

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS
RELAÇÕES INTERNACIONAIS

GUILHERME HENRIQUE NINK LUCENA

O PAPEL DA MÍDIA JORNALÍSTICA NA ASCENSÃO DE CANDIDATOS DE DIREITA
À PRESIDÊNCIA NO BRASIL E NA ARGENTINA (2014-2018)

Goiânia

2023

Processo:

23070.047427/2023-48

Documento:

4175270



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE GRADUAÇÃO NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio do Repositório Institucional (RI/UFG), regulamentado pela Resolução CEPEC no 1240/2014, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei no 9.610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo dos Trabalhos de Conclusão dos Cursos de Graduação disponibilizado no RI/UFG é de responsabilidade exclusiva dos autores. Ao encaminhar(em) o produto final, o(s) autor(a)(es)(as) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação (TCCG)

Nome(s) completo(s) do(a)(s) autor(a)(es)(as): Guilherme Henrique Nink Lucena

Título do trabalho:

O Papel da Mídia Jornalística na Ascensão de Candidatos de Direita à Presidência no Brasil e na Argentina (2014-2018)

2. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador) Concorda com a liberação total do documento [X] SIM [] NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante: a) consulta ao(à)(s) autor(a)(es)(as) e ao(à) orientador(a); b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo do TCCG. O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro.

Obs.: Este termo deve ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **Pedro Santos Mundim, Professor do Magistério Superior**, em 07/11/2023, às 10:32, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Guilherme Henrique Nink Lucena, Discente**, em 07/11/2023, às 20:21, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **4175270** e o código CRC **E06A0158**.

Referência: Processo nº 23070.047427/2023-48

SEI nº 4175270

GUILHERME HENRIQUE NINK LUCENA

O PAPEL DA MÍDIA JORNALÍSTICA NA ASCENSÃO DE CANDIDATOS DE DIREITA
À PRESIDÊNCIA NO BRASIL E NA ARGENTINA (2014-2018)

Trabalho Final de Curso apresentado como pré-requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais pela Universidade Federal de Goiás.

Orientador: Prof. Dr. Pedro Santos Mundim

Goiânia

2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Lucena, Guilherme Henrique Nink

O Papel da Mídia Jornalística na Ascensão de Candidatos de Direita à Presidência no Brasil e na Argentina (2014-2018) [manuscrito] / Guilherme Henrique Nink Lucena. - 2023.

LXVII, 67 f.

Orientador: Prof. Dr. Pedro Santos Mundim.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Ciências Sociais (FCS), Relações Internacionais, Goiânia, 2023.

Inclui siglas.

1. Democracia. 2. Mídia. 3. Polarização. 4. Brasil. 5. Argentina. I. Mundim, Pedro Santos, orient. II. Título.

CDU 327



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos dezessete dias do mês de agosto do ano de dois mil e vinte e três iniciou-se a sessão pública de defesa do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulado “O PAPEL DA MÍDIA JORNALÍSTICA NA ASCENSÃO DE CANDIDATOS DE DIREITA À PRESIDÊNCIA NO BRASIL E NA ARGENTINA (2014-2018)”, de autoria de GUILHERME HENRIQUE NINK LUCENA, do curso de Relações Internacionais, da Faculdade de Ciências Sociais da UFG. Os trabalhos foram instalados pela Prof. Dr. Pedro Santos Mundim - orientador (FCS/TFG) com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: Prof.^a Dr.^a Geisa Cunha Franco e Prof. Dr. Rafael Bittencourt Rodrigues Lopes. Após a apresentação, a banca examinadora realizou a arguição do estudante. Posteriormente, de forma reservada, a Banca Examinadora atribuiu a nota final de 9,0 (nove), tendo sido o TCC considerado aprovado.

Proclamados os resultados, os trabalhos foram encerrados e, para constar, lavrou-se a presente ata que segue assinada pelos Membros da Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **Pedro Santos Mundim, Professor do Magistério Superior**, em 23/08/2023, às 15:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Rafael Bittencourt Rodrigues Lopes, Professor do Magistério Superior**, em 23/08/2023, às 15:28, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Geisa Cunha Franco, Professora do Magistério Superior**, em 23/08/2023, às 19:29, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3987899** e o código CRC **17CB5716**.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Nadirson e Cibele, por apoiar todos os meus sonhos e pavimentar o meu caminho até a realização destes, por todo o amor, paciência e compreensão depositados em mim.

A minha irmã, Thais, por ser a melhor amiga e companheira que eu poderia ter, em momentos bons e ruins.

Aos meus avós, Orly, Dóris e Benedita, por toda a sabedoria e carinho transmitidos durante os anos mais importantes da minha vida e por serem fonte de inspiração na minha formação.

Aos meus amigos, Higor Torres, Karlos Eduardo, Guilherme Lima, Vitória Bruna, Marília Gabriella, Antônio Ben, Gregory Costa, Eulice Dantas, Sophia Baudson, Luciana Garcia, Carolina Almeida, Giovana Melo, Ana Laura Baia, Myllena Contragiani, Marcos Vinício, Laís Santiago, Victória Soares, Andreia Back e Mavi Gama, por me receberem tão bem durante minha estadia em Goiânia e me proporcionarem tantas memórias e aprendizados.

Aos meus conterrâneos, Amanda Castro, Kaio Nink, Gustavo Lucena, Giulia Pompeu e Victor Amarante, por todo o apoio e encorajamento que recebo quando retorno para casa.

Por fim, gostaria de agradecer ao meu orientador, Pedro Santos Mundim, por todas as indicações, correções e paciência ao me guiar por essa última etapa do meu processo de formação e a todo o corpo de docentes do curso de Relações Internacionais.

RESUMO

O presente estudo busca identificar como parte da imprensa argentina e brasileira, através da representação negativa de Cristina Kirchner e Dilma Rousseff, entre os anos de 2014 e 2018, pavimentou o caminho para a ascensão dos candidatos de direita Mauricio Macri e Jair Bolsonaro a presidência, nos mandatos seguintes aos das respectivas ex-presidentes. Para tanto foram estudadas as raízes sócio-históricas do comportamento do Grupo Clarín, na Argentina, e do Grupo Globo, no Brasil, bem como a análise das principais matérias destacadas pelo Google Notícias, durante o período de recorte da pesquisa. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, exploratória, com viés explicativo e que aplica a Análise de Discurso Francesa do teórico Michel Pêcheux. Por fim, foi realizada uma breve análise comparativa entre a realidade dos dois países, enfatizando as semelhanças e diferenças entre as duas manifestações da mesma variável em países distintos.

Palavras-chave: Imprensa; Cristina Kirchner; Dilma Rousseff; Análise de Discurso Francesa.

ABSTRACT

The present study seeks to identify how how part of the argentine and brazilian press, through the negative representation of Cristina Kirchner and Dilma Rousseff, between the years of 2014 and 2018, paved the way for the rise of the right-wing candidates Mauricio Macri and Jair Bolsonaro to the presidency, in the mandates following those of the respective former presidents. For this purpose, the socio-historical roots of the behavior of Clarín Group, in Argentina, and Globo Group, in Brazil, were studied, as well as the analysis of the main articles highlighted by Google News, during the research period. This is a qualitative, exploratory research, with an explanatory bias, which applies French Discourse Analysis by theorist Michel Pêcheux. Finally, a brief comparative analysis was carried out between the reality of the two countries, emphasizing the similarities and differences between the two manifestations of the same variable in different countries.

Keywords: Press; Cristina Kirchner; Dilma Rousseff; French Discourse Analysis.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AD - Análise de Discurso

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CRD - Coalizão para uma Radiodifusão Democrática

DENTEL - Departamento de Segurança Pública e do Departamento Nacional de Telecomunicações

FENAJ - Federação Nacional dos Jornalistas

ONU - Organização das Nações Unidas

LGBTQIA+ - Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Queers, Intersexuais, Assexuais +

MDB - Movimento Democrático Brasileiro

OPSA - Observatório Político Sul-Americano

PMDB - Partido do Movimento Democrático Brasileiro

PRN - Partido da Reconstrução Nacional

PSDB - Partido da Social Democracia Brasileira

PT - Partido dos Trabalhadores

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. MÍDIA E DEMOCRACIA	19
3. CONTEXTO ARGENTINA E BRASIL	23
3.1. CONTEXTO SÓCIO-HISTÓRICO DA MÍDIA ARGENTINA	25
3.2. CONTEXTO SÓCIO-HISTÓRICO DA MÍDIA BRASILEIRA	29
4. COBERTURA MUDIÁTICA ARGENTINA E BRASILEIRA	33
4.1. COBERTURA MUDIÁTICA ARGENTINA 2014-2018	33
4.1.1. Cristina Kirchner nas páginas do Clarín	35
4.1.2. Ascensão de Mauricio Macri	39
4.2. COBERTURA MUDIÁTICA BRASILEIRA 2014-2018	42
4.2.1. Dilma Rousseff nas páginas do G1/O Globo	43
4.2.2. Ascensão de Jair Bolsonaro	48
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS	55

1. INTRODUÇÃO

Andrew Heywood (2003) define democracia como governar pelo povo, implicando assim que esta depende diretamente da participação popular, bem como a defesa dos interesses da população. John Hirst (2004) aprofunda essa lógica ao colocar a democracia como uma sociedade onde o povo é soberano e detém o controle do governo. Nesse sentido, a participação popular direta ou representada deve ser protegida a fim de garantir os direitos individuais e coletivos, a defesa do interesse popular, e posicionar o poder e legitimidade do governo nas mãos da população civil.

Sob tais óticas, as democracias estabelecidas na América do Sul são entendidas como modelos bastante jovens, as quais ainda trabalham de forma conturbada pela estabilidade plena do regime, dos mercados e das pessoas sob sua proteção (MORLINO, 2017). Durante a segunda metade do século XX, a região vivenciou a eclosão de diversas ditaduras militares, podendo citar como exemplo tanto o caso do Brasil (1964-1985), quanto da Argentina (1976-1983)¹ – principais potências regionais. Ambas as ditaduras possuíam forte viés conservador, nacionalista e autoritário, estabelecendo qualquer oposição à sua legitimidade como um ataque a segurança nacional promovido por subversivos e criminosos (FICO, 2008).

Concomitantemente ao estabelecimento dos regimes militares, o apoio popular aos golpes de Estado era essencial para o sucesso e permanência destes no poder. Logo, a capacidade comunicativa e informativa das mídias já estabelecidas (jornais, periódicos e canais de rádio), bem como as novas tecnologias midiáticas em ascensão (televisão) se provaram estratégicas para promover uma percepção pública positiva em relação à ruptura democrática e aos novos "representantes da Nação" (JAMBEIRO, 2002). Portanto, Brasil e Argentina institucionalizaram individualmente suas Doutrinas de Segurança Nacional, com objetivo claro de promoção dos valores e ideais militares em uma ofensiva "informativa" e cultural.

Nesse sentido, a mídia ocupa posições importantes no processo de formação de conhecimento e opinião pública. Assim, nesse particular, explicita-se, paralelamente, não apenas o poder concentrado pelos regimes, estando habilitados a ditar a narrativa dos meios de comunicação em torno dos seus próprios interesses, mas também a capacidade da mídia em participar ativamente na escrita da história.

¹ Entre 1954 e 1976 houve diversos golpes de Estado pela América do Sul, dentre estes estão Paraguai (1954), Brasil e Bolívia (1964), Argentina (1966), Chile e Uruguai (1973) e novamente na Argentina (1976) (FICO, 2008).

É nesse sentido que McNair (2012) promove um debate sobre o papel do jornalismo e da democracia, atualmente, relatando que, contemporaneamente, estudos sobre democracia devem refletir a variável da mídia, no sentido de como ela interpreta os eventos e assuntos políticos; em como ela persuade eleitores quanto a eficácia de políticas públicas; e, além disso, molda a opinião pública.

Sendo assim, faz-se necessário salientar a influência desse mecanismo sobre a democracia na realidade da América Latina, mais especificamente, conforme investigado neste trabalho, na realidade da Argentina e do Brasil. Neste contexto, há diversos grupos midiáticos tradicionais da região que já estavam estabelecidos durante as ditaduras militares – na Argentina, *Diario Clarín*, *La Nación* e *La Capital*, e no Brasil: *O Globo*, *Estadão*, *Folha de São Paulo* e *Correio Braziliense*.

O destaque na Argentina é para o Grupo Clarín, o jornal de língua espanhola com maior circulação no mundo e que também possui grande presença televisiva, no rádio, produção de filmes, revistas voltadas para os mais variados públicos, dentre outros serviços (CLARÍN, 2023). Quanto à presença midiática no Brasil, a ênfase é ao Grupo Globo, o maior conglomerado de mídia do Brasil e da América Latina, com presença televisiva, oferta de serviços por meio de rádios e canais digitais. Além disso, possui gravadoras, produções e distribuições cinematográficas (MARCOLINI, 2012). Ambos atuam ativamente na disseminação de informações ao público em geral, dos respectivos países. Tanto a audiência quanto o alcance, do Grupo Clarín e do Grupo Globo, demonstram o quão populares e influentes esses conglomerados de mídia são.

Diante disso, em um contexto democrático, o papel dessas mídias se torna essencial não apenas pelas capacidades já indicadas, mas também na legitimação dos sentimentos populares em relação ao desempenho, valores e percepções de atores políticos em destaque. Essa questão é abordada por Chomsky (2013), em seu livro "Mídia: Propaganda política e manipulação", em que o autor destaca o poder de manipulação da mídia nos Estados democráticos modernos.

É diante dessa dinâmica que se torna importante destacar que o jornalismo, não é apenas um reflexo da realidade, pois também é um de seus elementos constitutivos (MIGUEL, 2003). Conforme Miguel (2003) explica, em seu estudo sobre a influência da Rede Globo nas eleições de 2002, “o recorte que se fazia do momento, iluminando certos aspectos em detrimento de outros, beneficiava uma interpretação do mundo social e de suas alternativas”.

Portanto, a mídia nunca pode atingir uma neutralidade genuína, como por muitas vezes conclama, pois até mesmo a seleção e hierarquização das informações contribui para a

construção de uma determinada representação do mundo social, tal qual o interpretamos (MIGUEL, 2003).

Essa influência esteve presente na Argentina em 2009, no qual o governo Kirchner² e o Grupo Clarín encerraram a política da boa vizinhança devido a promulgação e sanção da *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisuales*³ n°. 26.522, também conhecida como *Ley de Medios*⁴, na Argentina. Isso ocorreu porque quando o Grupo Clarín percebeu que poderia perder licenças e autonomia utilizou de sua rede de veículos de comunicação para mediar as informações sobre a lei a partir da sua visão quanto a ela (SILVA, 2015). As notícias, a partir de então, em sua maioria, passaram a destacar os problemas macroeconômicos que afligiam a Argentina, as questões sociais negativas e os escândalos de corrupção envolvendo Cristina e Néstor Kirchner (MOCHKOFISKY, 2011).

No caso brasileiro, tal influência esteve presente no ano de 2016, fenômeno trabalhado por Van Dijk (2017) em seu artigo sobre a manipulação midiática gerida, principalmente, pela Globo, no processo de *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff, em 2016. O autor discorre sobre o golpe promovido pela oligarquia conservadora economicamente dominante contra o esquerdista Partido dos Trabalhadores (PT), no poder desde 2003, e como a mídia brasileira teve papel crítico no decorrer dessa ação.

Para Van Dijk (2017) a mídia brasileira manipulou tanto a opinião pública quanto de muitos dos políticos envolvidos no processo. O Grupo Globo, em suas reportagens e editoriais, de maneira sistemática, deslegitimou Dilma, o ex-presidente Lula e o PT, associando-os seletivamente à corrupção generalizada e atribuindo-lhes a grave recessão econômica.

Nos anos recentes, Argentina e Brasil presenciaram a ascensão política e social de figuras populistas antagônicas como Cristina Kirchner e Mauricio Macri na Argentina; e Luiz Inácio Lula da Silva, Dilma Rousseff e Jair Messias Bolsonaro, no Brasil. Em ambos os casos, pode-se observar uma onda crescente de polarização ideológica e afetiva⁵, ao passo que aumentam os casos de violência por motivações políticas (LAURIS; HASHIZUME, 2020), ataques ao trabalho jornalístico (FENAJ, 2020), bem como na deterioração da credibilidade e confiança popular nas instituições democráticas (BOTELHO; OKADO, 2020).

² Segundo a CNN (2021) presidente da Argentina, entre os anos 2007 e 2015 e expoente do “kirchnerismo”, movimento político argentino baseado em ideias populistas de esquerda.

³ Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual (tradução nossa).

⁴ Lei dos Meios (tradução nossa).

⁵ Abramowitz (2010) define polarização ideológica como o progressivo afastamento ideológico entre os membros de uma sociedade, onde paralelamente esvazia-se o centro em preferência aos extremos, enquanto a polarização afetiva descreve o aumento na ocorrência de conflitos e choques entre os extremos de forma a isolá-los e intensificar seu antagonismo emocional (FUKS; MARQUES, 2022. apud IYENGAR; SOOD; LELKES, 2012).

Perante o exposto, a percepção de que muitas das mídias tradicionais têm raízes nos episódios ditatoriais descritos anteriormente, além do comportamento influente com relação a questões políticas por parte dessas mídias, se manifesta o questionamento sobre como alguns grupos midiáticos, tanto argentino quanto brasileiro, exerceram influência sobre o jogo político, o que levou a ascensão de candidatos presidenciais de direita nos respectivos países.

Na Argentina, Mauricio Macri concorreu a eleição em 2015, em meio ao já supracitado embate entre Cristina Kirchner e o Grupo Clarín. Macri ganhou rápida notoriedade com seus ideais de livre mercado, interesses capitalistas norte-americanos e alinhamento à perspectiva neoliberal (MARQUES; DA SILVA CONCEIÇÃO, 2017). Durante esse período, como já destacado, a mídia já representava negativamente o governo de Kirchner. Além disso, conforme Balán (2013) reflete a crítica aos presidentes da República tem se tornado uma característica dos veículos de comunicação na Argentina.

No Brasil, Jair Bolsonaro se candidatou à presidência em 2018 e passou a buscar a expansão do seu nome nacionalmente. Para tanto, inicialmente foi a programas de televisão e rádio (VASCONCELOS, 2021) e depois passou a expandir a sua campanha por meio das redes sociais, conforme estudo proposto por Mundim, Vasconcellos e Okado (2023) sobre o papel das redes sociais e serviços móveis de mensagem instantânea na eleição de Jair Bolsonaro, em 2018.

Apenas com o avançar da sua campanha presidencial que os veículos de comunicação tradicionais passaram a também voltar a atenção ao candidato, visto que ele passou a representar um número expressivo nas pesquisas eleitorais (VASCONCELOS, 2021). Vasconcelos (2021) em seu estudo sobre o papel da mídia na ascensão do conservadorismo no Brasil, em 2018, destaca que:

“No campo da política, tanto O Globo quanto a Folha de Saulo imprimiram uma narrativa antipolítica, típica do conservadorismo. Uma antipolítica que no Brasil atual, e especificamente a partir de 2013 e potencializada nas eleições de 2018, significava antipetismo” (VASCONCELOS, 2021, p. 256).

Assim sendo, o presente trabalho busca compreender o posicionamento e papel desempenhado pelos veículos midiáticos, principalmente notícias jornalísticas online do Grupo Clarín e o Grupo Globo, nos principais acontecimentos políticos da Argentina e do Brasil, entre os anos 2014-2018, procurando analisar as narrativas adotadas e as correlações entre seu conteúdo e a crescente polarização política regional que possibilitou uma guinada à direita nestes países.

Como aponta Lohn (2016), os estudos em ciências sociais – e concomitantemente em Relações Internacionais – acerca da atuação das mídias jornalísticas na produção e interferência da materialidade política e social ainda são pouco frequentes e de menor escopo. Não obstante, os regimes ditatoriais, os processos de redemocratização nos anos 80, e o recente enfraquecimento democrático observado na América do Sul foram devidamente cobertos pelos principais grupos midiáticos da região, que se estabeleceram antes mesmo da virada ditatorial na segunda metade do século XX (JAMBEIRO, 2002).

Assim, a análise dos discursos adotados pelos principais veículos jornalísticos incita o debate sobre processos de formação de bolhas de opinião, intensificação da polarização e o deterioramento da confiança nas instituições e atores políticos, que culminaram na ascensão de presidentes da república de direita na Argentina e no Brasil. Ademais, esclarecer essa questão contribui, fundamentando-se em subsídios teóricos e empíricos, com o desenvolvimento de estudos acadêmicos voltados para o papel da mídia nos processos democráticos.

Para realizar essa análise foram definidos os seguintes objetivos: (a) a compreensão mais detalhada dos arranjos sócio-históricos adotados pela mídia que a leva a exercer influência no ambiente democrático dos países apontados; (b) a demonstração dos principais discursos midiáticos divulgados pelo Clarín e pela Globo no que diz respeito à representação das ex-presidentes Cristina Kirchner e Dilma Rousseff, entre os anos de 2014 e 2018; (c) a elucidação de como essa representação gerou um o fortalecimento dos candidatos de direita, na Argentina e no Brasil.

A pesquisa sustenta a hipótese de que representação negativa tanto do governo Kirchner, na Argentina, quanto do governo Dilma e do PT, no Brasil, ajudou no avanço do populismo de direita e legitimaram uma força contrária a esses atores, manifestada pela figura de Mauricio Macri e Jair Bolsonaro.

Foi adotada uma reflexão crítica da realidade de ambos os países a partir da percepção desse avanço de uma direita na América Latina, questão destacada por Zucatto (2019), no Boletim do Observatório Político Sul-Americano (OPSA), sobre a mudança recente no cenário político sul-americano, com a eleição de Maurício Macri, em 2015, na Argentina, Jair Bolsonaro, no Brasil, em 2018, e outros representantes nos demais países da América Latina. Além disso, deve-se enfatizar que a direita “não se trata de um bloco político-ideológico unificado/homogêneo de indivíduos e partidos de direita chegando ao poder na América do Sul; existem, outrossim, importantes diferenças entre esses governos” (ZUCATTO, 2019, p. 6). Por exemplo, são identificados posicionamentos mais moderados por parte de Mauricio Macri e

mais radicais com marcas conservadoras nas práticas adotadas por Jair Bolsonaro (ZUCATTO, 2019).

O teor da pesquisa realizada neste trabalho pode ser caracterizado como exploratório, que segundo Raupp e Beuren (2006), é aquele na qual se busca entender um assunto com maior profundidade, proporcionando tanto maiores informações quanto ao assunto, como também guiando a reflexão a respeito da hipótese defendida, também possui viés de pesquisa explicativa pois são identificados fatores que contribuíram para a ocorrência de fenômenos. Além disso, trata-se de uma pesquisa com metodologia qualitativa na qual, conforme Neves (1996) aponta, são formulados apontamentos descritivos a partir da interação pesquisador e objeto de estudo, o foco é o entendimento do fenômeno proposto sob a óptica da interpretação.

Os dados foram coletados tanto de fontes primárias quanto secundárias. Referente às fontes primárias foram acessados dados de jornais, principalmente, do Grupo Globo e Grupo Clarín; e, quanto às fontes secundárias, estudos realizados por outros autores da área e citados ao longo do trabalho.

Os critérios para a coleta dos dados, na análise argentina, foram o acesso ao mecanismo de pesquisa Google Notícias, com o recorte temporal de 2014-2018 e a palavra-chave utilizada foi “Cristina Kirchner Clarín”. Sendo assim, foram trabalhadas as matérias de jornais do Grupo Clarín. Para o Google Notícias apresentar os resultados da pesquisa dessa localização foi alterada a região, acessando as “Configurações de pesquisa”, depois “Configuração de região” e, nessa aba, foi selecionado “Argentina” (GOOGLE, 2023a). A partir disso, as notícias passaram a buscar aquelas de maior relevância na Argentina.

Já na análise do caso brasileiro, foi acessado o mesmo portal de notícias, o Google Notícias, com o mesmo recorte temporal 2014-2018 e a palavra-chave de acesso foi “Dilma Rousseff Globo”, neste caso focando nas matérias do G1/O Globo e na localização brasileira.

A metodologia utilizada foi a análise de discurso de vertente francesa proposta por Michel Pêcheux (2008) na qual se busca evidenciar a perspectiva sócio-histórica e política por trás das ações do autor do discurso, neste caso a mídia (ORLANDI, 2005). Além das principais estratégias midiáticas apontadas por Dumitrescu e Mughan (2010).

Feita essas considerações, o Trabalho de Conclusão de Curso está organizado em cinco capítulos, sendo esta Introdução, o primeiro capítulo. O segundo capítulo explana os principais fundamentos teóricos que guiam a pesquisa. O terceiro capítulo aprofunda os aspectos sócio-históricos da mídia brasileira e argentina. O quarto capítulo faz a análise dos discursos midiáticos selecionados, no Brasil e na Argentina. Por fim, o quinto capítulo destaca os pontos semelhantes e divergentes na função desempenhada pela mídia na ascensão deste populismo de

direita, em ambos os países, por meio do método comparativo que objetiva explicar as semelhanças e diferenças de duas questões de natureza análoga, desenvolvidas em meios sociais distintos (SCHNEIDER; SCHIMITT, 1998). Além disso, o último capítulo condensa as principais questões trabalhadas ao longo do estudo, reunindo as considerações finais a respeito deste.

2. MÍDIA E DEMOCRACIA

Em democracias representativas, idealmente, as informações públicas devem estar disponíveis aos cidadãos para que estes mantenham-se informados e realizem escolhas políticas conscientes. É neste contexto, que a mídia é o principal veículo de comunicação entre o governo e os governados (DUMITRESCU; MUGHAN, 2010).

A principal função da mídia em um ambiente democrático, a partir de uma perspectiva liberal, de acordo com Curran (2000), é agir como um regulador do Estado. A mídia deveria monitorar as atividades estatais e expor abusos cometidos por autoridades oficiais. Porém, de acordo com Dumitrescu e Mughan (2010), em um mundo contemporâneo essa visão se torna ultrapassada pois a mídia não foca mais apenas em questões políticas, como fazia no século XVIII, por exemplo; e, além disso, muitas outras influências podem moldar o posicionamento da mídia, como parcerias políticas e interesses privados dos acionistas da mídia, bem como os posicionamentos de grupos dominantes presentes nas sociedades. Marques e Conceição (2017) destacam que:

“Atualmente, o fornecimento de informações confiáveis e relevantes ao público pelos meios de comunicação atravessa graves contestações, já que a ideia de “cão de guarda” da imprensa das atividades dos governantes por vezes ultrapassa a salutar crítica da classe política, e de grupos sociais, para transformar-se em construção manipulada ou distorcida da realidade” (MARQUES; CONCEIÇÃO, p. 15).

O ideal, como Dumitrescu e Mughan (2010) debatem é que ocorresse imparcialidade na produção do conteúdo midiático, no sentido de as informações não serem sistematicamente tendenciosas a favor de nenhum dos candidatos ao cargo. Para tanto, argumentam que devia existir um pluralismo midiático e uma cobertura apartidária a respeito de assuntos políticos.

Neste sentido, um pluralismo midiático seria aquele no qual há uma diversidade de mídias, com visões ideológicas diversas e concorrentes, sem favoritismos por um candidato ou outro. Esse pluralismo é o mais adequado para a democracia, porém o que se vê, desde os anos 1980, é uma crescente concentração da mídia na mão de poucas empresas com dimensões globais (DUMITRESCU; MUGHAN, 2010). Ademais, uma cobertura jornalística apartidária pressupõe que serão apresentados aos cidadãos todos os lados e perspectivas de um argumento, o que também apresenta dificuldades de ser seguido na realidade empírica, por haver diversas mídias atreladas a determinadas linhas de pensamento (DUMITRESCU; MUGHAN, 2010).

Diante desse panorama de dificuldade em alcançar uma imparcialidade midiática e referente a influência da mídia na opinião pública, estudos experimentais e de pesquisa chegaram à conclusão de que a exposição à mídia tinha muito mais probabilidade de reforçar as atitudes existentes e as preferências partidárias do que mudá-las. Porém, com o advento da televisão e comunicação midiática em massa, essa visão foi sobreposta por novos estudos, no qual segundo Dumitrescu e Mughan (2010):

“A influência desse meio pode não ser direta e transformadora das atitudes e comportamentos políticos dos indivíduos, mas os pesquisadores políticos, armados com novos insights das disciplinas de psicologia e comunicação, começaram a pensar em termos de efeitos indiretos mais sutis. Três linhas de pesquisa surgiram no estudo contemporâneo dos efeitos da mídia na política: (I) a mídia e as atitudes e comportamentos políticos; (II) a mídia e o saber político; e (III) a mídia e a participação e compromisso democrático”⁶ (DUMITRESCU; MUGHAN, 2010, p. 481, tradução nossa).

Neste contexto, surgiram pesquisas alternativas e Dumitrescu e Mughan (2010) discorrem que embora a mídia não tenha sido bem-sucedida em dizer aos eleitores o que pensar, ela definitivamente é eficaz em guiar a sobre o que pensar. Avançando nos estudos críticos quanto a mídia, os autores, trazem a questão de que além da mídia persuadir as pessoas a pensar sobre um determinado candidato ou questão na campanha, ela também pode moldar como avaliam esse mesmo assunto, questão ou candidato.

Diante disso, dentre as vertentes de análise da influência política da mídia há dois conceitos significativos a serem trabalhados: *priming* e *framing*. *Priming* alude ao processo pelo qual a exposição na mídia sobrevém uma questão política específica ou atributo de candidato, em detrimento de outras, para que o público foque naquela questão. Isto funciona, pois, as pessoas raramente realizam análises exaustivas ao tomar decisões políticas, em vez disso, elas estão sujeitas ao que vem à mente em um determinado momento para tomar tais decisões, seja em relação a questões políticas ou características dos candidatos (DUMITRESCU; MUGHAN, 2010).

Dumitrescu e Mughan (2010) acrescentam que, em sua maioria, as pessoas mais suscetíveis a definição de agenda e efeitos da mídia são as moderadamente conscientes

⁶ “This medium’s influence may not be direct and transformative of individuals’ political attitudes and behaviors, but political researchers, armed with new insights from the disciplines of psychology and communications, began to think in terms of subtler, indirect effects. Three strands of research have emerged in the contemporary study of media effects in politics: (I) the media and political attitudes and behavior; (II) the media and political knowledge; and (III) the media and participation and democratic commitment” (DUMITRESCU; MUGHAN, 2010, p. 481).

politicamente, pois as altamente partidárias são resistentes ideologicamente a informações discordantes e as menos partidárias são menos propensas a exposição à mídia

Além deste enfoque midiático visando persuadir a opinião pública há uma outra estratégia adotada pela mídia, a estratégia de *framing*. O *framing* foca no enquadramento de um assunto, isto é, ele diz respeito a maneira pela qual a mídia escolhe apresentar, ou enquadrar, as informações que transmite sobre um fenômeno e como a inclinação que encaixam afeta as atitudes e opiniões do público em geral (DUMITRESCU; MUGHAN, 2010).

Aprofundando no estudo do *framing*, este se subdivide em duas categorias: “enquadramento de questão” e “enquadramento de equivalência”. Enquanto o primeiro enfatiza a importância relativa dada aos critérios pelos quais um político ou evento político é julgado, normalmente, a partir da concessão de uma maior importância a uma reivindicação em comparação a outra, o segundo enquadramento descreve uma situação na qual frases diferentes, porém logicamente equivalentes, guiam os indivíduos a alterarem suas preferências, dependendo de como a informação é apresentada, sob uma ótica positiva ou negativa (DRUCKMAN, 2004 apud DUMITRESCU; MUGHAN, 2010).

Porto (2012) em um estudo sobre como a mídia afeta os arranjos institucionais, principalmente, no que diz respeito a como moldam o desempenho da responsabilidade política nas novas democracias, destaca que essa responsabilização política ficou muito fragilizada no final do século XX, com a queda de regimes autoritários ou ditatoriais; e é nesse mesmo período que a mídia, em muitos casos, passou a ter maior espaço de articulação, resultando em reflexos complexos para a representação política. O autor entende a representação política como “o conjunto de arranjos institucionais de longo prazo que asseguram a articulação e a expressão dos interesses, opiniões e perspectivas dos representados, bem como a sistemática responsividade dos representantes a eles” (PORTO; 2012, p. 43).

Diante desse panorama, argumenta sobre o papel da mídia na responsabilização política vertical, definida como o controle centrado nas interações entre eleitores e representantes durante as campanhas. E aprofunda argumentando que na América Latina é muito comum uma cobertura de campanha tendenciosa e desequilibrada por parte dos meios de comunicação, o que afetaria a qualidade dessa responsabilidade vertical. Essa questão foi corroborada por estudos quantitativos sobre a influência da mídia em campanhas eleitorais no Brasil e no Peru, feito por Boas (2005), e no México, com um estudo proposto por Hughes e Lawson (2004) (PORTO, 2012).

Hughes e Lawson (2005) destacam que, apesar da ampliação da democracia eleitoral na América Latina, poucos sistemas midiáticos incentivam o seu aprofundamento. Em sua maioria

por questões como um Estado ainda fragilizado institucionalmente, muitas legislações do período autoritário ainda em vigor, propriedade oligárquica dos meios de comunicação, padrões jornalísticos desiguais e não democratização do acesso à informação.

Concomitantemente, a propriedade privada dessas mídias envolve a prática de acordos entre elas e os políticos, baseada em perspectivas de futuras concessões de negócios, o que Hughes e Lawson (2004) denominam como capitalismo clientelista, em outras palavras, relações estreitas entre os empresários e a classe política. É devido a isso que se atesta um forte viés partidário nas transmissões midiáticas a respeito do tema (HUGHES; LAWSON, 2004).

Além disso, Porto (2012) chama a atenção para o poder de influência das mensagens midiáticas quanto a reivindicações representativas em processos de responsabilidade política, priorizando a apresentação de certos temas de forma positiva e outros de forma negativa. Todavia, ele explica que esse poder simbólico da mídia pode ser limitado caso novos contextos políticos venham a emergir, pois se um grupo consegue ganhar relevância política e a mídia ignora ou deturpa os seus interesses, opiniões e perspectivas, a sua credibilidade e poder de persuasão podem ser prejudicados ou enfraquecidos. Em sua análise, o autor também realça o papel da mídia em manifestar oposição a um presidente e suas políticas, o que agrava a polarização social em diversas regiões da América Latina.

Conforme exposto, atualmente, vivemos em uma sociedade permeada através de relações profundas pela mídia. E, assim sendo, a mídia assume um papel de construção da realidade; “a mídia não só diz o que existe e, conseqüentemente, o que não existe, por não ser veiculado, mas dá uma conotação valorativa à realidade existente” (GUARESCHI, 2007, p. 9); também define a agenda de discussão; e possui influência significativa na construção da nossa subjetividade enquanto indivíduo, que se constrói a partir das relações estabelecidas no espaço de existência (GUARESCHI, 2007).

Sendo assim, essa pesquisa se empenha em esclarecer, baseada nos aportes teóricos apresentados, o papel da mídia em guiar as crenças da opinião pública argentina e brasileira em direção à vitória nas eleições presidenciais de Mauricio Macri, na Argentina, em 2015, e Jair Bolsonaro, no Brasil, em 2018.

A hipótese é que a representação negativa de Cristina Kirchner nos anos que antecederam a eleição de Macri auxiliou o processo, assim como a representação midiática negativa do Partido dos Trabalhadores e da ex-presidente Dilma Rousseff possibilitou a vitória de Jair Bolsonaro. Outras variáveis com toda certeza tiveram a sua função em guiar os referidos países a essas circunstâncias, porém o papel da mídia em trilhar esse caminho que será abordado ao longo da análise.

3. CONTEXTO ARGENTINA E BRASIL

A mídia, principalmente na América Latina, vem demonstrando a promoção de informações tendenciosas e desequilibradas quanto ao seu papel de acompanhamento e interação entre eleitores e representantes, durante os momentos de campanhas (HUGHES; LAWSON, 2004; BOAS, 2005).

Essa realidade é preocupante pois, conforme exposto no capítulo anterior, a mídia possui um papel fundamental na formação da opinião pública e na garantia da pluralidade de vozes em uma sociedade democrática, questão trabalhada por Dumitrescu e Mughan (2010). Fraga e Raddatz (2014) acrescentam, ao estudarem a mídia argentina, que ela possui grande importância no desempenho da liberdade de expressão e na garantia do direito à informação. Ao citarem Hohlfeldt (2005), os autores destacam que “quase tudo o que sabemos sobre o mundo e a sociedade, sabemos através da mídia” (HOHLFELDT, 2005, p. 3 apud FRAGA; RADDATZ, 2014, p. 1).

No entanto, anterior ao entendimento do papel da mídia em ambientes democráticos e nas estratégias adotadas para moldar a opinião pública por meio do discurso midiático, é crucial entender como esses discursos são legitimados, produzidos e manifestados. A Escola Francesa de Análise de Discurso realizou estudos teóricos sobre como a linguagem é materializada na ideologia e como esta se manifesta através da linguagem (ORLANDI, 2005).

O fundador dessa perspectiva teórica e principal precursor dos pensamentos da escola foi Michel Pêcheux, nascido em Tours, cidade da França, em 1938. A Análise de Discurso (AD), para este autor, trabalha com a textualização do político buscando entender como as relações de poder impactam na produção destes discursos (ORLANDI, 2005).

A ideologia para Pêcheux pode se manifestar através de duas formas: A (técnico-empirista) e B (político especulativa). A ideologia do tipo A refere-se ao processo de produção, caracterizando-se pela originalidade. Já a ideologia do tipo B revela as relações sociais de produção, sendo marcada pela manutenção do *status quo*, pois sua função é produzir e preservar as diferenças necessárias ao funcionamento das sociedades de classe. Apesar da ideologia do tipo A ser propositiva, logo ela se torna parte da ideologia reprodutiva, ocupando um lugar e seguindo uma ordem previsível na linearidade da estrutura (DRESCH, 2005).

Para Pêcheux a Análise de Discurso não entende o sujeito como onipotente e nem o sistema linguístico como totalmente autônomo, pois o sentido do que se está sendo dito é regulado no tempo e espaço da prática humana. Sendo assim, Orlandi (2005) define o discurso como “sendo efeito de sentidos entre locutores, um objeto sócio-histórico em que o linguístico

está pressuposto. Ele critica a evidência do sentido e o sujeito intencional que estaria na origem do sentido” (ORLANDI, 2005, p. 11).

Nesse contexto, o autor não separa estrutura e acontecimento, relacionando a linguagem a sua exterioridade, ou seja, produzindo o conceito de interdiscurso. Interdiscurso é uma memória discursiva, algo que já foi dito ao longo da história que permite todo o dizer nos mais variados acontecimentos. Segundo ele:

“[...] as pessoas são filiadas a um saber discursivo que não se aprende, mas que produz seus efeitos por intermédio da ideologia e do inconsciente. O interdiscurso é articulado ao complexo de formações ideológicas representadas no discurso pelas formações discursivas: algo significa antes, em outro lugar e independentemente” (ORLANDI, 2005, p. 11).

As formações discursivas, então, são o que o sujeito pode e deve dizer em dada situação em dada conjuntura e, dessa forma, o dizer está ligado às suas condições de produção. Isto pressupõe que há um vínculo constitutivo ligando o dizer com a sua exterioridade. Para Pêcheux “não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido” (ORLANDI et al., 1999, p. 17).

Em outras palavras, na formação discursiva o sentido se forma sem o conhecimento do sujeito, pois este está submetido a ideologia e ao interdiscurso. Portanto, o sujeito desconhece sua sujeição à ideologia e promove discursos acreditando ser autônomo e sua principal fonte de sentido (MALDIDIER, 1993).

Em síntese, toda formação discursiva é dotada de uma formação ideológica que a influencia. Ideologias pré-concebidas formam estruturas de discurso o que torna viável estudar como a mídia ao longo do tempo se posiciona perante candidatos de direita, a exemplo deste trabalho em que se almeja identificar se há um determinado padrão sócio-histórico que segue até os dias atuais e permeia os discursos jornalísticos. Somado a isso, essa AD busca a compreensão do que está sendo dito em relação ao que não está sendo dito (PÊCHEUX, 2008, p. 44). Tal proposta encaixa, perfeitamente, na análise da influência dos discursos midiáticos, pois as já mencionadas estratégias de persuasão da mídia utilizam mecanismos similares a estes na propagação de informação.

É diante dessa perspectiva que se torna importante investigar o interdiscurso que permeia os discursos da mídia através de um levantamento sócio-histórico do perfil da mídia, após a redemocratização, tanto na Argentina quanto no Brasil, isto é, investigar as raízes dessa prática, analisando qual o padrão de produção de informação por parte da mídia, em ambos os países.

3.1. CONTEXTO SÓCIO-HISTÓRICO DA MÍDIA ARGENTINA

Por meio da ditadura militar argentina, instaurada em 1976, buscava-se a reformulação estrutural da sociedade argentina, tanto em termos econômicos quanto políticos, visando consolidar um projeto hegemônico voltado a um viés liberal. Para tal, se via necessária uma transferência de recursos dos setores populares para a concentração de capital (nacional ou estrangeiro). Ademais, para que esse projeto desse certo era crucial o controle ativo e absoluto da capacidade repressiva do Estado (MARINO; POSTOLSKI, 2006).

Nesse período, a mídia esteve intimamente ligada à produção de discursos midiáticos na tentativa de influenciar a visão política dos cidadãos, com dois principais objetivos: a repressão contra grupos de oposição e a implantação de um novo padrão de acumulação voltado para a valorização financeira. Dessa forma, a mídia argentina, durante o período da sua última ditadura militar (1976-1983), foi utilizada como mecanismo estratégico por parte do governo em sua política de controle e, apesar de enfatizarem um liberalismo econômico em todos os âmbitos da sociedade, nunca renunciaram ao controle dos canais e rádios que administravam (MARINO; POSTOLSKI, 2006).

Nesse contexto, as ferramentas que possibilitaram o uso da mídia para este fim foram a censura e o controle, exercido tanto pela manifestação pública favorável a ditadura e a infiltração de funcionários na mídia quanto por meio de órgãos fiscalizadores, como a Comissão de Estudos da Mídia Escrita ou o Centro de Pesquisas Psicossociais Aplicadas (CIPA). O primeiro ficou responsável por promover relatórios de análise política, o que seria adotado estrategicamente no âmbito da mídia, bem como textos normativos visando a censura da mídia, já o CIPA exercia função sob domínio da Secretária de Informação Pública (SIP) como um centro especializado em analisar o impacto dessas políticas sobre a visão dos cidadãos argentinos (MARINO; POSTOLSKI, 2006).

Outra maneira de utilização da mídia para fins de propagação dos seus ideais pela ditadura argentina foi a dependência econômica, por meio dos altos financiamentos e investimentos oferecidos aos veículos de propagação de notícias. Por mais que alguns meios de comunicação não tenham se unido e compactuado com as práticas da ditadura, muitos aceitaram os incentivos e, até mesmo, enriqueceram durante este período (MARINO; POSTOLSKI, 2006).

A ditadura concedeu benefícios econômicos e contratos lucrativos para conglomerados de comunicação alinhados aos seus interesses. Dentre tais benefícios, o governo militar obrigou

os familiares do acionista David Graiver, que havia morrido, a transferir as ações da única fábrica de papel jornal do país, a Papel Prensa, a um consórcio de empresas formado pelos jornais Clarín, La Prensa, La Nación, em conjunto ao próprio Estado Nacional. Tal ação foi considerada um dos casos mais inquietantes de corrupção da história argentina (BECERRA, 2010).

Diante dessa nova conjuntura a ditadura passou a exercer controle sobre o conteúdo e a narrativa divulgada pela mídia. Isso resultou em uma concentração da propriedade da mídia e em um maior alinhamento com os interesses econômicos e políticos da ditadura. Isso se identifica, principalmente, nos primeiros anos da ditadura no qual tantos os principais meios de comunicação privados quanto as mensagens oficiais produziram conteúdos alinhados, um exemplo, é o editorial do La Nación comemorando o primeiro aniversário do Golpe de Estado intitulado "Uma paz que merece ser vivida" (BECERRA, 2010).

Pode-se inferir que, desde 1870, a mídia argentina se estabeleceu como um centro comercial com laços estreitos com o *establishment* político e assim seguiu no período pós redemocratização. Mesmo nos momentos em que não houve sintonia entre a mídia argentina e o governo se percebeu vínculos políticos com setores de determinado partido ou algum grupo da administração política, momentos nos quais a mídia recebeu apoios ou permissões generosas, visando sempre o aumento do seu poder econômico (BECERRA, 2010).

Em decorrência disso, segundo Becerra (2010), atualmente, o vínculo de subordinação do poder político ao poder midiático complementou a erosão da representação política. Isso ocorreu porque o *establishment* político terceirizou o questionamento dos cidadãos para os principais meios de comunicação, o que é comumente chamado de "mídiatização da política".

Becerra (2010) chama a atenção para a mídia como um mecanismo de influência social, tal qual a escola já foi um dia:

“Se no início do século XX o dispositivo por excelência de integração, alfabetização cidadã e também de normalização e homologação cultural era a escola, para a qual o Estado reclamava o monopólio da sua gestão, desde o final do século XX os meios de comunicação constituem um canal informal, sistema educacional paralelo, que complementa em alguns casos e substitui em outros, instituições nos setores mais vulneráveis, intervindo na construção da cidadania e na elaboração de noções sobre a realidade não imediata”⁷ (BECERRA, 2010, p. 27, tradução nossa).

⁷ “Si a comienzos del siglo XX el dispositivo por excelencia de integración, de alfabetización ciudadana y también de normalización y homologación cultural era la escuela, para lo cual el Estado reclamaba el monopolio de su gestión, desde fines del siglo XX los medios de comunicación conforman un sistema educativo informal, paralelo, que complementa en algunos casos pero que reemplaza en los sectores más desprotegidos a otras instituciones interviniendo en la construcción de ciudadanía y en la elaboración de nociones acerca de la realidad no inmediata” (BECERRA, 2010, p. 27).

Nos países em desenvolvimento, como é o caso da Argentina, essa influência se baseava em uma velha ordem de dominação e opressão. Nesse sentido, as três principais características dessa velha ordem era a organização oligopolística; uma concentração da transmissão de notícias nas mãos de pequenos grupos que observam, avaliam, selecionam e transmitem as informações de acordo com interesses políticos e econômicos, bem como muitas vezes para alcançar benefícios comerciais próprios; além da eliminação da capacidade de reação perante a mensagem, o que torna o receptor cada vez mais passivo e sem pensamento crítico (GOMES, 1997, p. 115 apud LIEDTKE, 2003, p. 43).

Diante dessa grande influência na Argentina desde o período ditatorial o povo é interpelado pelos grandes grupos midiáticos que moldam as perspectivas a serem apresentadas nesses veículos de comunicação (BECERRA, 2010). Mastrini (2009) reforça essa questão ao citar o rádio como um meio de comunicação com forte influência sobre as classes populares e, por isso, o Estado diante de um governo ditatorial buscou regular o seu funcionamento e controlar a sua produção de conteúdo.

Aplicando uma análise pecheutiana, há uma ideologia dominante permeando os discursos midiáticos e viabilizando a manutenção do *status quo*. Sendo essas formações ideológicas “um conjunto complexo de atitudes e de representações que não são nem ‘individuais’ nem ‘universais’, mas se relacionam mais ou menos diretamente a posições de classe em conflito umas com as outras (PÊCHEUX; FUCHS, 1997, p. 166 apud SILVA, 2009, p. 163).

É diante desse cenário que, com a ascensão de governos de esquerda na América Latina a partir dos anos 2000, iniciou-se um combate à concentração de poder midiático nas mãos de grupos empresariais restritos. Essa perspectiva se alterou pois Argentina, Brasil, Uruguai, Bolívia, Equador e Venezuela se depararam com grupos midiáticos avessos às reformas que alterassem o arcabouço neoliberal e, basicamente, privatizador que prevaleceu na década de 1990 (MOREIRA, 2013; SANTANDER, 2014 apud MARQUES; CONCEIÇÃO, 2017, p. 16). Moreira (2013) explica que:

“As regras da radiodifusão na América Latina foram fixadas no século 20 por meio de perigosas relações de poder entre elites políticas e empresários midiáticos (FOX, 1997). A exploração não comercial do espectro foi ignorada, coibida e proibida em todos os marcos normativos do continente até o final dos anos 90 (MOREIRA, 2011). Sustentados nestas práticas, emergiram os principais conglomerados midiáticos do continente. Os grupos Clarín, na Argentina, Globo, no Brasil, e Cisneros, na Venezuela foram alguns dos principais beneficiários destas regras, se constituindo como as grandes potências do setor (MASTRINI e BECERRA, 2009; MORAES, 2009)” (MOREIRA, 2013, p. 210).

Na Argentina, especificamente, desde a eleição de Nestor Kirchner, em 2003, 20 anos após a redemocratização do país, se passou a colocar em pauta esse debate dos limites dos grandes grupos midiáticos (MOREIRA, 2013). Castro (2014) argumenta que a busca por maneiras de formular políticas de comunicação se iniciou nos anos 60, no contexto da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Porém Liedtke (2003) destaca que os Estados enfrentam dificuldades em abordar o tema no âmbito do debate público e os proprietários dos meios de comunicação exercem forte persuasão no não avanço da pauta.

Nesse período, em particular desde 2001, o contexto social e econômico da Argentina era complicado pois o país vivia uma crise financeira na qual ocorreu um empobrecimento generalizado das classes médias e altas (SILVA, 2014). Em conjunto a isso, o primeiro mandato de Cristina Kirchner, iniciado em 2007, vivenciou um embate com a elite agrária após a resolução 125 que cobrava um imposto sobre a exportação de grãos (LINS, 2009, p.12 apud SILVA, 2014). Esse fato resultou em descontentamento por parte dos ruralistas e uma forte cobertura midiática que passou a prejudicar a imagem da ex-presidente junto à opinião pública (SILVA, 2014).

Silva (2014) afirma que o principal meio de comunicação que veiculava tais notícias negativas era o Grupo Clarín, que até então era aliado de Cristina. No entanto, isso somado ao avanço do debate sobre a democratização da mídia argentina conturbou a relação da ex-presidente com o Clarín. Ao estudarem a formação do Grupo Clarín até os dias atuais, Mastrini, Becerra e Bizberge (2021) afirmam que até 2008, os diversos governos que administraram a Argentina foram receptivos às demandas do Grupo Clarín, tendência que mudou ao longo dos dois governos de Cristina Kirchner (2007-2015).

O estopim dessa relação conturbada entre Cristina e Clarín foi apontado por Marques e Conceição (2017) que destacaram esse embate entre governos de esquerda e empresas midiáticas no contexto argentino, em que o casal Kirchner buscou, através da *Ley de Medios - Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual*⁸ promover a democratização dos meios de comunicação.

Essa lei foi elaborada em 2009, porém só entrou em vigor em 2012, e tinha como principal objetivo o combate a monopólios de informação e formação de empresas por grupos midiáticos. A Lei que regulamentava as práticas de comunicação em território argentino, até

⁸ Lei dos Meios - Lei 26.522 de Serviços de Comunicação Audiovisuais (tradução nossa).

então, era a Ley nº 22.285/80, estabelecida no âmbito do governo militar, e que era considerada rígida, centralista e discriminatória (JAMBEIRO, 1999).

A nova Lei impactou fortemente o grupo Clarín, um dos principais grupos de comunicação do país, que a partir desse contexto se tornou forte opositor do Partido Justicialista, da ex-presidente Cristina Kirchner (MARQUES; CONCEIÇÃO, 2017). É em meio a essa manifestação de oposição que no próximo capítulo foi feita a análise de como o Clarín passou a noticiar informações tendenciosas contra Cristina Kirchner e, conseqüentemente, exerceu influência na ascensão de Mauricio Macri, que posteriormente adotou políticas que favoreceram o conglomerado.

3.2. CONTEXTO SÓCIO-HISTÓRICO DA MÍDIA BRASILEIRA

No Brasil, a mídia e os regimes militares exerceram papel fundamental na construção da memória política e no processo de elaboração da história, precedendo o período de abertura dos anos finais do regime e salvaguardando os ideais de uma suposta reconciliação nacional ao passo que lentamente se devolveia o poder do Estado para a sociedade civil (ANSARA, 2005). Os 21 anos de regime militar buscaram consolidar valores e ideais através de uma frente cultural fortemente apoiada na mídia (JAMBEIRO, 2002). Dessa maneira, as transformações possibilitadas pelas novas tecnologias no campo das comunicações, impulsionadas por um processo de urbanização acelerada, acentuou a importância sociocultural da imprensa no Brasil durante o período autoritário (LOHN, 2016).

Segundo Straubhaar (1989), os militares compreendiam a vitalidade da mídia nacional para alcançar seus objetivos econômicos, sociais e angariar apoio popular para sua legitimação. Dessa forma, faz-se interessante salientar que o período da ditadura militar foi fundamental para o estabelecimento e desenvolvimento da infraestrutura dos sistemas de comunicação brasileiros em radiotransmissão e teletransmissão, possibilitando a popularização de novos meios de comunicação em massa.

Logo, o governo tratou de aparelhar o setor de comunicações entre 1965 e 1979 de acordo com a Doutrina de Segurança Nacional – conjunto de aspirações definidas pelo Estado para maior integração nacional em relação aos objetivos domésticos e externos do país. Conseqüentemente, utilizou do Departamento de Segurança Pública e do Departamento Nacional de Telecomunicações (DENTEL) para fiscalizar, censurar e punir conteúdos de mídia jornalística – seja impressa, televisiva ou radiofônica – que divergissem dos valores ideológicos

do regime tornando a mídia "um forte meio de divulgação de ideias, padrões de comportamento, valores morais, políticos e culturais" (JAMBEIRO, 2002).

Dessa forma, a memória política do Brasil em torno de tais ideais consolidou em gerações noções, estrategicamente construídas e selecionadas pelo Estado autoritário em vigor, de cidadania, pátria e segurança nacional, ao passo que também desenhavam categoricamente os ideais tidos como subversivos e seus riscos para a nação.

À medida que se cessou a ditadura militar e iniciou-se o processo de redemocratização, deparou-se com uma democracia representativa "restrita", com menor espaço para as organizações políticas e civis, que possuíam vínculos frágeis. Nesse primeiro momento, se formou uma democracia moldada pelas elites tradicionais e redes clientelistas, com uma grande continuidade em relação à recente ditadura. Todavia, com a Constituição de 1988 e o impeachment de Collor de Mello o sistema representativo foi se fortalecendo, se tornando mais robusto e inclusivo (PORTO, 2012).

De todo o modo, o trabalho da mídia aberta televisiva nacional nas eleições de 1989 demonstrou o uso da ferramenta jornalística com intenção clara de manipulação da opinião pública em torno dos candidatos. A disputa pelo segundo turno entre Fernando Collor – candidato do Partido da Reconstrução Nacional (PRN) – e Luiz Inácio 'Lula' da Silva – candidato do PT – contou com um debate televisionado pela Rede Globo com dois dias de antecedência do pleito presidencial e foi alvo de diversas críticas.

Cavgias et al. (2023) destaca que a TV Globo, maior e mais assistida rede de televisão do país, manipulou a cobertura jornalística do último debate, 2 dias antes do decisivo segundo turno. Os autores enfatizam a manipulação exercida pela mídia ao representar o candidato de esquerda, Luiz Inácio Lula da Silva, desfavoravelmente diante da distribuição geográfica e *timing* correto, impactando na perda de votos no dia da eleição. Segundo o Atlas FGV (2016):

“O último debate do segundo turno, organizado pela Globo no dia 14 de dezembro, foi transmitido ao vivo, à noite, no último prazo permitido para campanha eleitoral na televisão, dois dias antes da eleição. Uma primeira edição do debate apareceu no *Jornal hoje* do dia seguinte, realizada pela própria equipe do telejornal. A equipe que preparou a matéria que iria ao ar à noite no *Jornal Nacional*, na véspera das eleições, não pôde usar a edição já feita: teve que seguir um roteiro fechado da direção da emissora, determinando os trechos que deveriam aparecer. O resultado final era claramente favorável a Collor, que ganhou um minuto e 12 segundos a mais que Lula e teve mostrados seus melhores momentos. A Globo também optou por não divulgar a última pesquisa do IBOPE, que apontaria uma vantagem de dois pontos percentuais de Lula sobre Collor, gerando protestos de profissionais da própria emissora em frente à sua sede. Roberto Marinho, em entrevista concedida ao *Jornal da Tarde* em abril de 1992, reconheceria o favorecimento: “Sim, nós promovemos a

eleição do Collor e eu tinha os melhores motivos para um grande entusiasmo e uma grande esperança de que ele faria um governo extraordinário”, afirmou. A parcialidade na cobertura da eleição de 1989 deu origem à lei que obrigou as emissoras, nas eleições seguintes, a darem o mesmo tempo nos noticiários para todos os candidatos” (ATLAS FGV, 2016).

A manipulação deliberada do debate entre os dois candidatos, que representavam projetos diferentes para o futuro de um novo Brasil em construção, expunha a herança deixada pelo regime militar através das décadas de censura: controle explícito da narrativa política, o favoritismo do viés liberal, a proteção objetiva dos interesses da elite e, principalmente, a fragilidade do sistema democrático em seu leito de nascimento, utilizando de ferramentas midiáticas básicas, como uma questão de tempo de tela, para impactar diretamente no complexo processo de formação de opinião, principalmente das camadas mais populares.

Ao vislumbrar esta tendência midiática de representação negativa dos governos de esquerda a partir de uma perspectiva pecheutiana, é possível observar as formações ideológicas manifestadas nas formações discursivas midiáticas, em que a formação ideológica da realidade brasileira determina o que “pode e deve ser dito” (PÊCHEUX, 1995, p. 160 apud SILVA, 2009, p. 163).

Como resultado, a história da democracia brasileira pós-ditadura foi primariamente definida por governos liberais e no espectro político próximos a direita, como aponta Moreira, Neto e Warszawiak (2016), com Fernando Collor de Mello, Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso compondo o quadro dos primeiros presidentes eleitos desde a redemocratização, totalizando 13 anos na qual os partidos conservadores, liberais e ligados a elite nacional dominaram os pleitos eleitorais.

Entretanto, com a eleição presidencial de 2002, o ciclo dos governos de direita foi interrompido, com o governo de Luiz Inácio Lula da Silva (MOREIRA; NETO; WARSZAWIAK, 2016). Apesar dessa guinada, Guareschi (2007) afirma que os principais veículos de mídia brasileiros, durante o primeiro e segundo turno da campanha eleitoral de Luiz Inácio Lula da Silva, em 2006, tentaram impedir que este fosse reeleito, chegando até mesmo a apostar em sua queda.

Com a eleição de Lula, o Partido dos Trabalhadores – que disputou pelo cargo desde a primeira eleição presidencial direta em 1989 – se manteve na presidência até 2016, totalizando 4 mandatos consecutivos, divididos entre Lula e sua sucessora, Dilma Rousseff, embora o último entre eles tenha sido interrompido (MOREIRA; NETO; WARSZAWIAK, 2016).

A sucessora de Lula na presidência da república, Dilma Rousseff, foi eleita pela primeira vez nas eleições de 2010 e reeleita nas eleições de 2014. Entretanto, não conseguiu angariar o apoio popular e político que seu predecessor obteve anteriormente. Questões de caráter econômico, juntamente com as investigações da Operação Lava Jato levantando suspeitas de corrupção, minaram a popularidade do PT e culminaram na instauração do processo de *impeachment* contra a presidente Dilma em 2015, concluindo o impedimento do mandato em agosto de 2016 (VEIGA; DUTT-ROSS; MARTINS, 2020).

É importante destacar que desde o lançamento da candidatura de Dilma, em 2010, já se teve críticas apontando que ela não teria experiência política e só teve um papel técnico nos governos anteriores do PT (MORITZ; RITA, 2017). Isso levou a uma disputa acirrada com o PSDB, mas nesse primeiro mandato a avaliação positiva da opinião pública em relação aos governos petistas, juntamente com o elevado desempenho econômico, os programas sociais como o “Bolsa Família” e a indicação ter sido feita pelo Lula, foram fatores que fortaleceram a Dilma como candidata e resultaram na conquista da Presidência da República em 2010 (MORITZ; RITA, 2017).

Contudo, as eleições presidenciais de 2014 foram mais exaltadas, visto que a presidente teve dificuldades em lidar com sua base de aliados no Parlamento e a conjuntura econômica estava se deteriorando, além de apresentar índices preocupantes em relação ao desemprego, inflação e crescimento econômico (MORITZ; RITA, 2017). E em 2016, Dilma Rousseff é impedida de dar continuidade ao seu mandato, através do seu *impeachment*.

Nesse contexto, destaca-se que o dinamismo do *impeachment* envolveu diversos atores e interesses que contribuíram para o desenvolvimento desse processo. Os principais atores foram os políticos, os partidos, o Poder Judiciário, a elite – tanto econômica quanto empresarial – e a mídia, cada um desempenhando um papel e peso no jogo político (MORITZ; RITA, 2017). Logo, é possível observar que desde sempre, mas especialmente após o início do segundo mandato, a imagem de Dilma Rousseff e seu Governo foram enquadrados de forma negativa pela mídia.

É no âmbito desse embate entre mídia e Dilma Rousseff além da, consequente, ascensão de Jair Bolsonaro, em 2018, que se torna essencial debater o papel da mídia no decorrer dessa guinada à direita em um país que a anos vinha sendo governado pela esquerda nacional.

4. COBERTURA MIDIÁTICA ARGENTINA E BRASILEIRA

Concordante ao que foi estabelecido neste estudo foi realizada uma análise das matérias jornalísticas veiculadas pelo Clarín, sobre o governo Kirchner e pela Globo, sobre o governo Dilma. Reforçando, os critérios para a coleta dos dados, na análise argentina, foram o acesso ao mecanismo de pesquisa Google Notícias, com o recorte temporal de 2014-2018 e a palavra-chave utilizada foi “Cristina Kirchner Clarín”, sendo assim, foram trabalhadas as matérias publicadas pelo Grupo Clarín.

Já na análise do caso brasileiro, foi acessado o mesmo portal de notícias, o Google Notícias, com o mesmo recorte temporal 2014-2018 e a palavra-chave de acesso foi “Dilma Rousseff Globo”, a partir disso, foram trabalhadas as matérias publicadas pelo Grupo Globo. No estudo foram desconsideradas as notícias que apenas informaram visitas ou viagens presidenciais e, além destas, na pesquisa apareceram notícias de outros veículos de comunicação, que não os que estão sendo analisados, e estas também foram descartadas.

Feito isto foram levantados 18 (dezoito) matérias, ao longo do período delimitado e que se adequaram aos critérios estabelecidos para a análise argentina e também foram levantadas 18 (dezoito) matérias, para os parâmetros estabelecidos no estudo do caso brasileiro.

É importante frisar que, algoritmos determinam as matérias, as imagens e vídeos exibidos que aparecem no Google Notícias, assim como a ordem de exposição. Até mesmo editores e a equipe do Google Notícias podem escolher as matérias. Além disso, são personalizadas de acordo com os interesses dos usuários e fontes, bem como com o comportamento anterior do usuário no Google, como atividade no mecanismo de pesquisa ou no Youtube (GOOGLE, 2023b). Sendo assim, podem ocorrer divergências nas matérias que foram levantadas por este trabalho e naquelas acessadas por outro usuário, ainda que seguindo os mesmos critérios aqui adotados.

4.1 COBERTURA MIDIÁTICA ARGENTINA 2014-2018

O Grupo Clarín foi fundado em 1945 e, em 1965, já se estabeleceu como o jornal de maior circulação na cidade de Buenos Aires, capital da Argentina. Em 1985, foi além se tornando o jornal de língua espanhola com maior circulação no mundo. E durante os anos 90, expandiu a sua atuação para o âmbito televisivo e do rádio, não recuando mais no seu avanço, passando a produzir filmes, lançar revistas para os mais variados públicos, dentre outras aquisições (CLARÍN, 2023).

Segundo o Clarín, a partir de dados de 2019, os sites do Grupo estiveram entre os mais visitados da Argentina, no que afirmaram que "o Clarín.com atingiu o recorde de 22 milhões de usuários únicos na internet e a comunidade da rede social TN se consolida como a maior da América Latina" (CLARÍN, 2023). De acordo com a Navegg (2014), mensalmente, o Clarín atinge cerca de 20 milhões de pessoas, o que corresponde a 70% da população online do país (SILVA, 2014). Além disso, em março de 2020, o Clarín anunciou um aumento no seu fluxo de tráfego online, demonstrando um crescimento anual de 84% e um recorde de usuários únicos em dia, 7.460.420 usuários identificados (CLARÍN, 2020).

Em um contexto de forte relevância do Grupo na Argentina, em 2008, Cristina Kirchner rompeu a tradicional aliança com a mídia comercial, em especial com o Grupo Clarín. Até o momento, nenhum governo havia sobrevivido sem o apoio do jornal, porém ela conseguiu e passou a buscar por novos aliados. É nessa conjuntura que, em 2009, a Coalizão para uma Radiodifusão Democrática (CRD), organização criada em 2004, e que buscava há anos um ambiente de comunicação mais democrático, conseguiu se aproximar de Kirchner. A ex-presidente buscava legitimidade pública ao enfrentar o maior grupo de comunicação do país (MOREIRA, 2013).

Em parceria com a CRD, Cristina Kirchner conseguiu aprovar a Lei de Meios (Lei de Serviços de Comunicação Audiovisuais 26.522/09), que apenas conseguiu entrar em vigor em 2012 pois enfrentou diversas batalhas judiciais para garantir a sua constitucionalidade. Isso porque depois da aprovação no Congresso, várias medidas judiciais impediram a implantação da nova lei (MOREIRA, 2013).

O contexto desse choque de interesses entre Cristina Kirchner e Clarín levantou suspeitas quanto a verdadeira motivação da Lei de Meios, se era uma preocupação autêntica com a democratização dos meios ou uma retaliação por meio de uma política pública articulada, dado o afastamento que enfrentaram em 2008. O Grupo, então, passou a veicular notícias sobre a nova lei selecionando aspectos específicos da realidade e não possibilitando um debate amplo sobre o assunto, colocando os seus interesses privados acima da função articuladora do jornalismo, no que se refere a esse assunto (SILVA, 2015).

Além disso, o Grupo Clarín manifestou preocupação com a perda de licenças que iria acontecer devido a nova lei. Segundo Silva (2015), esse descontentamento ocorria em razão do alto número de licenças que a empresa perderia (de TV aberta, de TV a cabo e rádio). Conforme informações da pesquisadora, a redução no número de licenças do Grupo Clarín resultaria em um déficit de quase 35% da sua participação no mercado nacional. Portanto, não é de se duvidar que, embora a nova lei seja benéfica para a pluralidade de visões nas comunicações nacionais,

a alteração na legislação possa ter sido uma resposta calculada do governo aos seus opositoristas na imprensa (SANTANDER, 2013).

O argumento principal do grupo de comunicação argentino é de que tal lei cercearia a liberdade de expressão e visaria o controle da atividade empresarial. Em trabalho recente, a pesquisadora Michele Silva (2015) analisou três meses de publicações no jornal Clarín, de setembro a dezembro de 2012, nos meses que antecederam a decisão do setor judiciário sobre a constitucionalidade da Lei de Meios. Segundo a autora, em 91% dessas matérias ficou evidente que o conteúdo jornalístico do Clarín pautava mais em retratar o governo Kirchner como autoritário e antidemocrático do que analisar os pormenores dos prós e dos contras da *Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual*⁹.

Em 2013, a partir da sentença de constitucionalidade da Lei de Meios, o Grupo Clarín precisou se adequar às suas normativas e isso seria feito por meio da divisão empresarial do grupo em seis empresas distintas, estratégia esta adotada para que o grupo mantivesse a totalidade de suas licenças. O plano foi aprovado pela Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual (AFSCA), no dia 17 de fevereiro de 2014, e a partir desta data o Clarín tinha um prazo de 180 dias para efetivar a transferência (DIAS, 2015).

O prazo de adequação venceu pois foram identificados vínculos ainda existentes, principalmente, no que se refere a advogados ligados a várias unidades. No entanto, o Clarín recorreu e conseguiu, no dia 31 de outubro de 2014, uma medida cautelar que suspendeu essa adequação por seis meses, mantendo com o Clarín a propriedade de suas concessões. A AFSCA até tentou revogar essa medida, porém não teve sucesso (DIAS, 2015).

4.1.1. Cristina Kirchner nas páginas do Clarín

Em meio a essa tensão entre Cristina Kirchner e Grupo Clarín se torna relevante analisar o enquadramento midiático da ex-presidente em suas veiculações. Em janeiro de 2014, o Clarín publicou uma matéria intitulada “Cristina reclamou do fechamento das ruas”¹⁰ (CLARÍN, 2014a, p. 1, tradução nossa), nela eles enfatizam a afirmação de Cristina sobre o fato de que protestos devem ser regulados, para que não atrapalhem o cotidiano de terceiros (CLARÍN, 2014a). Esse enquadramento pode ser lido como um movimento de tentativa de diminuir o apoio popular da ex-presidente.

⁹ Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual (SILVA, 2015, tradução nossa);

¹⁰ “Cristina se quejó de los cortes de calles” (CLARÍN, 2014a, p. 1);

Em abril do mesmo ano, uma notícia com título “O dia em que Cristina entrou na colheitadeira que nunca foi fabricada ou vendida”¹¹, o Grupo se refere a um projeto, de 2012, de máquinas agrícolas, que iam ser comercializadas com a Angola, porém esse fato não foi finalizado pois a empresa fabricante faliu. O Clarín finaliza chamando a atenção para isso e para a questão de que a empresa faliu “apesar de contar com o apoio do Governo, que também está a ser investigado por fraude pública”¹² (CLARÍN, 2014b, p. 1, tradução nossa).

Essas duas matérias do início do ano já demonstram como o enquadramento feito pelo Clarín de Cristina Kirchner prioriza destacar os pontos negativos da ex-presidente. Isso se torna ainda mais evidente em matéria de julho de 2014, na qual Cristina recebe a seleção nacional e oferta elogios ao desempenho deles. A matéria se intitulava “Cristina recebeu os jogadores porque ‘taparam a boca de muitos’ e admitiu que não viu nenhum jogo”¹³ e apesar das questões positivas que Kirchner direcionou a Seleção, no título da matéria há o forte destaque de que ela não viu nenhum jogo (CLARÍN, 2014c, p. 1, tradução nossa).

Em novembro de 2014, o Clarín publicou uma matéria denominada “Hotesur, empresa de Cristina que não apresenta balanços e deve impostos”¹⁴. Nela o jornal afirmava que uma das principais empresas hoteleiras de Cristina não apresentou os seus balanços financeiros ao Estado e tampouco pagou os seus impostos (WIÑAZKI, 2014, p.1, tradução nossa). Em dezembro de 2014, voltam a salientar as suspeitas que envolvem esses empreendimentos de Cristina com alguns empresários, com o título “Cristina, Lázaro e Cristóbal somam negócios em Calafate”¹⁵ (SALINAS, 2014, p. 1, tradução nossa).

Em fevereiro de 2015, o Clarín publica matéria intitulada “A morte que desequilibra Cristina”¹⁶ sobre Alberto Nisman, encontrado morto logo após acusar Cristina de acobertar terroristas. Nela afirmam que o seu governo está sendo fortemente questionado pela sociedade e destacam como subtítulo “Violência política e corrupção. Seriam os sinais do fim de Cristina. A ideia do suicídio de Nisman parece empalidecer. Cristina se radicaliza contra o Judiciário e o jornalismo que não a obedece”¹⁷ (VAN DER KOOY, 2015, p. 1, tradução nossa).

¹¹ “El día que Cristina se subió a la cosechadora que nunca se fabricó, ni vendió” (CLARÍN, 2014b, p. 1);

¹² “[...] pese a contar con el apoyo del Gobierno, que además es investigada por defraudación pública” (CLARÍN, 2014b, p. 1);

¹³ “Cristina recibió a los jugadores porque “le taparon la boca a muchos” y reconoció que no vio ningún partido” (CLARÍN, 2014c, p. 1).

¹⁴ “Hotesur, la empresa de Cristina que no presenta balances y debe impuestos” (WIÑAZKI, 2014, p.1);

¹⁵ “Cristina, Lázaro y Cristóbal suman negocios en Calafate” (SALINAS, 2014, p. 1, tradução nossa);

¹⁶ “La muerte que desequilibra a Cristina” (VAN DER KOOY, 2015, p. 1, tradução nossa);

¹⁷ “Violencia política y corrupción. Serían los signos del final de Cristina. Parece palidecer la idea del suicidio de Nisman. Cristina se radicaliza contra el Poder Judicial y el periodismo que no le obedece (VAN DER KOOY, 2015, p. 1, tradução nossa);

É possível observar que desde o final de 2014 passaram a adotar um tom mais acusatório para com ela e na própria matéria de fevereiro de 2015 afirmam que o jornalismo não a obedece. Em maio do mesmo ano, uma das notícias levantadas com título “Cristina sobe no ranking das mulheres mais poderosas”¹⁸, foge da linha negativa de enquadramento pois destaca que Cristina partiu da posição 19 para a 16 de mulheres mais influentes do mundo, segundo a Forbes, por suas atuações junto a Rússia e a América Latina (CLARÍN, 2015).

Todavia, no mesmo mês foi publicada a seguinte matéria “Mujica para Cristina: ‘Não confio mais em você, você me deixou podre!’”¹⁹, que discorria sobre a presença de José Mujica, na Feira do Livro de Buenos Aires, momento no qual ele esboçou críticas a Cristina Kirchner e a seus filhos envolvidos na política, no que afirmou fazerem “uso escandaloso do Estado”²⁰. Essa afirmação se deu no contexto de um conflito entre eles sobre fábricas de celulose (NIEBIESKIKWIAT, 2015).

Em novembro de 2015, o Clarín publicou a matéria “Cristina e seus oficiais saem do poder mais ricos do que quando chegaram”²¹ fazendo um levantamento financeiro de Cristina Kirchner, sua família e seus funcionários, ao longo dos anos (SALINAS, 2015). Em dezembro desse mesmo ano, saiu matéria sobre a transferência da faixa presidencial a Mauricio Macri, com título “A obsessão de Cristina e a lição de Zamba”²², nela enfatizava-se a dificuldade de estabelecer o local para a cerimônias, devido às preferências de Kirchner (WIÑAZKI, 2015).

Macri surgiu como figura política de relevância em 2007, quando se tornou chefe de governo da cidade de Buenos Aires e já no início de 2011 se manifestou como presidenciável, porém desistiu para concorrer à reeleição para Buenos Aires. Desde esse período se fortaleceu em mais oito distritos e ganhou base de apoio, o que levou a sua candidatura em 2015, como forte opositor do governo de Cristina Kirchner. É nesse contexto que é eleito presidente da Argentina, pela aliança cambiamos (SLIMOVICH, 2017).

Contextualizado isso, em 2016, após não estar mais no poder, Cristina foi alvo de acusações e investigações sobre corrupção. Nesse contexto, em julho do mesmo ano, saiu matéria do Clarín intitulada “Cristina, furiosa com as operações policiais: ‘Comigo não vão poder’”²³, nela é enfatizado que Cristina está furiosa e acusa Macri, a mídia e os juízes por perseguição política para com ela. Além disso, alertou sobre possíveis envolvimento de Macri

¹⁸ “Cristina sube en el ranking de las mujeres más poderosas del mundo” (CLARÍN, 2015, p. 1).

¹⁹ “Mujica a Cristina: “¡No te banco más, me tenés podrido!”” (NIEBIESKIKWIAT, 2015, p. 1);

²⁰ “[...] un uso del Estado escandaloso” (NIEBIESKIKWIAT, 2015, p. 1).

²¹ “Cristina y sus funcionarios dejan el poder más ricos que cuando llegaron” (SALINAS, 2015, p. 1);

²² “La obsesión de Cristina y la lección de Zamba” (WIÑAZKI, 2015);

²³ “Cristina, furiosa con los allanamientos: ‘Conmigo no podrán’” (CLARÍN, 2016, p.1);

em questões que deveriam ser investigadas e se referiu a cobertura midiática, como o próprio Clarín destaca, de “maneira irônica” com a seguinte frase: “[...] a veiculação informativa é surpreendente. Infobae, o órgão interno da embaixada, em um exercício de vidência previu o futuro: ‘vão invadir... para apreender documentos’”²⁴ (CLARÍN, 2016, p.1, tradução nossa).

Em matéria de outubro de 2016, com título “Cristina Kirchner deve devolver o dinheiro das duas pensões que recolhe”²⁵ o Clarín chama a atenção ao fato de a ex-presidente receber duas pensões vitalícias simultâneas, uma de ex-presidente e uma como viúva de Néstor Kirchner, e que foi estabelecido judicialmente que ela deveria optar por apenas uma (PIZZI, 2016). Ao discorrer sobre o caso enquadraram a questão salientando que “desde que saiu da Casa Rosada, Cristina adicionou uma mesada vitalícia à sua renda”²⁶ (PIZZI, 2016, p. 1, tradução nossa), um tom que busca moldar a opinião pública contra esse fato.

Durante o início de 2017 as notícias continuaram focando em aspectos negativos da ex-presidente, principalmente, no que tange às investigações de corrupção voltadas a ela. Em fevereiro de 2017, foi veiculada uma notícia intitulada “Nova escuta: Cristina Kirchner pede para espremer juízes e insulta justicialistas”²⁷, na qual Cristina insulta inúmeras figuras importantes do peronismo em ligação telefônica com Oscar Parrilli, então chefe de inteligência (CLARÍN, 2017a, tradução nossa). Em abril do mesmo ano, veiculam que “Cristina Kirchner foi processada por associação ilícita, negociações incompatíveis e lavagem de dinheiro”²⁸ (SALINAS, 2017, p. 1, tradução nossa).

Em junho de 2017, veiculam a notícia que “‘Chiche’ Duhalde acusou os peronistas que vão com Cristina Kirchner: ‘Eles procuram cuidar de sua bunda’”²⁹. Duhalde é ex-senadora, pelo partido Justicialista, e criticou o kirchnerismo ao afirmar que “Estou muito revoltado com a classe política em geral, estou farto da incapacidade deles de lidar com os problemas reais que as pessoas têm”³⁰ (CLARÍN, 2017b, p.1, tradução nossa). Essa seria uma forma de mostrar

²⁴ “[...] la sincronización informativa es sorprendente. Infobae, house organ de la embajada, en un ejercicio de clarividencia predijo el futuro: ‘allanarán... para incautar documentación’” (CLARÍN, 2016, p.1);

²⁵ “Cristina Kirchner deberá devolver plata por las dos pensiones que cobra” (PIZZI, 2016, p. 1).

²⁶ “Desde que abandonó la Casa Rosada, Cristina sumó a sus ingresos una asignación mensual vitalicia” (PIZZI, 2016, p. 1);

²⁷ “Nuevas escuchas: Cristina Kirchner pide apretar jueces e insulta a justicialistas” (CLARÍN, 2017a, p. 1);

²⁸ “Cristina Kirchner fue procesada por asociación ilícita, negociaciones incompatibles y lavado de dinero” (SALINAS, 2017, p. 1);

²⁹ “‘Chiche’ Duhalde cargó contra los peronistas que van con Cristina Kirchner: ‘Buscan cuidarse el culo’” (CLARÍN, 2017b, p. 1);

³⁰ “Sin pelos en la lengua, ‘Chiche’ fue tajante: ‘Tengo un enojo muy grande con la clase política en general, me tiene harta por su incapacidad de ocuparse de los problemas verdaderos que tiene la gente’” (CLARÍN, 2017b, p. 1);

que até mesmo grupos aliados viam que o governo de Cristina era corrupto, auxiliando ainda mais na construção de uma visão negativa diante dos cidadãos argentinos em geral.

Em agosto de 2017, Cristina concorria a representar a província de Buenos Aires no senado, e nesse contexto foi veiculada notícia com o título “Cristina Kirchner levou sua campanha a um açougue e mirou no governo”³¹, na notícia se afirmava que “Cristina Fernández de Kirchner continuou sua campanha na província de Buenos Aires e retribuiu as críticas ao presidente Mauricio Macri pintando um quadro econômico de crise”³² (CLARÍN, 2017c, p.1, tradução nossa). A utilização da expressão “pintando” desapega em apresentar dados macroeconômicos sobre o porquê ela estaria “pintando” um quadro econômico de crise e apenas opta pela utilização dessa palavra para reiterar que é algo falado por Cristina apenas como oratória de campanha, descolado da realidade.

No final desta notícia, destacam falas de Macri em um evento da campanha Entre Ríos, no qual ele promete que em outubro seria alcançada a menor inflação em oito ou nove anos, ainda acrescenta que “não é só o campo que está crescendo, a indústria, o turismo e a construção estão crescendo”³³ (CLARÍN, 2017c, p.1, tradução nossa). Essa parte oferece um contraponto à fala de Cristina e não há tom de crítica, por parte do Clarín, ao que foi afirmado por Macri.

Em julho de 2018, foi publicada a notícia “Soledad Silveyra: ‘Não apoio mais Cristina Kirchner’”³⁴ sobre uma atriz argentina que se manifestou contrária ao kirchnerismo e que justificou o seu apoio ao governo devido aos projetos na área da cultura, porém após os episódios de corrupção ela não apoiava mais Cristina (CLARÍN, 2018a, p. 1, tradução nossa). A última matéria levantada foi de julho de 2018, intitulada “O ataque de fúria de Cristina Kirchner a Oscar Parrilli, com o insulto de sempre”³⁵ e que novamente aborda escutas telefônicas entre Cristina e Oscar Parrilli (CLARÍN, 2018b, p. 1, tradução nossa).

4.1.2. Ascensão de Mauricio Macri

Desde o início de seu governo, Cristina Kirchner enfrentou dificuldade para construir uma imagem política, tanto por ser mulher em um contexto dominado por homens quanto por se localizar no meio de disputas frente às corporações midiáticas e aos setores agropecuários.

³¹ “Cristina Kirchner llevó su campaña a una carnicería y apuntó contra el Gobierno” (CLARÍN, 2017c, p. 1);

³² “Cristina Fernández de Kirchner siguió su campaña en la provincia de Buenos Aires y le devolvió las críticas al Presidente Mauricio Macri pintando un panorama económico de crisis” (CLARÍN, 2017c, p. 1).

³³ “No sólo crece el campo; crece la industria, el turismo y crece la construcción” (CLARÍN, 2017c, p. 1);

³⁴ “Soledad Silveyra: ‘No apoyo más a Cristina Kirchner’” (CLARÍN, 2018a, p. 1);

³⁵ “El ataque de furia de Cristina Kirchner con Oscar Parrilli, con el insulto de siempre” (CLARÍN, 2018b, p. 1).

O Clarín, principal meio de comunicação argentino, e o La Nación, jornal tradicional ligado aos setores conservadores, agropecuários e liberal-conservadores da Argentina, foram críticos ao governo Kirchner (DAGATTI, 2020). Dagatti (2020) aprofunda nessa relação:

“La Nación foi desde o primeiro dia um crítico severo do Kirchnerismo. Já o Clarín, de início, estabeleceu uma boa relação com o governo, o que mudou quando assumiu Cristina Fernández, que durante seu mandato enfrentou dificuldades que Kirchner não teve de lidar, em sua relação com os meios de comunicação. Portanto, nos anos de 2007 a 2015, período que compreende o mandato de Cristina Fernández, as duas principais corporações midiáticas adotaram uma postura profundamente crítica do governo, centrada sobretudo na ideia de corrupção, de populismo, de gigantismo do Estado e de seu enorme gasto social” (DAGATTI, 2020, p. 111).

Busso (2014) aponta o conflito com a mídia hegemônica, em especial com o Grupo Clarín, como o efeito catalisador da derrocada de Kirchner, pois desde 2008, tais meios passaram a apresentar à sociedade argentina como caótica, insegura, mal administrada, envolta a um governo autoritário e com uma política externa conflituosa, que mais se assemelhava com a da Venezuela do que com a dos governos bem-sucedidos da região. Essa ruptura entre Cristina e a mídia hegemônica, bem como os setores médios, levou ao resultado das eleições parlamentares de 2009, com a vitória da oposição.

A partir de uma perspectiva Pecheutiana, Marinho (2020) aborda como cada jornal apresenta narrativas vinculadas às suas construções sócio-históricas, atravessadas por distintas e contraditórias formações discursivas, que levam ao público em geral a determinadas construções de sentido. A autora revisita as origens das práticas de “panelaço” na América Latina, principalmente, no contexto Argentino, desde 1971. Além disso, analisa a forma como as matérias jornalísticas apresentam Cristina Kirchner.

É em meio a esse contexto que as narrativas jornalísticas no que tange o aspecto político, em sua maioria, durante o ano de 2013 e diante dos panelaços que ocorriam na Argentina, foram interpeladas por discursos populistas nos quais predominaram um discurso dicotômico de “povo vs governo” e, além disso, reforçaram uma força apartidária. Ao se referir aos protestos de 18 de abril de 2013, na Argentina, Mauricio Macri mencionou que não estava presente para não se apropriar de algo que não convocou e se referiu a ela como “a maior marcha da história”, novamente reforçando essa imagem de movimentos apartidários (MARINHO, 2020).

Além disso, Dagatti (2020) argumenta que as notícias políticas na atualidade resultam de uma convergência entre a perspectiva da mídia tradicional e das novas formas de circulação e produção de discursos políticos, transmitidos através das tecnologias digitais. As figuras

políticas podem ativamente direcionar mensagens a população em geral, sem os jornalistas como mediadores.

Slimovich (2017) vai além mostrando que vivemos um momento posterior ao da sociedade midiaticizada, na qual os meios de comunicação em massa são capazes de construir a realidade e introduz o termo “sociedade hipermediática” baseado nessa relação entre a mídia tradicional e a internet. Sendo assim, as práticas políticas passam a ser influenciadas por essa nova condição de circulação de discursos.

A autora analisa a exposição de Macri nas mídias sociais e no que se refere ao ano de sua eleição à presidência destaca que ele apresentou tanto sua vida privada, por meio da apresentação da sua vida íntima, quanto discussões lógicas em que chamava a atenção para a oposição kirchnerista como irracional (consequentemente, ilegítima), bem como construindo um caráter dicotômico de “nós vs eles” (SLIMOVICH, 2017). Cabe um estudo à parte para entender o papel das mídias sociais na ascensão de Mauricio Macri, dado ter sido uma ferramenta muito utilizada durante a sua campanha presidencial.

Além disso, é importante destacar que Raitzin (2020) observou o retorno da lógica de denúncia e escândalo, que predominou no jornalismo na década de 1990, como estratégia utilizada pelo Grupo Clarín em sua disputa com o governo da segunda presidência de Cristina Kirchner. Nesse momento, a polarização atuou como um viés nas investigações, razão pela qual podemos falar de um “cão de guarda seletivo”, conforme citado por Schuliaquer (2017).

A análise das notícias jornalísticas veiculadas pelo Clarín, no tópico anterior, apontam para essa influência da mídia na percepção da opinião pública, dada às estratégias adotadas e a posterior vitória de Mauricio Macri, em 2015, na Argentina, com uma imagem de Cristina já desgastada.

Raitzin (2020) chama a atenção para o fato de que durante os anos de governo de Macri ocorreram diversos eventos, denúncias ou suspeitas relacionados a escândalos de corrupção, a exemplo a investigação internacional, denominada Panama Papers ou as ações adotadas na tentativa de perdoar o Grupo Macri da dívida do Correo Argentino SA. Ao buscar a cobertura desses fatos pelo Clarín, a autora identificou que as matérias sobre o assunto não foram publicadas com a tag "corrupção" ou tópicos relacionados. Demonstrando a abordagem desigual quanto ao governo de Cristina Kirchner e Mauricio Macri.

Por fim, com Macri na presidência o Grupo Clarín obteve apoio significativo, com regulamentações que possibilitaram a sua expansão no âmbito das telecomunicações, como também a adoção de uma posição dominante na área, passando a representar um ator-chave no cenário das comunicações (MASTRINI; BECERRA; BIZBERGE, 2021). Ainda que tenha

vivenciado um cenário restritivo, durante os anos de 2010-2015, com as políticas de concentração da mídia de Cristina, o Grupo manteve a sua posição de domínio e tornou o seu negócio mais lucrativo (BIZBERGE, 2017).

Bizberge (2017) discorre sobre essa questão refletindo que “os decretos de Macri impulsionaram de forma imediata movimentos no mercado, permitindo aquisições e alianças pendentes de autorização no governo anterior, assim como se debilitou o marco legal”, o que criou um ambiente favorável para o crescimento dos negócios (BIZBERGE, 2017, p. 3).

Colombo (2017) reitera essas questões ao afirmar que com a eleição de Macri, no final de 2015, a Lei de Meios não levou adiante muitas das suas normativas, como por exemplo as suas exigências de que o grupo Clarín se livrasse de algumas empresas. Em adição a isso, Macri ainda aprovou legislação que permitia tanto a expansão quanto a fusão das empresas de telefonia com empresas de TV por assinatura. Além disso, o Clarín recebeu “[...] de volta a lucrativa transmissão dos jogos de futebol que Cristina havia estatizado e levado à televisão pública, o Clarín ficou também livre para buscar novos parceiros, fazer aquisições e fusões” (COLOMBO, 2017, p. 1).

Estudos sobre a representação midiática contemporânea analisam as influências da mídia na agenda política e na opinião pública, conforme estudado por Dumitrescu e Mughan (2010). A leitura de notícias jornalísticas tomando como base as estratégias midiáticas de persuasão do público em geral atrelada ao estudo das origens sócio-históricas de determinados discursos elucidada como se construiu, ao longo dos anos, a ascensão de Mauricio Macri, com um papel de destaque para a influência da mídia.

4.2. COBERTURA MIDIÁTICA BRASILEIRA 2014-2018

O Grupo Globo cresceu e se tornou hegemônico a partir de uma relação simbiótica com os detentores de poder, ao longo dos anos (MIGUEL, 2003). Após a redemocratização, conforme Porto et al. (2020) argumenta, a Globo, historicamente, exercia apoio político à classe tradicional brasileira.

Segundo Porto (2003), através da sua veiculação televisiva, o Grupo Globo, representa uma grande fonte de informação e entretenimento aos brasileiros. Pesquisas nacionais, feitas entre os anos de 1989 e 1990, fizeram o levantamento de que entre 86% e 89% dos brasileiros entrevistados utilizavam a televisão como maior fonte de informação sobre política (PORTO, 2003).

Segundo Marcolini (2012) com a consolidação e expansão da internet houve uma migração da veiculação de informações por essas mídias para o meio digital, no que destaca que “no Brasil, o primeiro jornal a oferecer uma página na web foi o Jornal do Brasil, em maio de 1995, nos meses seguintes viriam O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo, O Globo, O Estado de Minas e Zero Hora” (MARCOLINI, 2012, p. 18).

Neste primeiro momento do jornalismo digital, em sua maioria, as páginas da internet apresentavam a transposição das principais matérias de cada editoria, posterior ao fechamento do jornal impresso. Porém com essa disseminação da internet foram adotadas novas abordagens mais criativas, como a adoção de textos, imagens e vídeos na apresentação de notícias e veiculação de informações. No caso do site O Globo, este se tornou a sexta página na internet mais acessada do país, segundo dados de 2012 (MARCOLINI, 2012).

Em meio a esse cenário, em 2016, apesar das baixas em audiência dado o *boom* da internet, a TV Globo apresentou sua maior audiência em quatro anos (STYCER, 2016). Fator que demonstra o seu protagonismo tanto no canal digital quanto na televisão em relação a formação de opinião entre os brasileiros, por isso a importância de atentar-se à variável da mídia — principalmente veiculada pela Globo — no contexto político brasileiro entre os anos de 2014 e 2018.

4.2.1. Dilma Rousseff nas páginas do G1/O Globo

Em notícia de janeiro de 2014, do Globo, intitulada “Presidente Dilma inaugura porto em Cuba financiado pelo BNDES³⁶” se inicia discorrendo sobre a abertura do Porto de Mariel em Cuba em que o citam como um “projeto de prestígio para a ditadura comunista em Cuba, financiado pelo BNDES”, após isso enfatizam os benefícios em termos de intercâmbio de profissionais e trocas comerciais (ORTIZ, 2014). A manifestação desse discurso por meio desse enquadramento com enfoque, inicialmente, no financiamento brasileiro a uma ditadura comunista já conduz o leitor a ver os aspectos negativos da ação.

Além disso, Bronze e Ribeiro (2021) ao estudarem a posterior ascensão do bolsonarismo no Brasil apresentam e analisam o discurso de Bolsonaro na Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU), no dia 24 de setembro de 2019, no qual ele manifesta repetidamente críticas ao governo petista e seus acordos com Cuba somados a uma obsessão pela perseguição

³⁶ Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

a ideologias socialistas e comunistas. Tal discurso é muito semelhante a esse noticiado pelo O Globo, já no início de 2014.

Em notícia de julho de 2014, com título “Dilma recebe vaias no Maracanã ao entregar taça à Alemanha” é noticiado que a ex-presidente foi vaiada em sua aparição na final da copa, ainda enfatizam que na abertura o mesmo ocorreu também (G1, 2014a). A matéria visava reforçar que a opinião pública estava descontente com a ex-presidente. Da mesma maneira, em matéria de outubro do mesmo ano, Dilma é representada de maneira fragilizada, a matéria possuía a seguinte chamada “Dilma interrompe entrevista e diz que teve queda de pressão após debate” (G1, 2014b).

Em notícia de março de 2015, sobre Dilma Rousseff e a 'Lei dos Caminhoneiros', citam que “a lei autoriza que o caminhoneiro faça até quatro horas extras por dia, o que permite uma jornada de trabalho diária de 12 horas. Prevê que, no período de 24 horas, o caminhoneiro descanse por pelo menos 11 horas e amplia os pontos de parada para descanso e repouso” (MOSQUÉRA, 2015).

No caso dessa notícia, há uma ênfase nos pontos negativos antes de apresentar algo positivo, pois além do que foi citado a lei dispõe sobre a possibilidade de acesso gratuito dos profissionais a programas de formação, as obrigatoriedades dos empregadores, a garantia de tratamento pelo Sistema Único de Saúde àqueles que possuem dependências psicoativas e a proibição do motorista de dirigir por mais de 5 (cinco) horas e meia ininterruptas (WAGNER et al., 2019) e nenhuma dessas questões foram abordadas no decorrer da matéria.

Em março de 2015, o Globo, por meio da notícia “Manifestantes fazem ato contra Dilma Rousseff e o PT em Belo Horizonte”, enfatizou os protestos que ocorriam contra a ex-presidente em Minas Gerais e os pedidos por impeachment que ocorriam dentre os manifestantes (TRAJANO, 2015), reforçando mais uma vez uma visão negativa de Dilma Rousseff.

Em junho do mesmo ano eles publicaram uma notícia sobre a lei dos empregados domésticos que garantia salário-mínimo, jornada de trabalho de 44 horas semanais e pagamento de hora extra, com alguns direitos ainda necessitando de regulamentação (G1, 2015a). Essa publicação demonstra a preocupação basilar do PT e da Dilma com as classes trabalhadoras da sociedade brasileira. Porém se analisarmos um pouco mais a fundo e dada as estratégias que vinham sendo adotadas pelo Globo, podemos inferir que ela se direcionava a classe média brasileira e a um possível descontentamento que a garantia de direitos desse grupo poderia acarretar (SILVA, 2021).

Neste mesmo mês o G1 volta a enfatizar, com enquadramento negativo, por meio do título “Presidente Dilma sanciona lei que restringe acesso a pensão por morte”, o jornal também

destaca que as novas ações “dificultam o acesso ao seguro-desemprego” e reforçam que as medidas foram tomadas buscando um ajuste das contas públicas, com o gasto de menos recursos por parte do governo (G1, 2015b). Conforme supracitado por Dumitrescu e Mughan (2010) às pessoas, em sua maioria, não realizam análises exaustivas e de contexto para entender o porquê da necessidade de ajuste fiscal, provavelmente irão se ater a informação de que é culpa do governo atual a promoção de leis impopulares.

Além dessa notícia, em julho de 2015, foi liberada outra, também com enquadramento negativo do governo Dilma e já enfatizado rombos fiscais em seu governo e a possibilidade de ter sido promovidas pedaladas fiscais por parte da ex-presidente, o título da notícia foi “Dilma tem até esta quarta para explicar 'pedaladas fiscais'; entenda” e ainda enfatiza em seu subtítulo que “Governo pode ser impedido de captar recursos se contas forem reprovadas. 'Pedaladas' teriam sido usadas para atingir metas fiscais entre 2012 e 2014” (LAPORTA, 2015).

Em meio a esse quadro de notícias que dão destaque a aspectos negativos do governo Dilma, uma das notícias coletadas, de outubro de 2015, traz uma perspectiva mais positiva com o título “Dilma corta oito ministérios e reduz salários dela, do vice e dos ministros”, ela enfatiza que a ex-presidente tomou essa iniciativa visando recompor a sua base de apoio (G1, 2015c).

Diante da expressiva relevância da mídia no contexto brasileiro, Fernandes, Artico e Oliveira (2020) afirmam que:

“A discussão sobre o início de um processo de impeachment da presidente do Brasil ganhou extensa repercussão no cenário político brasileiro desde que Dilma Rousseff (PT) assumiu o segundo mandato presidencial, em janeiro de 2015. Às acusações de envolvimento em transações ilícitas da Petrobras, compreendendo corrupção ativa, lavagem de dinheiro, ações de irresponsabilidade fiscal e fraude eleitoral, disputavam o rol de ações passíveis de denúncias na agenda midiática” (FERNANDES; ARTICO; OLIVEIRA, 2020, p. 2).

Apesar disso, já em outubro de 2015, os advogados Hélio Bicudo, Miguel Reale Júnior e Janaína Paschoal assinam o pedido de impeachment e entregam na Câmara dos Deputados (A FOLHA, 2016). Em dezembro do mesmo ano, Eduardo Cunha, presidente da Câmara nesse período, aceitou o pedido e iniciou o processo de impeachment (A FOLHA, 2016).

Em 16 de março de 2016, o G1 noticia “Moro divulga grampo de Lula e Dilma; Planalto fala em Constituição violada” já preparando a base para o impeachment que se seguiria, no que reforça que “Em conversa gravada, Dilma diz para Lula usar termo de posse se precisar. Após a divulgação, houve protestos em mais de dez estados e panelaços” (G1, 2016a).

Também em março de 2016, O Globo lança um editorial com o título “O impeachment é uma saída institucional para a crise” (O GLOBO, 2016a), Rodrigues (2018) esclarece que esse editorial buscava legitimar que os fundamentos técnicos do processo de impeachment não seriam tão importantes, dado que o impeachment já seria a solução da superação da crise política e econômica que o Brasil estava vivendo. Nesse mesmo mês, houve a formalização da saída do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) da base do governo (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2016), o que enfraqueceu ainda mais a Dilma como presidente e fortaleceu o processo de impeachment.

Sendo assim, o PT e os apoiadores de Dilma começaram a se manifestar afirmando que esse processo seria um 'golpe constitucional'. Nesse cenário, o jornal O Globo lançou o editorial intitulado como “A farsa do ‘golpe’ construída pelo lulopetismo”, destacando que aceitar a tese de que seria ilegal o afastamento de Dilma, por meio da Justiça, seria admitir que o Supremo participaria de uma ação de cunho político contra princípios constitucionais (O GLOBO, 2016b), o que supostamente não estaria acontecendo naquele período, diferentemente do que aconteceu em 1964.

Em abril de 2016, a Câmara autoriza a abertura do processo de impeachment contra Dilma com 367 votos a favor e 137 contra. Em meio a isso, em maio de 2016, o Senado decide pela instalação do processo e afasta Dilma do cargo e no outro dia Michel Temer, até então o vice-presidente, é empossado e assume o cargo como presidente interino (FOLHA DE S. PAULO, 2016).

Posto isso, o jornal O Globo declarou que o impeachment mostraria que Brasil "não é Venezuela", já que se o Brasil tivesse ido no mesmo caminho da Venezuela chavista, a presidente Dilma estaria imune a qualquer ação do Legislativo e do Judiciário. Nesse sentido, segundo O Globo, o processo seria uma evidência que o Brasil nada tem a ver com a Venezuela, sendo possível o Congresso processar a presidente e puni-la, independente da votação que tenha obtido nas urnas (O GLOBO, 2016c).

Em junho de 2016, o G1 manteve a tendência de publicações negativas contra a ex-presidente Dilma Rousseff, no que publica uma notícia intitulada “TCU aponta indício de irregularidades nas contas de Dilma de 2015” (ALEGRETTI, 2016). Avançando cronologicamente, no dia 31 de agosto, após 6 dias de julgamento, foi definido e finalizado o processo de impeachment de Dilma Rousseff, com a cassação do seu mandato. Foram 61 votos favoráveis e 20 contrários no que o próprio Senado destaca como o "julgamento que ficará marcado na história do Congresso Nacional e do Brasil" (SENADO NOTÍCIAS, 2016).

Nesse mesmo dia, o G1 noticiou que foi realizada a votação para afastamento definitivo da ex-presidente e que manifestantes comemoraram a saída dela, em que cortaram bolo e queimaram um boneco com a imagem de Dilma, a notícia foi nomeada com “Grupo comemora a saída de Dilma com bolo e champanhe na Av. Paulista” (G1, 2016b).

Seguindo para 2017, dentre as notícias coletadas de destaque estão “Marcelo Odebrecht diz em depoimento que doou R\$ 150 milhões em caixa 2 para campanha de Dilma”, de março de 2017 (ZIMMERMAN, 2017); “Delações da Odebrecht: Dilma é citada em depoimento sobre repasse de caixa 2”, de abril de 2017 (G1, 2017); e “Janot denuncia Lula, Dilma e mais seis por organização criminosa”, neste caso um editorial de setembro de 2017 (SOUZA, 2017). Com isso, observa-se que mesmo já afastada do cargo, a presidente Dilma continuou passando pelo “enquadramento de questão”³⁷ e pelo “enquadramento de equivalência”³⁸, além da adoção da estratégia de *priming*, sempre enfatizando aspectos negativos da sua administração.

Portanto, fica evidente que a estratégia da mídia para legitimar o processo de impeachment foi rotular Dilma como “incompetente”, principalmente pelas políticas econômicas, e vinculá-la aos escândalos políticos de corrupção como o Petrolão e a Operação Lava Jato (MORITZ; RITA, 2017). Assim, todas essas configurações ocasionaram a ruína do apoio popular e estimularam movimentos de oposição ao governo.

Ao mesmo tempo, a América Latina estava passando por transformações e se inclinando para poderes de esquerda com a chegada de Maduro na Venezuela, Evo Morales na Bolívia, Rafael Corrêa no Equador e Cristina Kirchner na Argentina (MORITZ; RITA, 2017). Por conseguinte, observa-se a ascensão dos movimentos de direita e da elite conservadora brasileira para reagir e representar uma oposição frente a essas mudanças na região, mas especialmente no Brasil. Desse modo, o impeachment seria a solução para que o Brasil saísse da crise - não só econômica, mas também política - se estabilizasse e voltasse a ser bem conduzido.

Diante do levantamento feito para a presente pesquisa, é importante destacar que Júnior e Sassara (2016) realizaram um estudo sobre a cobertura das eleições presidenciais de 2014 e 1998, feita pelo Grupo Globo. Os autores inferiram que a emissora possui uma tendência

³⁷ Estratégia midiática na qual há uma concessão de maior importância a uma questão em comparação a outra (DRUCKMAN, 2004 apud DUMITRESCU; MUGHAN, 2010). Por exemplo: o impeachment da ex-presidente, algo que enfraquece as instituições democráticas e gera insegurança ao país diante a Comunidade Internacional, se torna algo mais aceitável quando comparado com sua má administração, devido a forma como as notícias são enquadradas ao público em geral.

³⁸ Estratégia midiática por meio da qual se descreve uma situação em que se altera a apresentação de uma mesma informação, optando por um viés positivo ou negativo (DRUCKMAN, 2004 apud DUMITRESCU; MUGHAN, 2010). Um exemplo seria o enquadramento da notícia da Lei dos Caminhoneiros, que também possuía aspectos positivos que não foram retratados em sua integridade.

antipetista em suas veiculações midiáticas, pois em 1998 quando Fernando Henrique Cardoso e o PSDB estavam no poder não houve um comportamento *watchdog*³⁹ por parte da Globo, diferentemente do que aconteceu no caso das eleições de 2014, época na qual Dilma estava concorrendo. Aprofundam afirmando que:

“[...] utilizando-se de estratégias diversas, o Grupo Globo tem-se envidado em interferir nos resultados eleitorais desde 1989, dado que coloca em xeque os princípios de independência, isenção, apartidarismo e adesão aos valores democráticos professados nos Princípios Editoriais deste grupo empresarial [...]” (JÚNIOR; SASSARA, 2016, p. 28).

Para o ano de 2018, utilizando o recorte de pesquisa na plataforma Google Notícias, não foi retornada nenhuma notícia de destaque e que atendesse aos critérios estabelecidos nesse estudo. No entanto, é importante inferir que outros veículos de notícias representaram Temer de maneira mais positiva em contraposição ao governo Dilma.

4.2.2. Ascensão de Jair Bolsonaro

Em 2016, se construiu uma ideia de que todos os problemas brasileiros seriam superados a partir da expulsão de um partido da política, no caso o Partido dos Trabalhadores (BALBI, 2022).

O Grupo Globo ajudou a inflar um ódio contra o PT e promoveu a ideia de uma necessidade de renovação política, até mesmo entendida como a possibilidade de ascensão de representantes “não-políticos” (BALBI, 2022). Casimiro (2020) destaca que o ataque e a desqualificação da política e da esquerda brasileira, por parte da mídia tradicional brasileira, ligada à direita tradicional, possibilitou o avanço de uma extrema-direita autoritária e truculenta.

Durante a Operação Lava-Jato, com início em 2014, o Grupo Globo começou a garantir destaque ao deputado Jair Bolsonaro, abordando seus momentos políticos e declarações controversas, com destaque ao seu voto a favor do *impeachment* de Dilma Rousseff. A figura foi apresentada como simplória, rude e com opiniões preconceituosas, vistas de forma problemática pela Globo, apesar de entreter o público a gerar interesse em sua excentricidade. Além disso, durante as manifestações de 2015, tanto Sérgio Moro, juiz responsável pela

³⁹ “Cão de guarda”, em português. Ação de crítica ao partido no poder, isto é, agir como "cão de guarda" da sociedade civil ou da esfera pública (JÚNIOR; SASSARA, 2016, p. 3).

Operação Lava-Jato, como Jair Bolsonaro começaram a ganhar maior destaque como exemplos de figuras honestas (BALBI, 2022).

A mídia televisiva, em grande parte o Grupo Globo, abordou sumariamente a Operação Lava-Jato, durante os anos de 2015 e 2018, em que expôs conversas entre “Aécio Neves (PSDB) e Joesley Batista (empresário), as prisões de Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Eduardo Cunha e Sérgio Cabral (ambos do MDB), entre outros políticos investigados e presos” (BALBI, 2022, p. 56).

Houve uma espetacularização das denúncias em horário nobre no que “a Lava Jato passara a ser contada como enredo de novela no Jornal Nacional da TV Globo, cada dia um capítulo” (MOURA; CORBELLINI, 2019, p. 50). Essa apresentação dos fatos desgastou tanto os partidos tradicionais brasileiros quanto o sistema político brasileiro como um todo, isso levou ao *impeachment* de Dilma e ao apoio popular quanto à condenação de Lula (BALBI, 2022).

Nesse contexto, buscava-se no Brasil uma renovação política e Jair Messias Bolsonaro foi a figura que “conseguiu manipular a insatisfação do povo em relação a este tema” (BALBI, 2022, p. 56). É em meio a esse panorama político, que surge Bolsonaro, como um novo perfil de direita brasileira gira em torno desde questões como essa oposição aos governos do PT quanto um movimento de contraposição a determinadas pautas da agenda política desse grupo, como a legalização do aborto, questões de costumes, dentre outras. Isso permeou a sociedade com diversos grupos pautados em significativos discursos misóginos, discordantes quanto às políticas sociais e de distribuição de renda, desprezo aos direitos humanos (NETO, 2020).

Jair Messias Bolsonaro, como principal representante dessas novas perspectivas, em 2018, gerou muitas controvérsias na sociedade brasileira ao se apresentar como um ator político constantemente envolvido em polêmicas, principalmente, no que tange o respeito à Constituição, defesa dos direitos humanos, a questão LGBTQIA+, um aberto apoio a ditadura, tortura, perseguição política e falas de cunho racista e misógeno. Em 27 anos como deputado federal, Bolsonaro se mostrou pragmaticamente pouco eficaz no cargo que ocupava, aprovando apenas 2 projetos durante o período (ALBUQUERQUE, 2022).

Apesar de tudo isso, nas eleições de 2018, Bolsonaro foi considerado por uma parte da população uma esperança para solucionar os problemas do Brasil, transformar a política brasileira e reconstruir o país, especialmente na área econômica que teria sido destruída pelos governos do PT.

Durante a sua campanha presidencial, Bolsonaro foi esfaqueado no abdômen por Adélio Bispo de Oliveira e a cobertura do Grupo Globo, além do seu plantão tradicional, foi das 12 pautas apresentadas pelo Jornal Nacional, 10 sobre o assunto (CARVALHO; CHICARINO,

2019). E as demais edições focaram demasiadamente no assunto, fortalecendo a sua campanha no quesito de ele não precisar comparecer aos debates, ponto o qual representava dificuldades a ele, além de receber uma fama de “herói” (BALBI, 2022).

Todavia, o seu enquadramento pelo Grupo Globo não foi de destaque, apesar do Grupo ter trilhado o caminho para ele ascender, ao derrubar a ex-presidente Dilma e ao expor demasiadamente as ações da Operação Lava-Jato, contra a classe política tradicional brasileira.

Mesmo sem esse apoio, Bolsonaro avançou nas pesquisas. Porto et al. (2020), em seu trabalho sobre a “Crise hegemônica, ascensão da extrema direita e paralelismo político: Globo e Record nas eleições presidenciais de 2018”, afirma que a emissora que mais ofereceu apoio a Jair Bolsonaro foi a Record, questão sintomática de uma crise hegemônica de influência da Globo, como principal aparelho privado da hegemonia, diante da população brasileira, no que reforçam que:

“O surgimento de uma nova forma de paralelismo político entre a Record TV e um candidato de extrema direita revela a inabilidade de instituições tradicionais de construir e disseminar consensos políticos. Em particular, o bloco histórico e o sistema político construídos entre a redemocratização de 1985 e ascensão do Partido dos Trabalhadores à presidência em 2003 passa a enfrentar grave crise política a partir dos protestos de 2013 e da forte polarização nas eleições presidenciais de 2014. De acordo com esta interpretação, a ascensão de Bolsonaro à presidência revela não só uma crise da esquerda em geral e do PT em particular, mas também uma crise relativa do poder da Rede Globo, dos partidos tradicionais (principalmente PSDB e MDB) e da Igreja Católica no estabelecimento de consensos culturais e políticos” (PORTO et al., 2020, p. 25).

Conjuntamente a isso, Piaia e Oliveira (2022) identificam que, a partir de 2010, Bolsonaro passou a ter presença ativa em programas de entretenimento, momentos nos quais apresentava suas opiniões e construiu sua persona política. Nestes programas seus argumentos extremos foram normalizados ao serem apresentados de uma forma mais descontraída, além de Bolsonaro se projetar para um avanço no ambiente virtual.

Desse modo, observa-se que a campanha eleitoral de Bolsonaro foi construída a partir de declarações fortes e eficientes para captar a insatisfação popular para com o Partido dos Trabalhadores e as figuras de Lula e Dilma, ao mesmo tempo que se mostrava em defesa da “pátria, família e liberdade”. Sendo assim, a trajetória parlamentar escassa de projetos ou até como relator de projetos de importância, ausente de articulação ou liderança em grupos políticos de relevância no Congresso foi apagada e não levada em consideração para colocá-lo como um forte candidato à presidência do Brasil.

Por conseguinte, o caráter conservador, religioso e autoritário de Bolsonaro, conquistou o apoio de uma parcela significativa da população brasileira que se identificava com seus

valores e construiu um movimento que o levou ao cargo de chefe do Executivo. Com a pandemia, a desinformação e a opressão de Bolsonaro se elevaram, colocando a sociedade brasileira em risco e evidenciando como o Brasil estava sendo conduzido por um governo despreparado, irresponsável e opressivo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Perspectivas modernas no estudo da mídia estudam a sua influência em meio a democracias e ambientes eleitorais, conforme salientado por Dumitrescu e Mughan (2010). A partir de uma perspectiva da mídia como uma ferramenta de construção da realidade e que participa ativamente dos processos democráticos, co-constituindo a realidade empírica, Andrade e Marinho (2020) explicam que:

“Ao promoverem a circulação de certos dizeres (e não outros), partindo do efeito discursivo de evidência, como se fossem apenas “relatos de fatos”, baseados na ilusão de neutralidade e imparcialidade, as construções jornalísticas produzem uma determinação dos sentidos, filiando-se à dadas práticas discursivas, sócio-historicamente marcadas. A atividade jornalística, ao se apropriar do discurso populista, contribui para a instalação no cenário político de polaridades e dicotomias que resultaram, no contexto argentino, na derrocada do kirchnerismo em 2015 e, no contexto brasileiro, no impeachment da presidenta Dilma Rousseff em 2016” (ANDRADE; MARINHO, 2020, p.).

Em face do exposto até aqui, sobre os fenômenos ocorridos na Argentina e no Brasil, entre os anos de 2014 e 2018, pode-se observar algumas semelhanças e diferenças nos dois casos. Como supracitado é tendência a postura da mídia, no contexto latino-americano, voltada para atender às suas expectativas e alinhamentos e em ambos os países foi possível observar o uso de notícias por parte tanto do Grupo Clarín quanto do Grupo Globo para guiar a opinião pública. Além disso, por meio de um apanhado sócio-histórico do caminho percorrido pela mídia, em ambos os países, em seus respectivos períodos ditatoriais, foi possível identificar que o Clarín e a Globo, se adaptaram em uma linha próxima ao *establishment* político.

Dentre as principais diferenças está o debate quanto a democratização da mídia, questão que só apareceu no contexto argentino, quando Cristina Kirchner instaurou a *Ley dos Medios*; no Brasil, conforme Marinoni (2015) aborda em seu estudo sobre os desafios da democratização da mídia no contexto brasileiro, há uma concentração midiática muito forte que demanda que o Estado assuma o seu papel de regulador e garantidor de direitos quanto ao tema. No entanto, avanços significativos ainda não foram coordenados.

Goldstein (2015) reflete sobre essa questão apontando que com a eleição de Lula, em 2006, o governo tomou o posicionamento de adiar as reivindicações de democratização partidária das mídias, optando por manter o *status quo* para que a mídia adotasse uma cobertura menos hostil. No entanto, durante as eleições de 2014, com o aumento da influência política dos meios de comunicação estes passaram a disseminar escândalos para prejudicar a

candidatura de Dilma Rousseff, gerando um novo campo político para atuação do PT, no qual este era acusado de corrupção.

O autor reflete sobre como essa crise do governo Dilma foi um resultado da conciliação com a mídia no início dos anos 2000 e da crença liberal de que o Estado não deve interferir e regular a concentração midiática. Em contraponto com outras realidades latino-americanas, como exemplo a Argentina, em que os governos progressistas apresentaram uma intenção em disputar esse espaço com a mídia, a postura brasileira foi a de não intervenção ou regulação do mercado da mídia (GOLDSTEIN, 2015).

Somado a isso, estão o fato de no Brasil o Grupo Globo apresentar uma disposição de longa data em se posicionar contra governos de esquerda, enquanto na Argentina o Grupo Clarín se distanciou mais do governo no poder apenas em 2008, quando rompeu com Cristina Kirchner. Isso denota que o embate Clarín e Kirchner foi um embate de interesses, enquanto, a representação da ex-presidente Dilma Rousseff e do PT é algo mais profundo na sociedade brasileira, endossado por um sentimento antipetistas por parte das classes oligarcas influentes nesse meio pois Lima (2006) afirma que há uma concentração e oligopolização da mídia no Brasil, em que um pequeno grupo controla grande parte das mídias de comunicação. Um dos indícios disso seria a forma generalizada a qual Dilma foi representada pela mídia, de uma maneira muito mais sistemática que a representação midiática de Cristina.

Em um âmbito mais geral, cabe destacar que Goldstein (2019) afirma que no contexto de uma guinada à direita na América Latina, desde 2015, o governo de centro-direita pró-mercado de Mauricio Macri foi o primeiro no mundo que reconheceu o processo de impeachment de Dilma Rousseff como um “processo justo”, legitimando assim o novo presidente Temer. É nesse momento que surge uma nova ordem política, decorrente da instabilidade do governo Temer e que avançou na sociedade brasileira.

Essa nova ordem da política brasileira foi pautada em uma reformulação de direita que, durante os anos de governo Temer, teve o papel de aperfeiçoar as posições políticas do PSDB e expandir politicamente no âmbito Executivo um partido que, desde a vitória de Lula em 2003, não teve espaço nessa esfera. Nesse período, o centro político orbitou mais na figura da grande mídia, do Judiciário e das Forças Armadas do que na figura presidencial (GOLDSTEIN, 2019). Goldstein (2019) destaca que a Globo se adapta a situações que lhe acarrete benefícios corporativos, enquanto que a Folha e o Estadão possuem visões ideológicas mais profundas que determinam a orientação dos seus editoriais, mais alinhadas à direita. Cabe maiores estudos sobre a influência destes outros grupos midiáticos no contexto brasileiro.

Por conseguinte, a partir do que foi abordado ao longo desse trabalho podemos observar um papel importante do Clarín e da Globo na ascensão de um populismo de direita, tanto na Argentina quanto no Brasil. Vale frisar que esta é apenas uma das variáveis que impactaram nesse fenômeno, cabendo o estudo sobre outras também, a exemplo o papel das redes sociais nessa guinada à direita, nos respectivos países.

As raízes desse posicionamento por parte do Clarín e da Globo remontam a alianças entre esses veículos midiáticos junto ao Estado, desde a época de Perón e Vargas, em que esses grupos midiáticos se expandiram por meio de negociações com o governo, valendo-se da conjuntura para ampliar suas vendas e audiências através de financiamentos estatais (GOLDSTEIN, 2018).

Esse padrão de posicionamento midiático perdurou e se tornou evidente também ao longo das ditaduras militares recentes em que, em ambos os países, se presenciou essa tendência. Foram concedidos benefícios econômicos e contratos lucrativos a conglomerados de comunicação que se alinhassem ao viés estabelecido, como o caso do Clarín na Argentina (BECERRA, 2010) e/ou estabelecidos mecanismos de controle da mídia, como ocorreu no Brasil (JAMBEIRO, 2002).

Nesse cenário de forte influência da mídia no ambiente democrático, na Argentina foi possível identificar essa interferência em meio ao conflito entre Cristina Kirchner e a mídia hegemônica, que passou a produzir uma representação negativa da atuação do seu governo tornando os efeitos dessa prática perceptíveis desde o resultado das eleições parlamentares de 2009, com a vitória da oposição (BUSSO, 2014). Diante disso, com o debate de democratização da mídia em alta na Argentina, durante o segundo governo de Kirchner, o Clarín adotou a lógica da denúncia direcionada a ela, porém de forma seletiva, pois com a posterior vitória de Macri, e os casos de suspeitas e denúncias de corrupção não se observou a continuidade dessa dinâmica (RAITZIN, 2020).

No Brasil, a representação negativa de Dilma Rousseff nas notícias trabalhadas pela presente pesquisa demonstra como o ataque tanto a ex-presidente quanto ao PT, por parte da mídia tradicional brasileira, permitiu o avanço de uma extrema-direita autoritária (CASIMIRO, 2020; BALBI, 2022). Um discurso orientado para o combate à desigualdade e má distribuição de renda, proposto pelo PT, perdeu destaque e ganhou espaço um discurso sobre corrupção e desonestidade, possibilitando assim o avanço da agenda da direita brasileira (GOLDSTEIN, 2019).

REFERÊNCIAS

ABRAMOWITZ, A. I. The disappearing center: engaged citizens, polarization, and American democracy. London: Yale University Press, **Perspectives on Politics**, 2010.

ALBUQUERQUE, Jean. **Conheça os dois projetos de Bolsonaro aprovados em 27 anos como Deputado**. JC Concursos, 2022. Disponível em: <<https://jcconcursos.com.br/noticia/brasil/conheca-os-dois-projetos-de-bolsonaro-aprovados-em-27-anos-como-deputado-102579>>. Acesso em: 18 jan. 2023.

ALECRIM, Mylena Souza. **O fim de todos os males**: o debate editorial do impeachment de Dilma Rousseff nos jornais O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo. Salvador. Dissertação (mestrado em ciências sociais). Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia. p. 200. 2020.

ALEGRETTI, Laís. TCU aponta indício de irregularidades nas contas de Dilma de 2015. **G1**, 2016. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2016/06/relatorio-aponta-irregularidades-em-contas-da-dilma-de-2015.html>>. Acesso em: 29 jun. 2023.

ANDRADE, Antonio; MARINHO, Priscila da Silva. Discurso populista em construções jornalísticas acerca do cacerolazo argentino e do panelaço brasileiro. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, v. 59, p. 1087-1116, 2020.

ANSARA, Soraia. **Memória Política da Ditadura Militar e Repressão no Brasil**: uma abordagem psicopolítica, 2005.

ATLAS FGV. **Rede Globo**. Atlas Histórico do Brasil - Fundação Getúlio Vargas, 2016. Disponível em: <<https://atlas.fgv.br/verbete/6348>>. Acesso em: 16 jan. 2023.

BAQUERO, Marcello. **Memória política e constituição da cultura política brasileira**. Ciências Sociais Unisinos, v. 48, n. 2, p. 84-92, 2012.

BALÁN, Manuel. Polarización y medios a 30 años de democracia. **Revista SAAP**. Vol. 7, nº 2, p. 473-481, 2013. Disponível em: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-19702013000200024>. Acesso em: 24 abr. 2023.

BALBI, Milena Carvalho. **O papel do Jornal Nacional nas eleições de 2018**. Trabalho de Conclusão de Curso, Faculdade de Ciências e Letras, Campus de Araraquara, Universidade Estadual Paulista (UNESP), 2022.

BECERRA, Martín. Las noticias van al mercado: etapas de intermediación de lo público en la historia de los medios de la Argentina. **Intérpretes e interpretaciones de la Argentina en el bicentenario**, v. 1, p. 139-165, 2010.,

BIZBERGE, Ana. El impacto de la regulación en el desarrollo de la convergencia digital: el caso de Clarín y el rol de las telefónicas. **Austral Comunicación**, v. 6, n. 1, p. 107-132, 2017.

BOAS, Taylor C. Television and neopopulism in Latin America: Media effects in Brazil and Peru. **Latin American research review**, v. 40, n. 2, p. 27-49, 2005.

BONIN, Robson. Popularidade de Lula bate recorde e chega a 87%, diz Ibope. **G1**, 2010. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2010/12/popularidade-de-lula-bate-recorde-e-chega-87-diz-ibope.html>>. Acesso em: 17 jan. 2023.

BOTELHO, João Carlos Amoroso; OKADO, Lucas Toshiaki Archangelo. O declínio da democracia na América Latina: Robert Bonifácio. diagnóstico e fatores explicativos diagnóstico y factores explicativos - Diagnosis and Explanatory Factors. **Revista de Estudios Sociales**, n. 74, p. 41-57, 2020.

BRANDINO, Géssica. Bolsonaro da fachada ao 1º turno: veja linha do tempo recente do presidente. **Folha de S. Paulo**, 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/bolsonaro-da-fachada-ao-1o-turno-veja-linha-do-tempo-recente-do-presidente.shtml>>. Acesso em 22 dez. 2022.

BRONZE, Ana Paula da Costa; RIBEIRO, Vasco. A matriz do comportamento do político populista: uma perspectiva da ascensão do bolsonarismo no Brasil. **Mediapolis Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público**, n. 12, p. 83-101, 2021.

BUSSO, Anabella. Los vaivenes de la política exterior argentina re-democratizada (1983-2013): Reflexiones sobre el impacto de los condicionantes internos. **Estudios Internacionales (Santiago)**, v. 46, n. 177, p. 9-33, 2014.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Deputados repercutem saída do PMDB da base aliada do governo. **Câmara dos Deputados**, 2016. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/radio/programas/484337-deputados-repercutem-saida-do-pmdb-da-base-aliada-do-governo/>>. Acesso em: 25 jun. 2023.

CARVALHO, Bianca Giacomazzi dos Santos Teixeira de; CHICARINO, Tathiana Senne. Entre prisões e fachadas: o Jornal Nacional nas eleições presidenciais de 2018. In: **Revista Parlamento e Sociedade**, v. 7, n.13, p.35-54, 2019. Editora Escola do Parlamento da Câmara Municipal de São Paulo.

CASIMIRO, Flávio Henrique Calheiros. **A tragédia e a farsa: a ascensão das Direitas no Brasil Contemporâneo**. ed. Mime, 2020.

CASTRO, Matheus Gonçalves de. **Democracia na Comunicação: a opinião de lideranças de entidades que atuam em Porto Alegre e lutam pela democratização da mídia**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia e Comunicação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2014.

CAVGIAS, Alexsandros et al. Media Manipulation in Young Democracies: Evidence From the 1989 Brazilian Presidential Election. **Comparative Political Studies**, p. 00104140231169027, 2023.

CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda política e manipulação**. WMF Martins Fontes, 1ª edição, 2013.

CLARÍN. "Chiche" Duhalde cargó contra los peronistas que van con Cristina Kirchner: "Buscan cuidarse el culo". **Clarín**, 2017b. Disponible em: <https://www.clarin.com/politica/chiche-duhalde-cargo-peronista-van-cristina-kirchner-buscan-cuidarse-culo_0_r1WVk9WQZ.html>. Acceso em: 20 jun. 2023.

CLARÍN. Crecimiento do público. **Grupo Clarín**, 2020. Disponible em: <<https://comercial.clarin.com/crecimiento-de-audiencia>>. Acceso em 23 mar. 2023.

CLARÍN. Cristina, furiosa con los allanamientos: "Conmigo no podrán". **Clarín**, 2016. Disponible em: <https://www.clarin.com/politica/cristina-furiosa-allanamientos-conmigo-podran_0_Sy1ov17I.html>. Acceso em: 23 jun. 2023.

CLARÍN. Cristina Kirchner llevó su campaña a una carnicería y apuntó contra el Gobierno. **Clarín**, 2017c. Disponible em: <https://www.clarin.com/politica/cristina-kirchner-llevo-campana-carniceria-apunto-gobierno_0_H119a3QvW.html>. Acceso em: 20 jun. 2023.

CLARÍN. Cristina recibió a los jugadores porque "le taparon la boca a muchos" y reconoció que no vio ningún partido. **Clarín**, 2014c. Disponible em: <https://www.clarin.com/politica/cristina-jugadores-taparon-reconocio-partido_0_BJ6EZIsqwme.html>. Acceso em: 21 jun. 2023.

CLARÍN. Cristina se quejó de los cortes de calles. **Clarín**, 2014a. Disponible em: <https://www.clarin.com/politica/legislatura2014-cristinakirchner-cortes_0_ByrtrN1sDml.html>. Acceso em: 19 jun. 2023.

CLARÍN. Cristina sube en el ranking de las mujeres más poderosas del mundo. **Clarín**, 2015. Disponible em: <https://www.clarin.com/economia/cristina-ranking-mujeres-poderosas-mundo_0_H10X6dtD7e.html>. Acceso em: 20 jun. 2023.

CLARÍN. Cronología | Grupo Clarín. **Grupo Clarín**, 2023. Disponible em: <<https://grupoclarin.com/cronologia>>. Acceso em 23 mar. 2023.

CLARÍN. El ataque de furia de Cristina Kirchner con Oscar Parrilli, con el insulto de siempre. **Clarín**, 2018b. Disponible em: <https://www.clarin.com/politica/calienta-pelotudo-insulto-cristina-kirchner-oscar-parrilli_0_ryHhLzROf.html>. Acceso em: 20 jun. 2023.

CLARÍN. El día que Cristina se subió a la cosechadora que nunca se fabricó, ni vendió. **Clarín**, 2014b. Disponible em: <https://www.clarin.com/politica/dia-Cristina-subio-cosechadora-vendio_0_rJhrZ80cDQg.html>. Acceso em: 19 jun. 2023.

CLARÍN. Nuevas escuchas: Cristina Kirchner pide apretar jueces e insulta a justicialistas. **Clarín**, 2017a. Disponible em: <https://www.clarin.com/politica/nuevas-escuchas-cristina-kirchner-pide-apretar-jueces-insulta-justicialistas_0_SycSRhNOg.html>. Acceso em: 20 jun. 2023.

CLARÍN. Soledad Silveyra: "No apoyo más a Cristina Kirchner". **Clarín**, 2018a. Disponible em: <https://www.clarin.com/espectaculos/fama/soledad-silveyra-apoyo-cristina-kirchner_0_V9WZ6N914.html>. Acceso em: 20 jun. 2023.

COLOMBO, Sylvia. Sem entraves sob governo de Macri, Grupo Clarín se expande na Argentina. **Folha de S. Paulo**, 2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2017/07/1900480-sem-entraves-sob-governo-de-macri-grupo-clarin-se-expande-na-argentina.shtml>>. Acesso em: 17 mar. 2023.

CURRAN, James. Rethinking media and democracy. *The political communication reader*, p. 27-31, 2000. In: NEGRINE, Ralph; STANYER, James (Ed.). **The political communication reader**. Taylor & Francis, 2023.

DAGATTI, Mariano. DISCURSO POLÍTICO, MÍDIA E VERDADE. Instituto de Letras e Linguística da Universidade Federal de Uberlândia, Laboratório de Estudos Discursivos Foucaultianos, **Revista Heterotópica**, v. 2, n. 1, p. 106-116, jan.-jul. 2020. ISSN: 2674-7502

DIAS, Eduardo Covalesky. **Mediatização da política na Argentina: Governo Kirchner versus Grupo Clarín e as transformações midiáticas e políticas no contexto de aplicação da Lei de Meios Audiovisuais**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

DRESCH, Márcia. Ideologia – um conceito fundante na/da Análise do Discurso – considerações a partir do texto Observações para uma teoria geral das ideologias, de Thomas Herbert. **Michel Pêcheux e a análise do discurso: uma relação de nunca acabar**. São Carlos: Clara Luz, 2005.

DUMITRESCU, Delia; MUGHAN, Anthony. Mass media and democratic politics. **Handbook of politics: State and society in global perspective**, p. 477-491, 2010.

ESTADÃO. O legado de Temer. **Estadão**, 2017. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/opiniaio/o-legado-de-temer/>>. Acesso em: 16 jan. 2023.

FENAJ. **Relatório 2020: Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil**. Federação Nacional dos Jornalistas, 2020. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2021/01/relatorio_fenaj_2020.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2023.

FERNANDES, C. M.; ARTICO, T.; OLIVEIRA, L. A. de. O impeachment de Dilma Rousseff (PT) no telejornalismo: o uso da narrativa jurídica no Jornal Nacional. **Novos Olhares**, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 34-44, 2020. DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2020.171913. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/171913>. Acesso em: 11 jul. 2023.

FICO, Carlos. **Ditadura e democracia na América Latina: balanço histórico e perspectivas**. FGV Editora, 2008.

FOLHA DE S. PAULO. Bolsonaro infectado. **Folha de S. Paulo**, 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2020/07/bolsonaro-infectado.shtml>>. Acesso em: 22 dez. 2022.

FOLHA DE S. PAULO. Conter Bolsonaro. **Folha de S. Paulo**, 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2020/10/conter-bolsonaro.shtml>>. Acesso em 22 dez. 2022.

FOLHA DE S. PAULO. Reveja os acontecimentos que levaram ao impeachment de Dilma Rousseff. **Folha de S. Paulo**, 2016. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cenarios-2017/2016/12/1842041-reveja-os-acontecimentos-que-levaram-ao-impeachment-de-dilma-rousseff.shtml>>. Acesso em: 20 jan. 2023.

FOLHA DE S. PAULO. Última chance. **Folha de S. Paulo**, 2015. Disponível em: <<https://m.folha.uol.com.br/opiniao/2015/09/1681108-ultima-chance.shtml>>. Acesso em: 15 jan. 2023.

FOX, E. **Latin American Broadcasting: from tango to telenovela**. Luton, UK: John Libbey Media, 1997.

FRAGA, Claudio Rodrigo Machado; RADDATZ, Vera Lucia Spacil. MÍDIA E LIBERDADE DE EXPRESSÃO: O EXEMPLO DA ARGENTINA. **Salão do Conhecimento**, 2014.

FUKS, Mario; MARQUES, Pedro Henrique. Polarização e contexto: medindo e explicando a polarização política no Brasil. **Opinião Pública**, v. 28, p. 560-593, 2023.

G1. Delações da Odebrecht: Dilma é citada em depoimento sobre repasse de caixa 2. **G1**, 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/operacao-lava-jato/noticia/delacoes-da-odebrecht-dilma-e-citada-em-depoimento-sobre-repasse-de-caixa-2.ghtml>>. Acesso em: 16 jun. 2023.

G1. Dilma corta oito ministérios e reduz salários dela, do vice e dos ministros. **G1**, 2015c. Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/10/dilma-corta-oito-ministerios-e-reduz-salarios-dela-do-vice-e-dos-ministros.html>>. Acesso em: 12 jun. 2023.

G1. Dilma recebe vaias no Maracanã ao entregar taça à Alemanha. **G1**, 2014a. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2014/07/dilma-recebe-vaia-no-maracana-antes-de-entregar-taca-alemanha.html>>. Acesso em: 23 jun. 2023.

G1. Dilma interrompe entrevista e diz que teve queda de pressão após debate. **G1**, 2014b. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sao-paulo/eleicoes/2014/noticia/2014/10/dilma-interrompe-entrevista-e-diz-que-teve-queda-de-pressao-apos-debate.html>>. Acesso em: 23 jun. 2023.

G1. Dilma sanciona lei que amplia os direitos dos empregados domésticos. **G1**, 2015a. Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/06/dilma-sanciona-lei-que-amplia-os-direitos-dos-empregados-domesticos.html>>. Acesso em: 27 jun. 2023.

G1. Grupo comemora a saída de Dilma com bolo e champanhe na Av. Paulista. **G1**, 2016b. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2016/08/grupo-comemora-na-avenida-paulista-o-impeachment-de-dilma-rousseff.html>>. Acesso em: 18 jun. 2023.

G1. Presidente Dilma sanciona lei que restringe acesso a pensão por morte. **G1**, 2015b. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2015/06/presidente-dilma-sanciona-lei-que-restringe-acesso-pensao-por-morte.html>>. Acesso em: 27 jun. 2023.

G1. Moro divulga grampo de Lula e Dilma; Planalto fala em Constituição violada. **G1**, 2016a. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2016/03/moro-divulga-grampo-de-lula-e-dilma-planalto-fala-em-constituicao-violada.html>>. Acesso em: 18 jun. 2023.

GOLDSTEIN, Ariel Alejandro. Los gobiernos de hegemonía del Partido de los Trabajadores (PT) y los medios de prensa. Las elecciones de 2014 y la crisis política del segundo gobierno de Dilma Rousseff. **Estudios Políticos**, n. 48, p. 94-114, 2016.

GOLDSTEIN, Ariel Alejandro. The press and classical populism in Argentina and Brazil. **Latin American Perspectives**, v. 45, n. 3, p. 109-123, 2018.

GOLDSTEIN, Ariel Alejandro. The new far-right in Brazil and the construction of a right-wing order. **Latin American Perspectives**, v. 46, n. 4, p. 245-262, 2019.

GAMSON, William A.; GAMSON, William Anthony. **Talking politics**. Cambridge university press, 1992.

GOOGLE. **Como as matérias do Google Notícias são selecionadas**. Suporte Google, 2023b. Disponível em: <[GOOGLE. **Ver resultados para um país diferente**. Suporte Google, 2023a. Disponível em: <<https://support.google.com/websearch/answer/873?hl=pt-BR&co=GENIE.Platform%3DDesktop&oco=0>>. Acesso em: 25 abr. 2023.](https://support.google.com/googlenews/answer/9005749?hl=pt-BR#:~:text=Os%20algoritmos%20de%20computador%20determinam,Google%20Not%C3%ADcias%20escolhem%20as%20mat%C3%A9rias.>>. Acesso em: 28 jun. 2023.</p>
</div>
<div data-bbox=)

GUARESCHI, Pedrinho Arcides. Mídia e democracia: o quarto versus o quinto poder. **Revista Debates**, v. 1, n. 1, p. 6-6, 2007.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia**. Vol. II. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

HALBWACHS, M. **A Memória coletiva**. Trad. de Laurent Léon Schaffter. São Paulo, Vértice/Revista dos Tribunais, 1990. Tradução de: La mémoire collective.

HEYWOOD, Andrew. **Political Ideologies: an introduction**. Palgrave Macmillan; 3ª edição, 01 mai. 2003. ISBN-13: 978-0333961780.

HIRST, John. **The distinctiveness of Australian democracy**. *Quadrant*, v. 46, n. 12, p. 19-27, 2002.

HUGHES, Sallie; LAWSON, Chappell. Propaganda and crony capitalism: Partisan bias in Mexican television news. **Latin American Research Review**, v. 39, n. 3, p. 81-105, 2004.

HUGHES, Sallie; LAWSON, Chappell. The barriers to media opening in Latin America. **Political communication**, v. 22, n. 1, p. 9-25, 2005.

IYENGAR, S.; SOOD, G.; LELKES, Y. Affect, not ideology: a social identity perspective on polarization. **Public Opinion Quarterly**, Oxford, vol. 76, nº 3, p. 405–431, set. 2012.

JAMBEIRO, Othon et al. **A regulamentação da TV aberta na Argentina, Brasil e Uruguai. A televisão na era da globalização**. Salvador, São Paulo: Ianamá, Intercom, p. 37-59, 1999.

JAMBEIRO, Othon et al. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: EDUFBA, 2001. 206 p. ISBN 85-232-0236-6.

JÚNIOR, J. Feres; SASSARA, L. O cão que nem sempre late: o Grupo Globo e a cobertura das eleições presidenciais de 2014 e 1998. *Compólitica*, v. 6, n. 1, p. 30-64, 14 out. 2016.

LAPORTA, Taís. Dilma tem até esta quarta para explicar 'pedaladas fiscais'; entenda. **G1**, 2015. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2015/07/dilma-tem-ate-esta-quarta-para-explicar-pedaladas-fiscais-entenda.html>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

LAURIS, Élide; HASHIZUME, Maurício. **Violência Política e Eleitoral no Brasil: panorama das violações de direitos humanos de 2016 a 2020**. Terra de Direitos e Justiça Global. Curitiba, 2020. ISBN 978-65-992541-0-9.

LIEDTKE, Paulo Fernando. Políticas públicas de comunicação e o controle da mídia no Brasil. **Revista em tese**, p. 39-69, 2003.

LIMA, V. **Mídia, crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

LOHN, Reinaldo Lindolfo. História, política e mídia no Brasil em redemocratização. **História do Tempo Presente: oralidade, memória, mídia**, p. 59, 2016.

MALDIDIÉ, Denise. A ansiedade da fala. Uma viagem pela história da análise do discurso: a obra de Michel Pêcheux. Semente. **Revista de semiolinguística de textos e discursos**, n. 8, 1993.

MARCOLINI, Barbara Brasil. **Novas perspectivas para o jornalismo digital: uma análise de O Globo a Mais**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação-Habilitação em Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

MARINHO, Priscila da Silva. **Construções Jornalísticas acerca do cacero-lazo argentino e do panelaço brasileiro que colocam em circulação o discurso populista**. XI Congresso Brasileiro de Hispanistas, 2020.

MARINO, Santiago; POSTOLSKI, Glenn. Relaciones peligrosas. Los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 8, n. 1, 2006.

MARINONI, Bruno. Concentração dos meios de comunicação de massa e o desafio da democratização da mídia no Brasil. **Análise**, v. 13, p. 1-28, 2015.

MARQUES, Alan. Bolsonaro em Pauta. **Folha de S. Paulo**, 2017. Disponível em: <<https://m.folha.uol.com.br/opinia0/2017/11/1934908-bolsonaro-em-pauta.shtml>>. Acesso em: 22 dez. 2022.

MARQUES, Rodolfo Silva; DA SILVA CONCEIÇÃO, Bruno. A Ley de Medios na Era Macri: reversão no processo de regulação da mídia na Argentina. **Aurora.**, v. 10, n. 28, p. 13-36, 2017.

MASTRINI, Guillermo; BECERRA, Martín; BIZBERGE, Ana. **Grupo Clarín: From argentine newspaper to convergent media conglomerate.** Routledge, 2021.

MASTRINI, Guillermo. (Org.). **Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en argentina 1920-2007** (2da ed.ampl.). Buenos Aires: La Crujía, 2009.

MASTRINI, Guillermo; BECERRA, Martín. **Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de medios en la América Latina del siglo XXI.** Buenos Aires: La Crujía, 2009.

MCNAIR, Brian. **Journalism and democracy: An evaluation of the political public sphere.** Routledge, 2012.

MIGUEL, Luis Felipe. A eleição visível: a Rede Globo descobre a política em 2002. **Dados**, v. 46, p. 289-310, 2003.

MOCHKOFISKY, Graciela. **Pecado original: Clarín, los Kirchner y la lucha por el poder.** Planeta, 2011.

MORAES, Dênis de. **A batalha da mídia: Governos progressistas e políticas de Comunicação na América Latina e outros ensaios.** Rio de Janeiro: Pão e Rosa, 2009.

MOREIRA, Gislene. É legal? A regulação da Comunicação Comunitária na esquerda latino-americana. **Intecom - RBCC**, São Paulo, vol. 36, nº 1, p. 209-227, 2013.

MOREIRA, Gislene. **Las hormigas de macondo: Contrahegemonía y políticas de comunicación comunitaria en Argentina, Brasil y Venezuela.** 2011. Tese (Doutorado em Ciências Políticas) - Flacso, México.

MOREIRA, Maíra dos Santos; NETO, Diego Valadares Vasconcelos; WARSZAWIAK, Ana Cristina Zadra Valadares. Governos brasileiros de esquerda e direita e a participação em tratados de direitos humanos: análise do período entre 1946 e 1994. **Revista Estudos Políticos**, v. 6, n. 12, p. 410-442, 2016.

MORITZ, Maria Lúcia; RITA, Mayara Bacelar. **A mídia e a construção do impeachment de Dilma: um olhar de gênero.** In: CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE CIÊNCIA POLÍTICA, 9., 2017, Montevideu. ALACIP, 2017. p. [1-23]. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/6942>>. Acesso em: 04 jan. 2023.

MORLINO, Leonardo. **The Quality of Democracies in Latin America: A report for International IDEA.** Luiss, 2017.

MOSQUÉRA, Júlio. Dilma Rousseff sanciona 'Lei dos Caminhoneiros' sem alterações. **O Globo**, 2015. Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2015/03/dilma-rousseff-sanciona-lei-dos-caminhoneiros-sem-alteracoes.html>>. Acesso em: 23 mar.. 2023.

MOURA, Mauricio; CORBELLINI, Juliano. **A eleição disruptiva: por que Bolsonaro venceu**. Editora Record, 2019.

MUNDIM, Pedro Santos; VASCONCELLOS, Fábio; OKADO, Lucas. Social Networks and Mobile Instant Messaging Services in the Election of Jair Bolsonaro as President of Brazil in 2018. **Dados**, v. 66, p. e20210037, 2022.

NETO, O. C. Neofascismo, “nova república” e a ascensão das direitas no Brasil. **Conhecer: debate entre o público e o privado**, [S. l.], v. 10, n. 24, p. 120–140, 2020. DOI: 10.32335/2238-0426.2020.10.24.2060. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/revistaconhecer/article/view/2060>. Acesso em: 15 jul. 2023.

NEVES, José Luis. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de pesquisas em administração**, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 1-5, 1996.

NIEBIESKIKWIAT, Natasha. Mujica a Cristina: “¡No te banco más, me tenés podrido!”. **Clarín**, 2015. Disponível em: <https://www.clarin.com/politica/cristina_kirchner-pepe_mujica_0_Byq6j5twme.html>. Acesso em: 21 jun. 2023.

O GLOBO. A farsa do 'golpe' construída pelo lulopetismo. **O Globo**, 2016b. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/opiniaio/a-farsa-do-golpe-construida-pelo-lulopetismo-18978718>>. Acesso em: 10 jan. 2023.

O GLOBO. Descontrole de Bolsonaro afeta as relações externas. **O Globo**, 2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/opiniaio/descontrole-de-bolsonaro-afeta-relacoes-externas-23875503?versao=amp>>. Acesso em: 20 dez. 2022.

O GLOBO. Impeachment mostra que Brasil não é Venezuela. **O Globo**, 2016c. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/opiniaio/impeachment-mostra-que-brasil-nao-venezuela-19301385>>. Acesso em: 12 jan. 2023.

O GLOBO. Não faltam provas para o impeachment de Dilma. **O Globo**, 2016. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/opiniaio/nao-faltam-provas-para-impeachment-de-dilma-19989091>>. Acesso em: 13 jan. 2023.

O GLOBO. O impeachment é uma saída institucional da crise. **O Globo**, 2016a. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/opiniaio/o-impeachment-uma-saida-institucional-da-crise-18912997>>. Acesso em: 10 jan. 2023.

ORTIZ, Délis. Presidente Dilma inaugura porto em Cuba financiado pelo BNDES. **O Globo**, 2014. Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2014/01/presidente-dilma-inaugura-porto-em-cuba-financiado-pelo-bndes.html>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

ORLANDI, Eni P. Michel Pêcheux e a Análise de Discurso (Michel Pêcheux et l'Analyse de Discours). **Estudos da Língua (gem)**, v. 1, n. 1, p. 9-13, 2005.

ORLANDI, E. P.; GUIMARÃES, E.; TARALLO, F. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 1999.

PÊCHEUX, Michel. **O Discurso: estrutura ou acontecimento**, Michel Pêcheux; tradução: Eni P. Orlandi – 5ª Edição, Campinas, SP: Pontes Editores, 2008.

PIAIA, Victor Rabello; OLIVEIRA, Raul Nunes. Bolsonaro, entretenimento e política. **Compólitica**, v. 12, n. 2, p. 87-112, 2022.

PIZZI, Nicolas. Cristina Kirchner deberá devolver plata por las dos pensiones que cobra. **Clarín**, 2016. Disponível em: <https://www.clarin.com/politica/cristina-kirchner-debera-devolver-pensiones_0_ryBJqwKyx.html>. Acesso em: 21 jun. 2023.

PORTO, Mauro; NEVES, Daniela; LIMA, Bárbara. Crise hegemônica, ascensão da extrema direita e paralelismo político. **Compólitica**, v. 10, n. 1, p. 5-34, 2020.

PORTO, Mauro. Mass media and politics in democratic Brazil. In: KINZO, M. D.; DUNKERLEY, J. (Eds.), **Brazil Since 1985: Economy, Polity and Society**. London: ILAS, 2003, pp. 288-313.

PORTO, Mauro. **Media Power and Democratization in Brazil: TV Globo and the Dilemmas of Political Accountability**. Taylor & Francis, Routledge, 2012. UK. ISBN 9780415720052.

RAITZIN, Keila. A instrumentalização dos escândalos midiáticos na Argentina: um estudo exploratório sobre as representações da corrupção no site do jornal Clarín. **Interseções na Comunicação**, v. 1, não. 14 de 2020.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, p. 76-97, 2006.

RODRIGUES, Theófilo Machado. O papel da mídia nos processos de impeachment de Dilma Rousseff (2016) e Michel Temer (2017). **Revista Contracampo**, Niterói, v. 37, n. 02, pp. 37-58, ago. 2018/ nov. 2018.

SALINAS, Lúcia. Cristina Kirchner fue procesada por asociación ilícita, negociaciones incompatibles y lavado de dinero . **Clarín**, 2017. Disponível em: <https://www.clarin.com/politica/juez-claudio-bonadio-proceso-cristina-kirchner-asociacion-ilicita-negociaciones-incompatibles-lavado-dinero-embargo-130-millones_0_By9hGV-6l.html>. Acesso em: 21 jun. 2023.

SALINAS, Lúcia. Cristina, Lázaro y Cristóbal suman negocios en Calafate. **Clarín**, 2014. Disponível em: <https://www.clarin.com/politica/hoteles-calafate_0_rkflAXDcPQ1.html>. Acesso em: 21 jun. 2023.

SALINAS, Lúcia. Cristina y sus funcionarios dejan el poder más ricos que cuando llegaron. **Clarín**, 2015. Disponível em: <https://www.clarin.com/politica/kirchnerismo-cristina-kirchner-patrimonio-millones-gabinete-funcionarios-bienes-nestor-kirchner-juan-manzur-ricardo-echegaray_0_r1Jlii1KPXe.html>. Acesso em: 21 jun. 2023.

SANTANDER, Pedro. Leyes de medios de Chile y Argentina: tan cerca tan lejos. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**. Vol. 19, Núm. 2, p. 889-905, 2013.

SCHNEIDER, Sérgio; SCHIMITT, Cláudia Job. O uso do método comparativo nas Ciências Sociais. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 49-87, 1998.

SENADO NOTÍCIAS. Impeachment de Dilma Rousseff marca ano de 2016 no Congresso e no Brasil. **Senado Notícias**, 2016. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/12/28/impeachment-de-dilma-rousseff-marca-ano-de-2016-no-congresso-e-no-brasil>>. Acesso em: 29 jun. 2023.

SILVA, Camila. Clarín segmenta audiência em mais de 35 portais na Argentina. **Navegg**, 2014. Disponível em: <<https://www2.navegg.com/blog/noticias/clarin-segmenta-audiencia-em-mais-de-35-portais-na-argentina/>>. Acesso em 23 mar. 2023.

SILVA, Michele Santos da. **Análise do repertório dos protestos argentinos 8N, no confronto político entre Clarín e Cristina Kirchner**. V Seminário Nacional Sociologia e Política, 2014. (Seminário).

SILVA, Michele Santos da. **Ley con qué medios?: o enquadramento noticioso no contexto do confronto político entre Clarín e Cristina Kirchner**. 2015.

SILVA, Renata. Linguagem e ideologia: embates teóricos. **Linguagem em (Dis)curso**, v. 9, p. 157-180, 2009.

SILVA, Samuel Barbosa. Desigualdades de classe, gênero e raça no discurso da trabalhadora doméstica diarista e da patroa de classe média: efeitos da crise do capital e a precarização do trabalho doméstico remunerado. **Leitura**, [S. l.], n. 69, p. 27–42, 2021. DOI: 10.28998/2317-9945.2021v0n69p27-42. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/revistaleitura/article/view/9667>. Acesso em: 12 jul. 2023.

SLIMOVICH, Ana. La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales. **Dixit**, n. 26, p. 24-43, 2017.

SOUSA, Alana; HENRIQUE, Leonardo; COELHO, Penélope. **Lula x Collor: como a mídia influenciou as eleições de 1989**. Aventuras na História. 20 out. 2019. Disponível em: <<https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/lula-x-collor-como-midia-influenciou-eleicoes-de-1989.phtml>>. Acesso em 14 jan. 2023.

SOUZA, André de. Janot denuncia Lula, Dilma e mais seis por organização criminosa. **O Globo**, 2017. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/politica/janot-denuncia-lula-dilma-mais-seis-por-organizacao-criminosa-21789906>>. Acesso em: 20 jun. 2023.

STRAUBHAAR, Joseph D. Television and video in the transition from military to civilian rule in Brazil. **Latin American Research Review**, v. 24, n. 1, p. 140-154, 1989.

STYCER, Mauricio. Globo registra em 2016 a melhor média de audiência em quatro anos. **UOL**, 2016. Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/blog/mauriciostycer/2016/11/10/globo-registra-em-2016-a-melhor-media-de-audiencia-em-quatro-anos/>>. Acesso em: 27 abr. 2023.

UOL CULTURA. Bolsonaro é o presidente que menos aprova projetos no Congresso, aponta estudo. **UOL Cultura**, 2021. Disponível em: <https://cultura.uol.com.br/noticias/44695_bolsonaro-e-o-presidente-que-menos-aprova-projetos-no-congresso-aponta-estudo.html>. Acesso em: 18 jan. 2023.

TRAJANO, Humberto. Manifestantes fazem ato contra Dilma Rousseff e o PT em Belo Horizonte. **O Globo**, 2015. Disponível em: <<https://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/2015/03/manifestantes-fazem-ato-contradilma-rousseff-e-o-pt-em-belo-horizonte.html>>. Acesso em: 10 jun. 2023.

VAN DER KOOY, Eduardo. La muerte que desequilibra a Cristina. **Clarín**, 2015. Disponível em: <https://www.clarin.com/politica/muerte-desequilibra-cristina_0_H1XzM4qPXg.html>. Acesso em: 21 jun. 2023.

VAN DIJK, Teun A. How globo media manipulated the impeachment of Brazilian president Dilma Rousseff. **Discourse & Communication**, v. 11, n. 2, p. 199-229, 2017.

VASCONCELOS, Fabíola Mendonça de. **Mídia e conservadorismo: o Globo, a Folha de S. Paulo e a ascensão política de Bolsonaro e do bolsonarismo**. Tese (Doutorado em Serviço Social) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2021.

VEIGA, Luciana Fernandes; DUTT-ROSS, Steven; MARTINS, Flávia Bozza. Os efeitos da economia e da Operação Lava-Jato na popularidade da Presidente Dilma Rousseff no período pré-impedimento. **Revista de Sociologia e Política**, v. 27, 2020.

VIOLÊNCIA contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil: Relatório 2016. **Federação Nacional dos Jornalistas**. 2016. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2016/06/relatorio_fenaj_2016.pdf> Acesso em: 10 jan. 2023.

VIOLÊNCIA contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil: Relatório 2017. **Federação Nacional dos Jornalistas**. 2018. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2018/01/relatorio_fenaj_2017.pdf> Acesso em: 10 jan. 2023.

VIOLÊNCIA contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil: Relatório 2018. **Federação Nacional dos Jornalistas**. 2019. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2019/01/relatorio_fenaj_2018.pdf> Acesso em: 10 jan. 2023.

VIOLÊNCIA contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil: Relatório 2019. **Federação Nacional dos Jornalistas**. 2020. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2020/01/relatorio_fenaj_2019.pdf> Acesso em: 10 jan. 2023.

VIOLÊNCIA contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil: Relatório 2020. **Federação Nacional dos Jornalistas**. 2021. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2021/01/relatorio_fenaj_2020.pdf> Acesso em: 10 jan. 2023.

WAGNER, Ricardo; GABRIEL, Maria Madalena; PAZZIN, Renan de Santi; LANGE, Sacha Testoni. O cabelo como matriz analítica para o exame toxicológico de motoristas profissionais na Lei N 13.103/15. **Visão Acadêmica**, v. 20, n. 2, 2019.

WIÑAZKI, Nicolás. La obsesión de Cristina y la lección de Zamba. **Clarín**, 2015. Disponível em: <https://www.clarin.com/politica/obsesion-Cristina-leccion-Zamba_0_H1gSDJFP7g.html>. Acesso em: 22 jun. 2023.

WIÑAZKI, Nicolás. Hotesur, la empresa de Cristina que no presenta balances y debe impuestos. **Clarín**, 2014. Disponível em: <https://www.clarin.com/politica/hotesur-cristina-empresa_0_rk8OtM_9P7g.html>. Acesso em: 21 jun. 2023.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Coronavirus disease (COVID-19): advice for the public**. World Health Organization, 2021. Disponível em: <<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>>. Acesso em: 15 dez. 2022.

ZIMMERMAN, Ana. Marcelo Odebrecht diz em depoimento que doou R\$ 150 milhões em caixa 2 para campanha de Dilma. **G1**, 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2017/03/marcelo-odebrecht-diz-em-depoimento-que-doou-r-150-milhoes-em-caixa-2-para-campanha-de-dilma.html>>. Acesso em: 29 jun. 2023.

ZUCATTO, Giovana Esther. A ascensão da direita na América do Sul. **Boletim OPSA**, n. 1, p. 6-14, 2019.