi “Centrais sindicais fazem manifestações em 26 estados e no Distrito Federal”.

Na sequência, as demais chamadas dão o tom do quadro:

“Protestos no Rio têm confronto e oito ônibus queimados”
“Manifestantes bloqueiam rodovias em Minas Gerais e no Espírito Santo”
“Em Brasília, paralisação deixa 820 mil sem transporte público”
“Principais cidades do Sul ficam sem transporte coletivo”
“No Recife, 1,8 milhão de passageiros fica sem transporte público”
“Centrais sindicais e CUT consideram paralisação “muito bem sucedida”

Abaixo, mapa da edição com as imagens relativas às chamadas:

Figura 1 – Grade JN



Fonte: JN 30-04-2017

Figura 2 – Grade JN

4	 2 min	Em Brasília, paralisação deixou 8 mil sem transporte público
5	 2 min	Principais cidades do Sul ficam sem transporte coletivo
6	 2 min	No Recife, 1,8 milhão de passageiros ficam sem transporte

Fonte: JN 30-04-2017

- ▶ **Atores com viés negativo:** são sempre os sindicalistas. Estabelecem-se os campos de sentidos NÓS x ELES.
- ▶ Ausência de ligação com qualquer contexto histórico (não há menção à história mais antiga, a primeira greve geral do país, nem ao cenário da mobilização - as reformas do Governo Temer que retiravam direitos da população).
- ▶ Projeção do **ethos** – jornalismo plural, comprometido com a notícia (há uma fala editorial nesse sentido fechando o jornal, cuja chamada é “Globo começou de madrugada cobertura das manifestações”).

- ▶ Forte dramatização para o público no relato dos referidos transtornos, o que contribui para reforçar estereótipos (manifestantes como “arruaceiros” por exemplo, ou sindicalistas como “baderneiros”, todos esses atores ligados a um grupo partidário específico).

Como afirma Fishman (1980, apud VAN DIJK, 1990), os métodos de fabricação das notícias e a consequente dependência das fontes são capazes de formatar uma matriz ideológica (como bem representa o esboço da cobertura citada acima) de caráter uniforme. Para Connel (apud VAN DIJK, 1990), a realidade representada pelas notícias são construções ideológicas baseadas nas definições dadas pelas fontes buscadas. Assim, ao observarmos as vozes que emergem na mídia corporativa, vê-se de modo claro que elas são prioritariamente oriundas de lugares específicos - as tais fontes oficiais, ligadas também a estruturas de poder, como Judiciário, a entidade mercado, o próprio governo em muitos casos, grandes empresários e consultorias econômicas - , portanto, é bastante plausível a percepção de como esse quadro ideológico é construído na e pela notícia. Segundo Connel (apud VAN DIJK, 1990), os meios de comunicação não são mediadores neutros de acontecimentos sociais – na verdade, eles ajudam a reproduzir ideologias. E assim, prossegue o autor, há o que se pode denominar de natureza ideológica na reconstrução da realidade social pelos meios de comunicação, o que é também uma forma de reprodução das forças dominantes.

3.1 A relevância do tema na construção da notícia

No percurso da construção da notícia como discurso, Van Dijk (1990) toma um importante elemento estrutural do gênero, o tema, para discutir a dimensão ideológica da notícia a partir de sua macroestrutura. Segundo o autor, o tema tem a função de uma instância de controle que vai direcionar a interpretação por parte dos espectadores, com algumas significativas características no discurso jornalístico:

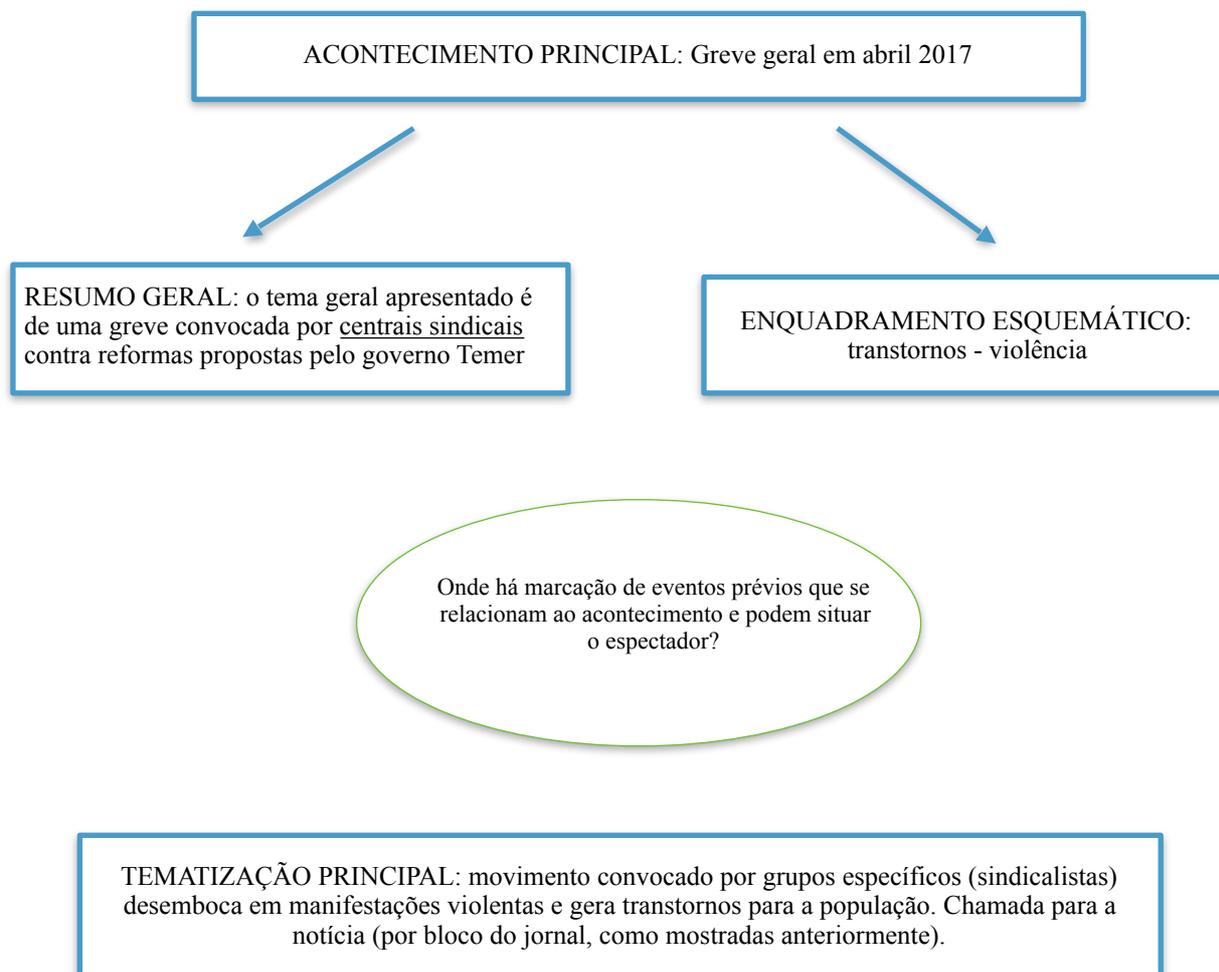
- É uma macroproposição subjetiva estrategicamente deduzida. Importante enfatizar, a partir dessa abordagem, que não se trata meramente de um assunto em pauta, pois a construção temática extrapola o assunto especificamente e conduz fortemente o viés interpretativo. Se temos, por exemplo, o assunto “desvios de recursos na Petrobras”, ele se reconfigura e promove um direcionamento na interpretação quando o tema é apresentado como “Petrolão”.
- Ele pode ser marcado já no título ou na chamada (o exemplo acima).
- Os temas formam uma estrutura hierárquica.
- A especificação define a estrutura dos temas (Mensalão, Petrolão, Crise Econômica).

Os temas controlam os significados da notícia, eles podem antecipar os significados das notícias a partir de inferências feitas pelos leitores/espectadores/ouvintes, e o léxico escolhido, portanto, tem um papel importante a desempenhar na produção de sentido, qual seja, o de indicar o caminho de interpretação, como na escolha de palavras específicas para designar atores ou contextos, por exemplo. A estruturação do tema não se refere apenas à observância de princípios de organização da notícia, destaca Van Dijk (1990), ela se refere a um conjunto de categorias do discurso jornalístico que envolvem estratégias de ordenação: acontecimentos (mais importantes), contexto (e como ele é marcado semanticamente a partir de indicadores), consequências, eventos prévios.

La elección de palabras específicas puede señalar el grado de formalidad, la relación entre los participantes en el habla, la inserción institucional o grupal del discurso, y en especial las actitudes, y, en consecuencia, las ideologías del hablante. Si el periódico elige terrorista o luchador por la libertad para referirse a la misma persona, no es tanto una cuestión de semántica como una expresión indirecta de valores implícitos, aunque asociados, incorporados en lo significado de la palabra (VAN DIJK, 1990, p. 122).

O diagrama abaixo, com uma proposta de ilustração da cobertura da greve geral de abril de 2017, representa essa abordagem da construção temática da notícia.

Quadro 4 – Macroestrutura Temática



Fonte: Elaborado pela autora a partir de Van Dijk (1990)

Por essa esquematização da cobertura da greve, podemos observar os temas que são trazidos prioritariamente - violência das manifestações e transtorno para a população -, bem como os aspectos marcantes que ganham relevância (o estritamente factual, da manifestação em si, sem menção ao contexto da reivindicação - por que a greve ocorria naquele momento?). Cabe indagar, portanto, se apenas a tematização estrita - resumida no binômio transtorno e violência das manifestações - é suficiente para expor a totalidade do assunto.

Van Dijk (1990) aponta ainda diversas características do discurso de informação para salientar sua especificidade. Segundo ele, há, por exemplo, relações condicionais que são essenciais para a produção de sentido, como causa/consequência, antes/depois, cujas ligações deverão ser

estabelecidas pelo leitor/espectador ao juntar os fragmentos do fato. Além disso, o discurso tem orações muitas vezes complexas, expressando várias proposições, e o recurso estético, utilizado para tornar a mensagem mais efetiva, pode ser utilizado para fins persuasivos. Não é, de fato, mas a relevância ao apontar é para mostrar que tais elementos integram a construção discursiva da notícia, que não é, portanto, um relato ou recorte da realidade, e um bom exemplo para esse ponto são as ilustrações comumente usadas para determinadas notícias ou o próprio cenário da bancada do JN, o que direciona o espectador na construção de representações. Consideremos, por exemplo, que o espectador do JN seja diariamente exposto a imagens que apontam a corrupção ligada a apenas determinados atores ou grupos, logo, ele será fortemente direcionado a construir a percepção de que a corrupção é fruto de determinado ator (A) agindo de modo determinado, não estabelecendo, portanto, ligações históricas amplas ou contextualizações mais abrangentes.

Outra característica destacada pelo autor em relação ao discurso jornalístico é seu caráter fragmentado - ou seja, cada tema (ou macrotema) se apresenta, ou é apresentado, ao espectador em partes, que muitas vezes não formam um todo de sentidos, um conjunto contextualizado que produz sentido, e a estrutura das edições diárias (considerando-se aqui o telejornal), com inserção e alternância de assuntos díspares, contribui para esse corte na formação de um todo de sentidos. Um exemplo para ilustrar pode ser a organização das notícias positivas do governo Dilma Rousseff no cenário econômico (Momento Discursivo 3). Após uma breve notícia sobre queda no desemprego (geralmente dada no quadro de números percentuais, mostrando o percentual de queda, sem contextualização e sem explicar os motivos daquele resultado), havia notícias sobre preocupação dos brasileiros com inflação que eram geralmente maiores em tempo e exploravam fontes e outros detalhes, mostrando ali uma possibilidade de contextualização.

As proposições expressas nas notícias deveriam estar, portanto, relacionadas de alguma forma, e essas relações deveriam estar explicitadas, o que não ocorre uma vez que predomina o caráter fragmentado da notícia apresentada. Contudo, ao serem deliberadamente mostradas de modo fragmentado, as relações condicionais (causa/consequência, antes/depois) essenciais no estabelecimento de sentido não são dadas ou apresentadas ao espectador, que tem apenas partes fragmentadas. Tal procedimento mostra-se singularmente importante se considerarmos, como propõe Van Dijk, que a imprensa promove crenças e opiniões dominantes de grupos dominantes²².

²² A notícia se estrutura - ou é estruturada - como discurso. Portanto, ela não está pronta, não é relato simples e puro do acontecimento. Vários outros gêneros textuais têm essas características apontadas por Van Dijk, mas o relevante para nós é apontar que a notícia tem características que são da ordem do discurso - não são apenas critérios técnicos do gênero que definem o que vai ser notícia.

3.2 Crenças precisam ser alimentadas

As notícias são apresentadas predominantemente como asserções - portanto, são levadas a leitores e espectadores como estruturas portadoras de uma suposta (ou pretensa) verdade e, assim, alimentam e reforçam crenças. Estratégias de persuasão - como o recurso às imagens e ilustrações no enquadre da notícia (Ex: uso da imagem de dutos por onde escorrem dinheiro sempre que se menciona o tema corrupção) ou ainda os versais (subtítulos) que sinalizam para o leitor o direcionamento da abordagem daquele assunto (Ex: Petrolão - para abordar os temas sobre corrupção na Petrobras) - são utilizadas na notícia para possibilitar ao espectador construir representações sobre os assuntos propostos e levados em forma de notícia, construindo e alimentando crenças e vieses.

La persuasión tiene un objetivo y una función muy específicos para el discurso periodístico. A diferencia de la publicidad en la prensa, la noticia no tiene como primera intención promover bienes o servicios procedentes de una determinada empresa o institución. Por supuesto, económicamente, la noticia es un bien de mercado que debe promocionarse y venderse. Desde el punto de vista ideológico, la noticia promueve implícitamente las creencias y opiniones dominantes de grupos de élite en la sociedad. (VAN DIJK, 1990, p. 124)

Segundo o autor, o discurso de informação deve apresentar proposições que se ligam coerentemente a modelos que espectadores já têm de mundo, alimentando e reforçando as crenças e persuadindo para a adesão a determinados eventos. Crenças essas que podem também ser construídas e difundidas via discurso - havendo, portanto, um processo de retroalimentação nessa produção. Assim, exemplifica Van Dijk (1990, p. 125), “não poderemos ser facilmente persuadidos a participar em uma manifestação de protesto de uma nova central nuclear a menos que creiamos que os produtos nucleares são perigosos para as pessoas e o meio ambiente”. Da mesma forma, acrescentamos, não é possível aderir a manifestações pró-impeachment sem que se creia que o governo então acusado cometeu erros graves (mostradas naquele momento como sendo as pedaladas) e que estava assolado por uma corrupção nunca antes vista no país. A retroalimentação de que falamos, portanto, se estrutura dessa maneira, contribuindo para que as proposições apresentadas sejam efetivamente tomadas pelos espectadores - boa parte deles - como plausíveis e verdadeiras.

Há três estratégias mais amplas do discurso de informação para promover o processo persuasivo das asserções que são descritas pelo autor, como se segue:

- a) **Enfatizar a natureza factual dos acontecimentos** por meio de descrições diretas, uso de evidências (números, dados, percentuais), citação de fontes confiáveis (autoridades), usos de sinais que indicam precisão (cifras, horários, datas precisas), uso de citações diretas.
- b) **Construir uma estrutura relacional sólida para os fatos**, mencionando os acontecimentos prévios como condições ou causas e os seguintes como consequências possíveis, inserindo fatos dentro de modelos situacionais bem conhecidos e convertendo-os em elementos relativamente familiares, utilizando conceitos e argumentos bem conhecidos, organizando os fatos em estruturas específicas conhecidas, como as narrativas.
- c) **Proporcionando informação que também tem as dimensões de atitude** (factual) e emoção, pois os fatos são mais bem memorizados se há emoção forte envolvida, e a veracidade é assumida se opiniões são citadas.

A construção da notícia no discurso jornalístico, portanto, não está circunscrita às rotinas do fazer jornalístico nem à adequação do uso de figuras linguísticas. Há esses dois processos envolvidos simultaneamente e também um processo estruturado de utilização de dispositivos discursivos estratégicos que darão conta de relacionar a plausibilidade, a veracidade, a precisão e a credibilidade para que se produza sentido em determinada direção, em determinada construção. Como descreve Van Dijk (1990), no discurso de informação, a análise não pode ser feita sem se considerar a questão ideológica e a questão semântica - e a relação, portanto, entre ambas.

É necessário que se observe a estruturação desse texto jornalístico, o seu processamento, pois a natureza formal ou as opções de estilo adotadas não se explicam apenas em termos de um modelo normativo - seja gramatical ou próprio da formalidade da comunicação. Prevalece certa suposição, tomada como verdade, de que os “acontecimentos” jornalísticos são controlados por valores intrínsecos ao jornalismo, numa consideração estrutural formal, e o acontecimento, portanto, deve estar adequado a tais critérios (como a pirâmide invertida ou as perguntas fundamentais do lide). No entanto, faz-se necessário transpor essas estruturas formais e buscar o discurso, conservando-se as relações de reconstrução de dada realidade na e pela notícia.

4. NARRATIVA: FIO-CONDUTOR DA IDEOLOGIA NUMA REDE DE INFORMAÇÃO

Neste capítulo, vamos abordar as bases que compõem a narrativa jornalística e as estruturas utilizadas para que a narrativa midiática do impeachment se consolidasse numa rede de informação.

No cenário sócio-histórico do processo que engloba o período aqui analisado (que engloba do impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff à eleição do presidente Jair Bolsonaro), buscamos compreender as estruturas da narrativa que foi levada ao público pela imprensa corporativa (sobretudo o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão), em suas várias facetas, posto que os modos da narrativa se alteram nesse período macro. Procuramos entender como essas estruturas foram organizadas para consolidar uma rede discursiva de informação indagando, portanto, que estratégias discursivas foram utilizadas – e de que maneira – para orientar o espectador no processo de produção de sentido.

Nessa investigação, consideramos que a partir de um sistema de ideias particular e específico constrói-se um imaginário conduzido pela narrativa, que traz relatos de acontecimentos, sendo que o objeto notícia é que vai incorporar e cristalizar a narrativa ao levar as informações sobre um acontecimento a um grande número de pessoas. Portanto, entender a narrativa como processo (que se desenvolve e é estruturado em determinado contexto histórico-político-social e em consonância com ele) e não como ação (que implica o ato isolado de contar ou relatar) é essencial.

É pela narrativa que as coisas do mundo são ordenadas, organizadas. Nesse processo, com a continuidade estabelecida pelos relatos, há uma integração das ações aos tempos históricos. Portanto, focar a narrativa como processo envolve a percepção de que há construção de efeitos de sentido, o que implica também considerar que a notícia – esse suporte que conduz a narrativa e a dissemina - não é um simples reportar de fatos/acontecimentos, mas sim um objeto discursivo engendrado pela máquina de informar que é a imprensa.

A narrativa pode ser tomada, portanto, como um projeto argumentativo cuja função é construir um processo de convencimento²³ do público em relação a determinadas questões, determinados cenários sociopolíticos, a partir do projeto de dizer de um enunciador. Cristalizada nas notícias, ela contribui para organizar a percepção de uma realidade que não está ao alcance direto

²³ Tal processo não comporta apenas o objetivo de convencer o público, mas sim uma intrincada construção no tratamento da informação, com diversas estratégias de produção de sentido (enquadramento, silenciamento) para efetivar um querer dizer.

das pessoas, que não são, a todo o tempo, testemunhas oculares dos fatos, mas que a alcançam por uma percepção mediatizada. Dessa forma, portanto, as narrativas ajudam a formar uma visão de mundo, e as notícias não podem ser tomadas como meras descrições objetivas dos fatos.

Ao observarmos o caminho de construção da narrativa, chegamos ao questionamento feito por Charaudeau (2004) em relação à maneira como essa máquina de produzir informação, a imprensa, “captura” o público. O caminho que se revela é o de que o viés apresentado se torna, aos olhos do público, pela narrativa construída, a verdade, a realidade que é apenas reportada. Ocorre uma mediação estruturada do mundo, como salienta Fowler, e “diversos aspectos culturais e econômicos da imprensa se combinam para dar a ela uma importância única na reprodução da ideologia” (pg. 120). Cabem-nos, assim, algumas indagações em relação ao poder quase sempre oculto dos meios - como é possível torná-lo mais claro – e em relação aos elementos capazes de revelar o modo como esse processo se desenrola, como as fontes alinhadas aos grupos detentores do poder, que privilegiam apenas um aspecto do acontecimento ou sucessão de acontecimentos.

Retomando então a concepção de uma instância midiática como lugar de fabricação de um discurso político, queremos situar esse processo no âmbito do discurso de informação - e, portanto, enfatizar seu papel significativo no contexto sócio-histórico-político recente do Brasil.

4.1 Estrutura da narrativa jornalística

A narrativa jornalística é estruturada a partir das notícias veiculadas pelos meios, diariamente. E tais notícias têm características estruturantes que são relevantes para compreendermos o funcionamento da narrativa. São as descritas a seguir.

- ▶ A-historicidade – as notícias não têm ligação histórica – elas são puramente factuais, retratando prioritariamente o momento, sem se referirem ou se conectarem a um real que é histórico. A corrupção, por exemplo, é sempre abordada numa perspectiva de momento, de algo factual, que se liga a personagens do presente e que, portanto, ocorre apenas recentemente. Não há qualquer vínculo histórico ou com outros personagens de outros momentos históricos.
- ▶ Estereotipagem – como aponta Fairclough (1989), a forma gramatical na qual os títulos das chamadas são apresentados é a da nominalização, ou seja, um processo (algo que se desenrola e tem aspectos vários) é definido e representado por um nome, que é qualificado simbolicamente. Um exemplo é a alcunha “Petrolão”, que aparece como versal e é designada para fazer referência às notícias sobre as investigações na Petrobras, cuja

construção designativa remete à corrupção (a desinência nominal “ão”, quando utilizada nos substantivos e adjetivos indica uma dimensão exagerada, algo muito grande).

- ▶ Evidências tomadas como fatos – nesses momentos específicos citados, o noticiário do JN toma denúncias de corrupção, que ainda estão sendo avaliadas pela instância judicial competente, como fatos já dados, consolidados, que não podem ser refutados ou questionados.
- ▶ Publicização – o Judiciário, em particular a Polícia Federal, é tomada e retratada como entidade inquestionável, e ocupa o cerne do noticiário como ator preponderante. Em diversas edições do JN, as ações da Lava Jato são sempre mostradas de forma espetacular, com os agentes em ação, como num filme. Há sempre muitas imagens e o relato das ações, sem qualquer objeção. Há também as fontes do Judiciário - nas primeiras etapas da Lava Jato -, determinados procuradores e ministros do Supremo que aparecem como fontes a darem a palavra final, sem questionamento, portanto. Eram sempre os mesmos procuradores e ministros a aparecerem.

De acordo com Motta (2005), as narrativas jornalísticas são construídas por meio de estratégias de organização do discurso com operações linguísticas (estruturando modos de dizer) para direcionar a produção de sentido.

Os discursos narrativos midiáticos se constroem através de estratégias comunicativas (atitudes organizadoras do discurso) e recorrem a operações e opções (modos) linguísticos e extralinguísticos para realizar certas intenções e objetivos. A organização narrativa do discurso midiático, ainda que espontânea e intuitiva, não é aleatória, portanto. Realiza-se em contextos pragmáticos e políticos e produzem certos efeitos (consciente ou inconscientemente desejados). (MOTTA, 2005, p.2)

A organização, portanto, não se dá de modo aleatório, sendo estruturada apenas para retratar mera representação da realidade – a narrativa construída é, como descreve o autor, um dispositivo discursivo, portanto, uma forma de exercício de poder e de hegemonia. No que se estrutura como discurso midiático nos momentos discursivos aqui considerados, essa forma de narrativa fica evidente pela observação dos fios-condutores - os repertórios corrupção e crise econômica - que deram base e conformaram a narrativa jornalística específica do impeachment. que reconstruiu o fato sócio-histórico produzindo sentidos. A narrativa, como dispositivo discursivo, envolve, além do exercício de poder e de hegemonia, o contexto político e a sociedade, não sendo, portanto, passível de qualquer consideração em direção à parcialidade ou à objetividade, pois as notícias isoladas

(dispostas nas edições diárias do JN) vão compor um conjunto simbólico significativo. Há um cenário recriado na e pela narrativa, com novos elementos que estabelecem um jogo entre realidade e ficção. Dessa forma, tomamos a narrativa jornalística como ação - uma ação estratégica de produção de sentidos.

4.1.1 Como os enunciados jornalísticos constituem uma narrativa

É a enunciação jornalística, ao marcar sucessões de fatos, de acontecimentos, o desenrolar de momentos, que organiza o discurso e dá sentido às coisas, por isso importa o modo como essa enunciação é estruturada, que elementos a conformam, que estratégias linguísticas configuram modos de dizer. As estratégias discursivas revelam uma intencionalidade (no sentido de uma direcionalidade na produção de sentidos) da narrativa, posto que denota uma ação estratégica (não aleatória) e jogos de linguagem que não se relacionam apenas a escolhas lexicais que buscam estruturar o melhor título, a melhor chamada.

As narrativas midiáticas podem ser tanto fáticas (as notícias, reportagens, documentários, transmissões ao vivo, etc.) quanto fictícias (as telenovelas, videoclipes musicais, filmes, histórias em quadrinho, alguns comerciais da TV, etc.). Produtos veiculados pela mídia exploram narrativas fáticas, imaginárias ou híbridas procurando ganhar a adesão do leitor, ouvinte ou telespectador, envolvê-lo e provocar certos efeitos de sentido. Exploram o fático para causar o efeito de real (a objetividade) e o fictício para causar efeitos emocionais (subjetividades). Jornalistas, produtores e diretores de TV e cinema, roteiristas e publicitários sabem que os homens e mulheres vivem narrativamente o seu mundo, constroem temporalmente suas experiências. Por isso, exploram com astúcia e profissionalismo o discurso narrativo para causar efeitos de sentido. (MOTTA, 2005, p.2)

Os jogos de linguagem encobrem jogos de poder, portanto, a narrativa jornalística deve ser considerada sob o viés de uma ação estratégica de produção de sentido. As notícias, aparentemente fragmentadas e descontínuas, consolidam o encadeamento narrativo, que é dado pelos repertórios, e uma perspectiva ou tema predominante se coloca a cada edição do noticiário (especificamente do JN), podendo ser recorrente. Temos, por exemplo, a partir da sucessão dos momentos discursivos, com características peculiares na narrativa correspondente, temas que se consolidam, como a vinculação da imagem da então presidente Dilma Rousseff a dois elementos: corrupção (oriunda de seu partido, o PT) e incompetência na gestão da economia (o que será mostrado e devidamente caracterizado mais adiante).

O enunciado jornalístico, em que há ressignificação dos sentidos, contribui para a estruturação de um enredo que traz na base a identificação com um fundo moral e o processo de

recuperação dos fatos, para compreensão de telespectador. Nesse sentido, para efetivação dessas estratégias, a notícia (o enunciado jornalístico) lança mão da forte presença de vozes externas (não a do narrador), vozes de autoridade que abordam o fato, que o apresentam e o explicitam.

Outro elemento relevante é o personagem criado na narrativa jornalística, que não é apenas uma criação ficcional, mas tem elementos ligados à facticidade (o que garante a credibilidade). Nesse processo, a referenciação é relevante, pois dá a dimensão da designação ou predicação dada a esses personagens, pois, se não há a experiência direta do dado real, a imagem daquele personagem jornalístico (não totalmente predominantemente fictício) para o telespectador é aquela construída pela narrativa.

Os modos de dizer do discurso, portanto, levam a determinado “retrato” do personagem, da figura pública ali mostrada, o que não se trata de mera reprodução do real, mas de construção discursiva, portanto, são figuras do discurso, são sujeitos discursivos, que passam a ter um rol de elementos designativos no decorrer do enredo. Dilma Rousseff, Lula, Sergio Moro ou Aécio Neves interessam como personagens do enredo da narrativa sobre o impeachment, e assim foram construídos e referenciados, com marcas no discurso jornalístico que sinalizam o direcionamento dessa construção.

Observemos, por exemplo, o caso do personagem “juiz Sergio Moro” - na referenciação ao personagem feita pelas sucessivas edições do telejornal não há elementos desabonadores ou que coloquem em xeque seu papel, todas as menções são positivas: ele é o juiz que conduziu a Operação Lava Jato (não há referências ao fato de ser juiz de primeira instância ou vozes dissonantes sobre os prejuízos trazidos pela Lava Jato), é responsável por combater o grande mal que é a corrupção, não tem laços políticos, age tecnicamente (é um juiz). Assim, esclarece Motta (2005),

Tal como o cidadão comum ordena os dados de seu curriculum vitae de acordo com seus objetivos, o jornalista possui igualmente liberdade ao modelar o “retrato” que constrói de uma pessoa pública. O perfil ou “retrato” jornalístico envolve uma dimensão de pesquisa e inquérito, mas não é mera reprodução ou reflexo do “real”, é uma construção que mobiliza a subjetividade do repórter. O seu papel não se limita a “descrever” pessoas que existem na vida real. A subjetivação pressupõe que se apresente a personagem como uma interpretação e uma construção e não como uma ilusão referencial, destinada a abolir a consciência da mediação jornalística. (MOTTA, 2005, p. 8)

Personagens que compõem as notícias narradas (sujeitos discursivos) são nomeados e recebem predicados, mesmo que de forma não explícita, mas de forma simbólica, até mesmo na

hierarquia das notícias ao longo da edição. Assim, por exemplo, as entradas em relação a Dilma Rousseff, a depender do momento discursivo, sobretudo no período da eleição de 2014, eram antecidas e quase sempre secundadas por notícias negativas de economia (com as devidas referências: crise, PIBinho, déficit). Portanto, reforçava-se a alusão à incompetência pelo fraco desempenho da economia, em determinado momento, ou pela ameaça de retorno da inflação, em outros. Em relação a Lula, a alusão prevalecente era a da corrupção, com a mesma estrutura.

Os referentes utilizados na abordagem dos temas principais política/corrupção, com as alcunhas para determinados temas, como corrupção (Petrolão, Mensalão) e economia (Brasil em crise, crise, recessão, inflação) e para determinados atores (petistas, corruptos, mensaleiros) se repetem como marcas que fazem referência a determinados grupos e/ou sujeitos e instauravam um outro lugar (da não corrupção, do cidadão de bem, do Brasil verde e amarelo) ao qual aquele governo não pertencia. Tomando Charaudeau (2014), que ressalta que é necessário nomear um acontecimento para que ele de fato exista, consideramos que os problemas econômicos no Brasil (alta de preços sazonal, pouco crescimento em determinados momentos, desemprego), circunstanciais em alguma medida, deixam de ser somente problemas econômicos, que agregam um conjunto de sentidos, e se convertem nos marcos “Crise sem precedentes”, “Recessão”, estabelecendo-se um outro campo de sentidos que integra um sistema de valores específico.

Na narrativa jornalística, o movimento de nomear e predicar, qualificando personagens e acontecimentos, alimenta o que Bakhtin denominou de uma “ideologia cotidiana”, aquela que parte de um sistema de referência (a mídia corporativa) e se insere nas instâncias da vida cotidiana (o bar, o salão, o supermercado, as famílias). O conjunto das notícias sequenciadas é que forma uma narrativa completa, uma história com sentido para a audiência. Esse conjunto, um arcabouço de um relato, traz uma sequência de ações que forçosamente transformará o estado inicial daquele acontecimento, portanto, o relato torna-se uma história recomposta, reconfigurada, que é referencial e recria um determinado universo.

No Jornal Nacional, o fio condutor da narrativa são os repertórios²⁴, que vão dar o sentido pretendido a partir dos relatos trazidos como notícia, que trabalham os imaginários sociodiscursivos a partir dos repertórios corrupção e crise econômica, que se revezam em graus de importância no noticiário, formatando o modo como os grupos veem os acontecimentos, enquadrando-os em determinados contornos.

²⁴ O conceito e seus desdobramentos serão explicitados mais adiante.

Vejam os seguintes exemplos dos recortes das edições de 13 e 16 de março de 2015 que noticiaram as manifestações a favor e contra o governo Dilma Rousseff.

a) **Edição de 13/03** – manifestação contra as reformas e a favor de Dilma Rousseff

A manifestação ocorreu numa sexta-feira. Nas chamadas antes da edição e na própria edição, a referência à manifestação é sempre estabelecida a partir da ligação com centrais sindicais – categorizando o movimento como iniciativa dessas entidades – ou seja, a manifestação tem um “dono”. Os atores envolvidos são nominados como sindicalistas, e a manifestação tem uma filiação marcada, como mostram os exemplos de chamadas a seguir:

“Centro do Rio recebe manifestações lideradas por Centrais Sindicais”

“São Paulo tem manifestação liderada pela CUT e por professores”

“Manifestações de Centrais Sindicais marcam o dia pelo país”

O enquadramento do acontecimento é a “filiação” das manifestações, ou seja, ganha peso e destaque a referência do ator que convoca, no caso, as Centrais Sindicais. Não há menção, nas chamadas, ao motivo das manifestações, tal informação é negligenciada. O assunto tem, ao todo, oito minutos na edição geral da noite. Após a notícia das manifestações, há outras notícias de economia com viés marcadamente negativo, e notícias sobre a Lava Jato (portanto, a atuação dos dois grandes repertórios – crise econômica e corrupção). Há a menção aos números (manifestantes nas ruas) sempre trabalhada do ponto de vista da contraposição: números da PM, oficiais, e números ditos pelos que convocaram os atos.

b) **Edição de 16/03** – manifestação contra o governo Dilma Rousseff, ocorrida em 15/03

Na abertura da edição, a chamada ressalta a dimensão do evento, que não é referido a nenhum organizador em especial:

“Um dia depois das manifestações que reuniram centenas de milhares de pessoas de norte a sul do Brasil, a presidente Dilma Rousseff e dois ministros do governo falaram em diálogo e humildade”

Há ausência de menção a um sujeito organizador do evento, na estrutura da abertura da matéria. Assim, prevalece a ideia de espontaneidade do movimento, bem como de sua dimensão – “de norte a sul do país”. A ideia de espontaneidade é um elemento significativo porque ficará presente em toda a cobertura das manifestações contrárias ao governo.

Os dois repertórios entremeiam a narrativa. Essa notícia tem, ao todo, 17 minutos na edição, com discursos de outros atores, sempre críticos ao governo. A menção a números é relevante no enquadramento da notícia. Estabelecem-se campos de sentidos, NÓS X ELES, que podem ser assim explicitados:

NÓS: cidadãos comuns, sem filiação partidária ou ideológica, os que se manifestam de verde e amarelo e o fazem pela pátria, não por interesses corporativos, não toleram corrupção, querem o “meu Brasil de volta”

ELES: petistas e/ou ligados a centrais sindicais e movimentos sociais, não se posicionam contra a corrupção e defendem interesses setoriais, não os da “pátria”

4.1.2 Configurações da narrativa jornalística

Apresentamos, a seguir, elementos mais relevantes que compõem e formatam a estrutura geral da narrativa jornalística, com uma macroestrutura que comporta a arquitetura geral, a forma de reconstrução e as estratégias discursivas utilizadas.

a) Arquitetura da narrativa (modo como se estrutura)

- Estabelecimento de blocos de sentidos: a estruturação das edições comporta esses blocos, que têm uma clara separação com a segmentação dos assuntos. Em muitas edições do JN, por exemplo, os assuntos são agrupados em blocos não apenas temáticos, mas de sentido: corrupção, saúde, superação (notícias com feitos pessoais importantes).
- Presença sistemática de átomos narrativos que comportam sentidos: são os temas ou assuntos trazidos de modo bastante evidente, anunciados.
- Sucessão de acontecimentos: cada “capítulo” se constrói em torno de determinada ação e/ou personagens.

b) Relação com a historicidade (construção histórica)

- Relação temporal bem marcada (ou não): em alguns momentos, a relação entre os fatos somente é explicitada em alguns casos. A atemporalidade institui uma dimensão que não é histórica.
- Reconstrução da realidade a partir de relatos fragmentados e de uma linguagem enviesada (viés).
- Marcação do presente: tudo está se resumindo em torno do agora.
- Recuperação dos fatos para compreensão do leitor, resgatando a memória discursiva.

3. Estratégias discursivas (para estruturar o dizer)

- A linha editorial do veículo determina o como se diz.
- Contexto retórico que se estrutura pelo conjunto de convenções linguísticas ou textuais que preside a descrição do fato, ou seja, o lide.
- Objetividade e ficcionalidade: os relatos em forma de notícia exploram o fático (para dar o tom de objetividade, que é imprescindível à construção jornalística, e garantir o efeito de real) e a encenação (que é da ordem da ficção e garante os efeitos emocionais).
- Objetividade como estratégia argumentativa - se a linguagem jornalística é puramente objetiva, logo, ela será tomada como aquela que tem credibilidade e apenas “reporta” o real. A propalada objetividade é uma marca do discurso jornalístico, que busca fontes, vozes externas que validam o real apresentado em forma de notícias, fontes essas que não são necessariamente garantidoras de pluralidade ou diversidade de pontos de vista.
- Identificação de um fundo moral na resignificação dos sentidos: há sempre um bom exemplo que pode ajudar a superar aquele problema. Nas edições que exploram casos isolados de corrupção, por exemplo, são sempre trazidas iniciativas (quase sempre individuais, nunca institucionais) para

mostrar que é possível “fazer diferente”. O quadro “O Brasil que a gente quer”, durante as eleições de 2018, estruturou-se nessa perspectiva.

- Personagens são construídos (são designados por predicções diversas). Eles não são puramente ficcionais.
- Dissimulação das estratégias discursivas, e tudo ocorre como se se tratasse de um recorte do real. A presença do narrador se apaga.
- Há jogos de linguagem não explícitos, o que marca a narrativa como polissêmica e intersubjetiva.

Esses elementos se coadunam na estruturação geral da narrativa jornalística e contribuem para dar uma condução em determinado sentido para o relato. Assim, os blocos de sentido marcam a estrutura geral narrativa, com uma sucessão marcada de acontecimentos que tem uma temporalidade e, em alguns momentos, recupera a historicidade. A forma de organização do enunciado indica os efeitos de sentido pretendidos e a intencionalidade, tomada como direcionalidade, da linha editorial. Cria-se, com a construção de relatos pretensamente objetivos, certa ilusão de que as coisas são evidentes e de que a notícia é apenas uma mostra do real, mas o fato de o acesso aos elementos do real serem mediados - pela imprensa - é dissimulado, assim, as estratégias discursivas naturalizam a notícia (objeto discursivo) como representação da realidade.

Por outro lado, a narrativa também deve comportar a emoção, e assim ocorre forte apelo à dramatização, levando o espectador a interagir com o noticiário. Um exemplo observado é a apresentação dos jornalistas (narradores) William Bonner (âncora do JN) e Renata Vasconcelos na divulgação dos áudios vazados de uma conversa entre o ex-presidente Lula e a então presidente Dilma. A notícia não é trazida de forma objetiva, com o relato do desenrolar dos fatos. Ela é encenada, com a dramatização da ação e representação dos personagens e a intervenção de narradores (os jornalistas). Os trechos recortados não são projetados na tela nem tampouco apenas lidos: eles são interpretados. Saem da cena os locutores e entram a representação de Lula e Dilma no diálogo, com as supostas entonações pertinentes. Há uma encenação da notícia que conforma o noticiário e narrativamente consolida pontos de vista, com elementos que se destacam:

- O relato do acontecimento (o grampo e os diálogos) não é realizado de modo descritivo, constrói-se uma cena em que os locutores (William Bonner e Renata) interpretam, como atores, os personagens (Lula no centro) em seu diálogo grampeado.

- Há uma entonação marcada para as falas, com destaque para a menção aos “palavrões” ditos por Lula. O discurso relatado (as falas de ambos) não aparece como sendo uma fala reportada, mas como fala encenada.
- Os trechos do diálogo são entremeados por notícias das investigações, que trazem sempre a autoridade de uma fonte - a Polícia Federal.
- Forte carga emocional – não necessariamente emotiva, mas crítica e até debochada em muitos momentos.
- Não há qualquer contextualização ou questionamento em relação ao vazamento dos áudios, o que poderia atralhar o processo que ainda se desenrolava.

Na construção da narrativa, a encenação da notícia, com a utilização de diversos recursos simbólicos (imagens, charges, ilustrações) induzem os telespectadores à emoção, à comoção, que não é necessariamente positiva, mas também de raiva, indignação (sobretudo em relação a personagens específicos, como mostraremos no decorrer da análise). O uso de uma linguagem dramática conduz a audiência a um distanciamento de determinações históricas, e a contextualização, tão necessária à apreensão da complexidade dos temas abordados, acaba negligenciada - os noticiários não trazem contextualização. Como fragmentos de histórias mais complexas, as notícias apresentadas diariamente trazem lacunas e hiatos de sentido, e o espectador que recebe essas histórias vai estabelecer a ligação das partes, como esclarece Motta (2005), num processo em que tem importância a memória discursiva²⁵, que vai possibilitar percorrer os caminhos da construção de sentidos.

De acordo com Motta (2005), na base da narrativa jornalística há um contrato cognitivo entre quem narra e a audiência, num contexto sócio-histórico, em que residem a objetividade dos fatos e a coconstrução da verdade.

A comunidade jornalistas-audiência reproduz uma convenção (informal, obviamente) em que emissores e destinatários dão por convencionalizado que o jornalismo é o lugar natural da verdade, o lugar do texto claro, isento, preciso, sem implicaturas nem pressuposições. Esse pacto gera uma estabilidade entre os interlocutores que torna possível a eficiente comunicação jornalística. (MOTTA, 2005, p. 7)

Assim, a partir desse contrato que se estabelece, baseado numa convenção informal que centraliza o jornalismo como campo da objetividade e o lugar da realidade dos fatos, constroi-se

²⁵ Memória discursiva é uma categoria apontada por Pechêux, conforme tratada no capítulo anterior.

uma relação mídia-audiência em que a primeira instância tem a prerrogativa de trazer a verdade, e a segunda dá a ela credibilidade.

4.1.3 *Jogos de linguagem e estratégias*

Motta (2005) destaca duas estratégias principais que se articulam nas narrativas jornalísticas estruturando jogos de linguagem e construindo a significação, objetivação e subjetivação, como definido a seguir.

1. Objetivação - construção dos efeitos de real

Na narrativa jornalística, a intenção principal é provocar efeitos de real, levando o espectador a perceber os fatos apresentados como verdades incontestáveis, como as únicas interpretações possíveis, a interpretar os relatos como verdades únicas, fatos que falam por si, logo, as notícias não são consideradas construções, mas retratos do real. Para essa consolidação, alguns recursos de linguagem são marcantes, além da fixação do texto jornalístico no momento presente, no real do aqui e agora, dando ao espectador (ou leitor) um *locus* de onde observa o mundo (o presente, o agora) e interpreta o passado (ainda que tal construção seja, de certa forma, uma ilusão, posto que as notícias estão inseridas num presente imediato, mas, na verdade, remetem o espectador/leitor para o passado ou para o futuro. Trata-se sempre de efeitos de real). Há também certo efeito de ilusão, que pode ser representado pela qualificação de determinada faceta de um fato que nele não está contida. E, mesmo que haja uma relação com a realidade, essa relação é “indireta”, como já salientou ABRAMO (1988) - ao representar determinados fatos, cria-se uma realidade que insere facetas daquele fato. O tratamento dado à corrupção na cobertura da imprensa pode ser tomado nessa perspectiva. Segundo Motta (2005, p.7), o jornalismo “oferece ao homem moderno, na sua dispersão e evasividade, uma forma de compreender seu mundo e sua existência”, bem como, acrescentamos, formas de compreender os complexos problemas à sua volta.

O jornalismo estabelece ainda uma mediação (que é linguística e também temporal) na observação do mundo, afirmando o presente, centrando-se na atualidade, reduzindo tudo ao tempo presente e construindo, assim, a neutralidade e a objetividade pretensas. Para isso, reitera Motta, os recursos de linguagem que constroem os efeitos de real cumprem a função de ocultar a mediação para o espectador – o fato mostrado é a verdade, e não uma visão construída –, eles contribuem para dar veracidade ao relato jornalístico, estão ali a lhe conferir pretensa transparência.

Entendemos que a narrativa jornalística é um permanente jogo entre os efeitos de real e outros efeitos de sentido (a comoção, a dor, a compaixão, a ironia, o riso, etc.), mais ou menos exacerbados pela linguagem dramática das notícias. Procura sempre vincular os fatos ao mundo físico, mas cria incessantemente efeitos catárticos. É um permanente jogo entre as intenções do jornalista e as interpretações do receptor. É polissêmica, intersubjetiva, híbrida, transita contraditoriamente nas fronteiras entre o objetivo e o subjetivo, denotação e conotação, descrição fática e narração metafórica, realista e poética. (MOTTA, 2005, p. 9)

As expressões linguísticas e os modos de dizer criam as condições de verdade, a pretensa transparência e a legitimidade do narrador (jornalista). Alguns desses recursos bastante utilizados:

a) *Vozes de autoridade*

Há referências a vozes externas (não são a do narrador) que legitimam determinados assuntos. Elas são geralmente nominadas por sua “especialidade”, claramente definidas pelos cargos - juiz, ministro, consultor, economista - ou são de entidades que se tornam sujeitos na narração jornalística, mas não estão claramente identificados - especialistas, o mercado, entidade de classe. Há também recurso à citação de falas dessas autoridades legitimando determinados temas. O recorte das falas oculta a subjetividade da escolha, a mediação do sujeito-narrador-jornalista, pois para o espectador não há clareza de que houve uma operação de escolha daquele recorte para reproduzir, trecho que pode estar até mesmo descontextualizado.

b) *Identificação de lugares e personagens*

Feita de modo sistemático, essa operação linguística tem, como salienta Motta, a função argumentativa de localizar e situar, dando a sensação de precisão e veracidade, bem como de identificar os personagens, com as devidas predicções (“Bumlai, amigo de Lula”, por exemplo).

c) *Datação precisa*

Dá a identificação temporal precisa (com dias, anos, horário) conferindo também veracidade ao relato

d) *Uso recorrente de números e indicações estatísticas*

Também contribui para que se crie a percepção de veracidade, de rigor, de verossimilhança.

2. *Subjetivação - construção de efeitos poéticos*

No processo de reconstrução das notícias, sequenciadas cronologicamente, o discurso jornalístico se configura como uma história com fundo moral que tem princípio, meio e fim.

A linguagem jornalística é por natureza dramática e a sua retórica é tão ampla e rica quanto a literária. Observe os títulos do jornal ou as chamadas do telejornal de hoje para comprovar essa afirmação. Intencionalmente ou não, geram nos leitores inúmeros efeitos de sentido emocionais. Recursos lingüísticos e extra lingüísticos remetem os receptores a estados de espírito catárticos: surpresa, espanto, perplexidade, medo, compaixão, riso, deboche, ironia, etc. Eles promovem a identificação do leitor com o narrado, humanizam os fatos brutos e promovem a sua compreensão como dramas e tragédias humanas. (MOTTA, 2005, p. 11)

Nesse aspecto da estratégia narrativa, o principal é despertar a emoção do espectador, explorando sentimentos (de raiva, indignação, alegria, comoção) pelo uso de diversos recursos, do ponto de vista do léxico, com adjetivos para os personagens, expressões que circunscrevem temas (como petrolão, mensalão), imagens fortes, iconografias, gráficos com números em destaque, ilustrações para as notícias, modalização da voz e da entonação (mais grave e circunspecta em alguns momentos, efusiva em outros).

Um exemplo desse trabalho sistemático está na construção da imagem que se segue:

Figura 3 – William Bonner e imagem vermelha ao fundo



Fonte: JN 05-04-2016

A imagem é uma tela de uma edição do JN, utilizada de modo recorrente em reportagens sobre corrupção, com o apresentador William Bonner. No fundo vermelho, destaca-se um duto grande por onde sai bastante dinheiro. Essa imagem foi utilizada reiteradamente nas notícias sobre

corrupção, Lava Jato e os governos petistas. O tom dos narradores era sempre grave, num semblante sisudo e compenetrado.

A observação das estratégias e dos padrões presentes na narrativa da mídia corporativa, considerando-se veículos representantes da grande imprensa comercial, estabeleceu a projeção de um determinado cenário econômico e político no país. Dessa forma, as construções simbólicas (presentes nas estruturas linguísticas das chamadas e reportagens econômicas), repetidas de maneira constante, consolidadas em valores simbólicos, possibilitaram a criação de identificações e a formação de um quadro negativo de percepção do real em relação a determinado contexto e determinados atores. De um modo geral, nas notícias veiculadas pelo JN nesse período dividido em três momentos, percebe-se um padrão narrativo, com variações nos momentos, marcado por:

a) *Ênfase na dimensão negativa*: com o uso de palavras, expressões e termos com referências negativas.

b) *Composição de uma cena enunciativa*: a emoção no discurso é muito bem trabalhada para que o leitor interaja com a narrativa.

c) *A dramatização da informação enunciada*: a emoção na narrativa não deixa espaço para a contextualização histórica.

d) *O silenciamento como estratégia*: há um projeto de dizer que utiliza o silenciamento como estratégia de produção de sentido. Esse projeto de dizer orienta a materialização do discurso (querer dizer), construindo uma estrutura de “dizer X” para “não dizer Y”.

e) *Ressignificação de temas*, dando origem a novos campos de sentido.

Esses elementos serão retomados e discutidos com maior ênfase no Capítulo 5, a partir de vários exemplos da cobertura do JN.

5. REPERTÓRIOS E COMO FUNCIONAM NA PRODUÇÃO DE SENTIDO

Neste capítulo, vamos discutir o que são os repertórios numa narrativa jornalística, como eles se estruturam, como funcionam e qual o papel que desempenham na produção de sentidos.

Para a abordagem sobre o funcionamento dos repertórios e o papel determinante que tiveram no processo de construção de uma narrativa do impeachment, o primeiro passo é buscar compreender o que significa a mídia como uma prática discursiva. Na vida em sociedade, o ato de dar sentido é imperativo, e o sentido se coloca como uma construção social, segundo Spink e Medrado (2013), sendo que essa produção ou construção não pode ser tomada ou considerada como simples reprodução de um modelo. Ela envolve práticas discursivas que precisam ser compreendidas, e é no interior dessas práticas - ou compondo essas práticas, marcando-as determinantemente - que observamos o funcionamento dos repertórios.

Como prática discursiva, portanto, produtora de sentido, a mídia reconfigura as dimensões de público e privado, pois dá visibilidade aos acontecimentos, sejam eles políticos, econômicos ou sociais, com focos e enquadramentos, entre outras estratégias discursivas, que vão produzir objetos distintos, direcionando a produção de sentidos em determinados caminhos. Nesse processo de produção de sentido do discurso de informação, os repertórios têm um papel essencial, pois, como elementos desse discurso, promovem a configuração e reconfiguração de aspectos de dado acontecimento, produzindo uma nova roupagem para uma dada realidade. Tomo aqui a acepção do termo repertório para avançar na construção do conceito relativo ao uso no discurso de informação – como sendo um tema amplo e geral que molda e enquadra determinado noticiário no processo de construção de sentido a partir da informação.

Portanto, a mídia tem uma grande relevância na construção e circulação de repertórios, e o discurso é a peça fundamental nessa engrenagem. Os repertórios fazem parte das produções discursivas da mídia e adquirem visibilidade acentuada no processo de produção do discurso, tornando-se disponíveis para as pessoas e passando a integrar suas práticas discursivas cotidianas. E esse é um aspecto importante para que se possa compreender a dimensão dos repertórios no discurso de informação, pois, ao se integrarem às práticas discursivas dos sujeitos no cotidiano, adquirem o status de “verdade” e contribuem para a disseminação e consolidação de conceitos.

De acordo com Medrado (2013), os repertórios são substratos que compõem uma linha argumentativa ou retórica da mídia; desse modo, pelo uso dos repertórios “contornando” o noticiário, temas são inseridos em determinadas molduras - um exemplo, como descreveremos detalhadamente mais adiante, é o fato de a dimensão macropolítica (economia, os poderes da República, os partidos, relações de trabalho etc.) passar a ser referenciada, midiaticamente, pelo quadro do tema “corrupção”, o que circunscreve o debate público a essa abordagem, decorrendo a construção de sentido, que dominará o senso comum, de POLÍTICA = CORRUPÇÃO. O repertório, portanto, circunscreve as possibilidades de debate em relação a determinado tema a um único viés.

Tal processo de construção discursiva se dá de maneira efetiva e crescente no Brasil a partir de 2013, alterando-se significativamente em determinados momentos, para perder relevância e dar lugar a outros repertórios (como veremos adiante). Utilizados como substratos do noticiário - na configuração das notícias -, os repertórios, então, inserem o debate público numa roupagem determinada, tornando-o disponível às pessoas em suas práticas discursivas cotidianas. Assim temos, como aponta Medrado, a constatação de que “a mídia introduziu transformações substantivas nas práticas discursivas cotidianas, ou seja, nas formas como as pessoas produzem sentidos sobre fenômenos sociais e se posicionam” (MEDRADO, 2013, p. 217).

Diante desse cenário, cabe indagar quais foram os repertórios centrais que estruturaram e deram sentido, pela notícia como discurso, à narrativa que deu sustentação ao processo de impeachment contra Dilma Roussef, operando a partir da reconfiguração discursiva dos cenários político e econômico do Brasil. No período de 2013 a 2017, portanto, são dois os repertórios que emolduraram e enquadraram o noticiário do Jornal Nacional (nosso objeto) e, em decorrência, o debate nacional sobre política e economia: corrupção e crise econômica. É essencial dizer, e isso será demonstrado ao longo da análise, que há alterações, nos vários momentos discursivos, em relação à presença dos repertórios, sempre num alinhamento com o contexto e de acordo com o direcionamento de interpretação pretendido. Em alguns momentos, os repertórios aparecem em conjunto, equivalendo-se no noticiário; em outros, um deles se sobressai.

A dimensão do enquadramento ou emolduramento do noticiário precisa ser observada com cuidado para uma compreensão satisfatória em relação à atuação dos repertórios para a produção de sentidos e consolidação de uma narrativa. Considerar a presença de repertórios não significa, especificamente, tomar apenas a ocorrência de notícias/matérias sobre corrupção ou sobre crise

econômica - significa também observar a disposição desses repertórios em relação às demais notícias dos grandes temas política e economia na dimensão macro de uma edição do jornal. Em suma, como a tematização do noticiário (com a referência recorrente aos repertórios) envolveu a abordagem de outras notícias que traziam um cenário de ações do governo federal ou do contexto econômico do país (notadamente no caso de políticas econômicas do governo). Lembremo-nos que a linguagem não é transparente e que, em discurso nada é aleatório.

5.1 Momentos discursivos

Tomo esse termo – momento discursivo – para me referir a momentos sócio-históricos retratados pelas notícias cotidianas do Jornal Nacional em que é possível estabelecer um agrupamento de determinadas estratégias discursivas, um determinado funcionamento discursivo no processo de produção dessas notícias que compõem uma narrativa. Nesses momentos, o funcionamento discursivo é marcado pelo uso dos repertórios - alternando-se ou em conjunto, com mais ou menos destaque para CORRUPÇÃO e/ou CRISE ECONÔMICA (ou até mesmo o desaparecimento em alguns momentos).

Estabelecemos portanto, para esta pesquisa, sete momentos discursivos, que englobam a sucessão de eventos sociopolíticos nesse período macro definido para a pesquisa, como já destacado no Capítulo 2 - Quadro Teórico-Methodológico. Mapear os momentos discursivos e as estratégias a eles ligadas é essencial porque podemos observar os caminhos de produção de sentido nas notícias veiculadas pelo Jornal Nacional, em que atestamos a configuração de um padrão narrativo, e não somente o uso de estratégias aleatoriamente. Ao dar destaque a determinados aspectos de um fato ou a determinados fatos e personagens, ou ainda, ao usar um enquadramento distinto para temas afins, com visibilidade para alguns pontos em detrimentos de outros, há uma reconfiguração intencional do debate público.

O padrão narrativo sofre alterações pontuais de acordo com os períodos (o que será mostrado mais adiante), mas há elementos essenciais que se repetem no processo de construção de sentido, que são:

- ▶ Ênfase na dimensão negativa (circunscrita às ações do governo federal - Dilma Rousseff): uso de palavras, expressões e termos com referências negativas para os sujeitos, além de uma dimensão referencial negativa para determinados temas – como economia e política, prioritariamente, com associações reiteradas à crise econômica, tendo força o uso de termos

como crise, recessão, queda de desempenho. Um exemplo é a recorrência frequente ao tema inflação, a partir da eleição de Dilma Rousseff, em 2014, num cenário econômico que era muito favorável, com baixa taxa de desemprego, alto consumo das famílias e economia aquecida. A imagem abaixo, com uma chamada para matéria em outubro de 2014, ilustra o exemplo:

Figura 4 – Reportagem JN: “Preocupação do brasileiro com inflação”



Fonte: JN 07-10-2014

- Composição de uma cena enunciativa: a emoção no discurso é muito bem trabalhada para que o leitor interaja com a narrativa. Um recorte que pode exemplificar é a cena apresentado por William Bonner e Renata Vasconcelos, quando da divulgação dos áudios vazados de uma conversa entre o ex-presidente Lula e a então presidenta Dilma Rousseff. Os trechos recortados não são projetados na tela nem tampouco apenas lidos: eles são interpretados. Saem da cena os locutores e entram a representação de Lula e Dilma no diálogo, com as supostas entonações pertinentes²⁶.

²⁶ Esse aspecto será analisado mais detalhadamente no capítulo específico sobre as estratégias do JN.

- ▶ A dramatização da informação enunciada: a carga dramática na narrativa não deixa espaço para a contextualização histórica, tomando quase sempre uma grande dimensão no noticiário.
- ▶ O silenciamento como estratégia editorial: há um projeto de dizer que utiliza o silenciamento como estratégia de produção de sentido. Esse projeto orienta a materialização do discurso (o que é dito efetivamente), construindo uma estrutura de “dizer X” para “não dizer Y”. Assim se comporta o Jornal Nacional, por exemplo, na edição que mostra o encerramento das Olimpíadas, em julho de 2016, sendo Michel Temer ainda presidente interino. A sua ausência da cerimônia – por temer as vaias – foi discretamente citada, em poucos segundos, pela voz de um jornal estrangeiro. Prevaleceu o espetáculo, a encenação de um momento festivo. Ao silenciar assuntos/temas/abordagens, o jornal reconfigura o espectro político e econômico, pois há sentidos no silêncio. O silenciamento, política editorial conduzida pelo JN, como descreve Eni Orlandi (2015), limita o percurso dos sentidos pelo espectador, conduzindo-o por caminhos demarcados. Marca importante para perceber como o silenciamento se torna política editorial – e não simples lapso ou ocultação – é também o tempo dedicado à notícia. Em 16 de setembro de 2014, por exemplo, a ONU divulga em seu relatório que o Brasil, pela primeira vez na história, está fora do mapa da fome. Era o governo Dilma Rousseff, já em período eleitoral. O Jornal Nacional não faz chamada de abertura e dedica 38s à notícia na edição interna, antecedida por uma notícia sobre onda de violência, que recebe 1min15s. Nessa mesma edição, a notícia sobre o tempo recebe 37s. Silenciar não é apenas ocultar, é fazer calar, retirar de um acontecimento sua dimensão. Num país desde sempre assolado pela fome, é de se espantar que essa chamada não tenha entrado na abertura do jornal.
- ▶ Resignificação de temas, dando origem a novos campos de sentido, que aparecem sempre como versais das matérias, já apontando o sentido final (Petrolão = petróleo + corrupção).

O discurso produz sentidos e direciona interpretações, o que se liga a um real histórico, ao contexto, às disputas de poder engendradas na sociedade. Enfim, a palavra não é neutra, e os padrões nos mostram a continuidade da narrativa, que elabora seu fio condutor para que o espectador produza sentido. Uma ideologia política, nos lembra Jean-Pierre Faye, coloca em sua origem uma narração. A marcação repetida, a ocorrência sistemática de termos e personagens, a

construção cuidadosa da cena enunciativa, tudo conspira para a produção de sentidos. Em cada momento discursivo emergem sentidos consolidados a partir dos repertórios, o que compõe a narrativa e a legítima, como exposto nos quadros gerais abaixo.

5.2 Elementos gerais da cobertura nos momentos discursivos

Na estruturação do quadro a seguir, vamos considerar, em relação aos momentos discursivos descritos²⁷:

- Fatos de maior destaque: acontecimentos específicos que tiveram destaque no período e/ou o contexto geral.
- Enquadramento/tematização: vamos tomar aqui a perspectiva do enquadramento pela tematização, como apontado por Emediato (2004) e já previamente discutido no Capítulo 2 - Quadro Teórico-Metodológico, em que esse tipo estratégia circunscreve uma discussão, um acontecimento que tem muitas nuances, apresenta os objetos do discurso e orienta a problematização para o espectador.
- Personagens: vamos tomar os personagens principais da cena pública que mais aparecem nas edições em cada período, bem como o viés a eles associado.
- Repertórios predominantes: operamos com os dois principais repertórios considerados, mas há alternância no aparecimento de cada um, de acordo com os períodos, além do que emergem repertórios secundários em outros momentos.

Quadro 5 – Momento Discursivo 1

MOMENTO DISCURSIVO 1 – Jornadas de Junho	
Contexto em destaque	As chamadas “Jornadas de Junho”, mobilizações por todo o país pedindo uma “nova política”
Enquadramento/tematização	É preciso mudar tudo o que está aí, o país inteiro quer mudanças. Ideia de um “país como um todo” que clama por mudanças. Palavras que se repetem
Personagens (em destaque - viés)	Jovens, população em geral, “brasileiros”, com viés bastante positivo. Aparecem também personagens do mundo político, com um viés geralmente negativo
Repertórios predominantes	Corrupção (ainda definida de maneira mais geral, já trazendo a ideia de uma disseminação do problema, mas ainda sem especificação de grupos ou direcionamento)

Fonte: Elaborado pela autora

²⁷ No Capítulo 5 - JN, um ator no palco -, serão detalhados os exemplos do noticiário nesses Momentos Discursivos, bem como as estratégias utilizadas.

Quadro 6 – Momento Discursivo 2

MOMENTO DISCURSIVO 2 - Eleições 2014	
Contexto em destaque	Eventos importantes ocorrendo - Copa do Mundo (junho/julho) e eleições presidenciais em outubro. Noticiário bem generalizado no primeiro semestre, até a Copa do Mundo. Eleição ainda não aparece de modo sistemático. Denúncias de corrupção ganham peso - gerais e centradas na Copa. Após o segundo semestre, especialmente após a morte do candidato Eduardo Campos (PSB), a política e os desdobramentos das articulações para a eleição ganham a cena
Enquadramento (tematização)	a corrupção atrapalha o país - ela está presente inclusive no investimento feito para a Copa do Mundo
Personagens	A presidente Dilma, ministros do governo, mundo político com as candidaturas. Grande destaque para os “novos” candidatos Marina Silva (que substitui Eduardo Campos) e Aécio Neves, que começa desacreditado como candidato, mas sobe bastante, ultrapassa Marina e vai ao segundo turno contra Dilma
Repertórios predominantes	Corrupção (que é mostrada como algo que já se alastra por diversos setores do governo federal - nesse momento, toma vulto o problema na Petrobras)

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 7 – Momento Discursivo 3

MOMENTO DISCURSIVO 3 - Pós-eleições de Dilma Roussef até aprovação do pedido de impeachment pelo Senado (2015)	
Contexto em destaque	Dilma consegue se eleger, derrotando Aécio Neves, num cenário bastante polarizado. Ao comentar o resultado, Aécio Neves enfatiza que “perdeu para uma organização criminosa”. A ideia de uma corrupção sem precedentes comandada pelo PT se consolida, e a mobilização contra Dilma reeleita já se desenha e toma fôlego, sobretudo a partir da negativa do candidato derrotado em reconhecer a eleição. O clima de polarização se acirra, com muitos registros de manifestações contra o governo (e também a favor). Panelaços são mostrados com destaque nas edições noturnas. Emerge uma “voz de autoridade”, o judiciário, sobretudo com a Lava Jato
Enquadramento (tematização)	Brasil em crise - a economia vive uma crise econômica e o governo faz nada para conter (versal Brasil em crise)
Personagens	Dilma, ministros (viés sempre negativo), oposição, Aécio Neves, Eduardo Cunha (viés positivo), Sérgio Moro, procuradores da Lava Jato
Repertórios predominantes	Nesse momento, a ideia de “crise econômica sem precedentes” ultrapassa a ideia de “corrupção nunca antes vista”. Ganha muita força o repertório crise, que passa a compor o noticiário, diariamente

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 8 – Momento Discursivo 4

MOMENTO DISCURSIVO 4 - Votação do impeachment no Congresso e afastamento de Dilma Roussef pelo Senado, Michel Temer assume como interino (2016)			
Contexto em destaque	Clima de muita insatisfação com o governo, piora na economia, país parado. Há manifestações expressivas contra o governo, com ampla cobertura da imprensa das manifestações favoráveis. A cobertura para uma e outra manifestação é diferente na composição das cenas, na referenciação. A parceria mídia-judiciário funciona no timing das manifestações contra o governo - antes de manifestações, vazamentos que mencionam propina na Petrobras são divulgados		
Enquadramento	Marcação dos campos de sentidos	Coloca-se a polarização NÓS X ELES	Transição
Personagens predominantes	Oposição (Aécio, Cunha, sobretudo) num viés bastante positivo	Governo, Dilma, ministros. O ex-presidente Lula reaparece, no centro de investigações de corrupção e após vazamento de Sergio Moro	
Repertórios predominantes	Corrupção e crise econômica - com a corrupção voltando ao centro do noticiário até o afastamento de Dilma Rousseff. Quando Temer assume como interino, a situação se altera, e os repertórios perdem relevância, economia, por exemplo, passa a ter um viés mais positivo.		

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 9 – Momento Discursivo 5

MOMENTO DISCURSIVO 5 - Afastamento definitivo de Dilma Rousseff e posse do governo Temer (2016)		
Contexto geral	Com a saída definitiva de Dilma Rousseff, Temer toma posse definitivamente, governo, e a ideia de “novo” momento se coloca com efetividade	
Enquadramento	Ideia de uma “retomada”, de um novo momento para o Brasil - constroi-se aqui a ideia de reformas necessárias à economia e de que o Brasil vive um novo momento de reconstrução - momento de reconstruir (com o uso sistemático das palavras reconstrução, reformas, mudança) o país, uma vez que o que se projetava como pilar da corrupção no país se encerra com o impeachment	
Personagens	Novos atores em cena, além de Temer, os políticos da base aliada. Dilma e o PT são silenciados	
Repertórios	Corrupção perde muito o peso no noticiário, não é mais um repertório decisivo	Economia passa a ter um viés diferente - positivo. Não é mais crise econômica, agora é a ideia de reforma

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 10 – Momento Discursivo 6

MOMENTO DISCURSIVO 6 - Governo Michel Temer até eleições 2018	
Contexto geral	No primeiro momento - marcadamente o primeiro ano, a perspectiva é do avanço das reformas propostas e do sucesso da economia. No segundo momento, isso não se concretiza, e há uma desilusão cada vez maior com o governo Temer. Não há reformas nem mudança na perspectiva da crise, cada vez mais real. A Lava Jato avança, e a política é tomada novamente por denúncias de corrupção
Enquadramento	União de forças para tirar o Brasil da crise - uma vez que a perspectiva real de agravamento da situação econômica já se coloca, com aumento grande do desemprego e baixa produção. A pauta central são as reformas - especialmente a da Previdência. Nessa abordagem, a ideia de que com as mudanças, o país pode se reerguer. Um novo momento para o Brasil - constrói-se aqui a ideia de reformas necessárias à economia e de que o Brasil vive um novo momento de reconstrução
Personagens centrais	Governo Temer, oposição ao governo anterior, novos atores políticos, forte presença do Judiciário e da Força Tarefa da Lava Jato
Repertórios predominantes	No primeiro momento do governo, a ideia de repaginação da economia. É necessário fazer reformas, e tudo vai mudar. Com a proximidade do processo eleitoral e a derrocada do governo Michel Temer, surge um novo e poderoso repertório, a violência. Os grandes sistemas - Política e Economia - perdem muita força, e a ideia da criminalização da política se consolida - a mudança passa por um elemento não político como algo “novo”. A ideia de crise econômica perde força total na referência no noticiário, e a palavra crise é deixada de lado

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 11 – Momento Discursivo 7

MOMENTO DISCURSIVO 7 – 1º ano Governo Bolsonaro (2019-2020)	
Contexto em destaque	Momento de certa turbulência política e também econômica, com a eleição presidencial após o trauma do impeachment. Eleição tem várias denúncias de disseminação em massa de fake news. Após o pleito, o assunto é deixado de lado e tende-se a uma normalidade
Enquadramento/tematização	Agenda neoliberal, necessidade de reformas, deixar para trás o passado recente de corrupção
Personagens (em destaque - viés)	Jair Bolsonaro, Lula (na prisão), Haddad, Ciro Gomes, Flávio Bolsonaro, Fabrício Queiroz, filhos de Bolsonaro
Repertórios predominantes	Corrupção (com pouco destaque), reformas

Fonte: Elaborado pela autora

Como o discurso remete às regularidades linguísticas, à construção de certo padrão na abordagem das notícias, os repertórios, pela repetição, pela constância, pelo alcance, serão institucionalizados, naturalizados, inserindo-se num espaço-tempo que passa a configurar um aspecto da realidade, de construção de sentido para os espectadores. Nesses momentos discursivos, os repertórios cumprem o papel de dar significação a determinados aspectos contextuais no cenário de uma realidade mediatizada.

Dessa forma, é possível perceber que a composição de uma informação em mídia está inserida num contexto argumentativo (Billig, 1991), em que o compromisso de divulgar informações (conteúdo) não pode ser compreendido isoladamente da forma retórica com que essas mensagens são transmitidas (MEDRADO, 2013, p. 227)

Assim, a produção de sentido não é apenas a reprodução de um modelo de produção de conteúdo, no processo de formatação do noticiário, e os repertórios, nessas práticas discursivas, se consolidam enquanto elementos aglutinadores de sentido no cotidiano dos cidadãos - em suas práticas discursivas, os sujeitos produzem linguagem e sentido a partir de repertórios²⁸. Os autores

²⁸ Os repertórios interpretativos, como salientam Spink e Medrado (2003), são os dispositivos linguísticos usados pelos sujeitos para construir versões das ações, dos eventos do mundo.

apontam uma interface de três tempos históricos na estruturação do contexto discursivo, o que nos orienta na compreensão dos momentos discursivos, sendo:

1. Tempo longo: marca os conteúdos culturais definidos ao longo da história da civilização.
2. Tempo vivido: é aquele das linguagens sociais aprendidas pelo processo de socialização.
3. Tempo curto: marcado pelos processos dialógicos.

Tal descrição dos tempos históricos contribui para analisarmos como se constituem os momentos discursivos, em que a mídia assume um papel fundamental nesse processo, sendo um instrumento na conformação de certa opinião pública ao conferir visibilidade aos acontecimentos (a partir de enquadramentos). O ponto essencial trazido pelos autores e relevante para a abordagem desse papel é que não podemos tomar a mídia apenas como meio de circulação de conteúdos - ela produz sentidos, simbolicamente construídos e, portanto, tem um poder transformador de reestruturação dos espaços de interação. Tomando-se os momentos discursivos, os repertórios definem um conjunto de posições que delineiam um conjunto de sentidos em que o acontecimento estará inserido. A relevância dos repertórios no discurso midiático se explica porque eles reconfiguram o dado real que passa a integrar as práticas discursivas cotidianas.

Assim temos, na estruturação dos repertórios, categorias que delineiam essa conformação de sentidos, portanto:

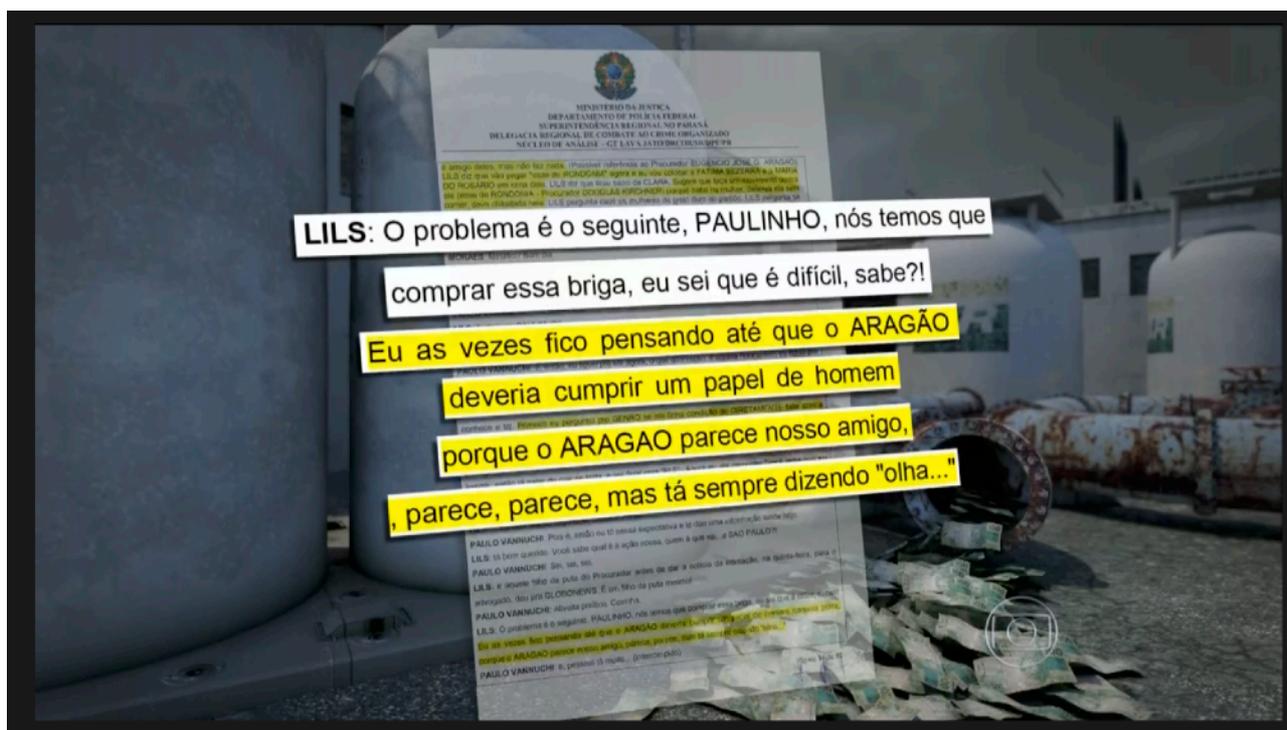
- a) Corrupção: marcada pelo dimensionamento contemporâneo dado ao tema (a ideia conformada é de que nunca antes o país experimentou ou presenciou uma corrupção tão abrangente e avassaladora, e para isso é preciso simbolicamente marcar, com números, montantes de dinheiro, e imagens representativas o que isso significa). As imagens abaixo são exemplos que mostram o tratamento simbólico dado ao repertório.

Figura 5 – Reportagem JN “Moro decreta prisão de Lula”



Fonte: JN 05-04-2017

Figura 6 – Reportagem JN “Justiça torna público um diálogo entre Lula e Dilma”



Fonte: JN 16-03-2016

As duas imagens trazem um cano de esgoto por onde o dinheiro, muito dinheiro, escoava. Na primeira imagem, o fundo é vermelho, aludindo à cor já descrita do Partido dos Trabalhadores. Na segunda imagem, detalhes de uma investigação da Polícia Federal é inserida também na perspectiva do tubo de esgoto com dinheiro escoando e a logo da Petrobras ao fundo, com destaque para uma fala do ex-presidente Lula (um recorte em primeira pessoa, discurso direto expondo sua intenção de acabar com o vazamento). Outro elemento que delinea o conceito do repertório-corrupção é a atemporalidade, pois não há vinculação histórica do fenômeno, ele é marcado no tempo vivido e no tempo curto, conceitos descritos mais acima.

b) Crise econômica: também marcada pelo dimensionamento, mas essencialmente numérico, com dados repetidos num viés negativo, sem que se estabeleçam contrapontos ou aspectos positivos. E a recorrência ao uso sistemático do termo crise, mesmo em contextos que contradizem a percepção. Esse repertório também se reforça pela estratégia do silenciamento - o viés positivo da economia ou desempenho econômico do país é colocado em *framings* de pouca relevância, dizendo-se de determinada forma para que o alcance de certos fatos não ganhem a dimensão que poderiam ganhar.

A partir do Momento Discursivo 4, vemos se estabelecer também o que denominamos de campos de sentidos. Baseados na definição de campos simbólicos trazida por Bourdieu (1989), tomamos esses campos como espaços simbólicos que aglutinam e refletem posições estruturadas, definindo-se pelos objetos de disputas e pelos interesses específicos. Assim, marcadamente, estabelecem-se os campos NÓS x ELES, cuja construção é potencializada no momento em que têm início as manifestações contra o governo Dilma Rousseff e passa a se repetir em outros momentos, ganhando contornos diferenciados na referenciação aos atores envolvidos, de acordo com a marcação contextual.

O sujeito discursivo “Nós”, que delimita um dos campos de sentido, é referenciado pelo elemento simbólico da cor (verde e amarelo), pela vestimenta (camisa da seleção), pela memória discursiva (quero meu Brasil de volta). Grande parte dessas referências resgata a simbologia de uma pretensa pátria, simbologia essa que esteve representada tanto pelas marcas utilizadas pelos governos militares durante a ditadura, quanto por valores (cidadãos de bem contra a ameaça comunista) e crenças (antipetismo). Na caracterização midiática, o campo de sentidos “Nós” se confunde com a própria ideia de país - nas chamadas e manchetes, não há grupos, interesses ou aspectos negativos em torno de agrupamento simbólico, quem vai à ruas contra o governo é “o Brasil”. O sujeito discursivo “Eles” também é marcado pela cor (vermelha, que faz alusão à cor do Partido dos Trabalhadores, portanto, ao petismo), pela referência aos atores como “militantes” (as chamadas sempre fazem essa menção na cobertura das manifestações, e a ideia que se propagou era

a de militantes pagos, militantes orgânicos à estrutura partidária), pela memória discursiva (menção à simbologia de outros conceitos políticos como comunismo e socialismo).

A marcação de campos de sentidos estabelece a ruptura - que ganha contornos cada vez mais drásticos - e elimina simbolicamente a possibilidade de pluralidade em vozes, visto que os indivíduos passam a ser agrupados - ou são “cidadãos de bem” (portanto, está no campo NÓS) ou são “petistas”. E assim, para se consolidarem, os campos de sentidos precisam do que Chomsky (1984) denominou de inimigo comum (como já descrito no Capítulo 2), estruturado conceitualmente no antipetismo.

Portanto, com o uso de repertórios, o Jornal Nacional produz um fenômeno midiático – a corrupção sem precedentes, nunca antes vista no país. Como fenômeno atemporal, a corrupção não é tomada como um problema pontual, existente em muitos cenários, que tem ligações e bases históricas e precisa ser enfrentado - ela é construída como um fenômeno político, um modo de fazer política, vinculada a determinados grupos. E nesse sentido, a atemporalidade como estratégia discursiva é muito efetiva porque a desvinculação histórica do fenômeno ajuda a marcá-lo como algo do momento presente, portanto, vinculado a grupos específicos com atuação no presente - a corrupção, dessa forma, passa a ser ressignificada como fenômeno presente no Brasil a partir da chegada do PT ao poder.

O mesmo processo de ressignificação ocorre com o repertório crise econômica. Problemas conjunturais passam a ser abordados e enquadrados como questões gravíssimas que colocavam o país numa situação de economia em perigo, mesmo que os dados econômicos divulgados mostrassem o contrário. Para a configuração desse repertório, três estratégias discursivas foram fundamentais: o silenciamento, o enquadramento e o foco na repetição sistemática do sintagma crise enquadrando o noticiário. Como destaca Medrado, o papel da mídia não está apenas na circulação de repertórios, mas na possibilidade de acesso desses repertórios para as pessoas, em suas práticas cotidianas, “permitindo a desfamiliarização progressiva de alguns sentidos e construção de outros” (2013, 234). Nesse aspecto da ressignificação e reconstrução de sentidos, o texto se liga aos elementos de encenação e cenografia - a própria imagem ao fundo da famosa bancada do JN, os quadros apresentados para complementar as informações trazidas ou jogar luz sobre alguns elementos, a escolha do enquadramento apenas por números, sem contextualização ou ampliação da abordagem, a repetição do sintagma crise e a menção a estimativas de inflação, em todas as edições.

A forma como a notícia é introduzida já insere o Brasil no rol de vários outros países, o que retira o peso do acontecimento (1). A marcação temporal é bastante ampla, como se a redução expressiva tivesse se dado ao longo de um período histórico longo (2). A menção em destaque ao

diretor da FAO, o órgão que atesta que o Brasil saiu do Mapa da Fome, traz um jogo de cena para colocar certa dúvida para o espectador, uma vez que ele participou do governo e, agora, atesta a conquista. Essa é, na matéria, a única referência às políticas do governo Lula e Dilma que possibilitaram ao país sair do Mapa da Fome. No exemplo abaixo, observamos uma utilização do enquadramento e do silenciamento em conjunto:

Figura 7 – Reportagem JN “ONU cita Brasil como um dos países que reduziram pela metade número de pessoas que passam fome”



Fonte: JN 19-09-2014 Link para a matéria: <https://globoplay.globo.com/v/3634083/>

Essa é a imagem congelada de uma matéria da edição do JN do dia 19 de setembro de 2014. Trata-se do Momento Discursivo 2, e o contexto é de campanha eleitoral, pois as novas eleições para a presidência da República iriam ocorrer em outubro. A candidata à reeleição, Dilma Rousseff, então presidente, estava à frente das intenções de votos contra Aécio Neves (PSDB), que estava em segundo, e Marina Silva (PV), em terceiro. Naquele momento - setembro - a candidatura de Aécio Neves estava em crescimento e já havia ultrapassado a de Marina Silva (candidata que assumiu a disputa em função da morte do ex-governador Eduardo Campos, do PSB). A matéria em questão pode ser representada da seguinte forma:

Acontecimento/fato	“Brasil saiu do mapa da fome da ONU, pela primeira vez na história do país”
Cenário da apresentação	Como retratado na imagem, não há nenhum fundo de imagem para a bancada do JN (somente a câmera centrando em Bonner e o fundo neutro, do próprio jornal) e a projeção de um quadro com informações diretas, citando o relatório da FAO/ONU como fonte de informação
Enquadramento	O título do quadro era FOME, em letras maiúsculas, sem uma efetiva predicação - fome em relação a quê? E não havia outras vozes para comentar ou referendar o acontecimento (se se tratava de algo importante ou não, se se tratava de algo histórico ou não, o que significava para o país sair do mapa da fome). Nos dados, referências a décadas anteriores, falando também da redução da fome nesse período maior, sem assinalar que, na década de 2003 a 2014, a redução foi mais expressiva (o que o relatório da ONU mencionava e estava registrado pelos números)
Chamada para a matéria (na entrada do bloco)	“ONU cita Brasil como um dos países que reduziram pela metade pessoas que passam fome”
Íntegra da matéria (fala de Bonner):	“O <u>órgão das Nações Unidas</u> para alimentação e agricultura <u>citou</u> o Brasil como <u>um dos países</u> que conseguiram reduzir pela metade número de pessoas que passam fome. <u>Vinte anos atrás</u> , 14,8% dos brasileiros viviam na miséria. Agora, esse índice é de menos de 2%, cerca de 3 milhões e 400 mil pessoas. Segundo a FAO, essa queda se deu pela eficiência <u>dos programas de combate à fome</u> . A FAO é dirigida por José Graziano, <u>que implantou o Programa Fome Zero no governo Lula</u> . No mundo, uma em cada 9 pessoas ainda está desnutrida”

Na abertura da matéria, o locutor usa a definição “o órgão das Nações Unidas”, em lugar do nome correto da instituição, que é Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura. A nomenclatura ‘órgão’ no lugar de ‘organização’ é uma operação metonímica intencional – a parte pelo todo - relativizando o impacto referencial para o espectador sobre a importância do autor do Mapa da Fome. Assim, dizer “um órgão das Nações Unidas” tem um impacto menor que dizer que se trata de uma Organização da ONU, no processo de inferência pelo espectador. Há marcação de um tempo histórico bem amplo, sendo que o relatório pontua a expressiva redução nos últimos 10 anos. Os programas de combate à fome são citados sem autoria - de quem são? Quando foram desenvolvidos? Quais são? Como se construíram? A referência feita ao governo do Partido dos Trabalhadores aparece entre uma referência ao atual presidente da FAO, Francisco Graziano, que foi um dos dirigentes do Programa Fome Zero. Não há uma ligação estabelecida diretamente, no texto, à expressiva redução da fome e da miséria e o programa Fome Zero.

A matéria, que não foi a principal da edição, teve, ao todo, 38 segundos, sem imagens externas, apenas a imagem do estúdio. Não houve entrevistas. Nessa mesma edição, o espaço dado ao boletim do tempo foi de um minuto. O enquadramento, portanto, foi o de uma notícia puramente econômica, com a mera apresentação de números, e sem qualquer contextualização. O silenciamento pode ser tomado a partir do que afirma Orlandi (1990), que é “preciso dizer X para deixar de dizer Y”, ou seja, naquele momento, como o assunto não poderia deixar de ser mencionado, ele ganha uma roupagem burocrática, de informação seca e não contextualizada, não histórica, sem que os famosos especialistas do JN pudessem dimensionar, para os espectadores, o que significava um país reduzir expressivamente a fome e sair do Mapa da Fome da ONU.

Outro exemplo está marcado no Momento Discursivo 3, no começo do segundo mandato de Dilma Rousseff.

Figura 8 – Matéria JN “Desemprego fica em 4,8% em 2014”



Fonte JN 29-01-2015 Link para a matéria: <https://globoplay.globo.com/v/3928763/>

A matéria é sobre o menor patamar do índice de desemprego registrado pelo IBGE no país em toda a história, tendo atingido 4,8% em dezembro de 2014. A matéria teve 18 segundos ao todo, sendo a terceira do bloco (não foi a principal). O cenário que a compõe é bastante semelhante ao cenário já mostrado para retratar a matéria sobre o Mapa da Fome, com destaque para o

enquadramento temático como estratégia. A opção editorial é destacar os números de maneira não contextualizada, apenas citando as informações. A cena englobante é estática, mostrando apenas a bancada com Sandra Annenberg, fundo neutro e a projeção virtual dos números relativos ao desemprego. Essa estrutura retira a força que uma vinculação histórica poderia trazer para as inferências do espectador, uma vez que números, apenas por si, pouco dizem efetivamente.

Podemos representá-la como se segue:

Acontecimento/fato	Índice de desemprego alcança marca histórica no Brasil - com menor índice desde que começou a ser medido
Cenário da apresentação	Fundo neutro azul, quadro com números projetados, aparência sisuda da apresentadora, sem nenhum traço de emoção
Enquadramento	O título do quadro era DESEMPREGO, em letras maiúsculas, sem dimensionar (maior, menor, histórico)
Chamada para matéria (na entrada do bloco)	Desemprego fica em 4,8% nas regiões metropolitanas em 2014, aponta IBGE
Íntegra da matéria	Em 2014, o desemprego nas seis regiões metropolitanas pesquisadas pelo IBGE ficou em 4,8%. É a menor taxa desde que a fórmula de cálculo mudou, há 12 anos. O rendimento médio do trabalhador subiu para 2.104 reais

A matéria é curta e traz destaque para o índice de desemprego - sem no entanto relacioná-lo a outras questões conjunturais como o significado para a economia em geral e para a renda das famílias. Há menção ao fato de ser a menor taxa desde que a medição vem sendo feita e a informação, novamente sem contextualização ou interpretação, do aumento da renda do trabalhador.

Esses exemplos, mais adiante mostraremos outros específicos, ilustram como o JN estrutura a tematização do noticiário, construindo e trazendo repertórios para compor as edições noturnas. Vemos portanto, nesse processo, como salienta Medrado (2013), o potencial da mídia de suscitar e provocar discussões ativas e reflexões.

6: A MÍDIA CORPORATIVA: PODER, IDEOLOGIA E O FUNCIONAMENTO DE UMA REDE ESTÁVEL DE COMUNICAÇÃO

Neste capítulo, vamos abordar o funcionamento das macrocategorias e como elas delineiam uma rede estável de informação.

A imagem que a mídia corporativa projeta de si mesma, em relação à informação, é de uma instância à qual, com seus diversos veículos, cabe o papel de “zelar” pela “verdade” e de levar tal verdade ao cidadão, sob a forma de notícia, o que assegura a legitimidade do bordão “saiu na imprensa”. Para o público em geral, a mídia se consolida como instância que transmite o que ocorre no mundo real, transmite o acontecimento puro. E as informações difundidas pela mídia, portanto, lastreiam várias práticas discursivas cotidianas (a conversa em família, nos espaços sociais, no local de trabalho, nos bares, nas escolas etc.). Entretanto, um aspecto relevante que escapa à avaliação de grande parte dos espectadores, leitores, ouvintes, é o de que as instâncias midiáticas produtoras de informação são, antes de tudo, entidades corporativas inseridas no mercado, ou seja, empresas, sendo a informação um dos seus produtos – como produto, a informação é produzida, moldada, estruturada para ser entregue aos consumidores. Compreender o processo de construção discursiva dessa instância implica, portanto, compreender essa origem e seu papel como empresa que “comercializa” um bem simbólico que é a informação. Por outro lado, a indústria da mídia, como pontua Thompson (1995), alterou a percepção da sociedade em relação aos fatos do mundo, aos acontecimentos, dada antes pela interação face a face.

O desenvolvimento dos meios de comunicação criou assim o que agora descrevemos como uma “historicidade mediada”: nosso sentido do passado e de como ele nos alcança se torna cada vez mais dependente da expansão crescente de um reservatório de formas simbólicas mediadas. [...] Se a mídia alterou a nossa compreensão do passado criou também aquilo que poderíamos chamar de “mundanidade mediada”: nossa compreensão do mundo fora do alcance de nossa experiência pessoal, e de nosso lugar dentro dele, está sendo modelada cada vez mais pela mediação de formas simbólicas (THOMPSON, 1995, p.61)

Esses aspectos nos ajudam a dimensionar e a compreender as bases da relação da mídia com essas macrocategorias - poder e ideologia - no sentido da estruturação de uma rede estável de informação²⁹. Charaudeau ((2016, p.20) nos lembra que “antes de exercer o poder é necessário

²⁹ Estável no sentido de um rede de informação consolidada como relevante no cenário político e econômico do país, incorporada no agrupamento mídia corporativa.

conquistá-lo, e para conquistá-lo (a menos que seja tomado pela força) é necessário passar pela palavra”. Passar pela palavra para conquistar o poder implica, prossegue o autor, levar em conta que um processo de manipulação das mentes se dá por meio da linguagem, mesmo que ações de força estejam envolvidas. Nessa relação, tomando a mídia como instância produtora de discurso transmitido por um bem simbólico que é a informação, em consonância com o autor, o modo como as ideias são encenadas numa estrutura de informação é um aspecto essencial para essa discussão.

No exercício de compreender como se dão as articulações da mídia corporativa no processo de produção de discurso, tomando-se a Rede Globo de Televisão como objeto primeiro, e como se dão as relações de poder nesse âmbito, vamos considerar o poder como categoria que possibilita a um sujeito/instância agir sobre outro, submetê-lo, e decidir sobre coisas que alteram a ordem do mundo, como já ressaltado por Charaudeau (2016).

Estabelece-se, então, uma relação de dominação entre um dominante e um dominado, que faz com que o poder se defina numa relação de alteridade, de maneira coercitiva. Mas também é necessário que esse “agir sobre o outro” seja justificado. Nesse caso, colocam-se três questões: em nome do que se tem o direito de agir – é a questão da legitimidade –; qual a possibilidade de ser reconhecido como digno de agir – é a questão da autoridade –; quais são os meios de agir – é a questão da potência. (CHARAUDEAU, 2016, p.14)

O agir sobre o outro no espectro midiático, considerando-se o produto informação, tem na imagem que a própria mídia corporativa projeta de si (ethos) a legitimidade como ponto essencial, construída nas bases de uma pretensa e propalada objetividade jornalística, em que se concebe o jornalismo funcionando como espécie de espelho do mundo. No cenário midiático, tal ponto é central - por ser “objetivo” e se “ater apenas” aos fatos, a mídia conquista a legitimidade de apresentar os fatos do mundo à sociedade. O real nos escapa, ele se apresenta para os sujeitos a partir de uma mediação. Os sentidos e as percepções são históricos, construídos no contexto e pela memória discursiva.

Considerando-se esses elementos, é possível tomar a informação como algo dado que traz uma “verdade objetiva dos acontecimentos”, uma vez que a instância mídia se insere como ator importante que estabelece relações de poder com outros atores? Como considerar a objetividade jornalística partindo-se da informação como objeto discursivo, portanto, objeto construído? Lembrando Charaudeau (2013), a informação está ligada à linguagem e também a sistemas de

valores, que serão responsáveis por direcionar o uso dos signos linguísticos em determinadas situações e em certos contextos, elemento suficiente, portanto, para colocar em dúvida o direito autoproclamado da mídia de “fazer saber” aos cidadãos. Aliado a esses aspectos, há ainda o fato de que os meios de comunicação estão também ligados a uma lógica de mercado, comercial – são empresas que buscam lucro a partir da venda de produtos (informação, entretenimento etc.).

Portanto, essa dupla função que se instaura para os meios de comunicação – marcada, por um lado, pela perspectiva de se colocarem como sendo informadores neutros, especializados, e por outro, pela inserção dos meios de comunicação numa lógica de mercado – é profundamente definidora da estrutura ambígua do discurso de informação, que não pode, também por esse fator, ser considerado puramente objetivo ou neutro³⁰. Os meios de comunicação levam um saber específico à população em forma de notícias, difundem certos conhecimentos a respeito do mundo, certos acontecimentos, e nesse processo também conquistam poder, pois o saber confere poder a quem o domina. E disso decorre que as informações desse discurso, tomadas como retratos do real, se configuram como pouco passíveis de contestação, com grande poder social em certa medida, pois o fato de saber algo que outros ignoram o legitima.

Assim, a partir dessas projeções e hipóteses, a instância de produção midiática busca e utiliza estratégias discursivas para ir ao encontro dos interesses do seu público, despertar sua atenção e motivá-lo com informações de certa forma úteis à sua conduta na vida cotidiana (em suas atividades sociais), quando ele ocupa determinada posição social, estabelece relações com o outro e detém o saber, tendo a capacidade de comentar a realidade. E tal suporte para o sujeito – percebam a relevância desse aspecto – é dado pela instância midiática, pela informação que essa instância faz circular. Há ainda que se considerar a perspectiva de um alvo afetivo, que tem reações de ordem emocional, tomando-se como suposto que as instâncias midiáticas também constroem informações que se voltam ao objetivo de tocar a afetividade do sujeito, a partir de estratégias discursivas. É um *pathos* que precisa ser moldado para assegurar o consumo da informação, que corre o risco de se perder pelo teor efêmero do acontecimento que reporta. Considerando-se o discurso de informação, é importante observar que as estratégias discursivas mesclam os públicos-alvo na construção da informação, trazendo elementos tanto racionais (*logos*) quanto emotivos (*pathos*) no trabalho de

³⁰ A objetividade e a neutralidade, dimensões tomadas e colocadas como definidoras da prática jornalística, na verdade expressam o grau de autoritarismo da prática da mídia corporativa na medida em que afirma que essa instância tem a autoridade sobre a informação e a prerrogativa de informar.

construção da informação, o que se torna evidente que, em se tratando de manchetes e chamadas de capa, precisam despertar de imediato o interesse do público.

6.1 Agendamento e a construção de uma opinião publicizada

Em linhas gerais, o conceito de Agenda-Setting³¹ ou agendamento discute a capacidade dos meios de comunicação em imporem uma agenda, ou seja, a capacidade de definir uma agenda de assuntos a serem discutidos pelas pessoas e pelas instâncias (Poder Público). Instaure-se, portanto, uma espécie de “agenda da mídia”, como destaca Martino (2014), um grupo de assuntos que passarão a fazer parte da agenda pública de discussões a partir de um direcionamento da mídia. Assim temos por exemplo, a partir de 2015, quando se inicia o segundo mandato de Dilma Rousseff, a pauta econômica ser direcionada pelo horizonte de crise, quando os dados oficiais econômicos mostravam um cenário diferente daquele de uma crise³², e em sentido contrário, em 2019, no governo Bolsonaro, um problema como a deflação³³ ser apresentado numa perspectiva de recuperação e controle da economia, portanto, uma agenda positiva.

Charaudeau (2016) esclarece que a opinião deve ser tomada como um ponto de vista em relação a determinado saber, ela é uma crença, é subjetiva e relativa, portanto, não é um conhecimento. Não obstante, a notícia veiculada, em diversos momentos, coloca para o leitor certa confusão entre opinião e o saber sobre o mundo. Por se constituir no próprio acontecimento, ressalta Charaudeau (2016), a opinião depende dos acontecimentos que se apresentam e também do grupo que a sustenta. A opinião pública, complementa, “se delinea por meio do olhar que a contempla” (2016, p. 43): o olhar dos políticos (que consideram esse grupo uma massa a ser seduzida), o olhar das próprias pesquisas de opinião e outras (que a categorizam de acordo com critérios como idade, raça, profissão, estilo de vida, classe social) e o olhar das mídias,

³¹ O conceito foi desenvolvido nos EUA a partir dos anos 1960, e os primeiros estudos partem de Maxwell McCombs e Donald Shaw

³² Segundo dados do IBGE, o desemprego era de 4,8%.

³³ Deflação é uma queda acentuada nos preços de produtos e serviços ao consumidor que se associa a uma queda da atividade econômica, diferindo, portanto, da inflação. Fonte: <https://g1.globo.com/economia/noticia/entenda-o-que-e-deflacao-e-por-que-ela-e-um-problema-para-a-economia.ghtml> Acesso em agosto de 2019.

que, segundo os suportes de difusão (rádio, imprensa, televisão), imaginam quais são os preconceitos, as expectativas e os imaginários de seus ouvintes, leitores e telespectadores, categorizando-os em perfis de público, tendo em vista os tipos dos programas, as horas de escuta, a natureza dos jornais. Ou seja, sobre a opinião, não se procura saber o que ela é, procura-se dizer o que ela pensa e o que ela quer. A opinião pública é sempre refém de alguém. (CHARAUDEAU, 2016, p.44)

A opinião, ligada ao acontecimento, está em construção, e segundo Charaudeau (2016), cada um desses olhares dá a ela um caráter totalizante, absoluto, definitivo, ela se constrói a partir do direcionamento desses olhares. Especificamente em relação às mídias, ele destaca que elas “fazem circular a palavra coletiva nas diferentes camadas da população, tocando assim o maior número de indivíduos através de manchetes, citações e fórmulas de impacto, com a aparência de uma opinião consensual” (CHARAUDEAU, 2016, p. 35). O saber de conhecimento distingue-se da opinião, pois estabelece um conjunto de verdades sobre as coisas do mundo que existe fora da subjetividade do sujeito. A opinião, ao contrário, é subjetiva e relativa e estabelece a defesa de uma crença que o sujeito quer partilhada, divulgada, portanto, como destaca o autor, a opinião é expressa como enunciado que é verdadeiro.

A opinião é um julgamento e remete ao sujeito (é o sujeito que se dirige ao mundo), mas o saber de conhecimento remete ao mundo, que se impõe ao sujeito³⁴. Uma questão a se ponderar em relação a essa construção de Charaudeau é que essas categorias não são estanques e, no discurso midiático, fica difícil separá-las em muitos momentos, o que é um problema em termos de construção de sentido. Em relação à opinião pública, ela expressa, segundo Charaudeau (2016), um saber coletivo de crença que se refere aos interesses da vida em sociedade e do ordenamento político. Sendo esse fenômeno fragmentado, pois composto de diversos grupos bastante diversos, como se consolida em uma “opinião pública”?

Charaudeau (2016) indica o caminho:

³⁴ No discurso de informação, essas duas dimensões muitas vezes se equivalem, e o que seria da ordem da opinião é apresentado como sendo o factual, o “conhecimento”. Por exemplo, o recurso à figura do “especialista” para explicar certas questões de economia (especialista que muitas vezes aparece sem nome, sem filiação, apenas com o título) ou as opiniões econômicas da jornalista Miriam Leitão, que não são levadas ao público como “opinião”, mas como conhecimento categórico sobre aquele tema, portanto, verdade talvez irrefutável. Lembremos, por exemplo, da avaliação feita pela jornalista quando da eleição do ex-presidente argentino, Macri, como modelo a ser copiado pelo então governo Dilma Rousseff.

Diante da diversidade dos grupos sociais, só pode haver opiniões diversas, mas as instâncias do mundo político e midiático dedicam-se a homogeneizá-las através de pesquisas estatísticas, de comentários, de declarações peremptórias (“o povo está cansado dessa situação”), para melhor apropriar-se delas (CHARAUDEAU, 2016, p.40)

Vinculada ao acontecimento, a opinião pública, para se manifestar de modo eloquente, precisa de um fato expressivo no espectro social - ou da construção de um evento que simbolicamente seja capaz de tocar os grupos sociais diversos e alimentar essa opinião. E o papel da mídia, sobretudo e fundamentalmente a mídia corporativa, pelo alcance, é o já demonstrado por Charaudeau, de fazer circular a palavra coletiva em diferentes nichos e espaços. Uma palavra, como podemos perceber a partir do desenrolar da pesquisa, ajustada às intencionalidades dos atores de acordo com os momentos históricos. Assim, por exemplo, se temos a imposição do tema “crise econômica” num contexto em que os dados econômicos não levavam a essa constatação, tem-se um movimento de fazer circular a palavra coletiva como se essa fosse uma opinião consensual - fabrica-se a opinião pública. E se coloca a partir dessa construção também uma relevante questão: como determinados acontecimentos ganham ou não relevância para conquistarem espaço na opinião pública? Isso se deveria ao papel da mídia, que faz circular a palavra coletiva?

Diante dessas questões e colocações, não parece equivocado dizer que a construção de uma opinião publicizada e o agendamento de temas estão ligados diretamente ao tamanho das corporações de mídia, ao seu alcance em termos de população num território determinado, um país, o que se traduz em poder. O quadro abaixo nos dá uma visão do cenário da mídia corporativa no Brasil, o que ajuda a dimensionar sua capacidade de agendamento e de formação - ou deformação - de uma opinião pública e publicizada.

6.2 Cenário geral da mídia no Brasil

Alguns elementos expostos pelo Media Ownership Monitor revelam um cenário de certa forma preocupante dos meios de comunicação no país:

- Elevada concentração de audiência dos principais grupos de mídia.
- A TV aberta é o meio de comunicação mais consumido no país.
- Propriedade cruzada dos meios de comunicação³⁵

³⁵ A propriedade cruzada dos meios de comunicação refere-se à propriedade de diferentes tipos de meios - como televisão, impresso, rádio e online - por um mesmo grupo empresarial. No Brasil, essa questão é particularmente relevante em relação ao Grupo Globo

- Ampliação da fatia de mercado com o cenário de amplos dispositivos de comunicação
- Forte ascensão de grupos religiosos mais conservadores - que passam a compor o espectro comunicativo.
- Quatro grandes grupos de TV aberta (Globo, Record, SBT e Band) concentram mais de 70% da audiência nacional³⁶.
- No grupo dos quatro maiores (em relação à audiência):
 - Globo - 36,9%
 - SBT - 14,9%
 - Record - 14,7%
 - Band - 4,6%
- O sinal da Rede Globo de TV chega a 98,37% dos municípios brasileiros, atingindo 99,36% da população do país.
- Os 50 meios de comunicação com maior audiência no Brasil pertencem a 26 grupos econômicos.
- Dos 50 meios de comunicação com maior audiência no Brasil, nove são do grupo Globo, cinco do grupo Bandeirantes, cinco de Edir Macedo (considerando a Rede Record e os meios de comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus), quatro da RBS, três do grupo Folha, dois do grupo Estado, dois do grupo Abril e dois do grupo Editorial Sempre Editora/SADA.
- 80% dos meios de comunicação com maior audiência estão concentrados nas regiões Sudeste e Sul.

³⁶ A Instrução Normativa da Secretaria de Comunicação da Casa Civil da Presidência da República (19 de dezembro de 2014), estabelece, em seu Art. 8º, inciso II, que “investimentos destinados a cada veículo devem considerar as respectivas audiências, embasados, sempre que possível, em dados técnicos de mercado, pesquisas e/ou estudos de mídia”. Em 2016, ano do impeachment de Dilma Rousseff e da posse de Michel Temer, levantamento feito pelo site Poder360 revelam distorções nessa distribuição: a revista Veja (Grupo Abril) recebeu proporcionalmente 50% mais verba publicitária do que a proporção de sua audiência; o jornal O Globo (Grupo Globo), 66% a mais; a revista Época (Grupo Globo), 83% acima da audiência proporcional; e a rede de TV Band (Grupo Bandeirantes), 95% a mais.

- 32 deputados federais e oito senadores controlam meios de comunicação, apesar de tal prática ser proibida pela Constituição.
- Proprietários de mídia também têm negócios em outros setores da economia, como educação, saúde, mercado financeiro, mercado imobiliário e agronegócio, além de igrejas.
- Não há obrigatoriedade na divulgação do quadro acionário (apesar de as TVs e rádios serem concessões públicas).
- 73% do comando das redes de informação e mídia do Brasil estão concentradas na Região Metropolitana de São Paulo.
- Não há um marco legal que controle o uso de verba estatal na mídia corporativa, o que pode levar, em muitos momentos, a um uso seletivo dessa verba (um uso político)³⁷.

6.3 Grupo Globo - uma potência comunicativa no Brasil

Maior grupo de comunicação do Brasil, o Grupo Globo, com seus inúmeros veículos e alcance nacional, tem um papel decisivo na arquitetura política do país, há muitas décadas. De acordo com dados da pesquisa realizada pela ONG Intervezes e pela organização Repórteres sem Fronteiras (2017), que estão disponíveis no Media Ownership Monitor, o grupo hoje tem ramificações por diversos meios e um alcance em todo o território nacional, como vemos a seguir num esquema dos seus principais veículos:

TV aberta: o Grupo Globo tem cinco emissoras de TV (além das retransmissoras), que são pilares importantes da holding – as sedes principais no Rio de Janeiro e em São Paulo e as emissoras de Recife (PE), Belo Horizonte (MG) e Brasília (DF).

Canais impressos: são controlados pela Infoglobo, uma empresa guarda-chuva. Há os jornais O Globo (em circulação desde 1925, sem interrupções), Extra e Expresso (jornal local), sendo que O

³⁷ Em junho de 2016, o então presidente interino Michel Temer (PMDB) determinou o bloqueio de cerca de R\$ 8 milhões (dos R\$ 11 milhões previstos) em publicidade para sites considerados “petistas”. O corte referia-se a verbas publicitárias de ministérios e estatais. Esse valor total representava 0,6%.

Globo e Extra também têm versão digital. A Editora Globo, fundada em 1952, publica 14 revistas e gerencia 16 portais.

Sistema Globo de Rádio: Rádio Globo (fundada em 1944), CBN, Sound! e BHFM. A essa estrutura se somam mais de 50 afiliadas em todo o país.

Indústria fonográfica: editora, produtora e gravadora Som Livre.

TV paga (a cabo): por meio da Globosat, tem 33 canais, sendo 22 em HD, 9 em pay per view, 1 internacional (para quem está fora do Brasil), 8 serviços de conteúdo por demanda. No país, os canais Globosat atingem um público de 54 milhões de pessoas, em mais de 17 milhões de domicílios.

Outros negócios: o Grupo manteve e mantém diversos outros negócios relacionados ao setor de comunicação. De acordo com informações do Media Ownership Monitor (2017), o grupo deteve controle acionário de duas operadoras de TV por assinatura, a NET (cabo) e a Sky (satélite). Em 2012, vendeu as cotas da NET para a Telmex (América Movil Brasil) e da Sky para a DirecTV América Latina (AT&T). O quadro abaixo mostra um resumo da estrutura do Grupo.

Observemos o quadro a seguir, que dimensiona o alcance e as ramificações do Grupo:

Quadro 12: Grupo Globo



Fonte: Media Ownership Monitor

A Rede Globo de Televisão, que abriga o jornal de maior audiência ainda no país, o Jornal Nacional, foi criada em 1965, beneficiada pela concessão estatal e pela permissão do aporte de capital estrangeiro (operação proibida pela Constituição), o chamado acordo Globo-Time Life. Como explica CARRATO (2019),

A TV Globo começou a operar de forma discreta em 26 de abril de 1965 e seus primeiros meses foram um fracasso de audiência. Sua operação só foi possível graças aos milhares de dólares que recebeu do gigante da mídia norte-americana “Time-Life”. Segundo a pesquisadora, Roberto Marinho e o grupo Time-Life instituíram um vínculo institucional que os tornou sócios, “o que era vedado pela Constituição brasileira. Foi este vínculo que assegurou à Globo o impulso financeiro, técnico e administrativo para alcançar o poderio que veio a ter” (2019).

Tendo se beneficiado pela preferência do Estado brasileiro pelo investimento em grandes grupos de mídia, ao invés de pulverizar as verbas publicitárias, a Rede Globo consolidou-se como a

maior emissora do país e amealha grande parte da verba publicitária estatal destinada aos veículos de imprensa. Angela Carrato (2019) enumera, em artigo sobre a comemoração dos 50 anos do JN, alguns momentos bastante controversos na história da Rede Globo ao longo de cinco décadas de existência, cito alguns:

- **Apoio à ditadura militar (1964-1985)** - Durante quase 20 anos, TV Globo e governos militares viveram uma espécie de simbiose. Os militares, satisfeitos por verem na telinha apenas imagens e textos elogiosos ao “país que vai para a frente”, retribuía com mais e mais benesses e privilégios para a emissora.

- **Combate às TVs educativas** – No poder, algumas alas militares viram na radiodifusão um caminho para combater a “subversão” e, ao mesmo tempo, promover a integração nacional. Por isso, em 1965, o Ministério da Educação e Cultura (MEC) solicita ao Conselho Nacional de Telecomunicações a reserva de 98 canais especificamente para a TV Educativa.

- **DIRETAS-JÁ** - O primeiro grande comício das “Diretas-Já” aconteceu em São Paulo, em 25 de março de 1984 e coincidiu com o 430º aniversário da cidade. A TV Globo cobriu a festa, mas ignorou o comício que reuniu milhares de pessoas na Praça da Sé. Omissões semelhantes repetiram-se em outras capitais.

- **Debate COLLOR X LULA** - Na eleição de 1989, a TV Globo manipulou o último e decisivo debate entre o candidato do PT, Luiz Inácio Lula da Silva, e o do PRN, Fernando Collor. Para o Jornal Nacional, houve instruções para mudar tudo, editando-se os piores momentos de Lula e os melhores de Collor.

6.3.1 Outros veículos do Grupo Globo:

Veículos impressos

Jornais: O Globo, Extra, Valor Econômico, Expresso da Informação.

Revistas: Época, Época Negócios, Marie Claire, Quem, Glamour, Casa & Jardim, Auto Esporte, GQ, Galileu, Globo Rural, Monet, Casa e Comida, Vogue, Casa Vogue, Crescer, Pequenas Empresas & Grandes Negócios.

TVs

TV aberta: cinco emissoras geradoras próprias no Rio de Janeiro (RJ), em São Paulo (SP), em Recife (PE), em Belo Horizonte e em Brasília (DF) e 118 emissoras afiliadas em todas as 27 unidades da Federação (Rede Globo).

TVs por assinatura: GloboNews, BIS, Canal Brasil, Canal Futura, Combate, Gloob, GNT, Mais Globosat, Megapix, Multishow, Off, Premiere, SporTV, Studio Universal, Syfy, Telecine, Universal Channel, Viva; no exterior: IPC World Inc.(no Japão, com programação em português e versão em japonês de alguns programas), e a primeira afiliada da Rede Globo no exterior; Globo Internacional

(seis canais de televisão paga disponível via cabo, satélite ou IPTV, atingindo cerca de 118 países em todos os continentes).

Rádios

Rede CBN, Rádio Globo AM/FM, Rádio BH FM.

Veículos Online

Portal globo.com (incluindo G1, GloboEsporte, Gshow, Globosat etc.)

Portal Meus 5 Minutos (meus5minutos.com.br)

Portal Techtudo (techtudo.com.br/)

Portal Zap Imóveis - classificados (zapimoveis.com.br)

Portal Zap Pro - corretores de imóveis (www.zappro.com.br/)

Portal Globo Rádio (globoradio.globo.com/)

Portal Memória Roberto Marinho (www.robertomarinho.com.br/)

Portal Memória Globo (memoriaglobo.globo.com/)

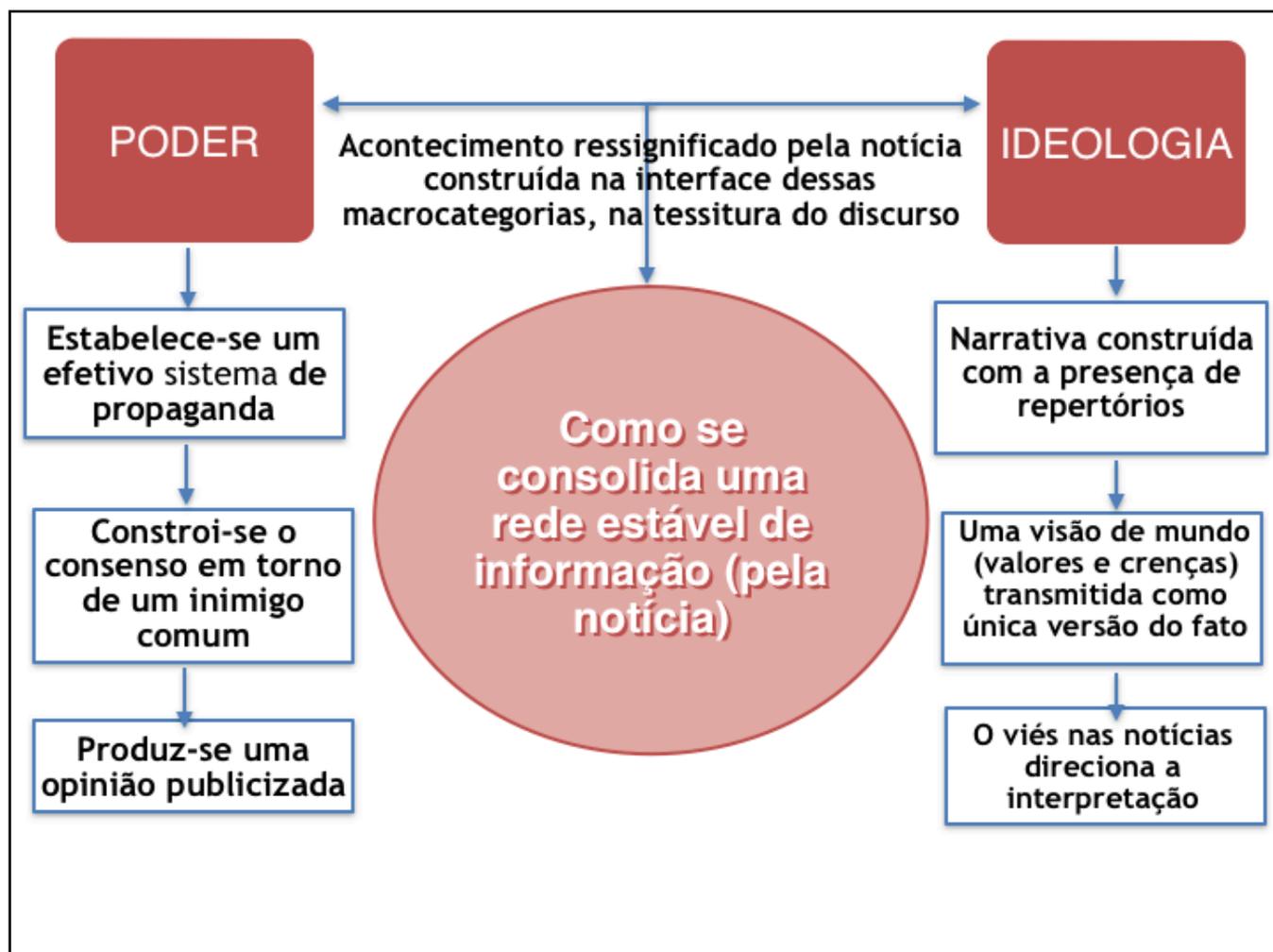
App Globo Mags (globomags.com.br)

VOD GloboPlay (globoplay.globo.com/)

VOD GlobosatPlay (globosatplay.globo.com/)

A partir da estrutura aqui descrita e da relação com as macrocategorias poder e ideologia, propomos uma síntese dos moldes de organização do que chamamos de uma rede estável de comunicação, como demonstra o quadro a seguir.

Quadro 13 – Consolidação de uma Rede Estável de Informação



Fonte: Elaborado pela autora

A partir da estrutura exposta do cenário da mídia no Brasil e das especificidades do Grupo Globo, podemos inferir que essa rede estável de informação se consolida, portanto, a partir do poder de que desfrutam os meios, tanto econômico quanto político - o que repercute nas diversas instâncias do tecido social (Judiciário, por exemplo). Há um conjunto de valores e crenças, transportado por meio da notícia cotidiana, que atua em consonância com um sistema de propaganda para construir um consenso em torno de temas e abordagens e personagens que vai se condensar numa opinião pública ou publicizada.

Antes de qualquer abordagem esquematizada, no entanto, é relevante tomar o entendimento de que as relações da mídia corporativa com essas instâncias teóricas não podem ser consideradas estritamente em separado - há aspectos específicos que se relacionam a determinadas ligações, mas

elas se entremeiam em diversos momentos e contextos, posto que se trata de uma prática, um processo, e como tal, dinâmico.

O exercício do poder, no sentido da capacidade de influenciar e fazer prevalecer sua vontade, em relação às mídias no Brasil, liga-se sobremaneira à grande concentração dos meios de comunicação - produtores de sentido - em mãos de poucos grupos. Assim como passa também pela manipulação da opinião do pública, implicando, como vimos a partir de Charaudeau (2016), numa construção de efeitos de sentidos para influenciar as percepções de determinados públicos. Essa opinião pública, como se pode observar no Brasil ao longo do período histórico aqui descrito, baseou-se fortemente na construção de um inimigo comum e de repertórios que dominavam as agendas de discussão.

Tal estruturação torna-se possível em face da grande concentração dos meios de comunicação, que impõe sérias restrições à pluralidade de temas e abordagens, ressaltando, muitas vezes, um viés único que impede a contextualização e a percepção da complexidade de vários assuntos. Uma vez que a mídia corporativa é a detentora do direito (conferido pela legislação) de difundir a informação, a propalada objetividade está subordinada ao desejo de poucos grupos com relevância no espectro econômico do país (os grandes grupos de mídia).

Como nos mostra Thompson (1995, p. 46), “a reprodutibilidade das formas simbólicas é uma das características que estão na base da exploração comercial dos meios de comunicação. As formas simbólicas podem ser ‘mercantilizadas’, isto é, transformadas em mercadorias para serem vendidas e compradas no mercado; e os meios principais de “mercantilização” das formas simbólicas estão justamente no aumento e no controle da capacidade de sua reprodução”. Portanto, a concentração dos meios e da audiência num território de proporções continentais como o brasileiro dá à mídia corporativa o domínio na produção e divulgação de formas simbólicas (encapsuladas nas notícias cotidianas), que se adequam às pretensões e objetivos (econômicos, políticos, mercadológicos, religiosos) desses grupos.

7. JN, UM ATOR IMPORTANTE NO CENÁRIO NACIONAL

Neste capítulo, vamos abordar o papel específico do Jornal Nacional sob a ótica de um sujeito-agente relevante no cenário político nacional e as bases dessa atuação

O Jornal Nacional, criado em 1969, é o carro-chefe do jornalismo da Rede Globo, sendo o telejornal mais assistido do país. Sua média de audiência em 2019 foi de 30,1 pontos (de acordo com o Kantar Ibope, que mede a audiência dos telejornais, cada ponto equivale a 248.647 domicílios, ou seja, o JN é assistido em mais de sete milhões de residências em todo o país)³⁸. Na contagem relativa a alcance individual - que leva em conta o número de indivíduos impactados pelo programa - o JN chegou a superar a novela das 21h, que no momento era *A dona do pedaço*, alcançando 48,9 pontos. Cada ponto equivale a 693.786 indivíduos, ou seja 33.926.135,4 telespectadores. Em termos comparativos, naquele período, o Jornal da Record, principal telejornal da Rede Record, segunda maior rede de TV do país, obteve audiência de 7,8 pontos. Antes líder absoluto de audiência, o Jornal Nacional experimentou momentos recentes de queda, com expressiva redução no período de 2012 a 2015, quando atingiu o índice de 24,8 pontos³⁹, com posterior recuperação, como vemos nos dois últimos anos.

As sociedades contemporâneas são sociedades mediatizadas, e as notícias divulgadas pela imprensa cumprem o papel de mediar a relação dos indivíduos com a realidade, com o contexto social, político e econômico. Há, nesse processo de mediação, uma reelaboração da vida social, e “os meios de comunicação são rodas de fiar no mundo moderno e, ao usar esses meios, os seres humanos fabricam teias de significação para si mesmos (THOMPSON, 1995, p. 36). Na tessitura do discurso de informação, o sentido se materializa nos caminhos dados pelas formas do texto, ele se constrói num processo de transformação e ressignificação dos acontecimentos, por meio de qualificações, descrições e argumentações. Portanto, a narrativa jornalística, que projeta um *ethos* de objetividade e pretensa neutralidade, carrega viés, valores, pontos de vista,

³⁸ O jornalístico da TV Globo experimentou oscilações durante o ano, para mais ou para menos. Em momentos de embate com o governo Jair Bolsonaro, viu sua audiência aumentar - em 19 e 25 de agosto deste ano, a audiência foi de 31,8 pontos, e em 28 de outubro a 3 de novembro, período de forte embate em função de reportagens sobre o caso Marielle, atingiu 30,6 pontos.

³⁹ De acordo com o Painel Nacional de Televisão, em 2012, a média de audiência do JN era de 31,8 pontos, caindo para 24,8 em agosto de 2015, o que representou uma perda de público, naquele período, de 28%. Em agosto de 2019, o JN alcança novamente o índice de 31 pontos, atingindo 31,4.

representações e dissimulações das vozes presentes que, muitas vezes, se ocultam sob estratégias discursivas bem construídas, mas não transparentes.

Pela notícia, o mundo é “filtrado”, tomando uma referência feita por Charaudeau (2013), e filtrado a partir de grupos de mídia que se inserem no mercado (são empresas), disputam espaço político e transportam pontos de vista, valores e crenças - e especificamente considerando-se o filtro a partir da realidade estrutural da Rede Globo de Televisão, temos um grupo com enorme capilaridade, num sistema de propriedade cruzada e cujo sinal atinge 98,37% dos municípios brasileiros, atingindo 99,36% da população do país. Portanto, o Jornal Nacional, principal veículo de jornalismo da Rede Globo, consolida-se como um ator importante no contexto brasileiro, com uma cobertura que não se pode negligenciar e que influencia fortemente o discurso produzido.

Não há, afirma Charaudeau (2013), captura da realidade sem o filtro de pontos de vista e de vieses, o que resulta num objeto discursivo que apresenta um fragmento do real sob forma de notícia - apresentada como “o” real e “a” única verdade. Em um veículo com as dimensões do JN em termos de alcance e audiência, isso se torna sobremaneira relevante. Em relação ao fenômeno – que é uma ocorrência real no Brasil – “corrupção”, para que se transforme “na maior corrupção já vista na história”, é necessário que se construam e se consolidem sistemas de valores que estarão sendo costurados pelo discurso via notícia, pois, para que “o acontecimento exista, é necessário nomeá-lo. O acontecimento não existe em si. O acontecimento só significa enquanto acontecimento em um discurso” (CHARAUDEAU, 2013, p.132).

Portanto, consolida-se nesse período uma narrativa que, a partir de diversas estratégias, dá suporte à legitimação do processo de impeachment, o que tem reflexos determinantes no processo posterior de eleição de Jair Bolsonaro, baseando-se num sistema de propaganda que ressignificou fatos e contextos e operou a partir de um viés determinado para agir em consonância com determinado projeto político e econômico. Tal sistema, como já exposto, ancorou-se nos repertórios corrupção e crise econômica, além de outras estratégias, com variações de acordo com os contextos, e também, a partir de determinado momento histórico, na “parceria” estabelecida, de forma não transparente com o sistema judiciário, especificamente com a Operação Lava Jato, que funcionou como a voz de autoridade a dar base e sustentação às informações transmitidas.

Essa atuação conjunta e em sintonia foi essencial para garantir a fabricação do consenso em torno da existência de um inimigo comum, estratégia que permite o exercício de poder e da dominação sem que haja coerção ou uso de força - como explica Chomsky (1986). Há, portanto, um sistema de propaganda que vai sustentar a produção desse consenso, geralmente em torno de um

inimigo comum, e tal modelo mobiliza determinados vieses e segue padrões na escolha das notícias (o que é destaque e o que não é).

A partir da premissa do Jornal Nacional como um relevante formador de opinião, que filtra os fatos do mundo, transformando-os em notícias a partir de um conjunto de valores e crenças que são os substratos dos repertórios corrupção e crise econômica, elencamos a seguir alguns aspectos importantes para a compreensão da dimensão do papel desse ator no cenário político, econômico e social do país.

1. A TV constrói imaginários sociodiscursivos e formata o modo como os grupos sociais veem os acontecimentos - isso se torna mais evidente ao pensarmos em aspectos específicos, como o enquadramento das notícias, por exemplo. Esses imaginários sociodiscursivos são saberes, consolidados como representações sociais, que se identificam por enunciados linguajeiros que estão inscritos e circulantes em grupos sociais.
2. Sendo a TV a “mídia do visível”, segundo Charaudeau (2013), ela proporciona dois tipos de olhares: transparência (ilusão de transparência), quando pretensamente revela o oculto, o outro lado do espelho; opacidade, quando impõe a sua semiologização do mundo, sua dramatização, sua encenação.
3. É necessário considerar a lógica de uma “máquina de informar”, como ilustra Charaudeau (2005), cujo produto final é a notícia. Portanto, essa notícia que chega às pessoas é um objeto discursivo, não transparente.
4. O acontecimento não existe em si - ele é construído e reconfigurado no processo de construção da informação. Desse modo, não cabe pensar na informação como algo pronto, dado, que fica à espera da coleta pelo jornalista.
5. Há um alinhamento entre as forças/grupos dominantes - em que se inclui também a imprensa - em favor de uma visão de mundo dominante. E há uma cadeia de reciprocidade entre esses atores que se retroalimenta (um exemplo é a “parceria” judiciário/Globo, bastante atuante em determinados momentos).
6. A opinião está presente no relato do acontecimento feito pela imprensa não transparente. Portanto, a ideia de que há relatos neutros na composição da notícia não se sustenta.
7. O relato dos fatos em forma de notícia pode expressar valores e crenças, e, ao fazê-lo, adquire um relevante poder de convencimento. Quando o fato é reconfigurado na construção de uma cena

enunciativa, em uma narrativa da informação, esse poder de convencimento e persuasão é potencializado.

8. No relato da imprensa há a possibilidade de construção de simulacros, uma vez que as asserções são construídas por meio de estratégias discursivas que promovem a persuasão do espectador, como salienta Van Dijk (2013).

Os elementos acima pontuados nos ajudam a compreender que a narrativa levada ao telespectador pela notícia, no período aqui considerado, trabalha esses imaginários sociodiscursivos – portanto, saberes consolidados como representações sociais e identificados por enunciados que circulam nos mais diversos grupos sociais – a partir de dois grandes repertórios, corrupção e crise econômica, que se revezam em graus de importância no noticiário, formatando o modo como os grupos veem os acontecimentos, enquadrando-os em determinados contornos. Na consolidação dessa rede de informação, há um alinhamento entre as forças/grupos dominantes (Mídia – Judiciário – Forças do establishment político mais conservadoras) em favor de uma visão de mundo dominante, com a conformação e consolidação de uma cadeia de reciprocidade que se retroalimenta e define o que importa e o que não importa na notícia, impondo uma agenda política e econômica.

O acompanhamento diário das edições do Jornal Nacional⁴⁰ possibilitou a percepção do funcionamento de estratégias discursivas que permitem apontar a consolidação de uma narrativa no sentido de estabelecer uma legitimação do processo de impeachment, a consolidação da ideia de um inimigo comum a vencer e a consolidação de uma concepção de criminalização da Política (sobretudo no cenário das eleições de 2018). Ao longo desse período, há mudanças perceptíveis no padrão da cobertura, com destaque para temas e abordagens de acordo com o contexto, como retratado na descrição dos momentos discursivos. A partir dos fios-condutores que são os repertórios, é possível delinear um quadro geral do comportamento das edições diárias do Jornal Nacional em períodos temporais para uma análise mais completa das estratégias discursivas:

a) Política e economia são os temas-chave do noticiário, sempre emoldurados pelos repertórios corrupção e crise econômica, nos períodos que englobam o contexto das chamadas “Jornadas de Junho”, eleições de 2014, articulações pró-impeachment, processo de impeachment, posse de Michel Temer.

⁴⁰ Como já dito no Capítulo 2, no período de 2013 a 2019, foram assistidas, observadas e analisadas mais de mil edições do JN.

- b) A partir de meados de 2016, esses dois repertórios se alteram significativamente, ou seja, economia e política perdem espaço, dando lugar a:
- *Economia repaginada*: apesar de um quadro econômico muito grave, tenta-se manter o tom positivo, otimista, numa tentativa de dar a perceber que o país está melhorando num momento em que há o acirramento da crise econômica (aumento sistemático do desemprego, queda na atividade industrial, queda no comércio, baixo PIB);
 - *Violência*: ainda apontada como o grande problema do país, que atinge a todos;
 - *Minorias*: torna-se um dos grandes temas do JN - mulheres, negros, homossexuais, sempre com abordagem de casos de superação;
 - *Justiça*: uma ideia de justiça ampla, para todos, e muito necessária.
- c) Como a crise econômica é marcada discursivamente no noticiário até 2016? Pela menção direta a problemas econômicos reiteradamente, mesmo havendo notícias positivas, o contraponto era negativo, pela dimensão negativa no tratamento de certos dados econômicos, pela resignificação de termos e referentes (“pibinho da Dilma”), pela descontextualização marcada (a crise não se ligava a nenhum fator externo ou contextual – era um elemento solto e sozinho no universo da notícia global).
- d) Paulatinamente, há o recurso de abordagens técnicas (sobretudo na justificativa às ações da Lava Jato) para explicar acontecimentos/fatos e ações de atores específicos, com a utilização cada vez maior de “especialistas” que dão explicações aos telespectadores. Há aspectos técnicos que reforçam o desenrolar de determinados acontecimentos, por isso não há necessidade de contrapontos.
- e) A contextualização é cada vez menos presente nas edições - abordagens bastante específicas desconhecem outros desdobramentos e vozes, e o acontecimento é circunscrito em espaços sociais bem delineados.
- f) Abordagem a-histórica vem num crescendo: não se estabelecem ligações entre acontecimentos do presente e do passado, não há vinculação histórica principalmente na recuperação de aspectos positivos (sobretudo economicamente) dos governos petistas - mas isso se inverte quando se trata de ressaltar a vinculação a aspectos negativos (corrupção, ações econômicas equivocadas, resultados ruins), e a referência sempre é marcada. Em momentos oportunos, portanto, a historicidade é apagada do noticiário.
- g) Paulatinamente, política e economia vão desaparecendo das chamadas da abertura das edições diárias do JN.

h) O boletim do tempo - com notícias sobre enchentes, chuva, sol etc. - passa a ganhar mais tempo nas edições.

Para uma compreensão mais clara do funcionamento dessas estratégias e das alterações na narrativa de acordo com o contexto – em que um mesmo tema ou assunto recebe um tratamento diferenciado –, trazemos alguns recortes dos Momentos Discursivos já apresentados, com exemplos da alteração da cobertura do JN. Um exemplo, entre muitos, é a cobertura das chamadas Jornadas de Junho, em junho de 2013, no Momento Discursivo 1, quando se observa uma visível alteração na cobertura das manifestações das chamadas “Jornadas de Junho”. Na semana de 11 a 17 de junho, quando têm início as grandes manifestações, a cobertura destaca-se pela mudança no tom das reportagens e na forma de referenciar atores e processos. No começo do processo, no dia 11-06, as reportagens cenas mostram muita confusão nas ruas, lixo, depredação – o foco, ainda com as manifestações sob a alçada do MPL (Movimento Passe Livre), é a “bagunça” provocada e o transtorno para a população. No entanto, à medida que o MPL sai um pouco de cena, a partir de 17-06, o tema corrupção começa a se inserir e o tema é “protestos se espalham pelo Brasil”, com o assunto gastos com a Copa ganhando bastante espaço, no esteira da corrupção. A imagem abaixo retrata a grade e o novo tom da cobertura.

Figura 9 – Grade JN “Manifestações de Junho de 2013”



Fonte: JN 17-06-2013

7.1 Construção das cenas enunciativas

As cenas de enunciação legitimam o discurso, por isso, a construção de cenas enunciativas é uma estratégia relevante na abordagem das edições do JN. O discurso, como salienta Maingueneau (1998), pretende convencer instituindo uma cena de enunciação que legitima o que está sendo trazido como discurso (no caso do jornal, a notícia), assim sendo, a cenografia não pode ser tomada apenas como cenário que servirá de ilustração para aquela notícia - ela é essencial para a construção de sentidos no discurso, para que pontos de vista cristalizados sejam levados como notícia. E nessa encenação, as representações, os repertórios, os vieses e os pontos de vista trabalham para integrar aquele cenário, produzindo sentido. Assim temos, por exemplo, a partir de 2015, o uso recorrente de cenários no JN como os mostrados abaixo:

Figura 10 – Cenário do JN com fundo vermelho



Fonte: JN 18-08-2017

Figura 11 – Cenário do JN com fundo vermelho



Fonte: JN 01-10-2018

Os cenários mostram ao telespectador um fundo vermelho intenso (que lembra a cor utilizada pelo Partido dos Trabalhadores), com um cano bem largo por onde escorre dinheiro. É o cenário utilizado para ilustrar as denúncias envolvendo corrupção e as ações da Lava Jato nesse sentido - preferencialmente em relação às denúncias que se referiam a políticos do Partido dos Trabalhadores. O conteúdo de determinadas notícias, sem o recurso da eloquência do cenário, certamente perderia muito do impacto que poderia causar nos telespectadores. O alcance de uma notícia não se dá apenas pelo conteúdo estrito, mas pela forma como esse conteúdo é levado ao telespectador.

Compondo a cena enunciativa, há estratégias como o apelo aos sentimentos (muitas vezes marcada pelo semblante grave e soleno dos apresentadores), com a argumentação alicerçada em forte carga emocional (como no episódio da divulgação dos áudios de Lula e da ex-presidenta Dilma, quando William Bonner e Renata Vasconcelos encenaram as falas divulgadas, com a pontuação de surpresa e certa indignação a cada “palavrão” dito por Lula), numa forte dramatização para manipular o espectador, no sentido de um convencimento em relação à gravidade do tema. No exemplo a seguir, tempos a construção de uma cena enunciativa de um momento significativo em

termos do cenário político nacional, que foi o decreto da prisão do ex-presidente Lula pelo então juiz Sergio Moro.

Figura 12 – Reportagem JN “Moro decreta prisão de Lula”



Fonte: JN 05-04-2017 Link para matéria: <https://globoplay.globo.com/v/6639685/>

O assunto já se situa na chamada principal do jornal. O tom anunciado e que se confirma na matéria é o de mostrar o juiz Sergio Moro como alguém que faz concessões, com profundo respeito aos direitos dos acusados. E isso é marcado pelo verbo que descreve a ação do juiz – Moro CONCEDE o direito ao ex-presidente Lula. Essa ideia perpassa toda a matéria, pois há a descrição dos inúmeros benefícios concedidos a Lula pelo juiz. A matéria também faz um histórico da decisão do STF sobre o pedido de HC, e os apresentadores leem com destaque o ofício do então juiz Sergio Moro. Não há qualquer contextualização que implique, por exemplo, comentários sobre o desenrolar do pedido de prisão, o tempo decorrido.

Em seguida, há uma descrição detalhada dos benefícios concedidos a Lula, como o banho de sol mais longo e a sala individual e com chuveiro elétrico funcionando. Na descrição da sala, fazem uma comparação com a situação de outros presos - que não têm essas “regalias”. Mostram-se as manifestações favoráveis a Lula, em todo o Brasil, bem como depoimentos de vários políticos em Brasília sobre o pedido de prisão. Bonner arremata para projetar o ethos de um jornalismo plural -

lê uma nota afirmando que a Globo cobre todos indistintamente. A matéria tem um tom marcadamente sóbrio, descrevendo as ações e os acontecimentos.

No segundo bloco do jornal, têm lugar as explicações técnicas para o pedido de prisão - há explicação do despacho, o julgamento do STF, os votos de todos os juízes, uma tentativa de explicação para o voto de Rosa Weber, que tem grande espaço na edição, e o histórico de jurisprudência de Carmen Lúcia, que, após 11 horas, “deu o voto de Minerva”. Os blocos são bem marcados no enquadramento do acontecimento: o primeiro o descreve, ressaltando a ação positiva do então juiz Moro ao dar os benefícios ao ex-presidente Lula, agora na condição de condenado, e o segundo opera na base das technicalidades para explicar o desfecho do pedido de prisão e o processo do STF. Também é lida uma nota do PT.

A construção da cena na edição envolve um tom de sobriedade e distanciamento, se atendo a aspectos técnicos para justificar o acontecimento. Nesse momento, portanto, a moldura, o enquadre é o da técnica, com várias vozes de autoridade de outras instâncias (como do Congresso) para repercutir o fato. É também trazido o conceito de segurança jurídica para justificar o desfecho.

Na sequência, Bonner informa que um partido entrou com pedido de liminar contra a decisão da segunda instância, e prossegue a abordagem centrada no aspecto técnico da decisão do STF, numa tentativa clara de afastar qualquer interpretação política - de perseguição política.

No outro bloco, num tom bastante casual, a chamada é para “o dia de Lula”, quando a matéria discute as estratégias do PT após a derrota. Há, ainda, a repercussão na imprensa internacional, bem geral, com as capas dos principais jornais. Em seguida, matéria sobre a investigação em relação aos tiros à caravana de Lula ao sul do Brasil.

Na próxima sequência de matérias, há um retorno ao tema corrupção, com a abordagem sobre a propina no porto de Santos, a denúncia do campo de Libra, e referência ao presidente Temer. No quarto bloco, foco no mandato de prisão de Lula, o helicóptero da Globo sobrevoando o Sindicato e a tentativa de cobrir à distância. O fechamento da edição é com o quadro “O Brasil que eu quero”⁴¹. Há uma grande profusão de vídeos do Nordeste - de vários estados e dos municípios mais longínquos, e as pessoas falando contra corrupção, que políticos corruptos devem ser banidos etc. Mais uma vez, a voz que fala de corrupção é uma voz de autoridade externa - é a voz do povo que grita contra a corrupção de todos. No encerramento da edição, há um reforço à imagem de Moro como autoridade justa, que dá todas as oportunidades para Lula se entregar e dá garantias de que ele foi beneficiado e vai ficar com conforto e em segurança.

⁴¹ Mais adiante, retomaremos a explicação em relação a esse quadro do Jornal Nacional.

7.2 Parceria com a Operação Lava Jato

Deflagrada em 17 de março de 2014, a Operação Lava Jato é considerada a maior investigação contra corrupção no país, de acordo com dados do Ministério Público Federal (MPF). Ela teve início em Curitiba-PR, em uma investigação sobre uma rede de doleiros em vários estados do país, sob comando do então juiz Sergio Fernando Moro. Até março de 2020, quando completou seis anos, a Operação Lava Jato teve 71 fases, milhares de mandados de busca e apreensão no Brasil e também no exterior, 113 denúncias, 159 condenados, R\$ 4 bilhões devolvidos aos cofres públicos e R\$ 2,1 bilhões em multas, de acordo com o MPF⁴².

O tema corrupção foi, desde o começo, a bandeira da Operação Lava Jato, sendo também um dos principais repertórios do Jornal Nacional na narrativa de legitimação do processo de impeachment da então presidenta Dilma Rousseff. Portanto, a justificativa do combate à corrupção foi o elo que sedimentou a parceria entre o maior jornal da maior rede de TV do Brasil e a força-tarefa da Operação Lava Jato, simbolizada sobretudo por dois elementos que se destacaram no acompanhamento diário das edições do JN: rica construção das cenas enunciativas da operação (com a encenação de cada etapa deflagrada como cena e filme) e um timing perfeito na divulgação das investigações.

O acompanhamento das edições diárias do JN nos deu elementos para chegarmos à consideração de que, sem o funcionamento dessa parceria, a Operação Lava Jato não alcançaria o sucesso que alcançou no imaginário da população brasileira, sobretudo da classe média. As fases deflagradas pela força-tarefa eram espetacularmente encenadas e mostradas pelo JN, com enquadramentos precisos, imagens detalhadas que sempre privilegiavam os agentes em ação, vozes específicas de autoridade (prioritariamente os ministros do STF Carlos Alberto Barroso, Edson Fachin e Luís Fux) e o repertório “corrupção” a justificar todos os seus atos.

Ao longo desses anos, houve alguns momentos relevantes para compreendermos o significado do timing na divulgação das investigações - prioritariamente para o Jornal Nacional em momentos contextuais relevantes, vamos explicitar dois deles, com uma diferença de dois anos entre ambos.

⁴² Fonte: Ministério Público Federal e Jornal Folha de S. Paulo <http://arte.folha.uol.com.br/poder/operacao-lava-jato/#capitulo4> Acesso em 20-04-2020.

a) Juiz Sergio Moro libera áudios contendo conversas entre a então presidenta Dilma Rousseff e o ex-presidente – 16 de março de 2016

O então Juiz Sergio Moro libera, e o JN tem acesso exclusivo a elas, gravações de diálogos do ex-presidente Lula, investigado pela Operação Lava Jato com trechos de conversas com a presidenta Dilma Rousseff. O contexto a se destacar era que, um dia antes, a então presidenta havia indicado o ex-presidente Lula como ministro-chefe da Casa Civil, com a repercussão da divulgação, a nomeação é suspensa pelo STF. Nas gravações liberadas pelo então juiz, há conversas com a então presidente Dilma Rousseff, o tema é recortado e tem várias matérias, ao longo da edição, que contempla ainda os chamados painelaços (três minutos) e manifestações na porta do Planalto (dois minutos).

Na matéria que menciona a nomeação de Lula, a primeira do conjunto, o assunto já se insere:

“Nesta quarta-feira, a crise que envolve o governo Dilma Rousseff atinge o ponto mais alto desde o início. Antes que o Diário Oficial efetivasse a nomeação de Lula como ministro, o juiz Sérgio Moro retirou o sigilo de toda a investigação sobre o ex-presidente, e com isso tornam-se públicas, no fim da tarde, conversas telefônicas de Lula. Os integrantes da Lava Jato afirmam que há indícios de uma operação para atrapalhar as investigações. Ainda nesta edição, o Jornal Nacional vai mostrar o conteúdo desses grampos e as reações que eles provocaram”.

A ideia de um governo em crise, portanto enfraquecido, já se coloca de imediato. E isso será repetido ao longo da edição. Outra estratégia argumentativa importante é a ideia de “indícios de operação para atrapalhar a Lava Jato”, trazida pela voz externa de autoridade judicial. Na matéria que trata especificamente dos grampos, o começo:

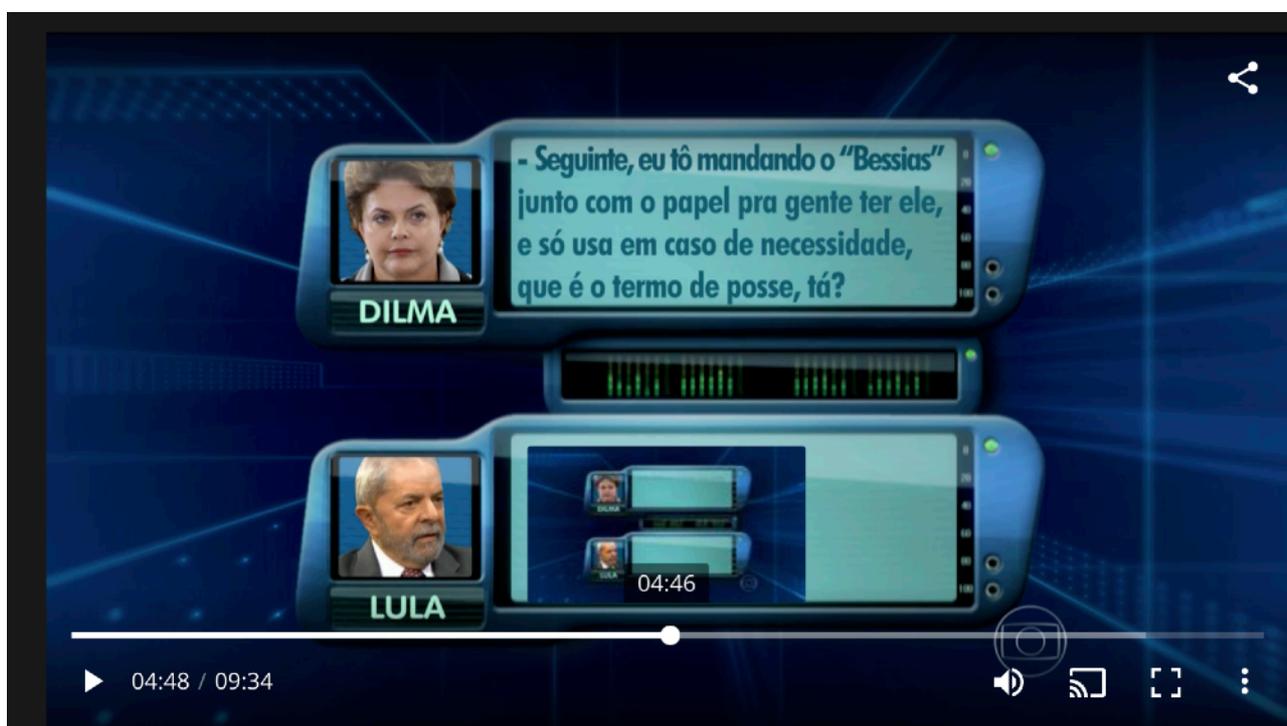
“Nesta quarta-feira, a crise política atingiu o ponto mais alto. O juiz Sergio Moro suspendeu, no fim da tarde, o sigilo da 24a fase da Operação Lava Jato, e com isso conversas do ex-presidente Lula se tornaram públicas. Integrantes da Operação Lava Jato informaram que há indícios de uma ação para atrapalhar as investigações”.

A cena enunciativa da leitura dos conteúdos dos vazamentos dos áudios, lidos e interpretados por William Bonner e Renata Vaconcelos traz uma forte carga de dramaticidade, com gesticulações e impostação de voz num tom de indignação. Não há nenhuma referência às

implicações do vazamento, nomeado como “liberação do sigilo da investigação” que envolve um ex-presidente da República e uma então presidente da República (observem a sequência argumentativa: Moro SUSPENDE SIGILO, por isso as conversas se tornam públicas - não é necessária, portanto, outra explicação). Além disso, também não se explica o caráter repentino da decisão do juiz Sérgio Moro em quebrar a proibição de divulgação dos áudios.

Há destaque para várias falas, que são não apenas lidas, mas projetadas também em telas.

Figura 13 - Reportagem JN “Justiça torna público diálogo entre Lula e a presidente Dilma”



Fonte: JN 16-03-2016 Link para a matéria: <https://globoplay.globo.com/v/4889278/>

Além do destaque para as manifestações contra o governo. O relato do acontecimento (o grampo e os diálogos) não é realizado de modo descritivo, constrói-se uma cena enunciativa, em que os locutores (William Bonner e Renata) interpretam, como atores, os personagens Lula e Dilma em seu diálogo grampeado. Nessa interpretação, há uma entonação marcada para as falas, com destaques para a ocorrência de “palavrões” ditos por Lula. O discurso relatado (as falas de ambos) não aparece como sendo uma fala reportada, mas como fala encenada. O texto não aparece reproduzido, como outras falas reportadas comumente aparecem no JN, ele também não é apenas lido, é encenado pelos locutores. Os trechos do diálogo são entremeados por notícias das

investigações, que trazem sempre como fonte a Polícia Federal. Há sempre um destaque marcado, interrompido na leitura, para os “palavrões” ditos por Lula.

O conjunto de matérias tem, no total, 19 minutos. A edição do Jornal se divide praticamente entre a nomeação de Lula - com espaço para críticas da oposição e manifestação na rua, e as conversas vazadas.

Outro momento bastante elucidativo do funcionamento do timing da parceria é o que mostramos a seguir.

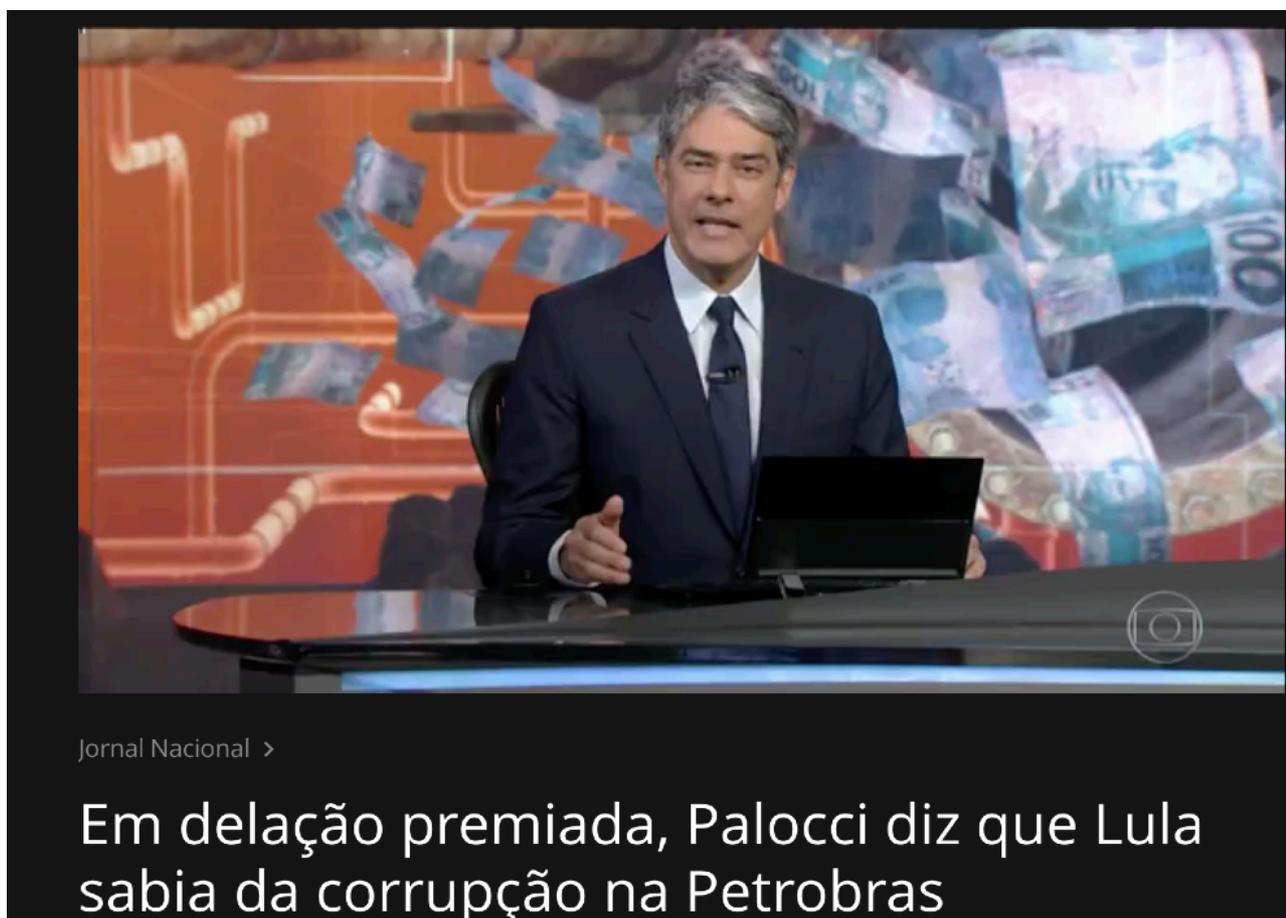
b) Divulgação de trechos de delação do ex-ministro Antônio Pallocci - 1º de outubro de 2018

Era a edição às vésperas do primeiro turno da eleição presidencial, quando o então candidato do Partido dos Trabalhadores, Fernando Haddad, estava em segundo lugar na disputa com Jair Bolsonaro, do PSL, com chances de levar a disputa para um segundo turno. Assim podemos ver, na edição, **o seguinte na edição do JN:**

“O ex-ministro Antonio Palocci diz em delação que o ex-presidente Lula sabia da corrupção na Petrobras e que o então presidente encomendou a construção de sondas para garantir, com recursos ilícitos, o futuro do do Partido dos Trabalhadores e a eleição de Dilma Rousseff. Palocci também disse que as campanhas de Dilma de 2010 e 2014 custaram quase três vezes o valor declarado. O PT afirma que o ministro Palocci mente”.

A imagem de fundo para ilustrar é a clássica cena vermelha com um tubo de esgoto por onde escorre dinheiro. A imagem é animada e vai se alterando à medida que Bonner relata o acontecimento. Quando ele menciona “recursos ilícitos para o Partido dos Trabalhadores”, há uma enorme quantidade de dinheiro escorrendo pelo tubo de esgoto.

FIGURA 14: Pallocci diz que Lula sabia da corrupção na Petrobras



Fonte: JN 01-10-2018 Link para a matéria: <https://globoplay.globo.com/v/7057660/>

Esses momentos mostram uma sintonia excelente num ambiente conjunto de trabalho, um timing perfeito na divulgação de conteúdos de investigações em contextos políticos decisivos, com edições bem alinhadas em termos da construção narrativa, com forte carga dramática e recursos simbólicos e imagéticos na encenação dos acontecimentos. Essa parceria observada entre o Jornal Nacional e a Operação Lava Jato explicita também o modo como a ideologia se faz presente na constituição dos sentidos, operando uma articulação não explícita de duas instâncias (Mídia e Judiciário) que contribuiu para a consolidar de uma narrativa que reorganizou a agenda do debate público de forma enfiada (com tendências determinadas) para favorecer determinados atores e cenários.

Essa configuração a que denominamos de “trabalho conjunto” foi, sem dúvida, a grande sustentação para projetar a necessidade de se combater um inimigo comum (a corrupção vinculada

a atores específicos, como o PT – o que deu origem a conceituações como “a corrupção do PT”) e a construção do consenso. Nessa fabricação, o espetáculo na construção elaborada de cenas enunciativas de agentes em ação, quando conveniente, ocupava o lugar de um noticiário equilibrado, com a construção de enunciados narrativos que privilegiavam o espetáculo (quase sempre no viés do triunfo da punição), o místico, em detrimento do racional. Como resultado desse sistemático processo, houve também a criminalização da política por meio de um destaque sistemático a um viés negativo dessa prática/ação, que passou a ser vinculada ao tema corrupção. Um grande tema que se impôs na agenda do debate público, tendo sido “revelada” como algo até então inédito no país e trazida à cena por uma voz que está autorizada a dizê-lo – o Judiciário, mais especificamente, os procuradores da Operação Lava Jato.

No padrão da linguagem que passa a se consolidar com a cobertura jornalística e a efetiva parceria entre as duas instâncias, houve uma homogeneidade que marcou a sintonia entre esses dois setores sociais, com um pensamento consensual, de parcialidade, para classificar certos segmentos sociais ao lado da ilegalidade, mesmo na ausência de quaisquer elementos mais significativos, enquanto outros são qualificados no campo da legalidade, apesar dos ilícitos materiais. O teor dessa homogeneidade é tecido a partir de categorias como *combate à corrupção, prisão de corruptos, abertura de processos, delação premiada, condução coercitiva, punição aos corruptos* – que se transformam em uma unanimidade entre esses dois setores que atuam um como complemento uniforme do outro – mídia corporativa e o judiciário ou, mais especificamente, JN e Lava Jato.

No decorrer da conjuntura história, com as eleições para presidente da República em 2018, a parceria se mantém, mesmo após as denúncias apresentadas pelo site The Intercept Brasil com mensagens e conversas comprometedoras entre o procurador da República Deltan Dallagnol e o então juiz Sergio Moro, que havia se tornado ministro da Justiça do candidato vencedor. Naquele novo contexto, e diante das denúncias, o enquadramento da cobertura do Jornal Nacional apostou na criação de um fato “novo” para consolidar uma narrativa de sustentação à Lava Jato. Esse fato novo que emoldurou a cobertura a partir de 10 de junho de 2019 foi a afirmação de uma suposta ação ilegal para a obtenção dos dados divulgados. Podemos ver que a chamada para a matéria sustenta a argumentação:

“A Polícia Federal suspeita que a invasão a celulares de Moro e procuradores foi **uma ação orquestrada**”.

Portanto, o acontecimento inicial (o teor das conversas comprometedoras) deixa de ser um fato relevante para o telejornal, que recria os acontecimentos, instituindo novos aspectos ao fato. Os acusados se tornam, na trama, vítimas de um novo ator inserido na narrativa, um hacker, e são retratados, portanto, como vítimas de um crime. Vejamos a estruturação da notícia na bancada:

Renata Vasconcelos: “A divulgação de mensagens atribuídas a procuradores da força tarefa da Lava Jato e ao então juiz Sérgio Moro provocou diversas reações no mundo jurídico. As manifestações de condenação se dividiram entre o conteúdo das supostas conversas e a condenação à forma ilegal como foram obtidas. Segundo o site Intercept, que publicou as mensagens, elas foram extraídas do aplicativo de mensagens Telegram”.

William Bonner: “Na semana passada, o ministro Sérgio Moro já havia denunciado ter sido vítima de um crime. O celular dele foi invadido por meio do aplicativo de mensagens Telegram. O Intercept disse que obteve as informações de fonte anônima antes da invasão do telefone do ministro. Mas o procurador Deltan Dallagnol já havia denunciado ter sido vítima do mesmo crime em abril, quando comunicou o fato à Procuradoria Geral da República”.

Na abertura, a linha argumentativa já insere a dúvida em relação à autenticidade das mensagens que recebem a predicação *atribuídas a procuradores*, bem como explicita a dúvida em relação à legalidade da divulgação, com a taxativa asserção de que a obtenção das mensagens foi feita *de forma ilegal*. Na continuidade da narração, sem que haja destaque para o teor das mensagens acusatórias, observam-se elementos discursivos que estruturam um discurso que respalda a tese de defesa dos acusados, Sérgio Moro – *vítima de um crime, teve o celular invadido* – e Deltan Dallagnol – *havia denunciado ter sido vítima do mesmo crime em abril*.

Considerando que o sentido é mobilizado por construções e formas simbólicas, como nos mostrou Thompson (1995), o destaque dado na reportagem a esse novo personagem, o hacker, na narrativa das denúncias feitas contra o então ministro Sérgio Moro e o procurador Deltan Dallagnol, esvazia o impacto do tema original, as denúncias reveladas pelo The Intercept Brasil, conferindo um novo caminho de interesse para o espectador.

Na sequência da matéria, o procurador Dallagnol entre em cena falando em um “receio que a ação avance para deturpar fatos e acontecimentos”. As vozes externas a conferir autoridade aos fatos novos (o hacker, a invasão a celulares) são de juízes ou “especialistas” e estão colocadas em dois lados: os que defendem e os que condenam a liberação. A ideia de que houve algo ilegal, sem dúvida, já está posta, marcada para minimizar o peso das denúncias feitas.

No decorrer das semanas e dos novos vazamentos publicados pelo The Intercept Brasil, o enquadramento prioritário foi o de crime, tipificado pela invasão de um hacker. Houve, concomitantemente, a operação de silenciamento em relação a dois sujeitos relevantes no acontecimento: o então ministro e ex-juiz Sergio Moro (num viés positivo, pois as matérias não levantaram qualquer referência ao fato de ele ser então ministro) e o jornalista Glenn Greenwald (que não era referido como ganhador do prêmio Pulitzer de jornalismo, um dos mais importantes do mundo).

Nesse processo de levar ao público a informação sobre o caso, estratégias de organização do discurso estruturaram modos de dizer para direcionar o espectador rumo a determinada construção de sentidos. Simbólica e argumentativamente, para que a mensagem pretendida fosse efetiva, era preciso estruturar essa versão do fato original – vazamento de conversas entre procuradores e o juiz do caso – para que disputasse a opinião pública e se impusesse de fato como nova narrativa. Assim, como na construção de um roteiro, temos alguns passos que se organizaram discursivamente para consolidar a narrativa de defesa de uma estrutura (a Lava Jato) e de um personagem (juiz combatente contra a corrupção, Sergio Moro), com a desconstrução de um acontecimento e a estruturação de um novo fato que vai tomar a cena.

Nesse processo, há dois momentos que se distinguem após a divulgação dos áudios, como veremos a seguir:

10 de junho - Início das denúncias	
Contexto	O primeiro dia da edição do JN logo após o vazamento das conversas
Enquadramento	Ilegalidade na obtenção das informações pelo The Intercept. Essa é a ideia levada ao público, sobrepondo-se à ocorrência inicial (as conversas em si).
Construção da argumentação	Para que se efetive a ideia apresentada, é preciso que uma voz autorizada, legitimada a dizer, o faça. Portanto, quem apresenta a ideia ao espectador é o STF, para reforçar a assertiva de que houve ilegalidade no processo de obtenção das conversas (não é o jornal quem está dizendo, é uma voz autorizada a dizê-lo, uma voz da Justiça). Outro elemento na construção é a marcação de certas palavras ou expressões, como a predicação “ilegal” para as investigações, repetido ao longo das matérias, além da assertividade em nomear os acontecimentos como “invasão”, “atentado”, “ataque”. Além disso, a outra linha argumentativa reforçada é a da importância da Operação Lava Jato, o que também é reiterado por uma voz de autoridade. Assim, na edição de 10 de junho, o ministro do STF, Gilmar Mendes, levanta a suspeita de uma ilegalidade e a condena, e o ministro Luis Roberto Barroso reforça o papel da Lava Jato, dizendo que ela é essencial e afirmando que a corrupção sempre existiu no Brasil. A partir dessas falas autorizadas, o repertório corrupção é trazido novamente à memória do espectador. Na edição do jornal, em 10 de junho, elementos comprobatórios da tese de “invasão” são mostrados, como gráficos, e outra voz de autoridade, a PGR Raquel Dodge, instaura o fato novo ao confirmar a gravidade do “atentado”, qualificando uma suspeição como fato.
A partir de 13 de junho - sequência das denúncias	
Contexto	Repercussão das primeiras denúncias
Enquadramento	Ataque de hackers aos celulares dos procuradores
Construção da argumentação	<p>para consolidar o roteiro e o fato ressignificado, há novos elementos que são adicionados à narrativa construída, ampliando-se a ideia de um ataque, dimensionando esse fator e reafirmando se tratar de uma “invasão” (portanto, um evento de grandes dimensões), que atinge outros atores. Conforme a abertura da matéria:</p> <p><i>“As investigações iniciais mostraram que o <u>ataque</u> de hackers a <u>autoridades</u> ligadas à Operação foi <u>muito mais amplo</u> do que se supunha e <u>atingiu também políticos</u> e um grupo de integrantes do Conselho Nacional do Ministério Público”.</i></p> <p>O novo personagem sobre o qual recai o foco da nova narrativa é o hacker. Uma estratégia relevante para a consolidação da nova narrativa é a construção de um inimigo, e esse passa a ser o jornalista Glenn Greenwald. Nas edições do JN, o significado dele no cenário jornalístico é completamente diminuído, e o jornal não faz referência a fatos que possam dimensionar sua importância nesse cenário - como o prêmio Pulitzer e o desvendamento do caso Snowden. Pelo texto, marca-se um posicionamento desse novo ator, o hacker, que afirma não “ter partido”. Há espaço também para Moro reafirmar que não há ilegalidade. A ideia inicial do roteiro ainda se mantém. Uma estratégia relevante para a consolidação da nova narrativa é a construção de um inimigo, e esse passa a ser o jornalista Glenn Greenwald. Nas edições do JN, o significado dele no cenário jornalístico é completamente diminuído, e o jornal não faz referência a fatos que possam dimensionar sua importância nesse cenário - como o prêmio Pulitzer e o desvendamento do caso Snowden.</p>

7. 2.1 A emergência de uma linguagem totalitária

Essa parceria possibilitou também a emergência do que podemos denominar de uma Linguagem Totalitária (LT) nos moldes do Brasil contemporâneo. No esforço de compreender essas bases, a primeira ação necessária é trazer a mídia corporativa como o instrumento/suporte de um sistema de propaganda⁴³ que, ideologicamente, ressignificou acontecimentos e operou a partir de um viés tendencioso. A partir de determinado momento, tal ação é suportada pela parceria estabelecida, de forma velada, com o sistema judiciário, em especial com a Operação Lava Jato, que funcionou como voz de autoridade a dar base às informações transmitidas. A partir desse pressuposto, Mari e Santana (2018) elencaram, então, os elementos conformadores dessa LT, quais sejam:

1. Criminalização da política por meio de um destaque sistemático a um viés negativo dessa prática/ação (dando grande destaque a um tema recorrente, presente em boa parte do noticiário, que foi a corrupção).
2. Construção de enunciados narrativos que privilegiam o espetáculo, o emotivo, em detrimento do racional.
3. Ressignificação e abordagem dos acontecimentos numa perspectiva a-histórica: não há um passado subjacente a alguns fatos.
4. Silenciamento reiterado, não aleatório, em relação a assuntos e personagens específicos.
5. Simulacro e realidade frequentemente se misturam, criando uma perspectiva de termos e conceitos repletos de significados - *bolivarianismo, luladrão, petralhas, comunopetismo, pedaladas, esquerdopata*.
6. Um grande tema/conceito se impõe - ou é imposto - e passa a nortear a vida em sociedade: *corrupção*, apresentada sob a ótica de algo até pouco tempo inédito no país, uma ficção bem construída, sempre trazida à cena por uma viés de autoridade (Judiciário).
7. Estabelece-se uma mobilização contra o livre pensamento, na qual impera o desejo de impedir o outro de falar - o direito à palavra e à expressão é cassado. Temos como exemplo, recentemente,

⁴³ Conforme já descrito a partir da abordagem de Hannah Arendt, trazida à discussão no item I, Totalitarismo.

o projeto Escola Sem Partido, que traz no bojo a tentativa de cerceamento à liberdade de pensamento e às atividades acadêmicas, entre outros.

8. Há uma recusa sistemática à diversidade, uma defesa persistente de valores familiares com pretensões à moralidade.
9. É estabelecida ainda uma polarização, em termos de campos conceituais: nós vs. eles, com extensões qualificadas entre democratas vs. comunistas, cidadãos vs. bandidos, honestos vs. corruptos.
10. Insere-se na pauta uma concepção cada vez mais forte de justificação, com uma deformação programática de conceitos, de posturas de figuras do Judiciário - que deveriam representar um funcionamento institucional -, disseminada por uma mídia solícita em destruir reputações que não se ajustam ao seu figurino ideológico, numa sociedade sedenta de justificação.

Nessa construção bem arquitetada, queremos retomar dois aspectos discutidos por Arendt em relação ao totalitarismo. O primeiro refere-se à estratégia do domínio totalitário, usando obviamente a propaganda, de trazer à tona (pela construção reiterada do noticiário) medos que compõem o imaginário da população, no caso do Brasil, medo da violência, do desemprego, da queda no padrão de vida. Há um anseio por coerência na explicação dos fatos, e a propaganda totalitária se encarrega disso, trabalhando os fatos ressignificados num arranjo lógico, coerente, com a costura dos repertórios trazidos diariamente pelo noticiário: *Há uma crise econômica. A pior já vivida no país. Você não conseguirá nem mais comprar tomate. Não poderá ir a Miami. É preciso tirar a presidente culpada por isso. Ela deu pedaladas. Ela é corrupta.*

A explicação se fecha então na orientação a uma explicação total causal dos fatos e na compreensão de que o combate a essa corrupção sem precedentes demanda e justifica todo e qualquer tipo de ação. Já estabelecidos os campos de sentidos (como explicitado no Capítulo 4) e o inimigo a vencer, o herói personificado é um juiz, cuja voz de autoridade não é passível de questionamentos. A narrativa totalitária produz o consenso em torno do inimigo (a corrupção ligada a um grupo) e do herói (o juiz Sergio Moro).

7.3 Campos de sentidos

Em momentos discursivos específicos, se estabelecem campos discursivos determinados que aglutinam sentidos. No Momento Discursivo 3, num contexto de eclosão de denúncias de corrupção e de fortes protestos contra a então presidente Dilma Rousseff, vamos observar um primeiro campo de sentidos que se estabelece, marcadamente a partir da cobertura das manifestações contra o então governo e a favor dele, sobretudo a partir de março de 2015. Na cobertura das manifestações, como já demonstrado na página 48, há um viés que se denota pela construção das chamadas para as manifestações. Em relação aos campos, portanto, temos:

1º campo: NÓS X ELES

NÓS: cidadãos comuns, autodenominados cidadãos de bem, sem filiação partidária ou ideológica, os que se manifestam de verde e amarelo e o fazem pela pátria, não por interesses corporativos, não toleram corrupção, querem o “meu Brasil de volta”.

ELES: petistas e/ou ligados a centrais sindicais e movimentos sociais, não se posicionam contra a corrupção e defendem interesses setoriais, não os da “pátria”.

Vejamos a grade da edição do dia 16 de março, um dia após as manifestações contrárias ao governo Dilma Rousseff:

Figura 15 – Grade JN



Fonte: JN 16-03-2015 Link para a edição: <https://globoplay.globo.com/v/3945780/>

O campo de sentido se estabelece na marcação entre corrupção (Eles) e manifestantes que dão “o recado das ruas” (Nós). Na grade da edição, as matérias sobre corrupção têm o tempo de 15 minutos e 24 segundos; as matérias sobre as manifestações e seus desdobramentos somam 24 minutos. Há um espaço grande para a entrevista coletiva concedida pela ex-presidenta para falar sobre as manifestações de domingo, 15-03, e a manchete destaca que ela “ouviu o recado das ruas”, delimitando que, somente a partir daquele momento, havia a manifestação “do povo”, não profissional ou conduzida por “militantes” ou “sindicalistas”. No estabelecimento desse campo, há espaço para a manifestação de outras vozes de autoridade – os líderes de oposição - que se manifestam sobre os protestos e estabelecendo esse confronto com a então presidenta, que aparece na edição numa posição de quem tem de dar explicações e pedir desculpas.

Em 2018, ano eleitoral, recorte do Momento Discursivo 7, temos então o segundo campo de sentidos que se estabelece fortemente na cobertura do JN, estabelecido a partir do quadro “O Brasil que a gente quer”, exibido no JN durante o ano eleitoral de 2018, como vemos a seguir.

2º campo: BRASIL QUE A GENTE QUER X BRASIL QUE NÃO QUEREMOS

A partir da perspectiva do quadro, que traz muitos depoimentos de todo o país, com relatos, críticas e pedidos, constroi-se um cenário em que há campos que delineiam:

1. O Brasil que não queremos é o da política, onde há corrupção, todos os políticos estão envolvidos. É também o da violência, que se dissemina por todo o país, sem controle, atingindo o “cidadão de bem”, honesto, que trabalha. O enquadramento da política passa a ser o da corrupção.
2. “O Brasil que a gente quer” é o dado pelos depoimentos em vídeos e pelos quase documentários de jogadores da seleção: sem políticos corruptos, onde há pessoas se esforçando e conquistando, por mérito próprio e sozinhas, coisas melhores na vida.

Nesse período, observa-se que as edições do JN passam a se estruturar com em blocos compartimentalizados, que vão compor grandes blocos de sentidos, obedecendo à polarização entre o Brasil que queremos e o Brasil que não queremos mostrado pelo quadro “O Brasil que a gente quer” ganha cada vez mais destaque. O enunciador JN/Bonner não se faz presente em nenhuma

outra matéria – ele mantém um distanciamento enunciativo. Mas aparece interagindo, comentando os vídeos do quadro, numa interação com o cidadão comum. A ele não interessam esses políticos imersos todos em corrupção.

O espectador é interpelado por essa cenografia, e não pelo quadro cênico composto pela estabilidade do quadro cênico geral do telejornal - notícias sobre vários temas, aparentemente aleatórias.

Há uma clara caracterização dos dois “brasis” no uso recorrente de termos como democracia (sempre no desfecho do quadro Brasil que queremos), corrupção (no primeiro bloco, sempre por uma voz de autoridade, o STF), esperança (quadro Brasil). Operando com o modelo de propaganda de Chomsky, é possível identificar duas ideias marcadas que vão tomando corpo a cada edição e constituindo uma polarização em termos de sentidos:

- a) O Brasil que não funciona, o da corrupção, é quase passado. Está ligado a grupos da “velha ordem” - esse termo foi cunhado pelo ministro Barroso e aparece reiteradamente no JN. Esses grupos teimam em sobreviver (também pela voz de Barroso), mas serão expurgados (essa é a ideia que permanece com as matérias reiteradas de julgamentos e ações do judiciário).
- b) Por outro lado, o “O Brasil que queremos” é aquele com o qual Bonner dialoga. É aquele Brasil da esperança, dos jogadores da Copa que eram pobres, o país que funciona - basta só limpar a corrupção, que tem personagens marcados temporalmente, espacialmente e contextualmente.

A polarização entre os campos está bem demarcada pela definição dos blocos no agrupamento das notícias: primeiro, o Brasil da “velha ordem”; depois, o novo Brasil que quer surgir (o que somente será possível se a velha ordem (da qual fazem parte TODOS os antigos políticos) for eliminada, para o bem do Brasil. Nesses campos que se estabelecem, as escolhas lexicais revelam o posicionamento desse sujeito-ator Jornal Nacional em relação aos outros atores envolvidos.

7.4 Agendamento

Ao longo das edições de 2014, o assunto “inflação” se insere de forma sistemática no JN, impondo a discussão como relevante num contexto econômico que era favorável - havia bons índices de emprego/desemprego, renda, consumo etc. O tema passou a ser o mais discutido, mesmo

quando havia um cenário claramente positivo, com bons índices de emprego e renda, bolsas subindo, dólar em baixa, e mesmo que os índices de inflação não fossem elevados, passando a definir a agenda pública de debates em torno da economia. Havia também a marcação constante em relação a um tema que começava a se firmar nos debates cotidianos: a ideia de que o brasileiro pagava muitos impostos e não tinha retorno (um assunto que se constituiu como elemento simbólico significativo nas manifestações contra o governo Dilma Rousseff). Portanto, temas negativos de economia quando havia um cenário positivo, sistematicamente se inserem na grade das edições sucessivamente. Assim, mesmo num cenário de shopping center cheio de pessoas comprando, a cena enunciativa trazia a mensagem “preocupação com a inflação”.

As figuras abaixo mostram alguns recortes.

Figura 16 - Reportagem JN “Preocupação do brasileiro com a inflação”



Fonte: JN 07-10-2014 Link para a matéria: <https://globoplay.globo.com/v/3681278/>

Figura 17 - Reportagem JN “Brasileiros pagam R\$ 90,7 bilhões em impostos”



Fonte: JN 14-10-2014

7.4.1 Os repertórios em funcionamento

No dia 27-10, um dia após a reeleição de Dilma Rousseff, já havia duas matérias, totalizando quase um minuto, sobre denúncias na Petrobras, e no dia 06-11, o binômio “dólar sobe bolsa cai” já voltava às edições do JN, como mostram as imagens abaixo:

**Figura 18 - Matéria JN
“CPI mista da Petrobras cancela depoimento do doleiro Alberto Yousseff”**



Fonte: JN 27-10-2014

Figura 19 - Matéria JN

“Dólar fecha o dia em alta e a Bolsa de Valores de São Paulo em baixa” 06-11-2014



Fonte: JN 06-11-2014

Bem como podemos observar o retorno do “fantasma” da inflação - “preocupação dos brasileiros” segundo a matéria do dia 7-11, menos de um mês após o final da eleição e ainda com a montagem do novo Ministério de Dilma Rousseff. Na abertura da reportagem, o dimensionamento de um problema persistente:

O IBGE divulgou hoje a inflação oficial do Brasil em outubro ficou em 0,42%. É menor do que a de setembro, mas em 12 meses, a inflação acumulada continua acima do limite máximo de tolerância do Banco Central. Entre os grupos que mais pressionaram os preços está o de habitação, especialmente por causa das contas de luz. Nesse período, a energia no Brasil subiu em média 16,77%.

Figura 20 - Matéria JN
“Inflação oficial do Brasil fica em 0,42% em outubro”



Fonte: JN 07-11-2014

Na sequência, outra matéria, de 2 minutos e 18 segundos para repercutir a inflação (que não havia aumentado naquele mês).

“Alimentos e bebidas também subiram acima da média. Apesar de ter aumentado menos em outubro, o preço da carne acumula alta de 17,6% em um ano. A inflação só não foi maior porque produtos como leite longa vida, batata inglesa e farinha de mandioca tiveram quedas expressivas”

Entra fala da personagem, Rúbia:

“Nas nossas contas de casa, fixas, nada mudou, a gente economizou mais nesses serviços extras que não são tão necessários assim”.

Volta a matéria, com gráficos:

“Em 12 meses, o preço dos serviços aumentou quase dois pontos percentuais acima do IPCA. A habitação subiu 8,48% no mesmo período, o maior valor desde 2004. Só o preço dos alugueis teve alta de 9,4%”. Entra fonte (economista da PUC Rio): “Com o mercado de trabalho muito aquecido, com os aumentos reais de salário mínimo, você passou a ter os serviços variando acima de 7 ou 8%. Esse ano vai acontecer a mesma coisa”.

Volta a narração:

“Além da energia elétrica, os alimentos e alguns serviços continuam pressionando a inflação” (abertura).

Reportagem: *“Rúbia reclama do custo dos serviços para a filha Ana Luísa. Tem a creche, o pediatra, as roupinhas da menina de quase dois anos. A Rúbia é contadora. Também uma especialista em administrar as contas da casa, e mudou a rotina para se adaptar às despesas maiores com a tarifa da energia elétrica, as contas mais altas com a empregada doméstica e o preço da comida fora de casa, que também subiu. Tudo isso sem comprometer a qualidade de vida. Ela trocou a empregada fixa pela Patrícia, que faz faxina duas vezes por semana, economizou em mão de obra, que já subiu 11,3% nos últimos 12 meses. Rubia, que trabalha fora, também trocou o almoço em restaurantes pela marmita: alimentação fora de casa subiu 10% no mesmo período”.*

Entra outra fonte, do IBGE, que afirma: “As passagens aéreas, no ano, com o aumento de voos, também diminuíram. então, enfim, o resultado do IPCA é uma média, do consumo das famílias que envolve tanto aumentos quanto reduções ou ate estabilidade”.

Figura 21 - Reportagem JN
“Energia elétrica, alimentos e alguns serviços continuam pressionando a inflação”



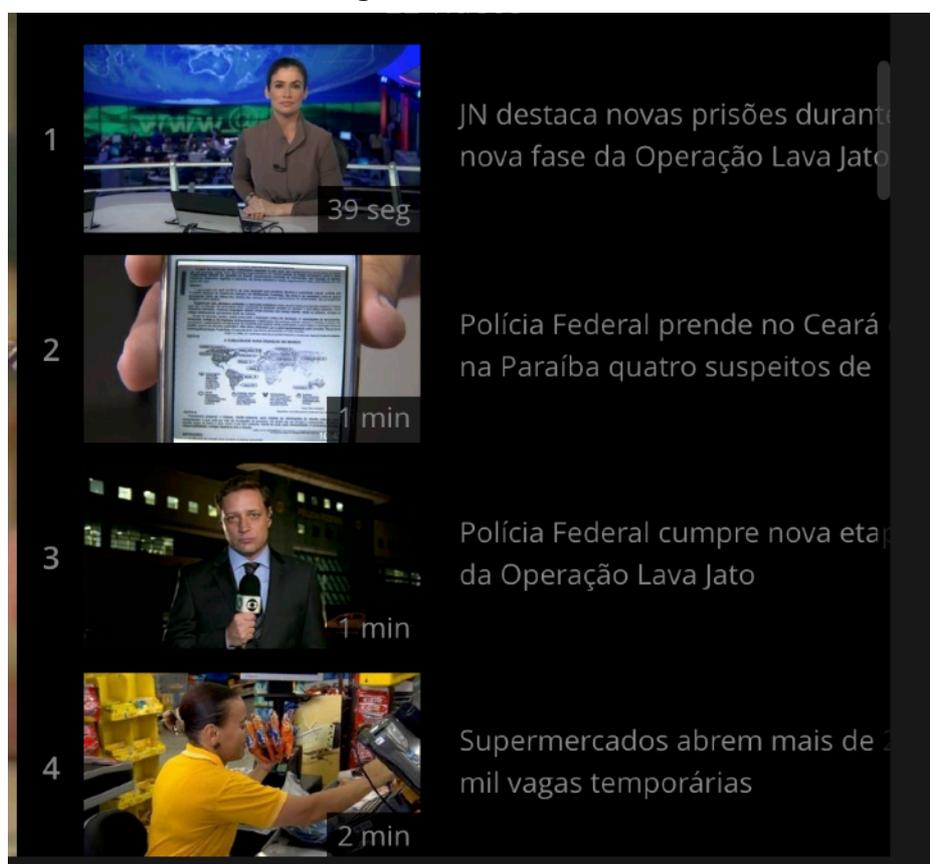
Fonte: JN 07-11-2014 – Link para a matéria <https://globoplay.globo.com/v/3750850/>

As fontes ouvidas relatam um cenário de: aumento de demanda, mercado de trabalho muito aquecido, aumento real do poder de compra dos trabalhadores, mas o enquadramento da matéria é a inflação, sem relacioná-la a essas questões, ou seja, economicamente falando, a inflação era em decorrência de um mercado aquecido, o que era positivo. E a matéria não faz essa abordagem. Na sequência da edição, o então secretário de Política Econômica foi ouvido. Ao todo, o assunto inflação tomou 3 minutos da edição do jornal. Várias matérias sobre desaceleração da indústria

colocando foco nos impostos, na carga tributária elevada segundo os empresários. Após o foco na inflação, o próximo tema para colocar a economia num quadro negativo era “desaquecimento”.

Em relação ao repertório corrupção, as fases da então recente Operação Lava Jato eram sempre mostradas com destaque e, na edição, sempre havia matérias mostrando problemas na Petrobras - com balanço, com resultados, etc - e outras notícias ruins para a economia. Como na edição de 14 de novembro de 2014, em que as ações da Operação Lava Jato, com a prisão de Renato Duque, ex-diretor da Petrobras, tiveram ao todo 11 minutos e 36 segundos (em matérias diferentes). Na mesma edição, matérias com viés negativo de economia,, mostrando o funcionamento dos repertórios, como é possível ver na grade abaixo:

Figura 22 – Grade JN



Fonte: JN 14-11-2014

Figura 23 – Grade JN

5	 <p>26 seg</p>	Economia brasileira perde mais de 30 mil empregos com carteira
6	 <p>29 seg</p>	Prazo que o trabalhador tem pra questionar na Justiça valores não
7	 <p>2 min</p>	Estudo comprova a importância de se planejar a fase de aposentado
8	 <p>2 min</p>	Desafio tecnológico leva estudantes de sete estados à Região dos Lagos
9	 <p>1 min</p>	Sábado (15) será chuvoso em quase todo o país
10	 <p>2 min</p>	Pesquisador cria painel que diminui os custos de implantação das
11	 <p>27 seg</p>	Policiais estão procurando um animal que foi visto nos arredores
12	 <p>2 min</p>	Armazenamento de água se torna fundamental para projetos de

Fonte: JN 14-11-2014

Figura 24 – Grade JN 14-11-2014

14	 <p>5 min</p>	Polícia Federal e Receita Federal conduzem mais uma etapa da
15	 <p>3 min</p>	Polícia Federal prende o engenheiro Renato Duque na Operação Lava Jato
16	 <p>1 min</p>	Partidos de oposição pedem o aprofundamento das investigações
17	 <p>36 seg</p>	Palácio do Planalto não comenta nova etapa da Operação Lava Jato
18	 <p>2 min</p>	Presidente Dilma está na Austrália para o encontro de líderes do G-20
19	 <p>1 min</p>	Ações da Petrobras caem na Bolsa de Valores de São Paulo e de NY
20	 <p>1 min</p>	Fabrizio Werdum disputa cinturão peso-pesado do UFC
21	 <p>2 min</p>	Exposição em Brasília mostra a trajetória de Wassily Kandinsky
22	 <p>41 seg</p>	Comboio sai da sede da PF com Renato Duque e outros quatro

Fonte: JN 14-11-2014

Na matéria 5, que vem após uma série sobre a Lava Jato (corrupção na Petrobras), matéria curta diz que país perdeu 30 mil vagas em outubro - o que era um dado pequeno considerando-se que o desemprego vinha apresentado tendência de queda ao longo do ano de 2014. E numa matéria anterior já havia a sinalização de que os supermercados abririam 20 mil vagas temporárias. A disposição da grade, com o rol de matérias na edição, é relevante para a observação de funcionamento dos repertórios como esses substratos temáticos que vão compor a linha argumentativa – como a dizer que, apesar de boas notícias, há o problema da corrupção.

7.5 Representações

As representações constroem uma organização do real por meio de imagens mentais transpostas em discurso ou em outras manifestações comportamentais dos indivíduos, sendo tomadas como se fossem a própria manifestação do real. Nesse processo, há a conformação de um sistema de valores que se torna norma de referência fazendo, portanto, com que uma construção que representa um aspecto de real seja tomada e considerada como o real em si. Assim, por exemplo, as entradas em relação a Dilma Rousseff, a depender do momento discursivo, sobretudo no período da eleição de 2014, eram antecedidas e quase sempre secundadas por notícias negativas de economia (com as devidas referências: crise, pibinho, déficit). Portanto, reforçava-se a alusão à incompetência. Em relação a Lula, a alusão prevalente era a da corrupção, com a mesma estrutura.

Observemos como os referentes utilizados na abordagem dos temas principais Política e Economia, bem como na referência a alguns atores do espectro político, delimitam os cenários e estabelecem campos de sentidos. Portanto, temos que POLÍTICA = CORRUPÇÃO e ECONOMIA = CRISE, e as alcunhas utilizadas para determinados temas encapsulam a abordagem e a percepção, já na apresentação de diversas reportagens: Petrolão, Mensalão, Brasil em crise, Crise, Recessão, “petistas”, “mensaleiros”. Tais denominações se repetem como marcas que fazem referência a determinados grupos e/ou sujeitos e instauravam lugares que se opõem (da não corrupção, do cidadão de bem, do Brasil verde e amarelo).

Relembrando Charaudeau (2014), “para que um acontecimento exista, é necessário nomeá-lo”, assim, os problemas econômicos no Brasil (alta de preços, pouco crescimento, desemprego), mostrados por dados oficiais, deixam de ser problemas econômicos, que agregam um conjunto de sentidos, e se convertem nos marcos “Crise sem precedentes”, “Recessão”, um outro campo de

sentidos que integra um sistema de valores específico. Na narrativa jornalística, o movimento de nomear e predicar, qualificando, personagens e acontecimentos, alimenta o que Bakhtin denominou de uma “ideologia cotidiana”, aquela que parte de um sistema de referência (a mídia corporativa) e se insere nas instâncias da vida cotidiana (o bar, o salão, o supermercado, as famílias).

Vamos tomar como exemplo a forma como a macroeconomia é abordada pela mídia, propondo uma análise em relação a determinantes político-ideológicos que norteiam e estruturam a cobertura de economia do Jornal Nacional em dois distintos momentos históricos do país - 2014 e 2019 - para observarmos como se dá esse processo de produção de sentido pela construção da notícia econômica.

a) O JN e o emprego/desemprego em dois momentos históricos

1. Desemprego no governo Dilma - dezembro em 2014

Em **janeiro de 2015**, a taxa de desocupação do ano de 2014 foi estimada em **4,8%**, o menor nível da série histórica da PME. Havia 1, 176 milhão de pessoas desocupadas no país. O assunto não mereceu nenhum destaque, sendo apresentado no enquadramento que vemos abaixo (matéria na íntegra, com 36 segundos, já reproduzida no Capítulo 4).

Figura 25 – Matéria JN “Desemprego fica em 4,8% em 2014”



Fonte: JN 29-01-2015 Link para a matéria: <https://globoplay.globo.com/v/3928763/>

Naquele momento, o país registrava o índice histórico de desemprego de 4,8%, um recorde muito positivo e nunca antes registrado. Retomando Emediato (2008), há uma orientação do enquadramento pela tematização – a tela projeta um quadro com números e o versal DESEMPREGO, sem qualquer contextualização do significado daquele assunto. O quadro mostrado limita a percepção do espectador em relação a um tema complexo e que poderia ter muitas nuances na abordagem - um recorde histórico, mostrando os índices já registrados e as políticas econômicas adotadas ou ainda uma contextualização do ponto de vista da realidade recente de desemprego no país, que já havia levado, por exemplo, à situação de pessoas formadas em engenharia buscando vagas em concurso para limpeza urbana.

2. O “emprego informal” no governo Temer

Em 31 de janeiro de 2018, menos de 2 anos após o impeachment, o índice de desemprego era de 12,7%, o pior em cinco anos. Na abertura da matéria, Bonner anuncia uma perspectiva diferente de cenário:

“Os sinais de RECUPERAÇÃO da economia ainda são discretos, mas suficientes para ESTIMULAR mais pessoas a procurarem emprego”

Figura 26 – Matéria JN “Busca por emprego aumenta com sinais de recuperação da economia”



Fonte: JN 31-01-2018 Link para a matéria: <https://globoplay.globo.com/v/6465462/>

Naquele momento, passam a ter espaço termos como “emprego informal”, “emprego sem carteira assinada”, “emprego por conta própria”. É um momento de grave precarização do emprego, atingindo um patamar alto que vem numa tendência contínua de subida, num ano eleitoral, e o desemprego é uma pauta dos grupos políticos alinhados à esquerda. Na nota, destaque para expressões como “emprego informal” e “emprego sem carteira”, termos que consolidam a ideia de que havia uma recuperação. Mas naquele momento, janeiro de 2018, o país registrava o número de 12,8 milhões de desempregados, sem expectativa de queda. Os referidos “sinais de recuperação” mostravam na verdade a informalidade crescente nas relações de trabalho, com o aumento da chamada “uberização” da economia brasileira. Nada disso fez parte da matéria do JN, que mostrou pessoas procurando emprego e vagas sendo oferecidas.

b) O JN e a desigualdade camuflada - outubro/2019

O tema ressurgiu após os dados preocupantes divulgados pelo IBGE no dia 16/10/19. A edição do *JN* não ignorou o tema, nem era possível fazê-lo, mas trabalhou muito bem na construção da notícia a partir da lógica de silenciamento, de dizer X para deixar de dizer Y, dando outras conotações ao assunto. A reportagem foi a nona a ser exibida na edição, vindo depois de outras quatro de economia (com viés bem positivo).

O texto inicial do apresentador William Bonner apresentou o problema, temporalmente inscrito:

“O IBGE mostrou que a **desigualdade aumentou** no Brasil no ano passado. De toda a renda do país, **40% estão concentrados nas mãos de 10%** da população”

O enquadramento numérico circunscreve o tema e indica um cenário bastante específico e de difícil decodificação e entendimento, sobretudo considerando-se a dinamicidade de reportagens televisivas, mas que não são capazes de dar uma exata dimensão da situação, pois os percentuais são muito mais difíceis de serem compreendidos. O que significa, claramente, o dado “40% de toda a renda do país”? Como se trata de um assunto muito ruim, então, ele precisa de um colorido para que os efeitos de sentido não sejam tão devastadores para o público. Assim, a reportagem mostrou que há de fato desigualdade, mas não inseriu o problema numa perspectiva histórica, dos agentes causadores desse estado de coisas, como fruto de uma política econômica que penaliza os mais pobres e favorece o mercado rentista.

Tampouco mostrou os números que poderiam dar a dimensão da situação do Brasil, segundo os dados do IBGE:

104 milhões de brasileiros vivem com 413 reais por mês

10,4 milhões de brasileiros vivem com 51 reais por mês

60,4 milhões de brasileiros vivem com 269 reais por mês

Possivelmente, o efeito para os espectadores, no cenário de uma economia que não emitia sinais de reação, poderia ser diferente se a primeira chamada do *JN*, na voz de Bonner, fosse:

Mais de 100 milhões de brasileiros sobrevivem com apenas 413 reais por mês

Mas, ao contrário, a reportagem mostrou “gente que faz força, aperta o cinto e não para de sonhar”. Os trabalhadores ouvidos deram o testemunho de que não desanimam, como se isso fosse o suficiente para acabar com a desigualdade. Ou seja, a desigualdade é transformada num DESAFIO PESSOAL, ela não é um PROBLEMA ESTRUTURAL num sistema capitalista selvagem. A desigualdade como fenômeno existe na bancada do *JN* sem responsáveis por ela. A estrutura textual, com seus enfoques e destaques é, portanto, uma escolha orientada por valores.

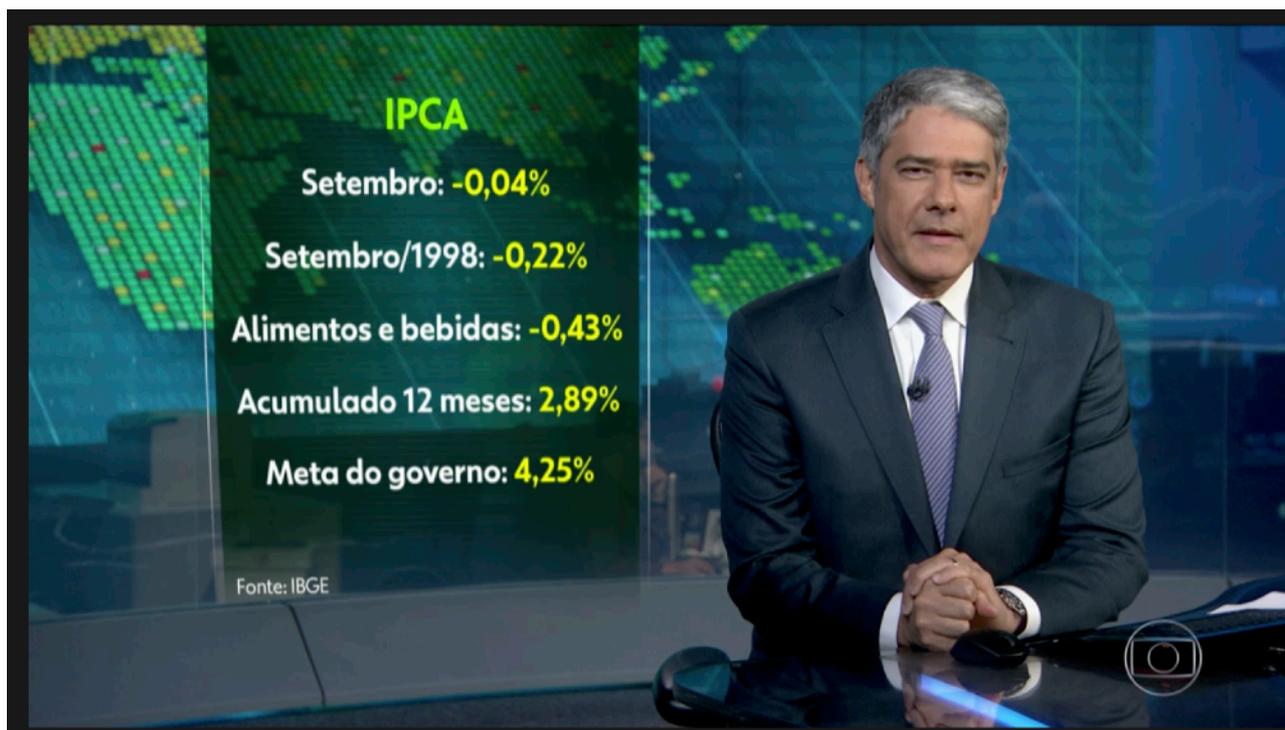
c) O JN e a inflação de Dilma x a deflação de Bolsonaro

Figura 27: Matéria JN “Inflação”



Fonte: JN 07-11-2014

Figura 28 – Matéria JN “Inflação” 9-10-2019



Fonte: JN 09-10-2019

As figuras acima mostram dois momentos de abordagem do tema inflação nas edições do Jornal Nacional. A Figura 1, de 2014, retrata um balanço da inflação oficial do país no mês de outubro, o que ocorria sistematicamente nas edições do jornal. Na Figura 2, o tema inflação, também na perspectiva do balanço mensal, é destacado sob a perspectiva da deflação. O enquadramento nos dois casos é o mesmo - temático, com destaque para números que teoricamente se autoexplicam, e uma fala de William Bonner para sintetizar a informação. No caso de 2014, a respectiva matéria vem secundada por outras que reforçam a suposta preocupação dos brasileiros em relação a um possível aumento da inflação. No entanto, o contexto da época era de uma economia que não apresentava problemas como desemprego, queda na renda, queda no consumo, e o índice d inflação não havia subido em relação ao mês anterior, havia caído. Portanto, não se justificava a série de matérias que veio em sequência para falar de aumentos pontuais (em alguns produtos) e a “preocupação dos brasileiros” com o aumento da inflação (esse exemplo é mais bem detalhado no Capítulo 6).

No contexto de 2019, o que se observa é uma economia com indicadores ruins, como alto desemprego, queda na renda das famílias, queda no consumo, queda na produção industrial. A

deflação é, então, apresentada como um aspecto positivo, uma queda no aumento dos preços. Anuncia Bonner:

“O índice que mede a inflação oficial do Brasil registrou deflação de 0,04% em setembro. Foi a maior retração média de preços para o mês desde 1998. Alimentos e bebidas foram os que mais contribuíram para isso. Nos últimos 12 meses, o IPCA registra inflação de 2,9%, BEEEM abaixo da meta do governo pra esse ano”

Ao contrário da outra matéria, de 2014, que traz vários desdobramentos, incluindo depoimentos de cidadãos (como já mostrado a partir da página 131), dessa vez não há uma sequência para explicar o que significa deflação. A notícia trazida pelo apresentador William Bonner pode sinalizar, para quem não compreende as conceituações econômicas que os alimentos e as bebidas caíram de preço e por isso há deflação, o que é positivo para todos os consumidores. Segundo os manuais de economia, a deflação é uma queda generalizada de preços e pode sinalizar uma tendência à recessão. Não deve ser confundida, portanto, com a queda no índice de inflação. Caso a matéria fizesse uma ligação com pesquisas que mostravam a retração no consumo das famílias, seria mais fácil o espectador entender por que os preços dos alimentos caíram tanto - porque o consumo das famílias estava caindo. Outra inferência possível era que as famílias somente reduzem o consumo de alimentos em situação de crise econômica grave - falta de emprego e de renda. Nenhum desses aspectos foi pontuado pela pequena matéria⁴⁴.

Analisando esses exemplos, algumas questões, do ponto de vista de critérios para definir o que seria notícia, emergem. O que justifica, por exemplo, que uma situação de quase pleno emprego, num país historicamente açodado pelo desemprego, tenha tão pouco espaço (36 segundos) e seja tão mal posicionado, sem repercussão, sem fala de especialistas numa edição do jornal? Da mesma forma o que justifica a substituição de expressões que dimensionam uma situação conjuntural e contextual, como “desemprego”, serem substituídas por outras, eufemismos para dizerem da mesma situação, como emprego informal”?

⁴⁴De acordo com reportagem publicada no jornal Le Monde Diplomatique (18-10-2019), “quando uma economia apresenta deflação é sinal de que a renda, emprego e consumo estão prejudicados. Isto revela que a economia está fraca e desaquecida, sendo reflexo de um mercado consumidor não pujante. Uma implicação macroeconômica é a seguinte: quando a demanda está fraca, os estoques tendem aumentar e o empresário encontra dificuldade em realizar as vendas. Logo, ele tende a não investir mais e não gerar novos empregos e as vezes até demitir”.

7.6 Silenciamento como política editorial

É preciso dizer X para deixar de dizer Y - há uma instrumentalização política, marcada por uma intencionalidade na construção dessa significação. Como no discurso de informação, em sociedades formalmente democráticas, impõe-se certo “dever” de informar - não é possível ignorar por completo certos assuntos, sob pena de perda de credibilidade - é necessário dizer de outra forma, e silenciar certos aspectos. Assim, o silenciamento se estabelece não como um calar sobre certos aspectos, mas como um “dizer de outra forma”.

O não dizer em um discurso como política do silêncio, portanto, não aleatória, diz muito sobre o projeto daquela instância que tem a voz. No trabalho do silenciamento, de colocar essa política em funcionamento, há um jogo ideológico em que a forma do dizer implica a dimensão do que PODE e do que DEVE ser dito. Assim, na matéria relativa ao encerramento das Olimpíadas no Brasil, em maio de 2016, com a chamada principal: “Festa de encerramento deixa gosto de missão cumprida e saudade”. Há várias matérias sobre a festa em si e o evento como um todo, destacando a participação relevante do Brasil. A matéria principal, do encerramento, teve seis minutos.

Figura 29 - Reportagem JN “Encerramento da Rio 2016”



Fonte JN: 22-08-2016 Link para a matéria: <https://globoplay.globo.com/v/5253481/>

A imagem acima registra uma das cenas da reportagem de encerramento, com o então governador do Rio, Eduardo Paes, o diretor do Comitê Olímpico e a prefeita de Tóquio, país que

sediará as próximas Olimpíadas. Ela é importante para sinalizar uma ausência ocultada pelo jornal, furtivamente mencionada quase ao final da reportagem (e pela voz da imprensa estrangeira reproduzida em posts): a do então presidente Michel Temer, que acabara de assumir como efetivo após o final do processo de impeachment contra Dilma Rousseff. Temendo as vaias, ele não compareceu à cerimônia, mas isso foi esquecido pelo jornal na edição festiva.

Em muitos outros momentos na cobertura editorial do JN, a política de silenciamento foi sistemática, e podemos até mesmo falar em duas manifestações de silenciamento: 1. com viés negativo (cala-se a voz para impedir a expressão do sujeito), que podemos tomar como o silêncio local de que fala Orlandi (1986), e 2. com viés positivo (omite-se a voz para impedir que o sujeito se exponha), numa alusão ao silêncio constitutivo. Lembrando, como já dito, que o silêncio como política editorial envolve uma tomada da palavra, como enfatiza Orlandi, a obrigação do dizer, a retirada da palavra, o silenciar, e será, portanto, muito caro na compreensão da narrativa que se constrói pelo discurso de informação, com uma profunda relação com o simbólico. Vamos a esses aspectos.

7.7.1 Silenciamento com viés negativo - o silenciamento de Lula

A partir de abril de 2018, com a prisão de Lula, há uma clara operação de silenciamento nas linhas editoriais do JN, em que o ex-presidente é praticamente apagado não apenas do noticiário, mas da vida política brasileira. Dessa forma, não há menção nas edições à organização da vigília que se formou em Curitiba e o acompanhava desde a prisão, nem às visitas de várias figuras de reconhecimento nacional e internacional. O silenciamento cumpre a função, portanto, de estabelecer um novo momento histórico para o país - tempo de um novo começo, sem relação com o passado recente. A imagem que encerrou a edição de 7 de abril, noticiando o deslocamento de São Paulo para a sede da Polícia Federal, em Curitiba, e que permaneceu bastante tempo em exposição na tela sintetiza simbolicamente essa perspectiva. A edição do dia da prisão do ex-presidente não foi apresentada por William Bonner:

Figura 30 - Reportagem JN
“Ex-presidente Lula deixa Aeroporto de Congonhas rumo a Curitiba”



Fonte: JN 07-04-2018 Link para a matéria: <https://globoplay.globo.com/v/6645281/>

Lula retorna ao noticiário apenas a partir de junho/julho, com a proximidade das eleições e a subida crescente nas pesquisas de intenção de voto. Novamente, a ele se liga o repertório corrupção. Após a prisão, em 2018, e durante todo o ano de 2019, o silenciamento em relação ao ex-presidente foi uma prática editorial do JN, mesmo após as denúncias reveladas ao público pelo site The Intercept, como já mostrado. Ele apenas retorna ao noticiário quando é autorizado a sair da prisão para comparecer ao enterro do neto Arthur. No final de 2019, com a saída de Lula da prisão, a estratégia de silenciamento se mantém, e ele retorna ao noticiário em momentos muito específicos, sempre atrelado ao repertório corrupção.

7.7.2 Silenciamento com viés positivo - a humanização de Bolsonaro

Em relação ao então candidato Jair Bolsonaro, ocorre uma estratégia de silenciar para não expor - ou uma humanização de um candidato controverso e declaradamente homofóbico em curso

– era preciso não dizer para dizer algo. Assim, sobretudo após o episódio da facada de que foi vítima Bolsonaro, a estratégia de cobertura do Jornal Nacional é usar as imagens para se sobrepor às palavras - o então candidato Jair Bolsonaro não mais tem registrado o discurso direto, ele aparece em imagens no hospital, e sua fala é filtrada pelos tuítes, que são reproduzidos pelo JN. São mostradas imagens do candidato em recuperação, combalido; enfraquecido, mas resignado. A “fala” do candidato é modalizada pelos posts no Twitter, reproduzidos com destaque pelo jornal.

Simbolicamente, quando a fala é novamente creditada a Jair Bolsonaro, há um novo ator que aparece no avião saindo do hospital, claramente diferente do candidato que proferia insultos e dava declarações de cunho homofóbico. Outro elemento do silenciamento com viés positivo é o pouco destaque às manifestações contrárias a Bolsonaro, o movimento chamado #EleNão, convocado por mulheres em todo o país, com um grande número de manifestantes.

Figura 31 - Reportagem JN “Em entrevista ao JN, Bolsonaro diz que está feliz de voltar para casa”



Fonte: JN 29-09-2018 Link para a matéria <https://globoplay.globo.com/v/7054322/>

7.7.3 A desconstrução do presidente Bolsonaro como nova etapa da narrativa

Desde a eleição e a posse do novo presidente, podemos observar alguns momentos marcantes que ilustram as bases não conformadas, tampouco sólidas, do relacionamento entre a Rede Globo e o presidente eleito. Apesar da adesão eleitoral (momentânea, como já demonstrado previamente), observando-se a cobertura do JN, podemos considerar que a narrativa construída nunca aderiu plenamente à lógica bolsonarista (contestação da ciência, ataque ao meio ambiente, embate com a educação), apesar de manter uma convergência com a agenda econômica neoliberal do governo.

Portanto, ao estabelecermos cortes temporais mais sistemáticos, sinalizando três fases que têm características distintas do relacionamento do Jornal Nacional com o governo Bolsonaro, é possível observar o funcionamento de algumas categorias no processo de desconstrução de Jair Bolsonaro. Retomamos a perspectiva de Thompson (2011), conforme estruturado no Capítulo 2, para marcar o posicionamento ideológico que observamos se construir no e pelo Jornal Nacional, o que consideramos em três fases distintas, como a seguir:

FASE 1: ELEIÇÃO DE BOLSONARO (Dezembro de 2018)	
Enquadramento	Denúncias de corrupção
Silenciamento	Tem ainda um viés positivo em relação ao presidente - ele pouco aparece comentando o caso, ou pouco é citado
Contexto	Em dezembro de 2018, surgem as primeiras denúncias que vão expor a família Bolsonaro. Elas envolvem Fabrício Queiroz, ex-assessor do senador Flávio Bolsonaro (PSL-RJ), destacando as suas movimentações financeiras suspeitas, de acordo com relatório do COAF. A reportagem do JN tem foco em Queiroz, mas não deixa de explicitar a sua estreita ligação com Flávio. Em janeiro de 2019, depois da posse, Flávio Bolsonaro volta a ocupar a cena, e suas operações suspeitas de corrupção, ilegalidade e relação com o crime organizado são detalhadas pela bancada do JN edição após edição.. Já presidente, Jair Bolsonaro se mantém afastado das denúncias que envolvem o filho, dando declarações superficiais pelas redes sociais
Personagens	Positivamente, ganha destaque a figura do general Hamilton Mourão, o vice-presidente. Negativamente, o filho do presidente, Flávio Bolsonaro, entra em cena atrelado a Fabrício Queiroz

O posicionamento ideológico marca-se por várias estratégias, como silenciamento e enquadramento, num viés marcadamente negativo para o presidente Jair Bolsonaro, assim como pela construção da predicação – aquele é que contra a ciência, único meio de salvar vidas numa pandemia.

FASE 2: EMBATE FRONTAL JN X JAIR BOLSONARO (A partir de julho de 2019)	
Enquadramento	Denúncias de corrupção
Silenciamento	Já não ocorre mais. O discurso direto de Jair Bolsonaro - expondo todo um rol de falas preconceituosas e controversas
Contexto	<p>A crise no governo é bastante explicitada no dia 19 de fevereiro, quando Bebianno, amigo de Jair Bolsonaro, amargurado e traído revela conversas no Whatsapp. A cobertura do JN na edição desse dia, com 20 min e 36s para o assunto, dá um enorme destaque para os áudios, trazendo todas as falas, sem poupar nenhum detalhe.</p> <p>No dia 19 de julho, a apresentadora do JN, Renata Vasconcelos, lê uma nota da Rede Globo contra declarações de Jair Bolsonaro, com cunho preconceituoso em que ele se referia, entre outros, aos governadores do Nordeste de representantes de “paraíba” e disse que ninguém passa fome no Brasil e em reunião com correspondentes estrangeiros, referiu-se à jornalista Miriam Leitão sugerindo que ela havia mentido sobre a tortura na ditadura militar quando estava grávida.</p> <p>Em agosto, há nova rodada de embates, quando as declarações de Bolsonaro colocaram em risco as relações externas do Brasil. Naquele momento, o JN vê sua audiência aumentar significativamente ao se colocar em confronto direto com Jair. No final de outubro de 2019, o JN tornou público um depoimento do porteiro do condomínio onde Bolsonaro mora, dando conta da vizinhança com os assassinos confessos de Marielle Franco e de uma suposta autorização do próprio Bolsonaro para uma entrada dos assassinos no condomínio na véspera do assassinato. Como resposta, o presidente Jair Bolsonaro, em viagem ao exterior, faz uma live e externa descontroladamente sua indignação com a reportagem.</p>
Personagens	No JN, ganha destaque a figura do general Mourão, ao lado do então ministro Sérgio Moro. É Mourão quem passa a falar em nome do governo em questões relevantes. destaca também para o ministro da Fazenda, Paulo Guedes

Nesse momento, o JN assume um posicionamento ideológico de marcar o distanciamento em relação à postura explicitada pelo presidente Jair Bolsonaro, abrindo mão da estratégia de silenciamento e explicitando suas falas controversas pela exposição, nas edições noturnas do jornal, do discurso direto do presidente - ele não é mais “explicado” por um narrador (repórter), mas aparece falando livremente cada vez mais, com pouca edição das falas. E chegamos então à fase , com uma explicitada e distinto posicionamento.

FASE 3: PANDEMA DE COVID-19 E A POSTURA ANTICIENCIA	
Enquadramento	Anticiência
Silenciamento	Num primeiro momento, ainda no começo de 2020, há um silenciamento em relação ao personagem presidente da República, que pouco aparece nas edições do jornal. A medida que avança Já não ocorre. O discurso direto de Jair Bolsonaro - expondo todo um rol de falas preconceituosas e controversas
Contexto	Com a pandemia provocada pelo novo coronavírus, o JN se legitima na oposição a Bolsonaro. O novo período que se inicia, então, é muito didático para compreender a capacidade de reposição da narrativa, a escala da influência midiática. A postura radicalmente negacionista do governo Bolsonaro diante da pandemia do coronavírus serviu como cenário para um primeiro momento editorial sistemático e continuado de desconstrução frontal da liderança de Bolsonaro por parte do JN. Com o avanço da pandemia no decorrer dos meses e a ação negacionista do presidente (que questiona a Organização Mundial de Saúde e apregoa o uso de determinado medicamento, de ineficácia comprovada no combate à Covid-19) isso se acirra.
Personagens	Ministro da Saúde, Luis Henrique Mandetta

Como afirma GUIMARÃES e SANTANA (2020), “a cena duradoura e centralizadora da agenda da pandemia parece marcar um novo momento da relação entre o JN e Bolsonaro, não mais de oposição delimitada a certos temas e atitudes no interior de uma convergência programática neoliberal, mas de uma desconstrução frontal da sua liderança pública”. Há, portanto, na construção narrativa do Jornal Nacional, um posicionamento ideológico claro de afastamento em relação à postura adotada pelo presidente da República, o que se observa por algumas marcas discursivas das edições:

- Aumento de matérias sobre ações científicas de combate ao coronavírus;
- Presença cada vez maior de vozes de autoridade (epidemiologistas, infectologistas, médicos, pesquisadores, Organização Mundial da Saúde) para explicitar a gravidade da doença e salientar as formas de combate (isolamento social, distanciamento, uso de máscaras);
- Refutação explícita dos enunciadores (representados pela bancada do JN, com os apresentadores William Bonner e Renata Vasconcelos) ao discurso do presidente Jair Bolsonaro com a interpelação de dados comprovando equívocos e erros de suas declarações. Um exemplo, entre outros, pode ilustrar essa estratégia. Trata-se de uma linha do tempo, apresentada na edição do dia 29 de abril, que instaura uma marcação temporal conjugando as declarações do presidente com o aumento dos casos de Covid-19 no Brasil.

A figura a seguir, uma captura da reportagem com a reconstrução da linha do tempo, ilustra bem a estratégia:

Figura 32 - Reportagem JN “O ‘e daí’ de Bolsonaro”



Fonte: JN 29-04-2020 Link para a matéria: <https://globoplay.globo.com/v/8520004/>

- Os atos em favor do governo, com questionamento ao STF e pedidos de intervenção militar recebem o predicado de “atos antidemocráticos”, sem pre lembrados como atrelados a “apoiadores de Bolsonaro”.
- A alcunha “presidente” é cada vez menos utilizada na referência a Jair Bolsonaro nas edições do JN, sobretudo nas aberturas das matérias, quando as reportagens são anunciadas pelos apresentadores (William Bonner e Renata Vasconcelos) ligadas ao governo federal.

Um exemplo significativo da mobilização do sentido pelas formas e marcações simbólicas, como salienta Thompson (2011), podemos observar pelo modo como passa a ser feito o registro dos novos painelaços, a partir de março de 2020, contra o presidente Jair Bolsonaro. Nas edições do Jornal Nacional, a enunciação do evento “painelaços” leva ao telespectador apenas imagens numa perspectiva do interior das janelas das casas - ressaltando um “novo normal”, já numa realidade de quarentena e isolamento social - e o barulho das painelas, sem locução, sem vozes externas de autoridade institucional (representantes políticos, ministros do STF), apenas a “voz” simbólica das painelas e da população no barulho permitido pelo isolamento social. No decorrer dos meses e do avanço da doença, as cenas enunciativas para abordar o problema são construídas de modo a ressaltar a gravidade da doença e o papel preponderante da ciência.

8. LETRAMENTO MIDIÁTICO - UMA QUESTÃO PREMENTE PARA O BRASIL

Neste capítulo, discutiremos as bases do letramento midiático e as razões pelas quais ele é essencial para a construção de uma sociedade democrática.

Em sociedades globalizadas e hiperconectadas, a informação de qualidade é essencial para ajudar os cidadãos a interpretar o mundo e a fazerem suas escolhas com autonomia, autodeterminação e usufruto de plenas liberdades. A qualidade da informação recebida é essencial para uma escolha consciente e autônoma. Nesse sentido, mais que um bem, a informação não enviesada, plural e diversa é um direito dos cidadãos, definido pela Declaração Universal dos Direitos do Homem. Atualmente, o acesso à informação ampliou-se de maneira relevante, sendo possibilitado pela grande expansão de muitos meios, com grande desenvolvimento de vários tipos de mídias, o que poderia representar um acesso amplo da população à informação de qualidade, plural e não enviesada. No entanto, não é isso o que ocorre hoje no Brasil, país hiperconectado que se vê diante de três principais e graves problemas em termos do acesso à informação de qualidade:

1. Há uma grande concentração dos meios de comunicação, sendo que apenas sete famílias controlam o essencial do que é produzido em termos de notícia e entretenimento no país. A grande concentração dos meios de comunicação leva a um cenário de pouca pluralidade e acesso precário à informação, o que impede que os cidadãos sejam capazes de avaliar criticamente os conteúdos recebidos, trazendo sérias implicações para a plenitude do processo democrático.
2. O país é suscetível ao fenômeno das fake news, realidade que ficou muito evidente a partir do processo eleitoral de 2018.
3. Grupos religiosos neopentecostais apropriam-se, cada vez mais, dos meios de comunicação tradicionais, construindo um ambiente de pouquíssima pluralidade e extremamente conservador com vistas à consolidação de projetos políticos.

Tais fatores, como veremos, foram decisivos na última eleição presidencial do país, em 2018. Diante desse cenário, torna-se imperativo desenvolver ferramentas capazes de dotar os cidadãos - em especial a juventude - de capacidade analítica e crítica para exercerem plenamente a cidadania numa democracia. É nesse contexto, portanto, que a necessidade de desenvolver o instrumental do letramento midiático num país continental como o Brasil se situa.

8.1 O contexto brasileiro - impeachment e fake news

O Brasil vive um contexto político e social conturbado desde o impeachment da então presidenta Dilma Rousseff, em 2016. Naquele momento, o papel da mídia mainstream foi decisivo. A grande imprensa comercial posicionou-se a favor de determinado status quo operando como instância legitimada para relatar à população os acontecimentos - no framing definido pelos grupos midiáticos, portanto, não há como pensar o campo político negligenciando ou minimizando a ação da imprensa. No processo de impeachment de Dilma Rousseff, houve uma convergência dos grandes setores/atores do espaço público/político – jurídico, midiático, político e econômico –, que assumiram uma voz única e uníssona (as recentes divulgações, pelo jornalista Glenn Greenwald, de um esquema entre procuradores e o então juiz Sergio Moro, coordenador da Operação Lava Jato, revelaram o alcance dessa atuação conjunta).

Nessa convergência, o discurso de informação enviesado e num frame específico, tornou-se o grande legitimador, para a população, de um conjunto de valores e normas do sistema dominante. O discurso de informação desempenha um papel central no cenário político, econômico e social do país, levando-se em conta a construção de imaginários sociodiscursivos e a formatação do modo como grupos sociais veem os acontecimentos. O que chega às pessoas e é consumido por elas é um objeto discursivo, não transparente, um acontecimento construído e reconfigurado no processo de produção da informação.

Em 2018, além da atuação determinante da media mainstream, o processo eleitoral para escolha do novo presidente do Brasil foi fortemente influenciado por uma avassaladora disseminação de fake news, com boatos como kit gay (um suposto material didático que seria distribuído nas escolas de educação infantil e que iriam “ensinar” os meninos a se tornarem gays) sendo disseminados em larga escala e um envio maciço ilegal de mensagens, com sistemas automatizados de empresas (esquema que foi confirmado pelo próprio WhatsApp em outubro de 2019). Tais processos comprometeram a possibilidade de uma escolha isenta por parte dos cidadãos. Num país com um alto número de pessoas semialfabetizadas, onde o uso do aplicativo WhatsApp é intenso, as fake news encontraram um terreno bastante fértil, o que trouxe e continua a trazer enormes problemas para o funcionamento democrático.

8.2 Um país de semialfabetizados nas redes sociais

Atualmente, de acordo com dados do Indicador de Analfabetismo Funcional, três em cada 10 brasileiros têm capacidade limitada para ler, interpretar textos e identificar ironia, portanto, 30% dos brasileiros. Entretanto, ou paradoxalmente, esse grupo, apesar das limitações na interpretação de textos, é extremamente ativo nas redes sociais - nos grupos de pessoas semi-alfabetizadas, 86% usam WhatsApp com frequência, 72% utilizam o Facebook e 31% têm conta no Instagram. É, portanto, um contexto extremamente propício para a disseminação de desinformação e fake news, com graves consequências para o funcionamento democrático. No Brasil, as pessoas acreditam fortemente nas informações divulgadas pelos grupos de WhatsApp, e não têm o acesso e a capacidade necessária para efetivamente checarem se o que é divulgado é notícia real ou uma mentira.

Os processos eleitorais, ficam, dessa forma, reféns da desinformação. Nesse contexto, uma proposta efetiva e estruturada de letramento midiático, compreendido resumidamente como a habilidade de acessar, analisar, avaliar e criar conteúdo, é um instrumental essencial para a consolidação dos processos democráticos no Brasil, uma vez que revela aos cidadãos o papel das mídias na sociedade e sobre o funcionamento dessas instâncias midiáticas. Como salienta a Unesco, “uma sociedade alfabetizada em mídia e informação promove o desenvolvimento de mídias livres, independentes e pluralistas, e de sistemas abertos de informação.

A alfabetização midiática e informacional, como definida pela Unesco, tem um enorme poder agregador de criação de diversas interfaces entre muitos e diversos grupos sociais e a possibilidade concreta do estabelecimento de conexões em várias partes do mundo, por meio do contato com ONGs e outras formas de atuação, bem como a possibilidade de criação de diversas experiências contemplando esse trabalho. A Unesco diferencia os elementos da alfabetização midiática e da alfabetização informacional, como se segue⁴⁵:

⁴⁵ De acordo com a Unesco, “por um lado, a alfabetização informacional enfatiza a importância do acesso à informação e a avaliação do uso ético dessa informação. Por outro, a alfabetização midiática enfatiza a capacidade de compreender as funções da mídia, de avaliar como essas funções são desempenhadas e de engajar-se racionalmente junto às mídias com vistas à autoexpressão”.

QUADRO 15 – Duas formas de Alfabetização

Unesco: Duas formas de alfabetização	
Alfabetização informacional	Alfabetização midiática
Definição e articulação de necessidades informacionais	Compreensão do papel e das funções das mídias em sociedades democráticas
Acesso à informação	Compreensão das condições sob as quais as mídias podem cumprir suas funções....
Localização e acesso à informação	Avaliação crítica do conteúdo midiático à luz das funções da mídia
Organização da informação	Compromisso junto às mídias para a autoexpressão e a participação democrática
Uso ético da informação	Revisão das habilidades (incluindo as TICs) necessárias para a produção de conteúdos pelos usuários
Comunicação da informação	
Uso das habilidades de TICs no processamento da informação	

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados e conceitos da Unesco (2019)

Tomamos aqui o termo letramento como descrito por Magda Soares, cuja origem é o termo em inglês *literacy*. Segundo a autora,

Literacy é o estado ou condição que assume aquele que aprende a ler e escrever. Implícita nesse conceito está a ideia de que a escrita traz consequências sociais, culturais, políticas, econômicas, cognitivas, linguísticas, quer para o grupo social em que seja introduzida, quer para o indivíduo que aprenda a usá-la. Em outras palavras: do ponto de vista individual, o aprender a ler e escrever – alfabetizar-se, deixar de ser analfabeto, tornar-se alfabetizado, adquirir a "tecnologia" do ler e escrever e envolver-se nas práticas sociais de leitura e de escrita – tem consequências sobre o indivíduo, e altera seu estado ou condição em aspectos sociais, psíquicos, culturais, políticos, cognitivos, linguísticos e até mesmo econômicos; do ponto de vista social, a introdução da escrita em um grupo até então ágrafo tem sobre esse grupo efeitos de natureza social, cultural, política, econômica, linguística. (SOARES, 1996, p.17).

Por essa dimensão político-social transformadora, adotamos aqui portanto a concepção de letramento midiático.

8.3 Os *core concepts*

As diversas tecnologias envolvidas, bem como o instrumental educacional específico envolvido, traz inúmeras possibilidades no campo, seja na formação específica de professores, seja no desenvolvimento de ferramentas de ensino para crianças e jovens. Os core concepts de media literacy são essenciais para o desenvolvimento da compreensão do conceito e sua prática e também para a estruturação de uma análise crítica dos meios. De acordo com o Center for Media Literacy (CML), há cinco core concepts ou conceitos-chave, que são:

1. Autoria - todas as mensagens da mídia são construídas
2. Formato - as mensagens da mídia são construídas usando-se uma linguagem criativa com suas próprias regras
3. Audiência - diferentes pessoas experimentam a mesma mensagem da mídia de modo diferente
4. Conteúdo - a mídia embute valores e pontos de vista em seu conteúdo
5. Propósitos - a maioria das mensagens da mídia são organizadas para obter benefícios ou poder

A partir deles temos, então, as principais habilidades a serem desenvolvidas e a serem trabalhadas para empreender uma educação para a mídia, de acordo com o Center for Media Literacy, que são:

1. Analisar

É necessário desenvolver competências analíticas entre os leitores, ouvintes, espectadores e usuários das redes sociais, que devem ser alfabetizados no sentido de serem competentes para interpretar os conteúdos.

2. Avaliar

A avaliação crítica é essencial para o letramento. Nesse processo, é essencial dotar o público de conhecimento sobre os contextos sociais, culturais, econômicos, políticos e históricos mais amplos nos quais o conteúdo midiático é produzido.

3. Criar

Levando-se em consideração sobretudo o público adolescente - a juventude -, é essencial que ele se aproprie também da produção de conteúdo, transformado-se em remetente e produtor de mensagens informacionais de qualidade.

O letramento midiático não se destina a construir uma “proteção” para as crianças, livrando-as de conteúdos danosos, como deixa claro o documento do CML, “Embora alguns grupos exortem as famílias a simplesmente desligar a TV, o fato é que a mídia está tão enraizada em nosso meio cultural que, mesmo que você desligue o aparelho, você ainda não pode escapar da cultura da mídia atualmente. Os meios de comunicação já não apenas influenciam a nossa cultura. Eles SÃO a nossa cultura”. Partindo dessa compreensão, a proposta do letramento midiático é ajudar crianças e jovens - e as comunidades e famílias e cidadãos de modo geral - a desenvolverem um pensamento crítico em relação às mídias, de modo que possam desenvolver o que Len Masterman, em *Teaching the Media* (1989), chama de autonomia crítica. Sem essa autonomia, aponta o CML, “um indivíduo não pode ter plena dignidade como pessoa humana ou exercer a cidadania em uma sociedade democrática, onde ser cidadão é compreender e contribuir para os debates da época”. O letramento midiático também não se resume a um instrumental para compreender a mídia - trata-se de um processo para desenvolver habilidades nos cidadãos para que eles construam um pensamento crítico. Segundo Masterman (1989),

“O conceito unificador central da Educação para a Mídia é o da representação. A mídia media. Eles não refletem, mas rerepresentam o mundo. Os meios, é isto, são sistemas simbólicos de signos que devem ser decodificados. Sem este princípio, nenhuma educação midiática é possível. A partir dele, todo o resto flui” (Masterman 1989).

8.4 Por que o letramento midiático é importante

O Centro de Letramento Midiático (CML) aborda alguns elementos para demonstrar por que o letramento midiático é um instrumento tão relevante no século 21⁴⁶:

1. A influência da mídia nos processos democráticos centrais

Numa cultura global midiática, as pessoas precisam de duas habilidades para serem cidadãos engajados de uma democracia: pensamento crítico e autoexpressão. A alfabetização midiática instila essas duas habilidades essenciais, permitindo que os futuros cidadãos possam classificar através de embalagens políticas, entender e contribuir para o discurso público e, em última instância, tomar decisões informadas na cabine de votação.

2. A alta taxa de consumo de mídia e a saturação da sociedade pela mídia

Quando se consideram videogames, televisão, música pop, rádio, jornais, revistas, outdoors, internet - até mesmo camisetas! - estamos expostos a mensagens mais mediatizadas em um dia do que os nossos bisavós foram expostos em um ano. A alfabetização midiática ensina as habilidades que precisamos para navegar com segurança por este mar de imagens e mensagens - para toda a nossa vida.

3. A influência da mídia na formação de percepções, crenças e atitudes

É inquestionável que as experiências da mídia exercem um impacto significativo na forma como entendemos, interpretamos e agimos em nosso mundo. Ao ajudar-nos a compreender essas influências, a educação mediática pode ajudar a nos separar da dependência em relação a elas.

4. A crescente importância da comunicação visual e da informação

⁴⁶ Resumo elaborado a partir de Len Masterman, em *Teaching the Media*.

Enquanto as escolas continuam a ser dominadas pela imprensa, a vida das pessoas é cada vez mais influenciada por imagens visuais - de logotipos corporativos a outdoors de tamanho de edifício a sites da Internet. Aprender a "ler" as múltiplas camadas da comunicação baseada na imagem é um complemento necessário à alfabetização tradicional da impressão. O mundo é multimídia.

5. A importância da informação na sociedade e a necessidade de aprendizagem ao longo da vida

O processamento de informação e os serviços de informação estão no centro da produtividade do nosso país, mas o crescimento das indústrias globais dos media também está a desafiar vozes independentes e visões diversas. A educação para a mídia pode ajudar tanto professores quanto alunos a entender de onde vem a informação, cujos interesses podem estar sendo atendidos e como encontrar pontos de vista alternativos.

Assim, a partir da compreensão desses elementos elencados, o desenvolvimento das ferramentas de letramento midiático promove a cidadania na medida em que capacita os cidadãos a construir um posicionamento crítico e a serem capacitados para operarem nessa direção. Além disso, as ferramentas de letramento midiático são capazes de produzir um engajamento da juventude em relação ao cenário político, contribuindo sobremaneira para o fortalecimento da democracia.

De acordo com a pesquisadora Ula Carlson (2019), o letramento midiático e informacional deve ser considerado como um direito da cidadania, sendo crucial para o funcionamento da democracia, pois o aumento da desinformação e da má informação tem um impacto muito sério na esfera pública. E a diferença no acesso à mídia e à informação de qualidade, aponta Carlson, contribui para o aumento da desigualdade.

Portanto, o desenvolvimento de um projeto sistemático de media literacy no Brasil é de grande relevância para o bem-estar social do país, sobretudo em vista do recente processo eleitoral e da eleição de um governo de extrema direita com viés autoritário. No mundo contemporâneo, o excesso de informação que atualmente recebemos não se relaciona diretamente com a qualidade dessa informação, o que desempenha um papel decisivo na determinação de nossas escolhas e ações, incluindo nossa capacidade de autodeterminação e de defesa de liberdades fundamentais. Sem informação de qualidade, a sociedade fica à mercê de processos não democráticos e de estruturas totalitárias.

8.5 A desinformação como projeto político

Em uma discussão sobre o papel da mídia nas sociedades democráticas e a relevância do letramento midiático, Ulla Carlsson (2019, p. 13) ressalta que há três tipos de desordem informacional, de acordo com o “Relatório do Conselho da Europa - Desordem Informacional (2017)”:

- a) *Dis-Information*⁴⁷: a informação que é falsa e deliberadamente criada para prejudicar uma pessoa, um grupo social, uma organização ou um país;
- b) *Mis-Information*: a informação que é falsa, mas que não é criada com a intenção de causar danos;
- c) *Mal-Information*: a informação que é baseada na realidade, usada para inflingir algum prejuízo a uma pessoa, organização ou país.

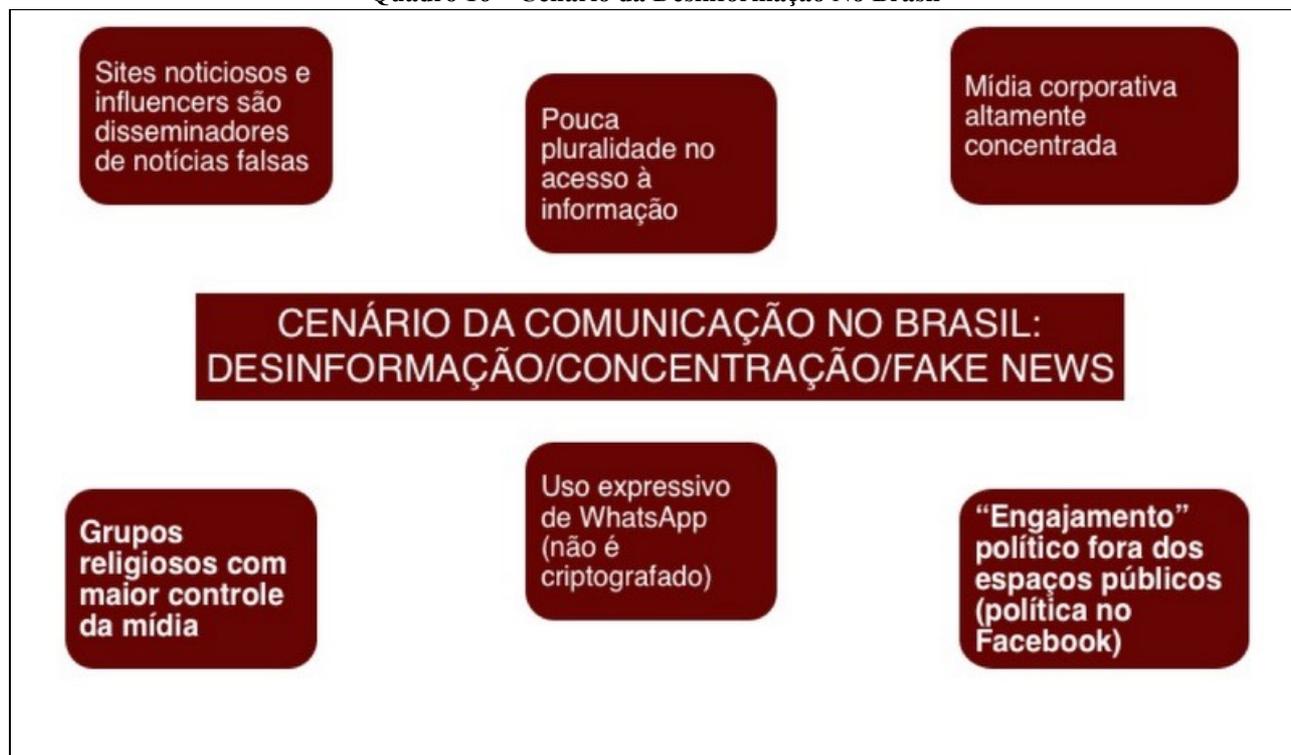
Segundo a autora, o aumento crescente nessas três vertentes - como bem podemos observar no contexto brasileiro - impacta seriamente a esfera pública. Ela afirma ainda que “alguns pesquisadores argumentam que há uma ligação entre a polarização política e o ambiente midiático contemporâneo - que *misinformation, disinformation and mal-information* são motores da polarização política” (p. 15).

Em relação ao contexto político-midiático do Brasil e tomando-se a desinformação não como “acidente de percurso”, mas como projeto bem delineado, podemos chegar ao seguinte conceito: um conjunto de informações baseadas na realidade que é intencionalmente ressignificado para produzir determinados sentidos e beneficiar determinados grupos (podendo haver ou não prejuízo para outros agrupamentos sociais e políticos). Essa foi a conceituação que orientou a discussão dos exemplos da cobertura econômica do Jornal Nacional em alguns momentos específicos.

Nesse sentido, a desinformação como projeto ancora-se no macrocenário da comunicação no Brasil, como vemos uma descrição no quadro abaixo:

⁴⁷ Mantenho como originalmente escrito porque, na tradução para português, *disinformation* e *misinformation* são igualmente desinformação, mas os termos têm diferenciações no sentido.

Quadro 16 – Cenário da Desinformação No Brasil



Fonte: Elaborada pela autora

Para além do fenômeno grave da disseminação das fake news, há uma série de fatores que se aglutinam para compor esse cenário. A pouca pluralidade dos meios, o acesso precário à informação e uma expansão de grupos religiosos com pautas conservadoras e claramente anticiência impedem que os cidadãos sejam capazes de avaliar criticamente os conteúdos recebidos. No âmbito das novas tecnologias de informação, o uso massivo de WhatsApp é também um elemento significativo. O acesso à informação de qualidade é condição essencial para o bom funcionamento democrático, pois a mídia livre e independente, como salienta Carlsson (2019), deve providenciar o acesso à informação.

A desinformação como projeto político leva as pessoas a acreditarem que a desigualdade é uma questão de apertar o cinto e não parar de sonhar, portanto, uma questão individual e não estrutural; ou que a deflação é uma coisa boa para um país. A desinformação como projeto político ajuda a convencer a população de que todo mundo pode ser empreendedor. Em resumo, a desinformação como projeto político subtrai das pessoas a capacidade crítica, a conexão com a realidade, a ligação com o processo histórico, enfim, a capacidade de pensar, avaliar, analisar.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mídia estrutura narrativas, por meio das notícias veiculadas, em que faz circular pontos de vista, valores, crenças, posicionamentos, construções ideológicas, num processo que, intencionalmente, busca construir o consenso e conquistar a adesão do espectador, leitor, ouvinte àquele conjunto de ideias. Na pesquisa que aqui desenvolvemos, buscamos, a partir da consideração primeira de que o discurso é o encontro da linguagem com a ideologia, uma compreensão da estruturação e dos usos de estratégias discursivas na conformação de uma narrativa jornalística no contexto histórico de crises políticas recentes, considerando o papel desempenhado pelo Jornal Nacional.

A narrativa é discurso. Portanto, expressa, salienta e traz à tona, de modo não transparente, uma série de visões de mundo, de crenças, de valores, de posicionamentos não claros, de construções simbólicas a partir das notícias veiculadas. Organizada e consolidada a partir de repertórios, construção de referentes, enquadramentos, silenciamento, viés, resignificação dos acontecimentos, de forma bastante opaca, não transparente, a narrativa jornalística estrutura, molda e faz circular concepções ideológicas sobre temas centrais, como política e economia, pelos meios de comunicação de massa. Também pode construir o consenso em relação a algumas abordagens – por exemplo, com o tema corrupção, em determinados momentos histórico-políticos, sendo ligada estruturalmente a determinados grupos e não a outros.

A narrativa jornalística se estrutura como uma construção argumentativa a partir de um projeto de dizer de um enunciador, em que a linguagem, como nos mostra Fiorin (1988), “não se refere somente aos sistemas de signos internos a uma língua, mas a sistemas de valores que comandam o uso desses signos em circunstâncias de comunicação”. Considerando-se tais aspectos, a relevância da compreensão dos elementos que se combinaram para estruturar a narrativa jornalística do maior jornal televisivo do país, o Jornal Nacional, nos parece bastante clara. Pois a observação temporal da tessitura dessa estrutura (que reconta histórias pelas notícias) – com suas várias estratégias para produzir sentidos e resignificar acontecimentos ao longo de um período histórico significativo para o Brasil – nos revela que a linguagem não é transparente e que, ao observarmos esses sentidos se constituindo e sendo reconstituídos (pela linguagem), podemos ver como a ideologia “está presente na constituição dos sujeitos e dos sentidos” (ORLANDI, 2016, p. 153). Não encontraremos, por exemplo, os sentidos de um editorial lido pelo apresentador William Bonner, no momento em que o país atingiu a marca de 50 mil mortos pela Covid-19, apenas

atravessando as palavras lidas e o conteúdo do texto – aquela leitura, aquela nota fazem parte de um processo, de uma construção que é histórica e ideológica, que envolve o contexto e os sujeitos históricos.

É nesse sentido, portanto, que podemos afirmar que várias foram as estratégias que contribuíram para que se consolidasse uma narrativa jornalística do Jornal Nacional que, em distintas etapas históricas, num período de sete anos, foi capaz de legitimar um processo de impeachment de uma presidenta, dar suporte a uma eleição e desconstruir um presidente não mais desejado. Estratégias como enquadramento, silenciamento, construção de referentes, utilização de repertórios formataram a estrutura da narrativa e ensejaram a ressignificação de acontecimentos, que, uma vez remodelados, traziam novos referentes e vieses que se relacionavam aos contextos históricos do momento determinado. Assim, por exemplo, os repertórios crise econômica e corrupção (dimensionada como sem precedentes) fizeram sentido na narrativa noticiada do governo Dilma Rousseff num momento em que, estruturalmente, o país gozava de bons indicadores econômicos e sociais – emprego, renda, programas sociais, aumento de vagas no ensino superior, entre outros. A narrativa que se alicerçou na construção da ideia de que não era possível tolerar a maior corrupção jamais vista no país, cujos responsáveis deveriam ser banidos do espectro político nacional, apresentou aos espectadores os acontecimentos ressignificados naquele contexto, sem possibilidade de outras contextualizações ou discordâncias. Organizou a percepção de uma realidade que não estava ao alcance direto dos telespectadores, dado que a percepção das coisas do mundo é mediatizada.

A narrativa se propôs a construir um consenso em torno da ideia de que nunca antes na história do país houve tanta corrupção, sendo portanto necessário combater um inimigo (primeiro, o elemento em si, depois, o causador desse estado de coisas). Colocada em cena pelo Jornal Nacional, tal estrutura de condução da notícia realçou um projeto de dizer que se vinculava a um projeto de poder político. Assim, desenrolaram-se estratégias discursivas de controle do conhecimento, de controle da percepção do público em relação aos acontecimentos, uma vez que “nos meios de comunicação jornalísticos, essa estratégia de controle do conhecimento exerce-se por meio da seleção restritiva de assuntos e, mais geralmente, por meio de reconstruções específicas das realidades sociais e políticas” (VAN DIJK, 2012, p. 50).

Portanto, como num grande bloco de sentido, a narrativa jornalística que recontou os acontecimentos desse período recente da história do Brasil (desde o impeachment à eleição de Bolsonaro), alicerçou-se em alguns pontos centrais que se combinaram em muitos momentos: o repertório corrupção, o antipetismo (que deriva para o ódio à política e para as ações pessoais), o

consenso em torno da ideia de um inimigo a combater, a naturalização de coisas inaceitáveis (como as falas racistas, homofóbicas do então candidato Bolsonaro, tratadas como idiossincrasias).

Pela ressignificação dos acontecimentos a partir da prerrogativa dos repertórios, elementos simbólicos passaram a resumir o debate público em torno dos grandes temas política e economia – como os patos na Avenida Paulista, os painéis (em 2016 e em 2020), os colares de tomate são expressões simbólicas talvez sejam um bom retrato desse estado de coisas. Como esclarece Hall (apud FOWLER, 1991), “a mídia não relata simplesmente e de modo transparente eventos que são 'naturalmente' notícias importantes em si mesmos. Notícia é o produto final de um processo complexo que começa com uma ordenação e a seleção sistemática de eventos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas” (p. 12).

Há, portanto, forças sociais – políticas, econômicas – que delineiam esse processo de produção das notícias, que se consolidam em práticas discursivas da narrativa jornalística, o que nos possibilita dizer que o poderio de atores midiáticos em impor determinada narrativa vincula-se à consideração de que a desinformação, tal como abordado no capítulo anterior, se desenvolve como um projeto político, com o sistema de produção da informação sendo dominado por apenas poucos agrupamentos.

Observando-se então o funcionamento de categorias como enquadramento e silenciamento na tessitura dessa narrativa jornalística cujo mote foi o combate à corrupção, ancorada na potencialização dos repertórios, vemos a construção de efeitos de sentido que foram e são cultivados⁴⁸ no público pela narrativa da necessidade de combate à corrupção, tendo os repertórios funcionado como pontos centrais, simbolicamente projetados nas notícias ao longo de determinado tempo, organizando a percepção e o descontentamento do público. Ao longo da análise, considerando-se os vários Momentos Discursivos, observamos os ajustes da narrativa, em termos de estratégias discursivas, de acordo com o contexto histórico.

Assim, recapitulamos aqui brevemente o já exposto em relação aos Momentos Discursivos para salientar esse movimento da narrativa e suas estratégias. Temos assim, no Movimento Discursivo 1, em relação às Jornadas de Junho a mudança expressiva no enquadramento – o que

⁴⁸ Tomamos aqui brevemente a concepção da Teoria do Cultivo. Embora questionada em muitos aspectos, essa construção teórica joga luz na discussão sobre a audiência e a efetividade das estratégias na recepção. Segundo Gerbner (1976), em linhas gerais, assistir continuamente à TV influencia as ideias do público e a percepção da vida cotidiana. Os espectadores assíduos, portanto, são “cultivados” e passam a considerar que o mundo mostrado pela TV, pelo jornal, é uma representação precisa do mundo real. Para os teóricos dessa vertente, há dois níveis distintos dos efeitos do cultivo: primeiro, trata-se de uma crença geral sobre o mundo; e segunda ordem, são atitudes específicas, tais como ódio ou reverência à lei e à ordem etc. A abordagem também considera que o “cultivo” de atitudes é em consonância com atitudes já presentes na sociedade - a mídia toma essas atitudes e as ressignifica na ressignificação dos acontecimentos. Para os teóricos dessa corrente, a mídia cultiva o status quo, faz parte desse sistema dominante.

antes era tratado como confusão e baderna, com transtorno para a população (a partir de 11-06, as reportagens mostram muita confusão nas ruas, lixo, depredação, com as manifestações ainda ligadas ao MPL (Movimento Passe Livre).

No entanto, à medida que o MPL sai um pouco de cena, o tema corrupção começa a se inserir, e o enquadramento muda para “protestos se espalham pelo Brasil”, com o assunto gastos com a Copa ganhando bastante espaço. É um momento marcante porque o JN, e a imprensa de modo geral, passa a disputar o sentido das manifestações contra o governo do PT de Dilma Rousseff ao aderir aos movimentos (o que nunca havia ocorrido em termos de cobertura de manifestações no país). Assim, no dia 17-06-2013, o JN dedica 21 minutos de sua edição às manifestações, com muitas imagens dos protestos, sem cenas de violência, como mostram alguns recortes da edição. No Momento Discursivo 2, com as Eleições 2014, observamos o tema inflação ganhar a cena, com matérias reiteradas (como já exemplificado, compondo o repertório crise econômica, apesar dos bons números apresentados pelo governo) edição após edição. Com a deflagração da Operação Lava Jato, em 17-03-2014, o repertório corrupção começa também a ser destaque, com episódios como a compra da refinaria de Pasadena ganhando muita evidência e insinuando uma crise política com a instauração da CPI da Petrobras.

O Momento Discursivo 3, contemplando o primeiro ano do segundo mandato de Dilma Rousseff, em 2015, nos mostra a presença bastante intensa dos repertórios - crise e corrupção. A Operação Lava Jato, com várias fases sendo deflagradas na investigação sobre desvios na Petrobras, além da articulação do Congresso, sob comando de Eduardo Cunha, para a instalação de CPI da Petrobras, colocam uma ideia de crise política em bastante evidência. As operações da força-tarefa são sempre destacadas, e amplia-se também o protagonismo do JN no sentido de dar amplo destaque às coberturas das manifestações contra o governo Dilma Rousseff, cujo marco é a manifestação de 15-03-2015. Na mesma proporção, diminuem as notícias positivas em relação ao governo – ou elas veem sempre aldeadas pelos repertórios negativos.

Com o Momento Discursivo 4 e Michel Temer como interino, observamos um reforço ao repertório corrupção com marcação temporal vinculada a elementos de um passado recente, como a explicitar a necessidade de nova configuração do cenário político do país. O tom é de necessidade de mudança. Com o afastamento definitivo de Dilma Rousseff e o governo Michel Temer, no Momento Discursivo 5 observamos desaparecerem os temas política e economia, com os respectivos repertórios perdendo a força no noticiário diário, em que entram outras pautas, sobretudo pautas identitárias (questões relativas a feminicídio e meio ambiente, por exemplo).

Três instantes marcantes se destacam no Momento Discursivo 6, Eleições 2018: pré-evento da facada no então candidato Jair Bolsonaro, quando Lula ainda está à frente nas intenções de voto, o pós-facada, quando Bolsonaro passa a se comunicar por tuítes, amplamente reproduzidos na íntegra, pelo JN em suas edições (o que se configura num espaço privilegiado do então candidato em relação aos demais) e a saída do hospital, após as manifestações de 29 de setembro, quando há em curso um processo de humanização e naturalização do candidato.

Mais recentemente, no Momento Discursivo 7, primeiros momentos do Governo Bolsonaro, o que se percebe, em resumo, é a defesa do projeto neoliberal – representada pela agenda de Paulo Guedes, ministro da economia, com ampla defesa das reformas, sobretudo a Reforma da Previdência. Nesse sentido, o posicionamento do JN é de defesa das reformas, apoio ao então ministro da Justiça, Sergio Moro e certo silenciamento de Jair Bolsonaro – num viés positivo, pois ele é poupado de se manifestar, tendo a voz sempre reportada pela jornalista Delis Ortiz. Ao longo de 2019, a defesa da economia permanece, mas o apoio a Bolsonaro arrefece.

Esse breve resumo dos Momentos Discursivos nos sinaliza a potência da narrativa jornalística construída e reconstruída, a qual contribuiu para fazer emergir no país, paulatinamente, um ódio canalizado à política e a grupos bem específicos, num consenso construído de que “político é ladrão” e que “política é o reino da corrupção”. Aserções e pontos de vista, tratados como informação isenta, foram tomados como verdades, únicas verdades possíveis naquele cenário.

9.1 Poder e ideologia numa rede de informação

Pensar numa rede de informação ideologicamente constituída, como já mencionamos, leva-nos a considerar, como Fairclough (1989), que a ideologia é tanto mais efetiva quanto menos visíveis são suas engrenagens, quanto menos forem visíveis as estratégias do discurso - encobertas por repertórios que funcionam de modos específicos -, mais efetivas elas se tornam. Ideologicamente estruturada, a narrativa engendra modos de ver um acontecimento, representações, modos de considerar este ou aquele grupamento político, constrói o consenso, encobre um jogo de poder que se estabelece, de modo opaco, não transparente. A autorrepresentação da imprensa como neutra e imparcial vai ser determinante para que se encubram as engrenagens da formação ideológica, para que as visões de mundo materializadas no discurso de informação pela notícia circulem como informação transparente e neutra. Ao analisarmos a construção da narrativa por esse ator Jornal Nacional, nos propusemos a analisar as visões de mundo, portanto, o posicionamento ideológico, a compor as notícias que construam essa narrativa. Como demonstra

Fiorin (1998, p. 75): a) as formações discursivas, constituídas por um conjunto de temas e figuras, materializam as formações ideológicas; b) o uso de determinado discurso é, de certa forma, uma ação no mundo. A construção de uma narrativa, nos moldes aqui trazidos, reflete um posicionamento ideológico e uma ação pretendida no contexto sociopolítico.

Van Dijk (2012) nos lembra que muitas formas de poder devem ser definidas como poder simbólico no sentido de um controle sobre o discurso público, controle sobre a mente do público, aquilo que o público quer e passa a desejar. Tal domínio simbólico do que o público quer, na narrativa aqui apresentada, se deu pela construção do consenso em torno de um inimigo a combater – a ideia da maior corrupção já vista no país, o que se ligava a determinado grupo. Assim sendo, “não há necessidade de coerção se se pode persuadir, seduzir, doutrinar ou manipular as pessoas” (VAN DIJK, 2012, p. 23) e fazer com que grupos ajam, presumidamente sob livre-arbítrio, a partir de interesses de grupos dominantes. Sob esse aspecto, e para avançar na compreensão das bases do funcionamento da narrativa jornalística aqui demonstrada, ressaltamos uma característica essencial, a saber:

O exercício e a manutenção do poder social pressupõem uma estrutura ideológica. Essa estrutura, formada por cognições fundamentais, socialmente compartilhadas e relacionadas aos interesses de um grupo e seus membros, é adquirida, confirmada ou alterada, principalmente, por meio da comunicação e do discurso (VAN DIJK, 2012, p. 43)

Essa intrincada rede vincula-se, então, ao problema da desinformação, como já discutido no capítulo anterior. E se vincula porque, no Brasil, a desinformação estruturada está ligada a um complexo contexto nacional, em que a grande concentração dos meios de comunicação possibilita à mídia corporativa ter o controle quase absoluto do processo de informação, posto que controla a produção das notícias e a distribuição, uma vez que esses meios alcançam todo o território nacional, chegando a todos os lares brasileiros. Sem pluralidade no acesso, a sociedade é guiada por um único ponto de vista, entregue como informação imparcial. Como salienta Bourdieu (2014), é possível dizer que há formas eufemizadas na desinformação, e ali se realiza uma ficção ideológica do discurso dominante, que tende a impor certa ordem que é estabelecida como natural.

Essa conjunção de fatores foi decisiva para a construção de uma narrativa potente legitimadora de processos históricos marcantes, a começar por um processo de impeachment que teve, ao longo ao tempo, diversos questionamentos e pontos não explicados (elementos que serviram como base de acusação, como as pedaladas, não se sustentaram como fortes motivos na

acusação à ex-presidenta⁴⁹), evoluindo para culminar na eleição de um presidente que, entre outras prerrogativas, coloca-se numa posição anticiência. Ao final, como bem coloca Faye (2000), a história se constrói ao narrar.

No decorrer da discussão da tese, emergiu uma dúvida sobre a configuração do discurso de informação. Seria ele um discurso apenas para consumir e descartar, sendo tudo ‘fantasiado’ coerentemente pela linguagem para se transformar em “verdade”, ato de fé irremovível, ou seria o discurso de informação uma construção estruturada para formar, deformar e encarcerar reflexões críticas? Como refletem Mari e Santana (2018), o discurso de informação, sendo um produto da mídia corporativa, estruturado na interface entre linguagem e ideologia, “é atravessado por aspectos culturais, socioeconômicos e identitários, valores e crenças vinculados a um sistema sócio-político-cultural dominante. Assim, é moldado pelas relações de poder que se estabelecem numa sociedade e se legitima pela assunção da imprensa como sendo uma ‘vigilante’ do poder”. Considerando-se, então, todas essas questões relativas à imprensa corporativa, tornou-se essencial refletir sobre o seu papel e sua influência no campo político, na medida em que ela tem uma influência sobre a opinião dos cidadãos, com a criação de agendas que passam a pautar o espaço público, pois está legitimada como instância autorizada a transmitir a informação.

Consideramos, por fim e para outras discussões, que o discurso de informação tem um grande poder simbólico mobilizador, como demonstra Bourdieu (2014), e as instituições da mídia mainstream se legitimam perante o público como sujeitos autorizados a transportarem esse discurso. Como substratos simbólicos de poder, são estruturas organizadas que conquistam a legitimidade de informar e que, no Brasil, se valem de uma concentração da propriedade que impactam o funcionamento da institucionalidade democrática, com a construção de narrativas que reconfiguram o espaço público e as relações políticas. E a própria democracia.

⁴⁹ Em uma entrevista para o programa Roda Viva, em setembro de 2019, o ex-presidente Michel Temer, que foi vice de Dilma Rousseff, admitiu um processo de golpe ao afirmar: “Eu jamais apoiei ou fiz empenho pelo golpe”.

REFERÊNCIAS

- ABRAMO, P. **Padrões de manipulação da grande imprensa**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.
- ALTHUSSER, L. **Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado**. Lisboa: Editorial Presença/Martins Fontes, 1970.
- ARENDT, H. **Origens do totalitarismo**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2012
- AZENHA, L.C.; CARRATO, A.; SANTANA, E. A diabólica parceria entre a Globo e o juiz do Paraná. in **Relações obscenas – As revelações do The Intercept Brasil**. RAMOS, W.; NASSIF, M.I.; CAVALCANTI, H.; GONÇALVES, M. (Coords.). São Paulo: Tirant lo Blanch, 2019.
- BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 16. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1898.
- BOURDIEU, P. **Sociologia** (Or. Renato Ortiz). São Paulo, Ática, 1983.
- CARLSSON, U. **Understanding media and information literacy in the digital age**. A question of democracy. UNESCO Chair on Freedom of Expression, Media Development and Global Policy at University of Gotteburg, 2019
- CARRATO, Â. **Dez razões para não comemorar os 50 anos da Globo**, in www.cartacapital.com.br, veiculado em 26/04/2015. Último acesso em 10/ 06/2020.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.
- CHARAUDEAU, P. **Linguagem e discurso**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2014.
- CHARAUDEAU, P. **A conquista da opinião pública – Como o discurso manipula as escolhas políticas**. São Paulo: Contexto, 2016.
- CHAUÍ, M. **Simulacro e poder - Uma análise da mídia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006
- CHOMSKY, N; HERMAN, E. **Manufacturing consent**. New York: Routledge, 1988
- CHOMSKY, N. **Sistemas de poder: conversas sobre as revoltas democráticas globais e os novos desafios do império americano - Entrevistas com David Barsamian**. 1. ed. Rio de Janeiro: Apicuri, 2013
- CHOMSKY, N. **Media control: the spectacular achievements of propaganda**. New York: The Open Media Pamphlet Series, 1997
- EMEDIATO, W. (Org.). **A construção da opinião na mídia**. Belo Horizonte: NAD, 2013.
- FAYE, J-P. **Introdução às linguagens totalitárias: teoria e transformação do relato**. São Paulo: Perspectiva, 2009
- FIGARO, R. (Org.). **Comunicação e análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2013.
- FIORIN, J.L. **Linguagem e ideologia**. São Paulo: Ática, 1998.

- FOWLER, R. **Language in the news: discourse and the ideology in the press**. London: Routledge, 1991.
- GOFFMAN, E. **Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience**. New York, NY et al.: Harper & Row, 1974.
- GOMES, M. C. A.; MELO, M.; CATALDI, C. (Org.). **Práticas discursivas: construindo identidades na diversidade**. Viçosa: Arka, 2009.
- GREGOLIN, M. R. **Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades**. In: GREGOLIN, M. R. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, v. 14, n. 11, p. 11-25, nov. 2007.
- GUIMARÃES, J. & SANTANA, E. **Uma nova etapa da narrativa do Jornal Nacional: a desconstrução do mito**, in Carta Maior, 26-05-2020. Disponível em <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia-e-Redes-Sociais/Uma-nova-etapa-da-narrativa-do-Jornal-Nacional-A-desconstrucao-do-mito/12/47606> Último acesso em 01-07-2020
- JOLLS, T. Media literacy: a system for learning – anytime, anywhere. Center for Media Literacy, 2011. Disponível em www.medialit.com Acesso em 12-02-2018
- HALL, S.; HOBSON, D.; LOWE, A.; WILLIS, P. **Culture, Media, Language**. New York: Routledge; University of Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies, 1980.
- LAGE, N. **Ideologia e técnica da notícia**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1981.
- MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas: Pontes, 1997.
- MARI, H. & SANTANA, E. (2018). Discurso e mídia: totalitarismo e linguagem totalitária. *Scripta*, 22(45), 205-218. <https://doi.org/10.5752/P.2358-3428.2018v22n45p205-218>
- MARI, H. **Os Lugares do Sentido**. Campinas: Mercado das Letras, 2008.
- Mass Communication Theory (Online). Framing Theory, 2017. Disponível em <https://masscommtheory.com/theory-overviews/framing-theory/> Acesso em 31-01-2019
- MEDRADO, B. Textos em cena: a mídia como prática discursiva. In: SPINK, M. J. (Org.). **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano**. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2015, p. 215-241. 138
- MEENAKSHI, G. D.; KELLNER, D. M. **Media and cultural studies**. Oxford, UK: Blackwell Publishing, 2006
- MOTTA, L.G. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora UnB, 2005
- MOTTA, L.G. (2004). Jornalismo e configuração narrativa da história do presente. Revista eletrônica e-compós, edição 1, dez/2004: <http://www.compos.org.br/e-compos>
- MOTTA, L.G. A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 28, 2005, Rio de Janeiro. **Anais** Manaus: Intercom, 2005b. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/105768052842738740828590501726523142462.pdf>. Acesso em 20-03-2019
- ORLANDI, E. **As formas do silêncio – No movimento dos sentidos**. 6. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007
- ORLANDI, E. **Discurso em análise – Sujeito, sentido, ideologia**. 3. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2016

- PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso**. Uma crítica à afirmação do óbvio. 5 ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2014
- PÊCHEUX, M.. **Análise de discurso** - Textos escolhidos por Eni P. Orlandi. 4. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2016
- SANTANA, E.; MARI, H. Midiativismo, imprensa e a questão da ideologia. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (orgs.). **Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática**. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. P. 212-225. Disponível em: <https://interfacesdomidiativismo.wordpress.com/2017/12/07/download-do-e-book/>
- SANTANA, E. Produção de sentido no discurso de informação: as estratégias discursivas da grande imprensa na cobertura das eleições 2014 / Eliara Santana, Belo Horizonte, 2016 135 f. : il.
- SOARES, M. **Letramento** - Um tema em três gêneros. Belo Horizonte: Autêntica, 1998.
- SODRÉ, M. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.
- THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.
- THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna**. 9. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011
- TUCHMAN, Gaye. **A study in the construction of reality**. New York: The Free Press, 1978
- VAN DIJK, T. **Discurso e poder**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012
- VAN DIJK, T. **La noticia como discurso** – Comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona: Ediciones Paidós, 1980
- WILSON, C. GRIZZLE, A.; TUAZON, R.; AKYEMPONG, K.; CHEUNG, C-K. **Alfabetização midiática e informacional**: currículo para formação de professores. Brasília: UNESCO, UFTM, 2013.