

**A MÍDIA E SUA INFLUÊNCIA: ESTUDOS DO PROCESSO DE
IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF EM COMPARAÇÃO A FERNANDO
COLLOR DE MELLO**

Ivana Veloso de Almeida
Mestranda em História Social – PPGH Unimontes
Bolsista CAPES
E-mail: yvavelosoalmeyda@gmail.com

RESUMO: O presente trabalho é parte integrante dos estudos do projeto de pesquisa intitulado “A Mídia e a sua Influência: Estudos do Processo de *Impeachment* de Dilma Rousseff em Comparação a Fernando Collor de Mello”, apresentado no 30º Simpósio Nacional de História na Universidade Federal de Pernambuco Recife PE/ ANPUH 2019, na qual visa discorrer sobre a maneira como Fernando Collor foi eleito e a maneira como ele foi levado ao *impeachment*. Por outro lado, busca-se analisar de modo geral as manifestações contra Dilma Rousseff, que também desencadearam no processo de impedimento. A metodologia utilizada será a análise dos noticiários da televisão, para o tempo de Collor e as redes sociais para o tempo de Dilma, bem como a fala dos ex-presidentes difundidas na mídia e a sua repercussão sobre a sociedade. Como resultados, ainda que parciais, de acordo com o levantamento bibliográfico exposto neste artigo, entende-se o quanto a mídia exerceu um papel substancial em ambos os casos de *impeachment*. No caso de Collor a televisão atuou como marketing de sua política, mas depois divulgou as denúncias bombásticas impregnando o seu governo com o seu envolvimento em esquemas de corrupção. No caso de Dilma os resultados mostram o quanto as questões de gênero contribuíram para que seu *impeachment* acontecesse e de como a mídia atuou como um veículo de mobilização e disseminação de ódio. Para tanto, este artigo se propõe analisar de maneira geral a imagem que foi construída através da mídia, por ambos, durante o processo de *impeachment*.

PALAVRA CHAVE: História; Mídia; Impeachment.

ABSTRACT: This paper is part of the research project entitled “The Media and its Influence: Dilma Rousseff’s *Impeachment* Process Studies Compared to Fernando Collor de Mello”, presented at the 30th National Symposium of History at the Federal University of Pernambuco Recife PE/ ANPUH 2019, which aims to discuss the way Fernando Collor was elected and the way he was *impeached*. On the other hand, we seek to analyze in general the demonstrations against Dilma Rousseff, which also triggered in the process of impediment. The methodology used will be the analysis of television news, for Collor's time and social networks for Dilma's time, as well as the speech of former presidents broadcast in the media and their repercussion on society. As partial results, according to the bibliographic survey exposed in this article, we understand how much the media played a substantial role in both cases of *impeachment*. In Collor's case, television acted as a marketing of his policy, but later publicized the bombastic denunciations impregnating his government with his involvement in corruption schemes. In Dilma's case the results show how much gender issues contributed to their *impeachment* and how

the media acted as a vehicle for mobilizing and spreading hatred. To this end, this article proposes to analyze in general the image that was built through the media, by both, during the *impeachment* process.

KEY WORD: Story; Media; Impeachment.

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como principal objetivo analisar a construção da imagem da ex-presidente Dilma Rousseff em comparação a de Fernando Collor de Mello nos meios midiáticos, sobretudo no processo de *impeachment*. Os estudos apontam que os únicos presidentes do Brasil que sofreram o processo de *impeachment* foram Dilma e Collor. Mesmo sendo governos distintos, o que levou os dois à queda foi o poder de mobilização da mídia. De acordo Martin-Barbeiro a mídia tem interferido sobremaneira na política:

A significação social das mídias está mudando. Junto com a sua capacidade de representar o social e construir a atualidade, persiste a função socializadora e de informação das culturas políticas. Entrelaçadas com a história das sociedades modernas, as mídias, além de “mostrar” como vão ocorrendo às mudanças, as acompanham (MARTIN-BARBEIRO, 2004, p. 74).

Partindo dessa premissa, busca-se analisar e contextualizar o declínio desses presidentes por meio das mobilizações nas mídias, tendo como foco a televisão e a internet. Sabemos que a história passa por mudanças, e a mídia se constitui importante meio para observar e acompanhar essas transformações (MARTIN-BARBEIRO, 2004).

De acordo com o *Oxford English Dictionary*, foi somente na década de 1920 que as pessoas começaram a falar de mídia. Naquele momento, a noção de mídia era restrita à informação, entretenimento e ideias, mas com o passar do tempo, esta noção foi ampliada para novas configurações e alcances por meio do rádio, da televisão e da internet (BRIGGS; BURKE, 2006).

O surgimento da TV ocorreu na década de 1950, dando início à comunicação visual, que estimulou a emergência de uma teoria interdisciplinar da mídia. Já a internet e seu potencial representam uma agência de “democratização”. Alguns críticos até temem

que a internet mine todas as formas de “autoridade”, afete negativamente o comportamento e ameace a segurança individual e coletiva (BRIGGS; BURKE, 2006).

Nesse sentido, esta pesquisa tem como intuito estudar a história da política/mídia no Brasil tendo como principal objeto os dois presidentes do Brasil que foram os únicos a sofrer o processo de *impeachment*, com forte atividade midiática na mobilização das massas. Ademais, pretende-se demonstrar como estes meios, impressos e audiovisuais, ajudaram a pautar condutas políticas na população. As pesquisas relatam que há uma grande diferença entre a imagem de Dilma Rousseff e a de Fernando Collor de Mello.

Dessa forma, tomando o estudo da imagem da ex-presidente Dilma Rousseff através das mídias, compreende-se que os computadores e celulares serviram não somente como instrumentos de negócio, mas também como mola principal de toda uma gama de atividades midiáticas. Sabe-se que a internet atua como prática de processamento de informações em que pode atingir ou não os leitores, pois tudo irá depender da recepção de cada um.

Em um período de aceleração da tecnologia de comunicação, a internet desafiou previsões e trouxe consigo muitas surpresas e fenômenos, tal como ocorrera com os telégrafos e celulares. No início, tratou-se de uma rede limitada (Aponet), compartilhando informações entre Universidades e outros institutos de pesquisas. A visão das Universidades era que a *net* oferecia “acesso livre” aos usuários professores e pesquisadores, e que eram eles comunicadores. Qualquer computador podia se ligar à *net* de qualquer lugar e a informação era trocada imediatamente.

Para Nogueira (2016) o *impeachment* de Dilma Rousseff foi manipulado pelos meios de comunicação, passível de abusos em razão de interesses políticos, e que, de fato, agrava crises constitucionais. De acordo com o autor, Dilma Rousseff foi condenada pela prática do crime de responsabilidade, principalmente em razão das chamadas “pedaladas fiscais”. Nesse sentido, surgiam inúmeras divergências interpretativas que chegaram à conclusão que “pedaladas fiscais” não configuram crime

de responsabilidade. Mas vale salientar que, mesmo atualmente, ainda existe um debate em torno desta questão de ser ou não crime.¹

No dia 31 de agosto de 2016 o Senado Federal Brasileiro, de acordo com a sua competência privativa emanada da carta magna em seu artigo 52, condenou Dilma Rousseff, por 61 votos a 2, pelas práticas de crime de responsabilidade. Dados comprovam que eram necessários 54 votos para a condenação, sendo dois terços do total de 81 senadores. Sendo assim, Dilma Rousseff teve o seu mandato caçado (NOGUEIRA, 2016).

Por outro lado, de acordo com Luz (2004), o jovem presidente Collor utilizou de um forte marketing político, principalmente através da mídia eletrônica (Internet e TV), onde “vendeu” uma imagem de renovação, mesmo que baseado nos tradicionais quadros políticos oligárquicos. No entanto, seus deslizes econômico-administrativos proporcionaram sua derrocada diante daqueles mesmos meios de comunicação. Assim, ao tratarmos da figura de Dilma em comparação à de Collor, este trabalho se propõe em complemento ao objetivo anterior, analisar e compreender o processo pela qual a mídia, sobretudo a televisão, levou-o à derrocada, tendo seu governo marcado por corrupção.

Enfim, o *locus* desta pesquisa é a atuação da “mídia” através da qual os dois governos foram influenciados e condenados com o *impeachment*. O que fará melhor compreender os governos será a análise da imagem dos dois presidentes na mídia, tendo em vista o sentido de corrupção de 1990 (no tempo de Collor) e 2015-2016 (no tempo de Dilma).

A partir desse pressuposto compreende-se, com base em Luz (2004), que a mídia tem o papel de levar informações para os leitores, causando repercussão diante da sociedade. Por outro lado entende-se que ela exerce grande poder, tendo como consequência a manipulação do pensamento e a possível modificação da sociedade em seu modo de agir.

Durante o governo Fernando Collor a mídia possuía o seu poder de dominação desde o processo da sua candidatura até o seu *impeachment*. Sua função, de início, era a

¹ Para uma maior compreensão deste assunto, consultamos a reportagem “Pedalada Fiscal é crime?” da Revista Época Negócios, na qual podemos compreender a partir de diferentes visões que existem discordâncias sobre as pedaladas se tratem ou não ser crime. Disponível em: epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2016/04/pedalada-fiscal-e-crime.html. Acesso em: Nov. 2018.

de vender a imagem de um Fernando Collor que iria acabar com os males do país. Acredita-se que a televisão e a revista *Veja* tiveram substancial contribuição para a eleição de Collor como presidente do Brasil.

Posteriormente, estes mesmos meios que levaram o presidente ao poder, foram os mesmos que publicaram denúncias bombásticas de corrupção que impregnavam o seu governo, o chamado “esquema PC”², de forma que a crise moral instaurada no país não deixasse outra opção a não ser o afastamento do presidente (LUZ, 2004).

Para os autores Alessandro de Almeida e Edwrigens de Almeida (2014), com a crise da ditadura militar, o papel da televisão tornou-se progressivamente importante nas relações políticas, pois na falta de um regime político-jurídico controlador, muitas emissoras recebiam benefícios para que controlassem as mídias massivas, que passavam a ser agentes decisivos das relações políticas brasileiras, já que poderiam controlar o que era divulgado.

Segundo Luz (2004), depois de eleito, em 17 de dezembro de 1989, Fernando Collor manteve a mesma linha, fazendo marketing da sua própria imagem durante todo o período do seu mandato. Tudo ia caminhando bem até que a sua imagem de homem honesto, “caçador de marajás”, começou a desmoronar na mídia. Pesquisas relatam que ainda durante o início do seu governo surgiam os primeiros boatos a respeito de denúncias de corrupção.

Ainda de acordo com Luz (2004), a Revista *Veja* exerceu um papel importante como veículo de informação diante do governo de Collor. Segundo a autora, em 24 de junho de 1992, a revista publicou uma matéria intitulada “A ameaça que cresce”, onde os rumores a respeito do *impeachment* de Fernando Collor estavam se tornando algo cada vez mais concreto. Para ela, uma série de reportagens publicadas pela *Veja* mostrou o que estava sendo descoberto a respeito do envolvimento do presidente em negócios ilícitos, na qual cada vez mais a sua imagem era denegrida. Uma onda de passeatas contra o presidente exigindo seu afastamento tomou conta das ruas das principais cidades do país. Segundo a autora, Collor demagogicamente tentou “salvar a sua pele” fazendo

² Para uma maior compressão, o “Esquema de Paulo Cezar Farias” conhecido por “Esquema PC Farias” foi uma maneira de denunciar Fernando Collor de Mello no que diz respeito às irregularidades praticadas por ele para a campanha presidencial com o Paulo Cezar que era o seu tesoureiro.

discursos, pedindo novamente que não o deixassem sozinho, sendo esta uma expressão muito utilizada durante seus comícios durante a campanha eleitoral.

A partir destas prerrogativas, este trabalho foi dividido em dois tópicos, na qual o primeiro objetiva analisar de modo geral o processo de eleição de Fernando Collor de Mello através da mídia e o processo que o levou ao *impeachment*. O segundo se propõe descrever, de maneira geral, a respeito das manifestações contra a ex-presidenta Dilma Rousseff no seu processo de *impeachment*.

Fernando Collor De Mello: da candidatura ao impeachment

As eleições de 1989 foram marcantes para a história do Brasil, pois foram as primeiras realizadas num país integrado pelos meios de comunicação modernos, entre os quais se destacava a televisão. Nessa perspectiva, Martuscelli (2005) nos ressalta que nesse momento escolhia-se um novo governo, num momento crítico; numa conjuntura econômica marcada pela inflação alta, com uma dívida externa astronômica; uma crise social que juntava ao quadro crônico da miséria brasileira elementos novos, como o acirramento da violência no campo e nas cidades; e, finalmente, um descrédito com a atividade política levada ao desgaste total pelo governo cessante. A campanha se daria, por outro lado, em um clima de total liberdade política, situação inédita na história brasileira recente, permitindo a expressão de todas as correntes ideológicas em luta na sociedade.

Nesse sentido, Martuscelli (2005) nos coloca que as campanhas dos candidatos tiveram em comum a utilização de frações do horário eleitoral gratuito, transmitido em dois blocos de uma hora, sendo um à tarde e outro no horário nobre, das 20:30 às 21:30h. Os candidatos deram grande atenção aos programas de TV, meio através do qual a maioria da população receberia as mensagens eleitorais. Os partidos com recursos contrataram as melhores equipes de profissionais de TV e propaganda para realizarem os programas. Deu-se a máxima atenção à itens como apresentação pessoal dos candidatos, *jingles*, vinhetas gráficas, videoclipes, logotipos, além da elaboração dos argumentos, ataques e respostas aos adversários. Foi a primeira eleição para presidente

no país interligado por um sistema de televisão nacional, em cores, e pela utilização do marketing.

A partir destes pressupostos, compreende-se que as eleições de 1989 podem ser consideradas como um exemplo decisivo que teve a comunicação política, sobretudo pelos meios de comunicação com o intuito de construir uma imagem dos candidatos, principalmente o candidato na qual uma determinada emissora estava defendendo com o intuito de influenciar a população.

Ao falarmos sobre o processo de candidatura de Fernando Collor é necessário elencarmos a respeito do partido na qual representava. Collor foi o candidato a presidência do PRN (Partido da Reconstrução Nacional), com 40 anos, filho de Arnon de Mello, que foi governador de Alagoas e senador, era empresário do setor de comunicação de massa, formado em jornalismo e em economia. Nomeado prefeito de Maceió pelo PDS (Partido Democrático Social), em 1979, se elegeu deputado federal pelo mesmo partido em 1982 e ao governo de Alagoas, pelo PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro), em 1986.

Na perspectiva do cenário político nas eleições de 1989, Lima (1990) nos colocou como central a questão da construção do “cenário político” hegemônico, especialmente pela Rede Globo, através das telenovelas, do telejornalismo e das pesquisas. A partir deste pressuposto, dando um maior enfoque para a imprensa nesse cenário de política, Aguiar (1993) escreve que ela dispõe o cenário e os atores, distribui a palavra, elege ou confirma temas para a discussão pública da política, contribuindo para a construção da própria ideia de política e de eleições, bem como de tudo o mais que seja pertinente e significativo para o país.

É a imprensa, segundo a autora, que fornece representações para os outros meios de comunicação e, conseqüentemente, para toda a sociedade. Ela seria responsável pelo processo de agendamento, por meio do qual o público atribuiria importância aos acontecimentos, pessoas e problemas difundidos pelos meios de comunicação. Por essa hipótese, a imprensa teria o papel de articulação dos significados dos fatos, constituindo o lugar por excelência onde as sociedades elaboram simbolicamente a realidade, conferindo sentido a ela. Assim, também a sucessão presidencial implicaria um processo de elaboração de significados, através do discurso da imprensa.

Em relação à imagem de Fernando Collor, este foi localizado por Aguiar (1993) em março de 1988, na capa da revista *Veja*, sob o título "O CAÇADOR DE MARAJÁS", preparando o terreno para o tema explorado posteriormente por ele. Para encarnar o salvador, Collor é mostrado desvinculado de seu contexto ideológico, tendo seu passado político reescrito, para caracterizá-lo como vítima de uma conspiração dos poderosos e dos jornalistas.

Ao falarmos sobre as eleições, tendo como enfoque em Fernando Collor, vale a pena mencionar que, no ano de 1989 foi divulgado pelo canal Roda Viva uma entrevista com o então candidato à presidência Fernando Collor de Melo, conduzida pelo jornalista Carlos Nascimento. Esse canal era transmitido nos dois principais veículos de informações da época. O vídeo encontra-se disponível no *YouTube*, da qual retiramos um trecho:

Carlos Nascimento: O presidente das organizações Globo, o jornalista Roberto Marinho manifestou apoio à sua candidatura e eu pergunto, é uma atitude isolada do Dr. Roberto ou significa um compromisso, um acordo de apoio das organizações Globo ao candidato Fernando Collor? E pergunto também, quais são os outros veículos de comunicações da chamada grande imprensa, veículos de primeira linha que têm algum tipo de compromisso com o senhor?

Fernando Collor: Bom, é preciso que a gente volte e recupere a pergunta anterior para demonstrar também que não foi na grande imprensa que eu encontrei também apoio para a candidatura quando ela já posta, eu não escondo que eu gostaria bastante de poder contar com o apoio não somente da Rede Globo, mas também do SBT (...) enfim, de todos, mas, conseguir este apoio não em troca de qualquer coisa, mas em troca de um apoio a partir do momento que estes proprietários, que estes integrantes dessas emissoras verifiquem que o meu programa não é somente o programa mais adequado para o Brasil, mas que a mim é dado a obstinação, a decisão política e a coragem de poder implementar (...)

A partir deste discurso pode-se compreender que Collor demonstra não ter compromisso com nenhuma emissora e como ele mesmo cita, com “ninguém”. Mas por outro lado, entendemos nas discussões historiográficas que Collor foi eleito, sobretudo, pelo apoio da Rede Globo e demais emissoras, os mesmos meios que mais tarde serviram para denunciar os casos de escândalo envolvendo seu governo.

A partir desta prerrogativa, Lima (1990) investigou sistematicamente o papel da Rede Globo de Televisão no processo sucessório, enfocando, em especial, seu papel na eleição de Collor de Mello. Sua pesquisa está interessada no processo de construção

do cenário político na e pela Rede Globo, antes de junho de 1989, cenário com cuja temática Collor se identificou, adaptando sua imagem pública ao perfil de candidato ideal, exigido pelas questões apresentadas como as mais relevantes naquele momento.

Por outro lado, Lima (1990), defende que as novelas *Vale Tudo*, *O Salvador da Pátria* e *Que Rei sou Eu*, prepararam o cenário político que favoreceu a Collor, ao desqualificarem a atividade política e os funcionários públicos, identificados com a corrupção, o fisiologismo e o desperdício: a política aparecia nessas novelas como atividade exercida contra os interesses da sociedade, enquanto os funcionários e políticos eram apresentados como autênticos marajás.

Já o telejornalismo é descrito pelo autor no sentido em que participou da construção do cenário político por meio de uma cobertura favorável a Collor, em comparação com os demais candidatos. Lima (1990) localiza em 1987 o início da atenção da Rede Globo ao então governador de Alagoas, que passou a ter presença assegurada no Jornal Nacional duas vezes por semana, construindo, nacionalmente, a imagem pública de *caçador de marajás* e de *outsider*³ da política. Em 1989, Collor teria aparecido ainda em programas como Globo Repórter e Fantástico, enquanto nos noticiários ocupava sempre mais tempo que Brizola e Lula, conforme levantamentos específicos demonstraram. Lima (1990) resume a construção do cenário na e pela Rede Globo:

As novelas retrataram situações onde a política e o político eram vistos sempre negativamente. O Estado era corrupto e ineficiente, assim como seus funcionários. O telejornalismo da *Globo*, foi fiel às convicções de Roberto Marinho e convocou o País para que se unisse em torno de um candidato moderno, otimista, novo, que representasse uma renovação (LIMA, 1990, p.17).

Nesse sentido, Collor tinha como principal discurso em suas entrevistas a ideia de que iria salvar o Brasil, assim sendo, Martuscelli (2005) nos coloca que o leque de apoio à candidatura de Collor foi amplo, abarcando desde frações das classes dominantes, como as representadas pelo grande capital bancário e financeiro e o grande capital industrial; setores diversos das classes médias, até as frações pauperizadas do operariado. Estava então constituído o campo político conservador, que além de dar

³ Indivíduo que não pertence a um grupo determinado.

sustento às medidas neoliberais do governo, apresentava-se nessa conjuntura como uma oposição à candidatura de esquerda representada por Lula, pelo PT (Partido dos Trabalhadores) e, em linhas gerais, pelos setores organizados do movimento popular e sindical. Com a formação dessa base política, o Governo Collor conseguiu que as políticas neoliberais se tornassem hegemônicas no plano da ação estatal.

Nesta perspectiva, Fernando Collor de Mello foi eleito pela população com a ideia de salvar o país, mas a conjuntura de implantação da política neoliberal no Brasil, iniciada com o seu governo (1990-1992), conduziu a nação a um período de forte recessão econômica; ao crescimento das taxas de desemprego; à elevação dos índices inflacionários; à deterioração dos serviços e infraestrutura públicos – principalmente da área de educação e de saúde –; à desindustrialização e ao arrocho salarial. Apesar de os efeitos produzidos pela política neoliberal terem repercutido de maneira desigual nos rendimentos das classes médias, do operariado e das frações do bloco no poder, de modo geral, foram bastante prejudiciais aos rendimentos dos estratos inferiores desses setores sociais (MINELLA, 1993; POCHMANN, 1999; BIANCHI MENDEZ, 2004; COLETTI, 2006).

Diante destes retrocessos impostos pelo governo Collor e, principalmente as denúncias que eram feitas contra ele por corrupção, a população começou a reivindicar. No plano do movimento popular e sindical as reivindicações relacionavam-se, sobretudo, à desvalorização salarial e a queda do número de empregos. Isso significa que essas insatisfações criadas pelo início da implantação do modelo neoliberal no Brasil manifestaram-se, com mais intensidade, como lutas econômico-corporativas.

Mas, o que mais influenciou para o processo de *impeachment* de Collor, segundo alguns autores, como, por exemplo, Martuscelli (2005) e Luz (2004) foi a corrupção, sobretudo a denúncia do PC de Farias, em que a população, por sua vez ocupava as ruas com manifestações fortes contra o governo, exigindo o *impeachment* de Collor. Ele, por sua vez, pediu à população que não o deixasse só, mas a população tomou as ruas e os mesmos meios que possibilitaram sua eleição, sobretudo a televisão, foram também os que contribuíram para que o seu *impeachment* acontecesse.

Dilma Rousseff e o seu processo de impeachment

Entre 2013 e 2015 o Brasil vivenciou um conjunto significativo de manifestações, que levou milhares de pessoas às ruas das principais cidades do país. Porém, as manifestações de 2015 foram, sem dúvida, a primeira grande manifestação que especificamente pedia o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff.

Ao tomarmos o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff como estudo, compreendemos que o PT estava cada vez mais envolvido em escândalos, sobretudo com os desvios de recursos da Petrobrás em que o ex-tesoureiro do Partido João Vaccari Neto foi acusado de receber propina de contratos da Petrobrás para o PT, e, mesmo em meio ao cenário conturbado Dilma Rousseff foi reeleita, no entanto, o seu governo não durou por muito tempo, logo, ela foi condenada pelo crime de Responsabilidade, tendo seu mandato cassado, e, sofrendo assim o processo de impeachment.

Em 2014 a campanha para as eleições presidenciais e a reeleição de Dilma Rousseff no segundo turno por uma diferença de 3,28% dos votos (TSE, 2016) não apontavam rearticulação do discurso de centro-esquerda, mas o contrário, o fortalecimento do discurso de centro-direita, que durante o período eleitoral (especialmente o segundo turno) tomou as ruas dos bairros de classe média e média alta de todo o país. A surpresa desse cenário é que Dilma Rousseff ganhou as eleições sem a tradicional militância e apoiadores do PT nas ruas, que sempre haviam aparecido como o grande sujeito político das vitórias petistas.

Assim sendo, pode-se compreender que o segundo turno das eleições presidenciais deixou o país profundamente dividido e com as forças de oposição que haviam votado em Aécio Neves inconformados com a derrota por uma pequena margem de votos. Nesse sentido, Pinto (2017) nos ressalta que após as eleições o discurso anti-Dilma tomou imediatamente o *impeachment* como seu conteúdo central. Dilma Rousseff venceu as eleições, mas não venceu o discurso. Quem falava em nome do Brasil, quem dizia o que era o país, o que iria acontecer, era a oposição partidária e alguns grupos organizados nas redes sociais.

Em contrapartida, Pinto (2017) ressalta que Dilma Rousseff não perdeu seus eleitores como consequência imediata, tanto que ela foi eleita e reeleita em meio aos

grandes escândalos de corrupção, mas, por outro lado, perdeu a sua capacidade de dar sentido à vida política, às causas políticas. E como tinha ocupado esse espaço por longo tempo e interpelado parcelas significativas da sociedade brasileira e, praticamente, todo o espectro da esquerda, a crise do discurso petista deve ser computada como uma importante razão da fragmentação discursiva em 2013 e dos primeiros ensaios de reorganização discursiva durante a Copa do Mundo de Futebol de 2014. Porém, a crise do discurso petista possibilitou um vazio discursivo e uma miríade de significantes flutuantes à disposição para serem articulados em novas cadeias de equivalência. Dessa maneira, em março de 2014 um novo escândalo de corrupção ocupou o noticiário, propinas de milhões de dólares levaram à prisão ex-diretores da Petrobrás, políticos e empreiteiros. Os escândalos bateram de frente com a história do PT, de defesa da ética na política, e afastaram ainda mais seus militantes e eleitores.

A partir destas prerrogativas Pinto (2017) nos ressalta que essas eram as condições de emergência do evento de abertura da Copa do Mundo de Futebol, na cidade de São Paulo, em 12 de junho de 2014. A grande vaia sofrida pela presidenta da República ao ter seu nome anunciado foi o momento inaugural do discurso conservador, fundamentalmente antipetista, que tomou fôlego a partir de então, dando sentido às manifestações por seu *impeachment* em março de 2015.

As manifestações aconteceram precisamente no dia 15 de março de 2015, em todo o país, tendo como principal objetivo o *impeachment* da Presidenta Dilma. De acordo com os estudos acerca destas manifestações, pode-se compreender que elas foram as maiores em número de pessoas presentes até então. Segundo o Instituto Datafolha, só na cidade de São Paulo havia 210 mil pessoas nas ruas. O cálculo geral em todo o país chegou a dois milhões. Entretanto, essas manifestações tiveram as redes sociais como um elemento novo de organização e convocação.

Nessa perspectiva, entende-se que estas manifestações aconteceram evidentemente decorrentes da popularização das redes sociais e aplicativos em celulares. Através das páginas de Facebook⁴ a população publicava postagens agressivas contra a

⁴ Eu Tenho Medo de Dilma Rousseff. Disponível em: <https://www.facebook.com/141701759187786/photos/a.516896695001622/1507778532580095/?type=3&theater>. Acesso em: Nov. 2018.

presidenta, em que as redes sociais se tornaram os principais meios que contribuíram para que o *impeachment* acontecesse.

Durante as manifestações contra Dilma muitas pessoas foram vestidas com a blusa da seleção brasileira, carregando cartazes com frases como: “a nossa bandeira jamais será vermelha”; “chega de doutrinação marxista”; “basta de Paulo Freire”, “O Brasil não será uma Cuba”; “O PT é o câncer do Brasil”.

Várias páginas do Facebook convocavam a população para irem às ruas dizendo que “chegou a hora de colocar o lixo para fora”, e com a frase que mais era falada pela população: “Fora Dilma!”. A própria página do Facebook denominada “Eu tenho Medo de Dilma Rousseff”⁵ tinham publicações do tipo “Diga não a baleia azul”. Sendo assim, percebe-se o quanto as redes sociais contribuíram, por sua vez, no processo de impeachment de Dilma Rousseff, em que a população transformou-as em uma arma de disseminação das mensagens de ódio, e exigindo que ela fosse tirada da presidência.

Assim sendo, em 2016, Dilma Rousseff teve seu mandato interrompido. No relatório aprovado pela Comissão da Câmara, de autoria do deputado Jovair Arantes (PTB-GO), a justificativa legal para o impedimento do mandato da petista seria a prática de crime de responsabilidade, o que segundo a própria Câmara não é, a rigor, um crime, mas uma “infração de teor político”. No entanto, como elencamos na introdução deste trabalho, há um estudo em torno das “pedaladas fiscais” serem consideradas, ou não, um crime de responsabilidade.

Por fim, alguns autores nos colocam a possibilidade de Dilma Rousseff ter sofrido um golpe de estado que seria orquestrado pelos políticos da oposição e pelos veículos de comunicação de massa e até mesmo a Federação das Indústrias de São Paulo (FIESP), representada pelos grandes empresários, que se posicionaram a favor do impedimento de Dilma Rousseff, reforçando assim a ideia de que eles também integravam o grupo de golpistas.

⁵ Disponível em:

<https://www.facebook.com/141701759187786/photos/a.516896695001622/1507778532580095/?type=3&theater>. Acesso em: Nov. 2018.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho diz respeito ao tema de dissertação que será realizado no Programa de Pós Graduação em História, na Universidade Estadual de Montes Claros-UNIMONTES, em que o objetivo deste artigo foi descrever de modo geral como se deu o processo de eleição de Fernando Collor de Mello, sobretudo através da mídia, neste caso a televisão e a revista *Veja*, e como este mesmo meio contribuiu para que Collor fosse afastado da presidência.

Ademais, o artigo teve a pretensão de mostrar de maneira geral como Dilma Rousseff foi reeleita no seu segundo mandato, mesmo em um cenário de manifestações e envolvimento do PT em escândalos, e como isso contribuiu para que ela tivesse o seu mandato interrompido, ressaltando a forte mobilização ocorrida através da mídia, sobretudo a internet.

Nesse sentido, de acordo ao que expomos até o presente momento, com o levantamento bibliográfico, como resultados parciais desta pesquisa, em relação ao caso de Fernando Collor, é possível elencar o quanto a mídia exerceu um papel decisivo para que este fosse elevado ao poder através da construção da sua imagem como o “Salvador da Pátria”, o candidato que iria salvar o Brasil de todos os males e que iria combater a corrupção. No entanto, estes mesmos meios foram substanciais para a divulgação do envolvimento de Collor em esquemas de corrupção, contribuindo para que o processo de *impeachment* acontecesse o mais rápido possível.

No caso de Dilma, o estudo nos mostra o quanto as redes sociais exerceram um papel importante para que ela sofresse o impedimento, convocando a população a ir para as ruas e disseminando mensagens de ódio contra a ex-presidenta. Por outro lado, é relevante mencionar a obra “O Golpe na Perspectiva de Gênero” organizada por Linda Rubim e Fernanda Argolo (2018), em que as autoras mostram o quanto Dilma foi invejada pelos congressistas, pois foi a primeira mulher que conseguiu ocupar o cargo mais alto da política, quebrando com o paradigma que a política é apenas para a masculinidade, além de romper com mais de 120 anos de política masculina. A partir destes pressupostos, as autoras deixam claro o quanto as questões de gênero contribuíram para que Dilma sofresse o *impeachment*, sobretudo por não ser uma mulher dos moldes da branquitude

burguesa, europeia e obediente. Ela estava longe de ser “a bela, recatada e do lar”, que conforme se via na mídia golpista em que se tinha o machismo impregnado.

A partir destes pressupostos, entende-se que estes são períodos distintos, em que o poder da mídia no tempo de Collor partiu de pessoas poderosas com o intuito de influenciar a massa, como Collor não atendeu aos seus anseios, a mídia também se construiu decisivamente no seu processo de *impeachment*.

Já com Dilma a mídia foi usada como instrumento para conduzir a massa a protestar a favor do afastamento e de como a questão do gênero influenciou para que a mídia disseminasse o ódio através dos *memes*. Nessa perspectiva, com os resultados parciais, entende-se o quanto a mídia foi decisiva em ambos os casos, e a pesquisa procurará mostrar a comparação destes dois processos de *impeachment*, evidenciando o papel dos meios de comunicação de suas respectivas épocas.

Por fim, acredita-se que este trabalho irá contribuir para a escrita da história, uma vez que estamos tratando de dois períodos distintos da história da política no Brasil com um viés de comparação destes dois governos.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Alessandro de; ALMEIDA, Edwrigens Ribeiro Lopes de. Que presidente sou eu? A telenovela como instrumento de propaganda eleitoral nas eleições de 1989. **História e perspectivas**, Uberlândia, vol. 27, n. 51, jul./dez. 2014, p. 337-354.

ARBEX JÚNIOR, José, 1957. **Showrnalismo**: a notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

BIANCHI M. A. G. **O ministério dos industriais**: a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo na crise das décadas de 1980 e 1990. Campinas. [Tese (doutorado)]. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

BRIGES, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos:** conflitos multiculturais da globalização. 7º Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

CHOMSKY, Noam. **Mídia:** propaganda política e manipulação. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

CANCLINI, Nestor. **Leitores, espectadores e internautas.** Trad. Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.

LUZ, Thaize Ferreira da. A Influência da Mídia na Queda de um Presidente. **Biblos**, Rio Grande do Norte, vol. 16, 2004, p. 45-53.

MARTIN-BARBEIRO, Jesus. **Os exercícios do ver:** hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac São Paulo, 2004.

MARTIN-BARBEIRO, Jesus. **Dos meios às mediações:** comunicações, cultura e hegemonia. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MARTUSCELLI, Danilo Enrico. **A crise do Governo Collor e a tática do PT.** Campinas, SP: [s.n.], 2005.

MINELLA, A. C. Empresariado financeiro: organização e posicionamento no início da década de 90. In: DINIZ, E. (org.). **Empresários e modernização econômica:** Brasil anos 90. Florianópolis: Ed. UFSC, IDACON, 1993.

NAPOLITANO, Marcos. A História depois do papel. In: PINSKY, Carla Bassanezi. **Fontes Históricas.** São Paulo: Contexto, 2008.

NOGUEIRA, Thulio Guilherme Silva. O *impeachment* de Dilma Vana Rousseff: qualquer semelhança com a história é mera coincidência. **VirtuaJus**, Belo Horizonte, vol. 12, n. 28, 2016, p. 244-253.

POCHMANN, M. **O trabalho sob fogo cruzado:** exclusão, desemprego e precarização no final do século. São Paulo: Contexto, 1999.

PINTO, Céli Regina Jardim. A Trajetória Discursiva das Manifestações de Rua no Brasil (2013-2015). **Lua Nova**, São Paulo, vol. 100, p. 119-153, 2017.

YAMAMATO, Karina Leal. **As Manifestações de Julho de 2013 no Jornal Nacional:** uma pesquisa em torno da instância da imagem ao vivo. 2016. 134 fl. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação), Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, 2016.