

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO

CURSO DE JORNALISMO

Jordana Siteneski do Amaral

**A Política na Era da Mídia: Uma Análise da
Transmissão da Sessão Deliberativa da Admissão do
Impeachment de Dilma Rousseff na Câmara dos
Deputados**

**Passo Fundo
2017**

Jordana Siteneski do Amaral

**A Política na Era da Mídia: Uma Análise da
Transmissão da Sessão Deliberativa da Admissão do
Impeachment de Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Artes e Comunicação, Curso de Jornalismo, da Universidade de Passo Fundo – UPF, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação do Prof. Dr. Otavio José Klein.

Prof. Dr. Otavio José Klein – Orientador

Prof. Avaliador

Prof. Avaliador

Passo Fundo

2017

À dinda, mais uma vez.

AGRADECIMENTOS

Assim como um signo linguístico não constrói, nem reconstrói sentido sozinho, meu trabalho também não. Por isso, obrigada a todos que contribuíram para sua realização, dos quais destaco:

- a Universidade de Passo Fundo e a Faculdade de Artes e Comunicação pela oportunidade;
- à Inês, por tudo que tu és e representa para mim;
- à minha família, por toda a compreensão e suporte;
- à Raul, por tornar meus dias e a escrita deste trabalho mais felizes;
- e principalmente, ao meu orientador Prof. Dr. Otavio José Klein, por compartilhar tanto de seu conhecimento, por apresentar-me a temática deste trabalho, sua paciência e disponibilidade para comigo ao longo deste trabalho. Sem vocês, este trabalho não existiria.

Nós moldamos nossas ferramentas, e então nossas ferramentas nos moldam.

Marshall MacLuhan

RESUMO

Esta pesquisa tem como temática a midiatização da sociedade, e está inserida no campo das pesquisas de comunicação e processos sociais e midiáticos. Este trabalho tem como um de seus objetivos, evidenciar o processo de midiatização na política. Para tanto, a pesquisa foi desenvolvida em duas etapas, onde foi realizada uma pesquisa bibliográfica e uma pesquisa de estudo de caso. O estudo de caso consistiu em uma análise da transmissão ao vivo da sessão deliberativa da Câmara dos Deputados, do dia 17 de abril de 2016, que admitiu o processo de impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff. Para realização deste trabalho a metodologia utilizada foi o estudo de caso, e a pesquisa bibliográfica. Um dos objetivos foi compreender o fenômeno em configuração na sociedade que diz respeito a onipresença das mídias nas mais distintas esferas da sociedade e suas instituições. A partir disto, se buscou elucidar como este fenômeno modificou as relações e práticas da sociedade e suas instituições, ao transformar a própria realidade a qual vive-se. Os resultados obtidos com a pesquisa apontaram para evidências do fenômeno, observadas em quatro processos distintos, em que as mídias estendem e substituem os limites da capacidade de comunicação dos deputados, fundem a realidade social com a realidade da mídia, e demandam a uma adaptação dos atores com a transmissão ao vivo. Ao final da pesquisa também foram encontradas outras evidências do fenômeno, além destas já citadas.

Palavras-chave: Midiatização. Política. Impeachment. Teoria da Comunicação. Processos sociais. Dilma Rousseff.

ABSTRACT

This research has as its theme the mediatization of society, and is inserted in the field of communication research and social and mediatic processes. This work has as one of its objectives, to highlight the process of mediatization in politics. For this, the research was developed in two stages, where a bibliographic research and a case study research were carried out. The case study consisted of an analysis of the live broadcast of the deliberative session of the Chamber of Deputies, on April 17, 2016, which admitted the impeachment process of former President Dilma Rousseff. For the accomplishment of this work the methodology used was the case study, and the bibliographic research. One of the objectives was to understand the phenomenon in configuration in society that concerns the omnipresence of the media in the most distinct spheres of society and its institutions. From this, it was sought to elucidate how this phenomenon modified the relations and practices of society and its institutions, by transforming the very reality in which one lives. The results obtained with the research pointed to evidence of the phenomenon, observed in four distinct processes, in which the media extend and replace the limits of the deputies' communication capacity, fuse the social reality with the reality of the media, and demand an adaptation of the Actors with the live broadcast. At the end of the research were also found other evidence of the phenomenon, in addition to these already mentioned,

Keywords: Mediatization. Policy. Impeachment. Communication theory. Social processes. Dilma Rousseff.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1MIDIATIZAÇÃO: uma nova ambientação da realidade mediada	13
1.2 Contribuições de Gomes	13
1.3 Contribuições de Sodré	18
1.4 Contribuições da Escola Dinamarquesa	21
1.5 Da mediação à Mdiatização	24
2 A POLÍTICA MIDIATIZADA	28
2.1 A relação entre Política e Mídia	28
2.2 A Política em uma Sociedade em Vias de Mdiatização	32
2.3 As Características da Política na Mdiatização da Sociedade	35
2.4 A tipologia de Processos de Mdiatização de Schulz: Estabelecendo as Variáveis para Análise do Estudo de Caso	43
3 ESTUDO DE CASO	47
3.1 A Metodologia do Estudo de Caso e a amostragem	47
3.2 O Processo de Impeachment na Doutrina Constitucional e a Sessão Deliberativa da Câmara dos Deputados do dia 17 de Abril de 2016	48
3.3 Análise da Sessão	51
3.3.1 Ampliam a Comunicação dos Deputados	53
3.3.2 Substituem o que Era Feito Frente à Frente	54
3.3.3 Fundem-se Frente à Frente com os Meios	56
3.3.4 Adaptação dos Atores Com a Transmissão ao Vivo	59
3.3.5 Outras Evidências do Fenômeno da Mdiatização Observadas na Sessão Deliberativa	63
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
REFERÊNCIAS	71
ANEXOS	75

INTRODUÇÃO

A temática do presente estudo é a midiaticização. Vive-se em uma época em que as mídias permeiam praticamente todos os lugares e espaços sociais, onde os meios de comunicação conquistaram a prerrogativa de “onipresença na sociedade”, de forma que a tecnologia passa a ser, também, modificadora das relações da sociedade e do ambiente que a mesma habita.

Dentro deste contexto, existe um fenômeno que vem sendo observado na sociedade que diz respeito a este papel de centralidade ocupado pelas mídias nos processos socioculturais. A este fenômeno tem-se convencionado chamar de “midiaticização”. O fenômeno e o conceito de midiaticização serão trabalhados com maior profundidade ao longo do primeiro capítulo, tomando como norte as perspectivas teóricas de autores como Muniz Sodré (2002;2006), Pedro Gilberto Gomes (2016; 2006), Otavio José Klein e Stig Hjarvard (2014).

O objetivo geral deste estudo é analisar as mudanças que vem ocorrendo no Congresso Nacional a partir da presença das mídias, especialmente durante a transmissão ao vivo. É neste contexto que o presente estudo se insere, de forma que ele tem como objetivo geral pesquisar para em um segundo momento, tentar responder ao seguinte problema de pesquisa: **Quais evidências são encontradas, do processo de midiaticização, na política do Brasil, por ocasião da transmissão ao vivo pela TV Câmara da sessão deliberativa de 17 de abril de 2016, onde foi admitido o processo de impeachment de Dilma Rousseff?**

Para tanto, este trabalho será desenvolvido em duas etapas: 1) uma pesquisa bibliográfica, visando fazer uma construção teórica; 2) uma pesquisa de Estudo de Caso, através de abordagem descritivo-analítica.

O estudo de caso trata da análise da sessão deliberativa que admitiu o processo de impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, por crime de responsabilidade, votada no dia 17 de abril de 2016 na Câmara dos Deputados. Busca-se por evidências do processo de midiaticização que podem ser observados por ora desta transmissão. Visando analisar critérios mais específicos, tal estudo será desenvolvido através de algumas “variáveis” elencadas no referencial teórico construído nos primeiros dois capítulos.

As variáveis estão estabelecidas com base na tipologia de processos de midiaticização proposta por Winfried Schulz (2004), em que os meios de comunicação: 1) ampliam a

comunicação dos deputados; 2) substituem o que era feito frente a frente 3) fundem-se frente a frente com os meios 4) adaptação dos atores com a transmissão ao vivo.

Justifica-se pela pretensão de refletir sobre as evidências do processo de mediação na política brasileira, tomando como objeto de análise um fato político de grande repercussão e impacto na política, eis que findo o processo, restou configurado o impeachment da ex-presidente.

A temática é relevante considerando a atualidade dos temas propostos, - as teorias sobre o processo de mediação da cultura e da sociedade, bem como as transformações da política – tomando como partida este novo *biós* midiático – e também um dos acontecimentos políticos de maior notoriedade dos últimos tempos.

Outros estudos também já mostraram que as relações estabelecidas entre a mídia e a política acabam por impactar na forma como a democracia é construída em uma sociedade. Logo, analisar a política sob égide do processo de mediação da sociedade pode levantar questões sobre a atual situação das instituições democráticas brasileiras.

No primeiro capítulo, busca-se construir um referencial teórico para compreender a mediação, tomando como base autores brasileiros como Pedro Gilberto Gomes (2006;2016), Muniz Sodré (2002;2004) e Otavio Klein (2013). Também, este capítulo traz as contribuições da escola dinamarquesa de estudos de mediação através de Stig Hjarvard (2014). Outrossim, será feita uma contextualização de precedentes teóricos do processo de mediação, através de autores como Marshall McLuhan (2007) e Teilhard de Chardin (apud Gomes, 2016) afim de elucidar que embora estes ainda não falassem propriamente de “mediação”, referiam-se a um processo em um ambiente em que a sociedade é permeada pela mídia. Outrossim, este capítulo visa estabelecer as diferenças entre os processos “mediação” e “mediação”. Esta diferenciação é pertinente para este estudo, uma vez que a presente pesquisa irá centrar sua análise em busca de evidências do fenômeno de mediação da sociedade e da política, analisando uma transmissão política oficial da Câmara dos Deputados, e não um “meio” de comunicação.

O segundo capítulo, trata de forma mais específica a política e suas relações, mas principalmente, como esta se transformou e passou por modificações que estão associadas com o fenômeno da mediação, através dos autores Stig Hjarvard (2014) e Muniz Sodré (2004;2006). Também é objetivo deste capítulo contextualizar a relação estabelecida entre a mídia e política, tomando como base os diferentes “modelos” apontados por Wilson Gomes (2004). Não obstante, este capítulo do presente trabalho traz as análises de Winfred Schulz (2014), em que o autor elenca quatro tipos diferentes de processos através dos quais os meios

de comunicação alteram as relações e a comunicação da sociedade. Esta abordagem é importante para este estudo em específico, pois é através dela que serão estabelecidas as variáveis analíticas que serão utilizadas neste estudo.

O terceiro capítulo destina-se a apresentar a metodologia da pesquisa, o estudo de caso e as análises descritivas-analíticas tomando como critérios as variáveis elencadas com base no referencial teórico construído nos dois primeiros capítulos. Também, é feita uma breve contextualização da sessão em análise, bem como do processo de impeachment através da doutrina Constitucional.

Por fim, sem a pretensão de esgotar o tema, abre-se espaço para as considerações finais, afim de responder aos questionamentos propostos na formulação da presente pesquisa.

1 MIDIATIZAÇÃO: uma nova ambientação da realidade mediada

A midiatização é um fenômeno que está em configuração. Este fenômeno diz respeito à presença marcante e onipresente da mídia na vida das pessoas, das instituições e da sociedade como um todo. Com efeito, tal situação enseja impactos e transformações na sociedade e em suas relações. Este fenômeno é objeto de estudos acadêmicos, de forma que as pesquisas do campo da comunicação têm buscado explicá-lo através de conceitos e teorias no campo da comunicação.

Uma das explicações refere-se as transformações nas relações estabelecidas entre sociedade e mídia, e que esta nova forma de se relacionar acaba também, por influenciar nas relações e práticas sociais. Tentar compreender este conceito e o fenômeno ao qual ele se refere é objeto deste capítulo.

É importante ressaltar que o termo “midiatização”, possui diversos significados e entendimentos que lhe são atribuídos por diferentes pesquisadores. Sem a pretensão de esgotar o tema, para este trabalho serão trabalhadas as perspectivas de autores da escola de brasileira de estudos de midiatização, através de autores como Pedro Gilberto Gomes (2006;2016), Otavio José Klein (2013) e Muniz Sodré (2002;2006). Também, serão esboçadas algumas perspectivas da escola de pesquisa dinamarquesa através dos escritos de Sitg Hjarvard (2014).

1.1 Surgimento de uma Teoria a Partir de um Fenômeno Social Atual

Embora o termo “midiatização” seja recente, e utilizado para denominar um processo de transformação das relações que a sociedade estabelece com as mídias, e também como a própria sociedade se inter-relaciona, outras teorias que estudavam as relações estabelecidas entre mídia e sociedade já se referiam ao fenômeno, embora ainda o denominassem de midiatização.

Gomes observa que o processo de midiatização ocorria antes mesmo de seu conceito tornar-se alvo de pesquisas na academia, no fim do século XX. Ele era resultado do surgimento da eletricidade e conseqüentemente, de novos instrumentos de comunicação. (2016, p. 4)

Algumas das teorias que versaram sobre isso serão aqui apresentadas, tais como as desenvolvidas por teóricos da comunicação como Marshall MacLuhan (2007) e Harold Innis, bem como a teoria do filósofo Pierre Teilhard de Chardin.

O pensador Pierre Teilhard de Chardin havia, já na década de 1950, esquematizado um processo de “planetarização da humanidade”, onde ocorreria uma unificação da sociedade. Embora não utilizasse o termo “mídiação”, para referir-se a este fenômeno, pode-se afirmar que o pensador falava de um contexto social semelhante ao observado no atual processo de mídiação (apud GOMES, 2016, p.4).

O que chama atenção na teoria do pensador, é a sua formulação de que a transmissão cada vez mais rápida do pensamento estaria viabilizando o desenvolvimento de “uma verdadeira rede nervosa” que estaria envolvendo a superfície da terra. Logo, há uma emergência, por meio de uma concentração avançada dos pontos de vista individuais, de um pensamento comum, que funde-se em meio a um mundo contínuo e ao mesmo tempo, estático das representações comuns, num universo de energia atomizada (CHARDIN apud GOMES, 2016, p.6) Questiona-se então, se esta “rede nervosa” a qual o autor estava se referindo não poderia ser identificada como o que convencionalmente chamamos de mídiação?

Gilberto Gomes amparado pelas ideias de Chardin, defende que o processo de mídiação é um processo que desencadeia um dinamismo, que faz com que a humanidade crie um conjunto único de consciências, em que a humanidade se volte sobre si mesma. Os meios de comunicação são, neste contexto, instrumentos que viabilizam esta ligação e sintonização (2016, p.6).

Muito embora o conceito de mídiação não tenha sido usado para explicar o fenômeno como o conhecemos hodiernamente, e que o processo de planetarização apontado por Teilhard de Chardin referia-se a uma busca da humanidade por uma consciência mais complexa, esses conceitos servem muito bem para tentar entender uma sociedade em vias de mídiação (GOMES, 2016, p.7).

A ideia, ainda que inicial sobre o processo de mídiação também encontra lugar nas teorias do canadense Marshall McLuhan (2007). Em sua obra *Os meios de comunicação como extensões do homem* o autor analisa a situação atual da humanidade frente aos meios de comunicação, onde formula a teoria de que os meios de comunicação seriam as próprias extensões do sistema nervoso central do ser humano, e conseqüentemente, extensões de seus próprios sentidos.

Com o surgimento da eletricidade, através da tecnologia elétrica, “projetamos nosso sistema nervoso central num abraço global, abolindo tempo e espaço”, e caminha-se para o desenvolvimento da simulação tecnológica da consciência. (MCLUHAN, 2007, p.17-18)

Neste contexto, ação e reação ocorrem agora quase que simultaneamente, ao contrário do que ocorria antes, na chamada “era mecânica”. As pessoas tendem a se envolver de maneira profunda em cada uma de suas ações, pois o sistema nervoso central é tecnologicamente preparado para envolver a humanidade inteira. (MCLUHAN, 2007, p.18)

Não obstante, McLuhan também desenvolveu o conceito de “aldeia global”, onde o mesmo enfatiza que os meios de comunicação levaram à uma condição de “reunificação instantânea de todas as suas partes mecanizadas em um todo”. O autor referia-se ao fato de que os meios de comunicação possibilitaram um encurtamento das distâncias, de forma que o mundo todo estaria interligado. (2007, p.112) Observa-se então, uma grande semelhança no princípio deste fenômeno com a “planeterização” proposta por Teilhard de Chardin (apud GOMES, p.2016)

A célebre frase do teórico, “o meio é a mensagem”, refere-se que as consequências tanto sociais ou pessoais, constituem o resultado do impacto introduzindo na vida das pessoas por uma nova tecnologia, uma nova extensão do próprio homem (MCLUHAN, 2007, p.21).

Segundo McLuhan não é a utilização de uma máquina que gera os impactos mais notáveis na sociedade, e sim o próprio fato de se usar tal máquina. Também, esclarece o autor que os meios de comunicação serão sempre conteúdos, na medida em que o “próprio meio é que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas” (2007, p.22-23).

Gomes observa que tais considerações acerca da teoria de McLuhan se prestam muito bem para o estudo da midiaticização, uma vez que não se trata mais de indagações sobre a utilidade dos meios para a transmissão das mensagens, e sim de uma reflexão sobre os próprios meios – os dispositivos tecnológicos – como as próprias mensagens e a criação da ambiência na qual nos encontramos, permeada por estes dispositivos e as interações por eles propiciadas (2016, p.9).

McLuhan já falava também sobre as consequências da invasão tecnológica. Segundo o autor, a humanidade não estava verdadeiramente preparada para enfrentar tecnologias como o rádio e a televisão, pois estamos “entorpecidos” ainda com a cultura nativa e mecânica. (2007, p.31)

Nesta seara, as reflexões do autor sobre a automação da sociedade e seus impactos possuem grande importância. Muitos empregos e funções estão perecendo em decorrência da

automação, que está colocando novas profissões para o trabalho, cujo objetivo é realizar tarefas neste ambiente de automação. Tal como a revolução industrial, a era da eletricidade fez com que empregos desaparecessem, surgindo funções mais complexas. (GOMES, 2016, p.13)

Extremamente vanguardista McLuhan já na década de 1960, mensurava o surgimento e organização de uma sociedade organizada em rede, na medida em que a era elétrica estabelece uma rede global, que possui um caráter semelhante ao do sistema nervoso central dos seres humanos, pois ele não é somente uma rede elétrica, ele é um campo único e unificado de experiência. (2007, p.390)

Embora em momento algum McLuhan (2007) tenha mencionado o termo midiatização, assim como Teilhard de Chardin (apud Gomes, 2016) percebe-se que os escritos destes teóricos têm grande importância para a compreensão do mundo contemporâneo, uma vez que tais pesquisadores pensaram, e de uma certa forma, previram, o fenômeno no qual a sociedade está inserida atualmente.

Hjarvardt mensura que existem alguns autores que compactuam com as explicações de Gomes, por também reconhecerem que as ideias de MacLuhan possuem semelhanças com a teoria da midiatização. Para alguns autores, a teoria da midiatização teria semelhanças com a teoria dos meios, no que diz respeito à observância das características pessoais de cada meio (“o meio é a mensagem”) bem como sua repercussão sobre as relações interpessoais. Contudo, não se pode olvidar que são teorias distintas, que foram desenvolvidas em contextos históricos, sociais e tecnológicos distintos. (2014, p.29).

1.2 Contribuições de Gomes

Pedro Gilberto Gomes parte para uma tentativa de explicar a midiatização perfazendo uma análise da teoria sistêmica. Nestes termos, destaca que a sociedade se constitui por meio da comunicação, considerando que o conteúdo da comunicação é a própria expressão de vida da sociedade. Explica ainda que o processo comunicacional é o grande viabilizador dos avanços da sociedade, cada vez mais complexos (2016, p.15).

O pensamento sistêmico, que parte da prerrogativa de olhar o desenvolvimento humano e a própria sociedade sob a perspectiva da complexidade, lança seu olhar não somente para o indivíduo, mas busca compreender seu contexto e as relações que são estabelecidas. Para o autor, a sociedade em sua dinâmica de comunicação invariavelmente

conduz a afirmação de que o processo comunicacional envolve, no todo, um pensamento sistêmico (GOMES, 2016).

Assim como traz Fritjof Capra em sua obra “O ponto de mutação”, o autor fala da teoria sistêmica e esclarece que tudo está em conexão. A nova visão da realidade proposta pela teoria sistêmica baseia-se na consciência de que todos os fenômenos, sejam eles de ordem biológica, social ou cultural estão interligados e existe uma inter-relação e uma interdependência entre eles. (1982, p.177)

Logo, a relação estabelecida entre a mídia com os processos de criação de significado, bem como os processos socioculturais que expressam a realidade, se dão no âmbito do “marco dos processos midiáticos”, onde essas duas características interagem para a criação de sentido que é feita pelas pessoas e sociedades (GOMES, 2016, p.15).

Otávio José Klein, explica que o fenômeno da onipresença da mídia na sociedade, e o papel por ela ocupado hoje, - de protagonismo nos processos socioculturais - a mídia consegue transformar a própria sociedade de acordo com os produtos que produz e faz circular, ao passo que, ela mesma se transforma e constrói seus produtos para responder a esta nova realidade que emerge (2013, p.35).

Considerando que são os meios eletrônicos que desempenham o papel de divulgação das informações, neles se percebem processos de significação que contém a “construção do discurso nas suas diversas configurações”, compreendendo o verbal e o visual. No “macro comunicativo” é a mídia que escolhe determinados conceitos com os quais elabora um processo enunciativo que permite a comunicação *com* e *para* a sociedade, ao mesmo tempo em que desenvolve uma dinâmica de processos socioculturais. Aqui, a importância desta observação, reside no fato de que “qualquer processo significativo incide diretamente nas relações sociais”. As relações sociais, por sua vez, condicionam, determinam e influenciam tanto no processo de significação da mídia, como a própria mídia na sua atuação comunicativa. Deste modo, “as relações, inter-relações, correlações, conexões e interconexões acontecem num movimento de duas vias entre os três polos dos processos midiáticos”. A partir disto, pode-se concluir que a mídia, seus processos de significação e os processos socioculturais são influenciados uns pelos outros gerando os processos midiáticos. (GOMES, 2016, p.16).

Mas as transformações atribuídas ao processo de midiatização na sociedade vão além: as novas tecnologias propiciaram que as inter-relações se tornassem mais complexas e mais abrangentes, de forma que criaram uma “nova ambiência”. Neste contexto os processos humanos de comunicação são potencializados, de acordo com a sofisticação dos seus meios

eletrônicos. Os inter-relacionamentos comunicacionais e os próprios processos midiáticos ocorrem no limiar da midiatização. Esta nova realidade de midiatização altera o meio social, uma vez que as dinâmicas sociais são conduzidas a uma realidade virtual. E isso implica em “uma nova forma de ser” no mundo (GOMES, 2016, p.16).

A exposição das pessoas a estas tecnologias desde o início da vida cria um novo ambiente que tem como consequência a modificação e a determinação uma forma de ser, pensar, e agir na vida em sociedade. E é este ambiente que é chamado de midiatizado. (GOMES, 2016, p.17)

A midiatização enquanto fenômeno é, por um lado, fruto das relações e conexões provenientes do uso que a sociedade faz destes recursos tecnológicos. Ao passo que, este fenômeno também representa o surgimento de um novo ambiente social, que incide profundamente naquelas relações e conexões que constroem a sociedade contemporânea (GOMES, 2016, p.17).

Essa mudança de que fala Gomes, faz surgir um novo “bios midiático”, que interfere profundamente no tecido social. Muito mais do que uma tecno-interação, surge e consolida-se aquilo que vem se discutindo ao longo do texto: a nova forma de ser em um ambiente representado pela midiatização da sociedade. Neste novo contexto, faz com que as figuras televisivas muitas vezes tornem-se “personagens de si mesmas”, enquanto a sociedade realiza uma participação “viciária”. Há também, um deslocamento das pessoas do palco (onde exercem um duplo papel de sujeitos e atores) à plateia (onde sua atitude é passiva) (2006, p.113).

1.3 Contribuições de Sodré

O teórico Muniz Sodré, por sua vez, argumenta que a sociedade contemporânea - ou pós-industrial - é regida pela midiatização. Para o autor, a midiatização seria a tendência observada a virtualização das relações humanas, que se faz presente nas articulações do funcionamento institucional e de determinadas formas de relacionamento dos indivíduos com as tecnologias de informação (2008, p.20.).

Trata-se de uma ordem de mediações socialmente realizáveis através de uma realidade sensível, caracterizadas por uma “prótese tecnológica e mercadológica” um *médium*, o qual o autor define como um dispositivo cultural historicamente emergente no momento em que o processo da comunicação é redefinido. A redefinição do processo de comunicação é

influenciada pela industrialização, pela técnica e a informação, ou seja, um regime que é pautado pelo capital. (SODRÉ, 2002, p.21-22)

O termo “prótese”¹ significa “extensão”, mas não se refere a algo separado do sujeito, com um instrumento manipulável, mas sim uma “forma tecnointeracional” que resulta de uma extensão “espectral”, no que se habita, como um novo mundo, portando uma nova ambiência e uma nova sugestão de condutas. Dito de outra forma, isso significa que essa forma não pode ser instrumentalizada por inteiro, como um dispositivo submetido a uma pessoa, porque essa prótese é capaz de expropriar faculdades relativas a “soberania” do sujeito, como seus saberes e memórias. (SODRÉ, 2006, p.21)

Sodré na obra *Antropológica do Espelho* faz uma analogia a prótese midiática como um “espelho”, na medida em que, as imagens deixam de ser reflexos e máscaras para serem simulacros. Embora a prótese midiática não se confunda com o espelho, ele serve como uma metáfora para explicar (2002, p.23).

Ainda, o espelhamento das mídias tradicionais ou lineares, como cinema ou televisão, ainda é apontada por imagens “paraespeculares” para um espaço externo, que se busca representar de forma real, de forma semelhante a “hipotipose” (SODRÉ, 2002, p.23).

Uma observação aqui: em outras palavras, com isso o autor está a referir-se a uma forma de retórica, a ação de descrever uma cena ou situação, utilizando cores fortes e intensas, de maneira a fazer com que o receptor experimente uma situação como se a estivesse percebendo pessoalmente.

Feito esta observação, agora o termo “paraespecular” passa a fazer mais sentido, porque Sodré explica que nas mídias digitais o usuário “entra” e move-se, graças a sua interface gráfica e cheia de recursos, onde a representação clássica é trocada pela “vivência apresentativa”. Com efeito, o espelho midiático não é uma cópia, reprodução ou reflexão, porque implica uma forma nova de vida e um novo espaço/modo de interpelação coletiva dos indivíduos, assumindo outros parâmetros para a constituição das identidades pessoais (SODRÉ, 2002, p.23).

Logo, há uma afetação das formas de vida tradicionais por uma qualificação de natureza informacional, cuja inclinação vai no sentido de configurar discursivamente o funcionamento social em função dos vetores de mercado e tecnologia, caracterizada pela

¹ O termo “prótese” para se referir aos meios de comunicação, já vinha sendo utilizado por MacLuhan (2007) como “prótese técnica”. Neste sentido, ele referia-se a prótese como se fosse uma “alavanca”, que tal como esta potencializa a força do homem, os meios potencializam a capacidade humana de comunicação.

prevalência da forma, com os códigos e meios em detrimento da semântica dos conteúdos propriamente (SODRÉ, 2006, p.21).

Esse processo culmina em uma interação social exacerbada, chamada pelo autor de *midiatização*, com espaço próprio e autônomo em face de outras formas que possibilitam interação presentes em outras formas de interações tradicionais. Desde o pós-guerra esse processo vem realizando transformações em costumes, crenças, e afetos, de forma que agora perfaz com a integração entre os mecanismos de representação e virtuais. As “tecnomediações” implicam em um grau de indiferenciação entre o homem e a sua própria imagem, na medida em que o indivíduo passa a viver, de forma pouco auto-reflexiva no interior das tecnomediações, cujo horizonte remete à interatividade absoluta, ou a interconexão ininterrupta (SODRÉ, 2006, p.22).

De forma mais objetiva, para o autor, a midiatização implica em uma nova forma de presença do sujeito no mundo. Ou ainda, pensando na classificação Aristotélica, das formas de vida, um *bios* específico. Se Aristóteles concebia o *bios* (vivência) na *pólis* em três formas distintas, (a citar, vida contemplativa, vida política e vida prazerosa) a midiatização representa um novo *bios*, um quarto bios com uma qualificação própria, que pode ser rotulada como uma “tecnocultura” (SODRÉ, 2006, p.22).

A tecnocultura, este quarto *bios*, implica em uma nova tecnologia perceptiva e mental, portanto, um novo tipo de relacionamento do indivíduo com as referências concretas e com a verdade, inaugurando uma “nova percepção antropológica” (SODRÉ, 2006, p.24).

Dito de outra forma, o espaço disposto para a realização ou ação humana, e para a forma de organização das situações cotidianas, o grego antigo deu o nome de “*éthos*”. Na palavra *éthos*, ressoa o sentido de “habitar”, que designa tanto o significado de moradia quando as condições e práticas executados reiteradamente pelo homem. Destarte, o conjunto de hábitos, regras, valores, são os materiais que explicitam a vigência do *éthos*, regulando o sendo comum (SODRÉ, 2006, p.24).

A mídia tida como quarto *bios* passa a articular uma nova moralidade objetiva, em que é pautada pela criação de uma eticidade (costumes e rotinas socialmente dadas), viciária de conteúdos “costumbristas”, isto é, reiterando uma atmosfera familiar em formas de vida variadas, a partir de ensaios, “negociações” discursivas ou interfaces com o *éthos* tradicional (SODRÉ, 2006, p.28).

Agora, a questão é saber como essa qualificação atua em termos de influência ou de poder na construção da realidade social, na moldagem das percepções, afetos, significações, costumes, e principalmente (para este estudo em questão) os efeitos políticos desde a mídia

“tradicional”, até a mais nova, baseada na interação em tempo real e na possibilidade de criação de espaços artificiais ou virtuais. Talvez, esta seja a questão central da sociologia contemporânea (SODRÉ, 2006, p.28).

Ao que tudo indica, de acordo com as explicações por hora anotadas, a mediação é um processo que vai além da inserção de dispositivos tecnológicos e sua utilização massiva. Ela diz respeito a um processo em se que estabelece uma relação de simbiose entre a mídia e os processos sociais, na medida em que ambos são influenciados mutuamente.

É dentro deste contingente que se situa o presente estudo, afim de pesquisar se reflexos deste processo de mediação podem ser observados e constatados nas mais distintas instâncias da sociedade, neste trabalho precisamente no campo da política brasileira.

1.4 Contribuições da Escola Dinamarquesa

Dentro da escola dinamarquesa, representada aqui por Stig Hjarvard podem-se destacar duas características no que diz respeito à sua construção teórica da teoria da mediação. Uma delas é a perspectiva institucional adotada pela escola, isto é, a análise da mediação fica localizada entre a cultura e a sociedade, acima do nível das interações microsociais, e abaixo do nível macro das assertivas gerais acerca da sociedade como um todo. Neste sentido, propicia uma análise do fenômeno através de um estudo da interação entre a mídia e a diferentes esferas sociais (instituições) (2014, p.30).

A segunda característica, refere-se ao fato de que a escola reconhece que o conceito de mediação guarda relação com contexto histórico da alta modernidade, onde os meios de comunicação conquistaram autonomia em relação às instituições sociais, e passam a se integrar ao funcionamento daquelas (HJARVARD, 2014, p.31).

Nesta senda, o conceito de Hjarvard (2014, p.31) caracteriza a mediação como uma condição ou fase do desenvolvimento da sociedade em âmbito global da sociedade e da cultura, na qual os meios de comunicação são dotados de uma particular importância, na medida em que exercem uma influência dominante sob outras instituições sociais.

A conceituação proposta pelo autor diz respeito à uma teoria voltada à importância intensificada e cambiante de comunicação na cultura e na sociedade. Logo, entende-se mediação como o processo onde ambas as esferas se tornam cada vez mais dependentes da mídia e de sua “lógica”². Este processo carrega uma dualidade na medida em que: os meios de

² O termo “lógica da mídia” é usado para explicar que a mídia possui “um *modus operandi* próprio, e características específicas, capazes de influenciar outras instituições, a cultura e a sociedade em geral, na medida

comunicação se integram às operações de outras instituições e esferas culturais; e ao mesmo tempo conquistaram o “status de instituições sociais por seu próprio direito”. Destarte, a interação social, dentro das instituições, ocorre cada vez mais por intermédio da mídia (HJARVARD, 2014, p.36).

Não obstante, Hjarvard (2014, p.43) fala que a midiaticização possibilitou que os meios de comunicação conquistassem o status de instituições “semi-independentes”, na medida em que eles fornecem os meios para que as instituições e atores sociais se comuniquem. Assim sendo, eles interferem na atividade de outras instituições, como a família, a política, a religião e outras. Logo, as instituições representam os elementos estáveis e previsíveis da sociedade, a política - enquanto instituição - cria a estrutura para a discussão e a tomada de decisões coletivas, no que diz respeito às normas e atividades comuns. (HJARVARD, 2014, p.43)

A midiaticização não é um processo universal todas as sociedades. Ela é de fato, uma das “consequências” da globalização, especialmente no contexto do último século XX com a industrialização e modernização. Tal qual a globalização, o fenômeno da midiaticização está condicionado a existência de meios técnicos que possibilitem estender a comunicação e interação a longas distâncias, assim com impulsiona o processo de midiaticização ao institucionalizar a comunicação e estende-la a contextos geográficos-temporais distintos. (HJARVARD, 2014, p.38)

Hjarvard (2014, p.40-41) ainda distingue o processo de midiaticização em duas faces: a midiaticização direta (forte) e indireta (fraca). Por midiaticização direta ele refere-se a atividades que antes não eram mediadas, e agora adquirem uma forma mediada, onde a atividade passa a ser realizada através da interação com um “meio”. A midiaticização indireta refere-se quando uma atividade passa a ser mais influenciada (em sua forma, conteúdo, organização ou contexto), pelos símbolos ou mecanismos midiáticos.

Em verdade, o processo de midiaticização enquanto processo social não é fruto somente das alterações nos planos internos dos meios de comunicação, ela é resultado de uma complexa mudança tecnológica, política e econômica. Isso se deve a transformação da mídia como instituição “semi-independente”, isto é, no momento em que a mídia se desvincula das instituições das quais era dependente e representava os interesses, como os partidos políticos e a religião. Isso somente ocorre quando os meios de comunicação adquirem o status de *instituições culturais*, processo que para o autor, se inicia por volta da década de 1920 e

em que estas se tornam cada vez mais dependentes dos recursos que ela controla e disponibiliza.” (HJARVARD, 2014, p.36).

perdura até os anos 1980, momento em que a comunicação e sua organização modificaram-se diametralmente. (HJARVARD, 2014, p.45)

Durante o período de 1920-1980, houveram diversas mudanças na comunicação, mudanças estas que já suscitavam que o status dos meios de comunicação na sociedade estava prestes a mudar: de “instituições culturais”, tornaram-se “instituições midiáticas”. As privatizações do setor e a expansão tecnológica das comunicações criaram um ambiente propício para um ambiente competitivo e comercial, com as forças de mercado criando embates na dimensão cultural dos meios de comunicação (HJARVARD, 2014, p.47).

Não obstante, a década de 1990 presenciou uma onda de privatizações ao redor do mundo, sob a égide de políticas neoliberalistas, bem como o surgimento de conglomerados de mídia em escala global e a desregulamentação do setor. Uma das consequências deste processo, é que ele conseguiu diminuir a influência (cultural e política) da sociedade sobre a comunicação coletiva e individual de seus membros, ao mesmo tempo em que permitiu que uma nova dinâmica econômica acelerasse o desenvolvimento e a disseminação de novos meios de comunicação (HJARVARD, 2014, p.48).

A midiaticização, segundo Hjarvard (2014, p. 56-58) promove mudanças na sociedade em nível *micro* e *macro*. No nível *micro*, ele assinala que o processo desencadeou uma série de “reestruturações” nas relações sociais, na medida em que a desvinculação ou distância entre as situações propiciada pela mídia resultaram em mudanças, extensões e complicações nas relações entre “palco” e “bastidores” da interação. Em um exemplo simples, mas esclarecedor, o autor explica que em uma conversa interpessoal e não mediada por dispositivos, os atores podem demonstrar certas atitudes e comportamentos, tais como “zombar de um terceiro”, sem que este tenha acesso. Logo, se em uma interação face-a-face, existe uma tendência que os participantes sejam condescendentes uns com os outros, a desvinculação através da mediação pode estimular ações ou comportamentos que em uma interação face-a-face ocorreriam de forma diferente, ou não ocorreriam, pois a mediação tornaria o ato menos intrusivo e consequente para o indivíduo.

Já no nível *macro*, as transformações são evidenciadas pela forma como as instituições se relacionam entre si. Isso se dá basicamente, em três funções realizadas pelos meios de comunicação. Os meios constituem um domínio de experiências compartilhadas no sentido de que oferecem contínua exposição e interpretação do “modo como as coisas são”, e ao fazê-lo, contribuem para o desenvolvimento de um senso de identidade e de comunidade (HJARVARD, 2014, p.59-67).

Não obstante, eles realizam uma interface para as relações estabelecidas dentro das instituições e entre elas: os noticiários televisivos é que levam a política para dentro dos lares, e a publicidade é o contato das empresas com possíveis clientes (HJARVARD, 2014, p.59-67).

Por fim, os meios de comunicação ajudam a criar uma ‘esfera pública’ política, no âmbito da qual podem as instituições buscar e defender seus próprios interesses e estabelecer sua legitimidade (HJARVARD, 2014, p.59-67).

Com efeito, estas funções desempenhadas pelos meios de comunicação no nível macrossocial consistem em proporcionar uma “estrutura interpretativa” para compreender a própria sociedade, criando um nexos entre as instituições e um espaço onde seus membros possam debater e decidir assuntos de interesse comum (HJARVARD, 2014, p.59-67).

Isto posto, percebe-se que a escola dinamarquesa possui uma perspectiva institucional, onde analisa a midiatização e seus efeitos tanto nas esferas *micro* e *macro* da sociedade, bem como a articulação da mídia com as instituições que fazem parte da sociedade. Também, assim como a escola brasileira considera *mediação* e *midiatização* processos distintos. Anota-se também, que as construções teóricas de Hjarvard possuem um viés bastante sociológico e empirista do fenômeno.

O autor também analisa as transformações que podem ser observadas na política e nos atores políticos ocasionados pela midiatização. Objetivando dar segmento a este trabalho, o próximo capítulo irá tratar sobre política, e seus contornos assumidos em uma sociedade que se concebe por midiatizada, eis que se trata de questão central nesta pesquisa.

1.5 Da mediação à Midiatização

Para Sodré (2006, p. 20) existe uma diferenciação no que diz respeito aos termos midiatização, mediação e interação, pois tais termos não se confundem. Por mediação, entende-se que seria o processo de criar uma “ponte”, ou possibilitar a comunicação entre duas partes, de forma que toda e qualquer cultura implica em mediações simbólicas, que são linguagens, códigos, leis, artes, e etc. Destarte, “a linguagem é considerada mediador universal”. A interação, por sua vez, difere sutilmente da mediação, uma vez que diz respeito a forma como a mediação ocorre. Neste sentido, as mediações podem implicar em diferentes tipos ou formas de interação.

Já a midiatização, Sodré (2006, p.20), refere-se como sendo uma “ordem de mediações socialmente realizadas”, onde ocorre um tipo particular de interação, referente a algo que

poderia denominar-se como “tecnomediações”. Tais tecnomediações são caracterizadas por realizarem-se através de tipo de “prótese tecnológica e mercadológica” da realidade sensível, a qual ele chama de “médium”. Trata-se de uma transformação cultural que emerge no momento em que o processo da comunicação é alterado pela informação, tanto pela técnica empregada quanto pelos valores mercadológicos que lhes são inculcados. Isso em outras palavras, significa dizer que a informação é um produto à serviço da “lei estrutural do valor”, ou do capital.

O conceito de midiatização, ao contrário de mediação, não perfaz o campo social em sua totalidade, mas sim o da articulação híbrida de instituições (que são “formas relativamente estáveis de relações sociais comprometidas com finalidades humanas globais”) com as organizações de mídia. Logo, refere-se a atividades regidas por finalidades restritas de cunho mercadológico e tecnológico, e que estão “culturalmente afinadas com uma forma ou um código semiótico específico” (SODRÉ, 2006, p.20).

Por outro lado, autores como Gomes (2006, p.121), divergem em alguns pontos na terminologia empregada por Sodré. Diferentemente de Sodré (2006), Gomes considera que a midiatização não seria apenas uma “mediação tecnológica”. Para Gomes, a midiatização diz respeito, como explanado anteriormente, a uma mudança no desenvolvimento da mídia, algo completamente novo. Destarte, manter-se no conceito de mediação é manter-se em um outro tipo de ambiente, pois a midiatização é a própria reconfiguração de uma “ecologia comunicacional”, ou um “bios midiático”, transformando-se em um modelo, princípio e atividade de compreensão da sociedade (GOMES, 2006, p.121). Neste aspecto, Pedro Gilberto Gomes (2006, p.121) observa que nesta transformação a qual se tem convencionado chamar de midiatização, a visão antiga de “mediação”, acaba por ser superada.

Citando o exemplo da mídia televisiva, o autor destaca que nesta “nova ecologia comunicacional, mais do que uma tecno-interação emerge na sociedade um “novo modo de ser” em um mundo representado pela midiatização da sociedade. Com efeito, as figuras televisivas tornam-se “personagens de si mesmas”, de forma que tal comportamento finda em um deslocamento das pessoas ditas do “palco” (onde são sujeitos e atores) à plateia (atitude passiva). Logo, ao assumir-se a midiatização como fenômeno emergente na sociedade, o entendimento da televisão sob a égide da mediação é superado, eis que essa nova ambiência midiatizada representa um “salto qualitativo”, uma verdadeira transmutação no modo de “ser e atuar” (GOMES, 2006, p.113).

Não confundindo-se com “mediação”, a midiatização supera o conceito anterior uma vez que faz mais do que simplesmente realizar a conexão entre a “realidade” e o indivíduo por

meio da mídia. A midiatização que se está a falar, diz respeito a forma como o próprio receptor se relaciona com a mídia; e também abrange a forma como o receptor “justifica e tematiza” tal relação estabelecida. Logo, a midiatização está intimamente ligada com a produção de sentido social, sendo portando, um “processo social” bem mais complexo. (GOMES, 2006, p.113-114)

A sociedade que se está a falar - caracterizada pelo fenômeno da midiatização - representa uma nova “ambiência”, uma nova forma de ver o mundo. Neste novo ambiente, os meios deixam de ser mediadores e passam a ser “midiatizadores” da sociedade. Os instrumentos tecnológicos passam ser usados como meio de conexão para as suas relações sociais. (GOMES, 2016, p.17)

A guisa de um parecer mais nítido, Gomes (2016, p.17) enfatiza que a sociedade em midiatização é maior mais abrangente que a dita “sociedade de meios” que a sucedeu. A comunicação é potencializada pelo desenvolvimento da tecnologia de comunicação de forma que, a sociedade de meios não é mais suficiente para descrever o contexto atual.

Não obstante, a midiatização é a “chave hermenêutica³” para compreensão e interpretação da realidade. Partindo da ideia de que a sociedade se percebe e também é percebida pelo fenômeno da mídia, - que neste momento compreende algo maior do que os dispositivos tecnológicos tradicionais - pode-se afirmar que a mídia se apresenta como um *locus* de compreensão da sociedade. Isto porque Gomes (2006, p.121) observa que hoje se está diante de um “teatro de arena”, onde não mais se fala sobre “palco” e “plateia”, pois não se pode pensar em uma realidade sem palco, uma vez que este “palco” tomou conta de tudo. Não existe mais separação entre a vida dentro e fora do palco, de maneira dissociada. Simplesmente, se um fato não está na mídia, ele não existe.

Corroborando, Hjarvard (2014, p.39) aduz que a midiatização se refere a um conceito mais amplo do que a mediação. Mediação é a comunicação realizada a partir de um meio, cuja intervenção pode afetar tanto a mensagem quanto a relação estabelecida entre receptor-emissor.

Quando um político opta, por exemplo, por utilizar um tipo específico de mídia no lugar de outro, (um *blog*, ao invés de um jornal) para se comunicar com o seu eleitorado, é bem possível que esta escolha irá impactar na forma e no conteúdo de sua comunicação. Mas

³ Em linhas gerais, pode-se dizer que hermenêutica é uma teoria filosófica que tem como objetivo a interpretação dos textos e de seus sentidos. Ela centraliza-se no campo técnico-explicativo e tem como objetivo estabelecer corretamente o sentido de um texto ou interpretação, com o aporte de uma segurança metodológica. (LIXA, 2003, p.18)

o uso de uma determinada mídia por si só, não terá, necessariamente efeito notável sobre a política enquanto instituição social. Nesta seara, observa Hjarvard (2014, p.39):

A mediação descreve o ato concreto da comunicação por meio de um certo tipo de mídia em um contexto social específico. Em contrapartida, a midiatização refere-se a um processo de mais longo prazo, em que as instituições sociais e culturais e os modos de interação são alterados em consequência do crescimento da influência dos meios de comunicação.

Destarte, a ideia de midiatização corresponde a um fenômeno cujas implicações sociais são marcantes e evidentes, embora não sejam tão rápidas de verificação. Também, partindo da ideia de que a cultura e sociedade contemporâneas estão de tal forma permeadas pela mídia que fica difícil (ou até mesmo impossível) compreender a mídia como algo dissociado das instituições sociais e culturais, os estudos sobre midiatização voltam-se para a transformação das estruturas dos meios de comunicação na cultura e na sociedade. Isto posto, tal teoria situa-se em contrapartida com a teoria dos meios, em que a mediação enfatiza o uso da mídia para a comunicação de sentido, e no efeito das mensagens mediadas sobre a audiência, e o uso feito pela audiência das mensagens. (HJARVARD, 2014, p.15)

Embora tenham sim similitudes, as teorias divergem no fato de que as teorias de meios acabam por findar em um “determinismo tecnológico”, na medida em que negligenciam a interação estabelecida da tecnologia com a cultura, e o fato da cultura também constituir a tecnologia. Ademais, a teoria do meio raramente se preocupa por relações históricas, culturais ou sociais em diferentes contextos e suas especificidades, estando mais voltada para mudanças no nível macro (KROTZ, apud Hjarvard, 2014, p.29).

Com efeito, embora existam algumas divergências neste aspecto entre as teorias de Sodré, Gomes e Hjarvard – este último com mais concordância com Gomes – o que existe de comum em ambas   reconhecimento de que media o e midiatiza o não se confundem, sendo que a midiatiza o   um processo mais amplo, que resulta em altera es nas práticas e hábitos sociais, na forma como a sociedade se relaciona com as mídias e vice-versa, criando um novo ambiente social e midiático.

2 A POLÍTICA MEDIATIZADA

Como visto no capítulo anterior, a mediatização é uma nova teoria que pesquisa e busca compreender em um primeiro momento, um fenômeno observado na sociedade que diz respeito ao desenvolvimento de nova ambiência ou forma de vida interacional, que emerge de um ambiente permeado pelas mídias e seus recursos técnicos. É neste contexto, que se busca compreender como as relações e práticas sociais entre mídia e sociedade, bem como entre os próprios indivíduos são transformadas e intensificadas neste novo “*bios*” midiático.

Não obstante, a política enquanto instituição necessária para o exercício dos direitos e práticas políticas, bem como para a efetivação de uma democracia, a mídia e a política não podem ser visualizadas de uma forma dissociada. Logo, neste capítulo o objetivo é demonstrar de forma sucinta, de que forma o processo de mediatização está refletindo no âmbito da política e de suas práticas. Para tal fim, será feita em um primeiro momento, uma breve contextualização dos vínculos existentes entre mídia e política, através das perspectivas de Wilson Gomes (2004), Octavio Ianni (1999) e Hjarvard (2014).

Em um segundo momento, o capítulo versará sobre as transformações na política brasileira que podem ser observadas em uma sociedade em vias de mediatização. Por fim, há que se ressaltar, que o presente estudo busca corroborar ou refutar processo de mediatização da Política em configuração, perfazendo uma pesquisa empírica, valendo-se da metodologia do Estudo de Caso, que consiste em uma análise da Sessão Deliberativa que aceitou a denúncia de impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, na Câmara dos Deputados.

2.1 A relação entre Política e Mídia

Hjarvard explica que em todas as grandes sociedades, os meios de comunicação exerceram - e ainda exercem - um importante papel no exercício do poder político. É difícil imaginar como poderiam erigir-se e manter-se estruturas sociais, desde os Impérios Romanos e Egípcios sem os meios de comunicação. Da mesma forma, destaca-se o papel assumido pelos livros, jornais e folhetos nas revoluções burguesas na Europa nos séculos XVIII e XIX e o uso de cartazes como propaganda da Primeira Guerra Mundial e da Revolução Russa (2014, p.73).

Com o surgimento da democracia moderna, que pressupõe o consentimento e a participação popular em oposição aos regimes absolutistas, os meios de comunicação de massa passaram a desempenhar um papel crucial para a consolidação e manutenção desta forma de governo. Aos poucos, deixam de ser instrumentos exclusivos das elites políticas no poder e passam a cumprir funções como publicizar as informações políticas, facilitar o debate e a participação política, e exercendo a crítica do poder. As técnicas tornam-se então, importantes ferramentas para a legitimação da política, dos atores sociais e ações políticas (HJARVARD, 2014, p 74).

Neste ínterim, cabe lembrar Norberto Bobbio (2000, p.98-102), que assevera que a democracia é o “governo do público em público”, isto é, um governo em que o poder é exercido de forma coletiva (ainda que por representação) e que todos seus atos sejam transparentes, no sentido de divulgar, tornar público, e de não permanecerem no obscurantismo

A relação entre mídia e política sempre existiu. Por óbvio, essa relação não se articulou sempre da mesma forma. Wilson Gomes (2004) explica que a relação entre a mídia e a política pode ser explicada a partir de três “modelos”.

No primeiro modelo, a comunicação de massa existe basicamente na forma da imprensa. Fala-se aqui, (embora já existissem jornais vinculados ao poder do Estado desde o século XVII), da imprensa de opinião e da esfera pública burguesa do século XVIII, que era um fórum de discussão pública dos assuntos pertinentes ao Estado e a sociedade civil. Em um segundo momento deste mesmo modelo, houve a divisão da classe burguesa em grupos e partidos no governo, de forma que a imprensa de opinião cedeu lugar à imprensa de partido. Ademais, acrescentou a imprensa a sua “autocompreensão” como sendo um órgão da esfera civil e o entendimento de si como órgão dos partidos políticos (GOMES, 2004, p.46-47).

No segundo modelo, a situação ainda é semelhante com a anterior, embora refira-se a um momento em que a imprensa passa a ser acompanhada por uma série de instituições sociais dotadas de meios tecnológicos de produção, reprodução e emissão massiva dos meios audiovisuais. Neste contexto, os meios de comunicação eram vistos como instrumentos que poderiam influenciar nos gostos e preferências das pessoas, mas não somente. Fruto dos estudos sobre os efeitos da propaganda política e ideológica dos regimes autoritários do século XX, a perspectiva nas teorias que surgem aqui são centradas em um público passivo e submetido aos fluxos de mensagens das esferas políticas e econômicas através dos meios de comunicação. Com efeito, a mídia passa ser vista como agente capaz de influenciar de maneira substancial na disposição e na opinião pública de natureza política. Tais assertivas,

em que pese forneçam inúmeras contribuições, ensejam passar por algumas reconsiderações em razão de novas transformações no período histórico que sobreveio (GOMES, 2004, p.49).

O terceiro modelo que emerge ao longo do século XX, tem como principal característica o fato de que a imprensa de partido fora substituída pelas novas formas de indústria midiática. Esta apresentação da realidade midiática é fortemente caracterizada pelo industrialismo e caráter competitivo dedicado à cultura e o entretenimento, com a emergência e consolidação de uma “imprensa empresarial”. Os partidos foram de certa forma, substituídos pelo mercado, onde até mesmo a credibilidade – ao lado de outros valores do jornalismo, tais como isenção, verdade, objetividade – passam a ser uma das “propriedades comerciais” do jornalismo (GOMES, 2004, p.49).

Ao mesmo tempo, expande-se a indústria do entretenimento e da cultura, de modo que o cinema, o rádio e a televisão se organizam para atender uma demanda de consumo de bens culturais. É este o modelo da cultura de massa, onde os meios precisam “cativar” para chamar a atenção do público, pois a indústria da informação precisa desta audiência para ofertar para seus anunciantes (GOMES, 2004, 49-51).

Feitas tais considerações sobre as relações entre política e mídia que foram estruturadas ao longo do tempo, ainda que extremamente breves e sucintas, faz-se necessário frisar alguns pontos desta explanação. Por óbvio, estes possuem apenas o condão de ilustrar a temática, sem qualquer pretensão de esgotar o tema, - a relação cambiante entre política e mídia nas sociedades democráticas - eis que muito complexo e amplo.

Neste ínterim, percebe-se que a mídia sempre esteve, de uma forma ou outra ligada com a política: seja na imprensa da esfera pública burguesa, na imprensa de partido ou sendo vista como uma ferramenta eficaz para influenciar na opinião pública e na sociedade, principalmente em regimes autocráticos. No último modelo, ao olhar-se superficialmente parece que esta relação “mídia e política”, foi distanciada. Contudo, tal verificação como se disse, é superficial: as relações entre mídia e política continuam, mas de uma outra forma.

Viu-se no primeiro capítulo, a emergência de um fenômeno denominado “mídiatização”, que se refere a uma nova forma e ambiência verificados na sociedade, marcada pela extensa e intensa presença da mídia na sociedade e em suas instituições. Com efeito, o processo de mídiatização alcança a instituição política, de maneira que este fenômeno passa também transforma-la, onde a política quer ver-se e representar-se em um ambiente altamente mídiatizado. Ao passo que este fenômeno expande-se, a mídiatização influencia na forma como os atores políticos se comportam e se relacionam com a mídia,

influencia na estrutura de seus discursos e falas, bem como em sua postura frente aos eleitores.

Essas transformações da política já foram tratadas em outras discussões, onde é pertinente trazer as considerações de Octavio Ianni, embora este ainda não falasse do processo de midiaticização da sociedade. Ainda em 1999, o autor em artigo denominado “O príncipe eletrônico” explora as transformações das práticas políticas e sociais ocorridas em um ambiente altamente globalizado e permeado pelas tecnologias de comunicação e informação. Conforme o autor preconiza, a era da globalização foi responsável pela configuração de diversos fenômenos. O âmbito da política foi um deles, tendo em vista que as próprias condições onde se desenvolvem a teoria e a prática da política foram modificadas.

A expansão do próprio sistema capitalista de produção, denominado também como modo “civilizatório”, abriu brechas para a alteração nas distintas formas de sociabilidade, bem como nos jogos de forças sociais. Inevitavelmente, isso propiciou a emergência e a prática de novas dinâmicas de grupos e classes sociais, bem como as profundas alterações nas estruturas de poder, acomodações, tensões e lutas em escala mundial (IANNI, 1999, p.12).

Ianni (1999, p.12) refere-se que as instituições ditas “clássicas” da política, dentro deste são “desafiadas a remodelar-se”, ou ainda, a serem substituídas, como se estivessem em um contexto histórico e fático que não as justificassem mais, pois outras e novas instituições e técnicas da política estão sendo desenvolvidas, praticadas e teorizadas.

Ao mesmo tempo dentro deste processo globalizatório, as tecnologias eletrônicas, informáticas e cibernéticas são desenvolvidas e aperfeiçoadas e desta forma, agilizam e intensificam as articulações, integrações, tensões, antagonismos, fragmentações e as mudanças socioculturais e político-econômicas ao redor do mundo (IANNI, 1999, p.12).

Outro aspecto vital, é que em concomitância a todas estas características observadas pelo autor, os nexos, transformações e contradições em curso, gesticulam uma nova configuração histórico social da vida, de trabalho e de cultura em escala global. (IANNI, 1999, p.12)

É revisitando dois grandes clássicos da política, os dois príncipes do poder - o príncipe de Maquiavel e o moderno príncipe de Antonio Gramsci - que Ianni argumenta que era dentro destas teorias políticas clássicas onde os “príncipes” reuniam o poder. Mas devido às mudanças causadas pela reconfiguração da instituição política, emerge o que ele denominou de “príncipe eletrônico” (1999, p.12).

Diferente destes, o príncipe eletrônico não é uma personificação como propunha Maquiavel, tampouco o partido como Gramsci se refere. O príncipe que Ianni se refere vai

além dos anteriores e se projeta afrente destes, ultrapassando as figuras clássicas da política. Ele está presente em todos os níveis da sociedade, seja em escala regional, local e mundial: “É o intelectual coletivo e orgânico dos blocos de poder presentes, predominantes e atuantes em escala nacional, regional e mundial, sempre em conformidade com os diferentes contextos socioculturais e político-econômicos desenhados no novo mapa do mundo.” (1999, p.14).

Embora este príncipe não seja homogêneo, - uma vez que existe entre os meios de comunicação de massa uma competição, bem como diferentes personagens intelectuais que atuam nas mídias - em geral a visão de mundo expressa por este príncipe é a que corresponde aos blocos de poder dominantes. (IANNI, 1999, p.15)

O autor falava aqui justamente das transformações ocorridas na sociedade e na política levadas a cabo por uma série de eventos que eclodiram: a globalização, a expansão do capitalismo, a mercantilização da comunicação e sua organização em forma de grandes conglomerados. Neste ínterim, percebe-se grande parte destas características elencadas por Ianni, são também, características que estão relacionadas com o processo de midiaticização.

É de se questionar neste contexto, se o que Ianni explorava – a transformação das instituições, relações e organizações sociais e políticas pela inserção da mídia - ainda em 1999, não seria uma espécie de “prelúdio” para algo que hodiernamente se fala no fenômeno da midiaticização e seus desdobramentos na sociedade, bem como nas suas instituições e organizações. Contudo, para levantar afirmações ou até mesmo hipóteses sobre tal questionamento, seria necessário um estudo maior e mais aprofundado. Logo, fica aberta a brecha para outras pesquisas.

No próximo item, objetivo é analisar como a política – enquanto instituição - e suas práticas foram passando gradativamente por alterações em um ambiente midiaticizado.

2.2 A Política em uma Sociedade em Vias de Midiaticização

Retomando Hjarvard, o autor entende que a “midiaticização da política” é o processo pelo qual a instituição “política” se torna gradualmente dependente das instâncias midiáticas e sua lógica. Por instituições políticas, tem-se que são as organizações e práticas políticas formais (parlamento, partidos, campanhas eleitorais) e informais (conversas cotidianas dos cidadãos sobre política, e os contatos diários dos políticos com jornalistas) (2014, p.76).

Para o autor, o processo de midiaticização da política é um processo bilateral, que compreende duas perspectivas: ao mesmo tempo em que os meios de comunicação passam a ser integrantes das práticas cotidianas das organizações políticas, eles também desempenham

funções de comunicação nos planos interno e externo para os atores políticos. (HJARVARD, 2014, p.76)

Isso pode ser observado da seguinte maneira: no momento em que os atores políticos passaram a utilizar coletivas de imprensa, sites, blogs e etc., doravante os meios de comunicação passam atender a fins políticos, ao passo que as organizações e atores políticos devem, no processo de “internalização” desses veículos, acomodar-se à lógica da mídia (HJARVARD, 2014, p.77).

Venício de Lima, em convergência com aquilo que aponta Hjarvard, mas analisando a política brasileira, observa que campanhas passaram a envolver um time de especialistas e empresas em marketing e consultoria, que faziam uma verdadeira “formatação” do partido, do candidato e suas mensagens. Os eventos políticos (comícios, debates, convenções, viagens e outros) transformaram-se em verdadeiros eventos televisionados. (2009, p.15)

Retomando Hjarvard, o autor observa que os meios de comunicação converteram-se em uma instituição semi-independente na sociedade, na medida em que possuem um recurso político vital em uma democracia: a atenção coletiva dos cidadãos. Destarte, chamaram para si uma série de responsabilidades políticas como a definição da agenda e a participação na geração do consenso popular (2014, p. 77).

Não obstante, pode-se considerar que a midiaticização da política diz respeito a ação transformadora dos meios de comunicação sobre a esfera política. Muitos estudiosos dividem as transformações em distintas “fases” ou “períodos” levando em consideração aspectos formais e empíricos. O modelo de Stömbäck trazido por Hjarvard, por exemplo, é desenvolvido em quatro fases, e da primeira à última percebe-se que cada uma é caracterizada por uma oscilação diferente da influência da política para os meios de comunicação. (STRÖMBÄCK apud HJARVARD, 2014, p.78)

É claro que, o autor Hjarvard (2014, p.78) ressalva que estes modelos seguem um “padrão” lógico, que podem não refletir com total fidedignidade a realidade desta relação, que pode ser bem mais complexa e variada, dadas as especificidades de cada caso. Essas variações podem se dar no âmbito dos meios de comunicação ou da sociedade em questão. Por exemplo, em certos países, os meios de comunicação convivem com uma mídia parcialmente controlada pelos atores políticos. Outrossim, as organizações políticas e os políticos podem ser mais ou menos dependentes das instâncias midiáticas.

No caso brasileiro, observa-se exatamente esta especificidade. A mídia brasileira foi desde seu início, permeada por uma influência dos atores políticos. Esta característica do cenário midiático nacional permitiu uma associação do poder político com o poder midiático,

onde observa-se a ocorrência de fenômenos nomeados por pesquisadores como o “coronelismo eletrônico⁴”.

Apenas para ilustrar tal situação na atualidade, pesquisas demonstram que no mandato de 2012/2015 existiam 44 dentre os 594 dos parlamentares do congresso nacional que possuíam outorgas de veículos de comunicação documentadas. (MARINONI, 2015, p.16)

Outra evidência, é que em dezembro ano de 2015 o partido Socialismo e Liberdade (PSol) em conjunto com a organização Coletivo Brasil de Comunicação (Intervozes) protocolaram no Supremo Tribunal Federal a Arguição por Descumprimento de Preceito Fundamental Nº 379, onde questionavam a inconstitucionalidade das outorgas concedidas a 30 Deputados Federais e 8 Senadores. (INTERVOZES, 2015).

Feitas tais anotações, corroborando Hjarvard (2014, p.79) observa que as análises empíricas das relações cambiantes entre política e meios de comunicação devem levar em consideração não apenas os fatores variantes do processo de midiatização, mas também questões como a exemplificada anteriormente. Isto se deve ao fato de que a midiatização depende das características sistêmicas de um dado contexto. Em outras palavras, o processo de midiatização deve ser compreendido levando em consideração as especificidades que caracterizam as inter-relações históricas entre os meios de comunicação e a própria política em uma região ou país específico.

É importante ressaltar, que para Hjarvard as relações entre as instituições políticas e os meios de comunicação e o jornalismo são complexas, e incluem outros fatores específicos de cada contexto. Defende o autor que com os processos de midiatização o fim da imprensa de partido não significa o fim da imprensa política. Agora, os meios de comunicação estão relacionados com a produção da política de outra forma, mas não menos importante e influente. Refere-se o autor a uma reconfiguração da imprensa e de sua relação com a política, onde o mesmo denomina como uma das características deste relação, a ascensão da imprensa como “indústria da opinião”. (2014, p.81)

Explicando, para o autor “as funções políticas da mídia jornalística, incluindo os padrões de partidarismo e paralelismo político não estão em declínio devido ao crescimento da comercialização, elas acabam coexistindo com as forças do mercado.”. Logo, ao considerar-se a perspectiva do processo de midiatização da política, parece mais adequado refletir sobre as várias maneiras pelas quais os meios de comunicação e as instituições

⁴ O termo “coronelismo eletrônico” é usado por estudiosos da comunicação para se referir, em síntese, a tentativa dos políticos exercerem o controle do eleitorado e das decisões políticas através da mídia. É uma referência ao antigo termo coronelismo e o “voto de cabresto”. Contudo, aqui a disputa não se trata mais da posse de terras, e sim o controle da informação (LIMA, 2007, p.114).

políticas se transformaram e entrelaçaram-se em decorrência de uma adaptação simbiótica. (HJARVARD, 2014, p.82).

Para Sodré, há em pleno andamento uma “despolíticação midiática ou tecnológica”. Esta despolíticação, por sua vez, enfraquece as dimensões éticas e políticas das antigas mediações, ao mesmo tempo em que fortalece o processo de midiaticização. Logo, a “tecnointeração” toma o lugar da mediação, e nas palavras do autor, acaba “desviando os atores políticos da prática representativa concreta (norteada por conteúdos valorativos ou doutrinários) para a performance imagística” (2002, p.34).

Exemplos da midiaticização da política podem ser visualizados nas alterações da imagem que os agentes políticos querem manter ou passar para o eleitorado através da mídia. Neste sentido, o político incorpora elementos, comportamentos e características de outros atores ou estéticas que pode ser observadas na mídia.

Concordando com Venício de Lima e também citando-o, Sodré traz que o contexto da eleição de Fernando Collor de Mello em 1989 é um exemplo da transformação das campanhas políticas em observância a esse ambiente midiaticizado: ainda dois anos antes da eleição, a televisão vinha constituindo uma programação e um tipo de público mais amplo, através das telenovelas e inflexões de doutrinação protagonistas da grande programação, assim como repetições doutrinárias nos demais programas informativos. (LIMA, apud SODRÉ, 2002, p.31). Logo, a imagem do político tradicional estava perdendo o crédito, pois o momento exigia um outro tipo de representação de um político, que fosse possuidor de uma imagem de um tipo de político que estivesse em convergência com a “mitologia do mercado”. Neste contexto, a e jovial, descomprometido com a classe política e com as características de apresentador de TV, em roupas, posturas e expressões (SODRÉ, 2002, p.31).

2.3 As Características da Política na Midiaticização da Sociedade

Segundo Hjarvard as transformações políticas e sociais iniciadas a partir da década de 1960, refletiram também na mídia e nas relações estabelecidas entre aquela e as instituições políticas. Os partidos políticos foram gradualmente se transformando: de organizações com filiados e ideologias de classe para outros menores e “mais profissionalizados”, de maneira que isto conferiu aos meios de comunicação uma posição mais proeminente. Os vínculos diretos existentes entre partidos e seus membros até certo ponto foram perdidos, e os políticos tiveram que recorrer aos meios de comunicação para atingir seu eleitorado. As agremiações

percebiam cada vez mais a necessidade de articularem-se nestes veículos, buscando “influenciar na opinião pública”. (2014, p. 86).

De forma semelhante, preceitua Sodré ao observar que o fenômeno das “novas formas de política” se expande nas sociedades contemporâneas, embora assumam graus distintos, tomando parte de um processo de desconstrução que abala as sólidas estruturas de identificação e organização das demandas sociais. Em outras palavras, os partidos que antes tinham uma sua identidade doutrinária centralizada, agora tem sua identidade liquefeita. Ao lado de outras “mediações”, os partidos vão se esvaziando de seu papel histórico de canalização dos interesses da coletividade e de institucionalização de representação do poder (2002, p.33).

Essas mudanças ensejaram uma série de transformações na política, pois tal configuração midiática e política exigiu que os agentes políticos aprendessem a “atuar” de forma adequada perante a mídia. Um exemplo desta mudança, é a inserção de coletivas de imprensa na rotina partidária. Não se pode olvidar contudo, que neste período, a preocupação dos partidos e agentes políticos era “vender a mensagem”, e não o desenvolvimento de estratégias e programas (HJARVARD, 2014, p.87).

Na década de 1980 houve uma nova transformação deste cenário com a implantação de políticas neoliberais e uma crescente desregulamentação do setor, - característica que é inerente a tais políticas – atrelados ao surgimento de mídias mais interativas. É neste período que em que os meios de comunicação de massa deixam de ser “instituições culturais” para tornarem-se “instituições midiáticas”, e a política passa também, a ser mais sensível à orientação do mercado. O cidadão além de consumir bens de consumo passa ser visto como “consumidor de política” na medida em que consome produtos de mídia (HJARVARD, 2014, p.87).

Neste contexto, mostram-se pertinentes as observações de Ianni no sentido de que, as corporações transnacionais, interessadas no comércio de bens de consumo e na publicidade, tornam-se importantes agentes deste processo de alterações na política, através da utilização e expansão das novas tecnologias de comunicação (1999, p.17).

Estas corporações assumem uma postura decisiva dentro deste processo, pois elas realizam a transfiguração da “mercadoria em ideologia, do mercado em democracia, do consumismo em cidadania”. O autor enfatiza que estas corporações fazem exatamente o que a teoria da Indústria Cultural já havia referido, ainda na década de 1940. Ou seja, passam a produzir e reproduzir bens culturais como se fossem capital e bens de consumo, ao mesmo tempo em que trabalham para a formação de “mentes e corações” em âmbito global. Na

‘democracia eletrônica’ não existem mais fronteiras entre público e o privado, mercado e cultura, mercado e consumidor, povo e multidão: todos se confundem e entrecruzam. (IANNI, 1999, p.17)

De forma semelhante, Sodré refere-se que a estratégia das “ideologias tecnicistas” consiste na tentativa de deixar visível apenas aspecto técnico do dispositivo midiático, ou seja, a “prótese”, ocultando sua dimensão “societal” comprometida com uma forma específica de hegemonia, onde a articulação entre democracia e mercadoria é parte vital de estratégias corporativas. Essas ideologias costumam permear discursos e ações de conglomerados transnacionais e de ideólogos dos novos formatos de Estado (2002, p.22).

E neste novo ambiente midiático, Hjarvard explica que os partidos começaram a integrar a “*expertise*” e os recursos midiáticos em suas práticas corriqueiras, nos planos internos e externos ao partido: mais do que questão de comunicação, a mídia passa a integrar de forma permanente a política. Isto inevitavelmente conduz à uma mudança na forma de “fazer política” no seu sentido mais amplo. Por exemplo, se antes as campanhas políticas ficavam restritas ao período eleitoral, observa-se que embora elas continuem mais acentuadas neste interregno de tempo que precede uma eleição, as campanhas políticas passaram a ser permanentes, ocorrendo o ano inteiro (2014, p.88).

Um reflexo fundamental da midiaticização da política é o estabelecimento da mídia como “indústria da opinião”. Neste sentido, os meios de comunicação conseguiram institucionalizar uma característica da política moderna: os meios de comunicação não mais se limitam a refletir a política, agora eles “participam diretamente de sua produção” (HJARVARD, 2016, p.88). Esta afirmação vai no mesmo sentido com o que assinala Sodré (2002, p.23) ao falar do “espelhamento midiático”, ocasionado pela midiaticização.

Observa-se que os meios de comunicação passam a interferir diretamente na política, ao produzir e negociar informações e opiniões políticas, através do jornalismo e de opiniões de leigos (através de blogs, redes sociais, cartas ao editor). A indústria da opinião é regida por uma lógica externa à instituição política propriamente dita. A lógica aqui referida, não é a lógica da mídia somente na medida em que os meios de comunicação se transformaram em um espaço que possibilita que “atores midiáticos” (comentaristas, jornalistas, políticos e outros) participem do processo de definição da agenda pública. Se a mídia possui o condão de articular a opinião pública e formar consensos acerca das ações e decisões políticas, parece certo que os todos os que têm algum interesse na política irão “aplicar recursos” para que possam influenciar nos meios de comunicação. (HJARVARD, 2014, p.88)

Indo novamente à Ianni, para ilustrar como o autor traz a dimensão das novas tecnologias de informação para as mídias, é necessário observar que as inovações tecnológicas se transformaram em técnicas sociais. Estas por sua vez, são extremamente poderosas e influentes. Explicando melhor, o autor anota que algo que inicialmente parece ser neutro, útil ou positivo, pode em um segundo momento revelar-se influente ou até mesmo decisivo, dependendo do modo pelo qual se insere nas relações, processos e estruturas das diferentes instâncias da sociedade e de suas organizações. (1999, p.20)

Por exemplo, as tecnologias de fax, cinema, computador, e informática: inicialmente e sem qualquer aplicação podem ser consideradas “inocentes” ou “neutras”. Contudo, a transformação ocorre quando essas mesmas tecnologias ditas “neutras” são inseridas nas formas de sociabilidade, ou ainda, nos jogos de forças sociais. Logo, as mídias deixam de ser apenas técnicas, para tornarem-se “técnicas sociais” (IANNI, 1999, p.20).

Neste momento, elas adquirem o poder de dinamizar, intensificar, e até mesmo de bloquear relações ou processos e estruturas socioeconômicas, políticas e culturais nos mais distintos âmbitos da sociedade e lugares do planeta. A partir deste momento é que elas adquirem presença, abrangência e força de técnicas sociais para conseguirem interferir no funcionamento e administração dos jogos de forças sociais (IANNI, 1999, p.20).

E no caso específico da política, - um dos pontos centrais desta pesquisa - questione-se de que forma a midiaticização alterou as práticas políticas? Hjarvard (2014, p.90) em suas pesquisas elenca uma série de assertivas e discorre sobre elas. Com efeito, ele pontua quatro aspectos, dignos de nota:

- 1) Ascensão da mídia como instituição semi-independente, sua influência sobre a definição da agenda pública (*agenda-setting*), e o enquadramento (*framing*) das questões políticas;
- 2) a reestruturação do processo de comunicação política;
- 3) a personalização e conversionalização da política;
- 4) o advento de uma nova classe de comentaristas políticos nos meios de comunicação.

Com objetivo de elucidar melhor tais características anotadas, as assertivas serão analisadas de forma específica.

Muito embora se perceba a mídia como instituição política (devido ao caráter institucional do *modus operandi* dos veículos, e sua influência na política) Hjarvard discorda deste parecer, apontando que a mídia não seria uma instituição política, uma vez que ela não comporta a intenção explícita de influenciar na política, de uma forma direta e intencional. Em razão disto, ele considera a mídia uma instituição ‘semi-independente’, onde o resultado

na comunicação coletiva é muito mais um “efeito estrutural não intencional”, do que propriamente uma ação política planejada (2014, p.91).

Outrossim, a influência dos meios de comunicação sobre a política é, antes de mais nada, resultado de seu papel como “negociadores de consenso público” em torno das decisões políticas. Destarte, a produção dos consensos sobre as concepções e o direcionamento das ações políticas é um fator importante para uma democracia política. Também, o processo formal que confere legitimidade aos atores políticos para exercerem o poder, - isto é, o período eleitoral - em uma realidade midiaticizada, passa ser assistido como um processo contínuo de consulta entre os políticos, os meios de comunicação e o eleitorado (HJARVARD, 2014, p.92).

O processo de negociação do consenso político, na perspectiva de Hjarvard acontece com o estabelecimento de “um circuito dual de comunicação política de massa” e da popularização dos meios digitais interativos, que “suplementam e complexificam” este processo (2014, p.94).

Há um circuito dual de comunicação na medida em que os meios de comunicação passam a conectar os atores políticos com o público, e os atores políticos com seus próprios pares, através das coberturas jornalísticas. Através da pesquisa, seleção e enquadramento eles passam a influenciar a atenção pública para esta ou aquela realidade política, agindo na construção desta realidade. Também, os próprios atores políticos se utilizam da mídia para acompanhar os demais candidatos: adversários, possíveis aliados ou companheiros (HJARVARD, 2014, p.95).

No que tange a questão do *framing*, (ou enquadramento), ocorre que os veículos não se limitam mais a somente falar sobre os temas, e passam a enquadrar as temáticas de diferentes abordagens e maneiras, que podem favorecer ou não um assunto ou um político. Os meios de comunicação, valendo-se de suas prerrogativas de definirem a publicização de informações e como aquela será apresentada, podem influenciar a agenda dos atores políticos e do público ao conferirem destaque a um determinado tópico, bem como através do enquadramento que lhes será dado (HJARVARD, 2014, p.100).

Em um ambiente midiaticizado, o oposto também acontece. Os atores políticos também podem influenciar a agenda da mídia através da reiteração pública de ideias e questões, ou com o enquadramento próprio que podem conferir aos problemas políticos. Isso se torna mais proeminente na medida em que as campanhas políticas se tornaram permanentes. Na corrida eleitoral, preparar a agenda do *news media* é a estratégia utilizada para desviar a atenção da mídia e do público de temas em que eles se mostrem falhos. O contrário também pode

ocorrer, ao que podem valer-se das mesmas estratégias para enaltecer e enfatizar pontos os quais se considerem em vantagem (LUND apud HJARVARD, 2014, p.100).

Os agentes políticos procuraram adequar-se ao ambiente midiático onde os meios jornalísticos ocupam papel central na formação da opinião pública. Mas o salto da internet e das redes sociais fez com que, inevitavelmente, o jornalismo perdesse muito de sua influência. Logo, os políticos encontraram nas redes sociais e sites novos canais para comunicar suas mensagens e ações políticas. Os veículos passam a ser “apenas mais um” dos distribuidores de informação. Tal fato, conduziu à uma transformação na atuação do próprio jornalismo, na medida em que sua função de porta-voz principal, de como portador da novidade e ineditismo do fato da noticioso cede lugar, cada vez mais, a posição de confirmar, interpretar e desenvolver comentários críticos sobre o assunto (HJARVARD, 2014, p.103).

De uma forma geral, a disseminação das mídias digitais e interativas não substituem os meios de comunicação tradicionais, e sim “complementam e interagem” com os segundos de formas distintas. Assim sendo, as mídias interativas se alimentam das informações produzidas pelas mídias “tradicionais” de massa, e muitas vezes esforçam-se para obter reconhecimento público por intermédio daquelas. De outra forma, uma mesma notícia pode ser divulgada por atores políticos em suas páginas na internet, mas ela só conseguirá influenciar a agenda pública de uma forma mais ampla quando for “abraçada” ou confirmada pelas mídias tradicionais. (HJARVARD, 2014, p.103)

Destarte, a popularização das mídias digitais e participativas tornou o processo de formação da opinião pública mais complexo, visto que possibilita que um número maior de atores políticos possam interagir nesse processo, combinando jornalistas, políticos e o público. Eis a questão principal do segundo ponto assinalado por Hjarvard (2014, p.104): de um sistema dual de comunicação política de massa passa-se para uma “rede estendida” de comunicação de política mediada”, na medida em que comunicar-se com alguém e ao mesmo tempo ser ouvido pelos outros se tornou um requisito essencial para a política midiática.

Esta “rede estendida” como propõe o autor, seria uma rede no sentido de que as mídias interativas não substituem o papel de “porteiro” ou *gatekeeper*⁵ dos veículos jornalísticos, mas tão somente possibilitaram que os políticos, as mídias interativas e os veículos estivessem envolvidos em um constante processo de comunicação em forma de “rede”. Dentro desta “rede estendida de comunicação” proposta pelo autor, as mídias interativas também possibilitaram que todos estes envolvidos pudessem “ouvir a comunicação uns dos outros”. A

5

configuração desta “rede”, também se deve ao fato de que os políticos adquiriram habilidades no domínio da mídia, da ‘expertise midiática’, e incorporaram às suas atividades as mídias interativas, por exemplo, para comunicarem-se com outros políticos e o próprio partido, com o eleitorado, e fazerem arrecadações através de plataformas de redes sociais.

Também, observa-se que a adaptação do jornalismo e dos próprios políticos a certos formatos de mídia, não é o único aspecto da midiaticização. Isto leva a terceira assertiva de Hjarvard, que aduz que a visibilidade possibilitada pelos meios de comunicação aos atores políticos altera também a estrutura da *persona política*, bem como afeta as exigências performativas que são exigidas dos atores políticos. Logo, esse processo resulta naquilo a que o autor se refere como a “conversionalização” e “personalização” da política. (HJARVARD, 2014, p.106)

Em linhas gerais esse fenômeno refere-se ao fato de que as mídias familiarizaram e criaram uma aproximação do político com público, primeiro com o rádio e depois com a televisão. Neste sentido, as pessoas passaram a “conhecer” a voz e a imagem do político, sua postura e seus trejeitos (HJARVARD, 2014, p.107).

A personificação da política moderna e midiaticizada de que se está a falar, guarda relação com a forma atual em que políticos representam a sua *persona* pública. Na atualidade, o papel social do político normalmente é minimizado e deixado em segundo plano, para que automaticamente, a retratação feita através da mídia seja em favor de uma imagem que misture trajetória política com trajetória de vida. Neste sentido, é a personalidade do político que é evidenciada. Os enfoques passam a concentrarem-se em traços e acontecimentos da vida particular do político (HJARVARD, 2014, p.112).

É claro que, a construção desta *persona* política na mídia não depende só do empenho do político em apresentar sua carreira por meio de uma narrativa pessoalizada. Ela também depende da forma como o político quer ser retratado na mídia, que pode variar conforme o tempo ou colidir com a ideia que o mesmo quer transmitir. Enquanto o político se preocupa em construir uma identidade harmônica, situada na “região do meio” – região que resulta da fusão entre a esfera pública e a privada – a mídia vai sempre buscar além e tenta mostrar um lado supostamente ainda mais verdadeiro do político. Com efeito, esta região do meio não é um acordo entre a mídia e o político: é uma luta contínua entre ambos pela delimitação entre o público e privado (HJARVARD, 2014, p.112-13).

Com a “convercionalização” da política o autor refere-se ao caráter informal assumido pela comunicação política. Ora, se os políticos têm interesse em passar ao público uma imagem mais pessoalizada, eles passam também a adotar um discurso mais coloquial,

informal e ameno, devido ao ambiente criado pelos meios de televisão e rádio, que remetem a uma conversa e ambiente mais próximo íntimo. Em casos de redes sociais, como *Facebook*, *Twitter* e *blogs*, predominam as formas mais informais e privadas de discurso, com uma linguagem que os situe no mesmo nível dos receptores e os “convide” a tomar parte na conversa. Não obstante, a postura também precisou mudar: o político teve de aprender a manter um diálogo com jornalista de modo a dar a impressão de que ele está sendo “ouvido por acaso” pelo telespectador ou ouvinte (HJARVARD, 2014, p.116-117).

Na questão democrática, a convercionalização da política, segundo Hjarvard (2014, p.117) é “uma faca de dois gumes”. Por um lado, ela propicia uma maior igualdade de participação dos atores envolvidos, pois todos recebem em tese, o mesmo espaço e a mesmas oportunidade para falar, implicando em uma maior dialogicidade no processo de comunicação. Mas ao mesmo tempo, isso pode conduzir a uma situação em que os políticos são avaliados por suas habilidades performáticas, sendo que aqueles que não os têm, talvez não tenham chances significativas de serem eleitos.

Estudos como, por exemplo, o de Habermas⁶ e a transformação da esfera pública procuraram demonstrar como as conversações na esfera cultural, privada, e íntima podem ser investidas de caráter político, mobilizadas para propósitos e repercussões políticas. A midiática da política implica um avanço na direção dos modos de conversação da comunicação política, que muitas vezes é concebido pela própria mídia como um benefício inerentemente democrático, o que segundo Schudson (apud Hjarvard, 2014, p.119) não é algo pacificado, mas deve-se permanecer aberto a tais possibilidades.

A última característica da política em tempos de midiática é o surgimento de vários tipos de comentários políticos nos meios de comunicação. A midiática implica uma mudança no equilíbrio de forças entre os atores participantes da formação da opinião pública. Isto posto, se antes existiam definições firmes entre os papéis do político (legislar), do cientista político que atuava como interprete especialista dos assuntos políticos e ao jornalista

⁶ Habermas (1984) traz em sua obra “Mudança estrutural na esfera pública”, uma análise crítica sobre como a esfera pública burguesa foi transformada por uma série de questões. A esfera pública burguesa é concebida pelo filósofo como um espaço público, um fórum onde as pessoas se reuniam para discutir os assuntos pertinentes à coletividade, através de um debate crítico-racional. Também, no modelo de democracia deliberativa proposto por Habermas (1997; 2014), as esferas públicas políticas seriam estruturas, dotadas de sensores capazes de formar e sintetizar a opinião pública e as demandas da sociedade, para que estas fossem então institucionalizadas e regulamentadas através do Estado. Com o surgimento dos meios de comunicação de massa, a imprensa torna-se uma “extensão da esfera pública”, onde os debates se articulam e acontecem através dos meios. As críticas de Habermas voltam-se ao fato de os meios serem tomados pelo entretenimento barato e vazio, atrelados a comercialização da imprensa, bem como o surgimento das mídias da televisão e do rádio. A este fenômeno Habermas (1984) denominou de “refeudalização da esfera pública”, onde esta assume um caráter feudal, e o entretenimento de massa tomam o lugar da crítica referente à questões públicas relevantes abrindo espaço para a dominação política da população.

cabia o papel de repórter crítico, hoje as fronteiras destes papéis não são tão nítidas e se entrecruzam. Neste sentido, o papel assumido pelo comentarista de política ligado aos meios de comunicação é um papel híbrido, alcançando uma nova autoridade política. (HJARVARD, 2014, p.120).

A evolução do comentário político é um exemplo dos reflexos da midiaticização na política, pois ele reflete como os meios de comunicação precisaram desenvolver uma “casta” específica de comentaristas especializados em política para atender a relação e conexão que é estabelecida entre as duas esferas. O comentarista político que emerge dentro deste ambiente altamente midiaticizado possui características peculiares, na medida em que ele concentra em sua figura uma tripla legitimidade institucional: jornalismo, política e ciência. (HJARVARD, 2014, p.121)

O papel de especialista aqui, embora se origine em instituições produtoras de conhecimento, é diverso do especialista “da academia”, pois quase nunca o comentarista político é um verdadeiro especialista, possuidor de título acadêmico. Talvez, isso possa diminuir sua credibilidade, mas essa eventual desvantagem é compensada pela maior liberdade em falar, inclusive de recorrer a interpretações, previsões e recomendações, coisas que dificilmente um especialista acadêmico faria. (HJARVARD, 2014, p.122)

O comentarista consegue a autoridade da instituição política. Isso se reflete no fato de que muitos comentaristas conseguiram essa função devido ao fato de terem trabalhado como assessores ou conselheiros de políticos, algo que lhes serve como uma espécie de “credencial”, agregando valor e experiência em seu “currículo”. Eles contam com sua própria agenda política passando a ser reconhecidos como pessoas influentes, dentro das orientações de “esquerda ou direita”, embora seja difícil mensurar sua capacidade de influência na agenda política. (HJARVARD, 2014, p.124)

A partir destas considerações feitas até o momento, resta evidente, no plano teórico ao menos, que a midiaticização da política opera uma série de transformações e modificações na instituição política, e nas relações que esta mantém com os meios de comunicação e com a própria sociedade. Estas relações também são modificadas no plano dos meios de comunicação, ao passo que verifica-se que os mesmos também precisam se adaptar e transformar a sua operacionalização de acordo com a política.

Com efeito, a ideia de que há uma relação de mútua adaptação, influência e dependência entre a esfera midiática e política, ao que tudo indica, vem sendo confirmada.

Pode-se dizer que há sim, uma relação simbiótica firmada entre estas esferas, na medida em que a midiaticização transforma a política na forma como esta é representada na

mídia. A agenda política e o processo de *framing* passam a serem construídos em conjunto com mídia e com os próprios atores políticos. Os discursos, posturas, comportamentos, dos atores políticos são construídos levando em consideração aspectos da imagem midiática que quer ser construída pelo ator político, bem como as próprias campanhas, que agora não ficam mais adstritas ao interregno do período eleitoral.

Por fim, a midiaticização – principalmente, devido ao surgimento de tecnologias das mídia interativas e digitais - alterou até mesmo as atividades do jornalismo, dos veículos de comunicação. Por sua vez, estas mudanças findaram em uma reconfiguração na forma como a comunicação é estruturada e tece suas inter-relações: de um sistema dual, passa-se para um sistema de “rede estendida”. Na rede estendida, mídias digitais, atores políticos, veículos e público estão interligados e em constante processo de comunicação.

2.4 A tipologia de Processos de Midiaticização de Schulz: Estabelecendo as Variáveis para Análise do Estudo de Caso

De acordo com Winfred Schulz (2004, p.3) a midiaticização está associada com as mudanças na comunicação através da mídia e seu desenvolvimento. Estas transformações se desenvolvem em quatro tipos diferentes de processos onde a mídia desenvolve um papel fundamental, os quais são: *extensão, substituição, amalgamento e alojamento*.

Com extensão, o autor se refere ao processo em que as mídias estendem os limites naturais da capacidade humana de comunicação, de forma que os meios de comunicação servem também para superar as distâncias espaço-temporais de comunicação. (SCHULZ, 2004, p.3). Se a comunicação das pessoas é limitada pela própria condição humana, a mídia consegue superar estas limitações, sendo que faz parte de sua própria “filogenia” ser entendida como uma ferramenta criada com esta finalidade. Neste sentido, citando e concordando com MacLuhan (1969) - sobre os meios como extensões do homem - o autor observa que os avanços tecnológicos ocupam-se de aumentar ainda mais a capacidade de transmissão e sua qualidade de imagem e som, inserindo maior sensorialidade, “vivacidade” e estética nas mensagens.

A substituição refere-se ao fato de que os meios de comunicação substituem de forma parcial ou total as atividades sociais e das instituições, portanto, mudando o seu caráter. Com efeito, algumas atividades que antes eram realizadas de forma face-a-face, hoje se realizam por intermédio da mídia, que substituiu esses encontros, agindo como intermediadora desta relação. (SCHULZ, 2004, p.3)

Destarte, o autor cita os exemplos da substituição dos brinquedos por jogos eletrônicos, ou o uso de internet e *home banking*, em lugar de interações pessoais. Neste caso, o cliente não precisa mais ir ao banco para realizar operações bancárias. O “encontro físico” entre o cliente e o banco não precisa mais acontecer. Telefones e e-mails aceleraram o processo humano de comunicação. Também, alguns eventos religiosos e políticos passaram a ser ‘mediatizados’, aumentando a “relevância simbólica” destes eventos (SCHULZ, 2004, p.3).

Com amalgamação Schulz (2004, p.4) refere-se ao fato de que as atividades midiáticas não apenas estendem as capacidades humanas de comunicação e substituem as atividades sociais face a face, mas também as funde e mistura umas com as outras. Neste sentido, o uso da mídia é tecido na vida cotidiana, de forma que a mídia permeia a esfera pública, a cultura, a economia e a política. Em outros termos, a mídia “infiltra-se” na realidade social. A comunicação face a face é combinada e coexiste com a comunicação intermediada, e as atividades midiáticas e não-midiáticas se fundem. Podem ser citados como exemplos destes processos, o fato de que hoje assiste-se o jornal durante as refeições ou lê-se jornal enquanto realiza-se outra tarefa. Com efeito, a definição da realidade da mídia se funde com a definição da realidade social.

Por fim, com alojamento o autor explica que os meios de comunicação atuam como agentes condutores da mudança social. Mais ainda: o simples fato deles existirem já conduz a mudança social. Neste contexto, os atores têm de se acomodar à forma como os meios de comunicação funcionam, inclusive os atores políticos. Estes se adaptam as regras do sistema de mídia tentando aumentar sua publicidade ao mesmo tempo em que aceitam uma certa “perda de autonomia”. Por outro lado, a mídia se beneficia destas transações, uma vez que torna a política mais noticiável e convenientemente “formatada”. No caso dos políticos, estes aprenderam a expressarem-se de forma breve clara, afim de que possam ser inteligíveis ao público (SCHULZ, 2014, p.4).

Por fim, segundo Schulz (2014, p.5) embora a mediação possa ser um conceito utilizado como uma ferramenta de análise crítica, seu significado não necessariamente precisa ter um componente de avaliação valorativo. Segundo o autor, estes quatro processos configuram-se em princípio, uma descrição da mediação que não são exclusivas, mas tão somente “componentes de um processo de transição”. De todo modo, o próprio conceito de mediação envolve uma série de processos envoltos em uma dinâmica, de forma que a mediação vai além de uma simples lógica causal que divide o mundo entre variáveis “dependentes” e “independentes”.

Faz-se necessário observar, como estes quatro processos acabam se desenvolvendo em uma espécie de “cadeia”, demonstrando um grau de continuidade, em que cada um destes processos acaba por conduzir, imediatamente e inexoravelmente ao seguinte. Todavia, ao mesmo tempo, eles se entrecruzam e partilham algum “ponto de ligação”. Durante a análise de estudo de caso, no próximo capítulo, tal observação ficará mais fácil de ser evidenciada.

Esta tipologia processos de mediação a partir de instituições e de campos desenvolvida por Schulz, segundo Hjarvard (2014, p.27), pode ser uma ferramenta analítica muito útil para os estudos de mediação. Logo, esta pesquisa optou por determinar as variáveis que irão pautar as análises da sessão deliberativa da Câmara dos Deputados de 17 abril de 2016, em que foi admitido o processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff com base nesta tipologia de Schulz.

No estudo de caso será analisada a transmissão integralmente, buscando por evidências do fenômeno da mediação na política, tomando como base a análise das seguintes variáveis estabelecidas, em que os meios de comunicação: 1) ampliam a comunicação dos deputados; 2) substituem o que era feito frente a frente; 3) fundem-se frente a frente com os meios; 4) adaptação dos atores com a transmissão ao vivo.

3 ESTUDO DE CASO

Este capítulo será destinado em um primeiro momento, a explicar a metodologia utilizada no desenvolvimento da na pesquisa empírica, que consiste no Estudo de Caso e a definição da amostra. O capítulo também destina-se a explicar, ainda que de forma breve, o processo de *impeachment* na doutrina Constitucional, afim de melhor contextualizar e situar o objeto de análise – a sessão deliberativa – dentro do trâmite do processo.

A questão mais importante do capítulo, contudo, está em sua parte final, onde a análise da sessão deliberativa da Câmara dos deputados é tecida, partindo das variáveis estabelecidas no capítulo anterior e buscando amparo através do aporte teórico que vem sendo construído ao longo do trabalho.

3.1 A Metodologia do Estudo de Caso e a amostragem

A escolha pelo método de estudo de caso como uma das etapas para realização desta pesquisa, afim de corroborar ou refutar as hipóteses não foi aleatória. Segundo Yin (2001, p.22) o estudo de caso consiste em uma pesquisa empírica que investiga “um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real”, especialmente quando não há um limite claro entre o fenômeno e o contexto.

Gil (2002, p.54), de forma semelhante, pontua que estudo de caso é um estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, que resulte em um conhecimento mais amplo e detalhado, sendo utilizado nas áreas das ciências sociais aplicadas e nas áreas da biomedicina. Entre os propósitos do estudo de caso, estão justamente explicar variáveis causais de determinados fenômenos em situações complexas, as quais não seria possível o uso de levantamentos ou experimentos.

A investigação desta forma de pesquisa consiste em analisar uma situação através de variáveis e não por meio de dados, de forma que baseia-se em fontes de evidências, obtendo também estas como resultado. O estudo de caso utiliza o desenvolvimento das proposições teóricas prévias como condutoras da coleta e da análise de dados (YIN, 2001 p.22).

Para Gil (2002, p.41) as pesquisas podem ser classificadas de acordo com os objetivos como: descritivas (descrevem as características de um fenômeno e estabelece relações entre variáveis); explicativas (identifica fatores que determinam ou contribuem para o fenômeno) e exploratórias (explorar melhor o problema e formular hipóteses).

Portanto, justifica-se a escolha por tal método, primeiro porque trata-se da busca por evidências dentro da Câmara dos Deputados de um fenômeno observado na sociedade e em suas instituições, a mencionar, a midiaticização. Segundo porque o presente estudo é estudo descritivo e analítico de um único e determinado objeto, através de variáveis estabelecidas com base no referencial teórico construído nos capítulos 1 e 2.

A amostra consiste na sessão deliberativa transmitida ao vivo pela TV Câmara, no dia 17 de abril de 2016, onde fora votado o juízo de admissibilidade do processo de impeachment da ex-presidente na Câmara dos Deputados Federais. Tal análise pauta-se pela transmissão feita na íntegra, totalizando nove horas e quarenta e nove minutos de duração, sem processos de pós-produção e edição. Esta sessão está disponível para consulta através do canal oficial da ‘TV Câmara’ no site de vídeos e *streaming* “Youtube”.

A metodologia empregada para realização desta análise foi o estabelecimento de variáveis com base na tipologia proposta por Winfried Schulz (2014), já explicadas e elencadas no item 2.4 do Capítulo 2. A análise consistiu em observar a sessão estudando o objeto de análise através das lentes destas variáveis, buscando encontrar e apontar por elementos que evidenciem o processo de midiaticização na política brasileira, valendo-se do estudo de caso especificamente da sessão deliberativa da Câmara dos Deputados. Como se verá no tópico 3.3, os resultados apontaram para a ocorrência do fenômeno da midiaticização em diversos momentos, inclusive extrapolando o âmbito das variáveis elencadas. Antes disso porém, será feita uma breve contextualização e conceituação do processo de impeachment e a própria sessão em análise.

3.2 O Processo de Impeachment na Doutrina Constitucional e a Sessão Deliberativa da Câmara dos Deputados do dia 17 de Abril de 2016

Inicialmente, faz-se necessário esclarecer que não é objetivo neste estudo, discutir a natureza jurídica⁷ do instituto do impeachment, pois para tal desiderato seria necessário desenvolver um estudo específico e aprofundado, uma vez que não há nem mesmo consenso na doutrina constitucional sobre isso. Tampouco é objetivo deste estudo discutir a (in)constitucionalidade do processo de impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff. Tal

⁷ Alexandre de Moraes (2009, p.485) pontua que o posicionamento majoritário da doutrina brasileira entende que o impeachment tem natureza política. Neste sentido estão Paulo Brossard, Themis Cavaltanti e outros. Outros como Pontes de Miranda consideram o impeachment de natureza penal, e para José Frederico Marques teria natureza mista.

tópico destina-se somente a elucidar alguns pontos conceituais e normativos sobre tal tema, bem como situar a sessão deliberativa analisada dentro do trâmite processual.

Segundo Bulos (2011,p.1239), o impeachment é a prerrogativa institucional que possui o Poder Legislativo, para aplicar uma sanção de caráter político-administrativa, destinada a destituir de modo legítimo e constitucional o presidente da república. Quando destituído através deste mecanismo, o chefe do poder executivo fica inabilitado de exercer quaisquer funções públicas, (eletivas ou de nomeação) pelo interregno de oito anos. Ele envolve procedimento de caráter político previsto na Constituição de 1988, que possibilita o afastamento do presidente que cometeu crime comum ou funcional.

O impeachment é corretamente associado a um processo, uma vez que engloba uma série de providências de meios de evidenciação de fatos gravosos para vida pública, desenvolvidos em: “a) juízo de admissibilidade do processo na Câmara dos Deputados; b) processo e julgamento no Senado da República.” (BULOS, 2011, p.1243).

É um processo *sui generis*, pois não se confunde com um processo judicial, uma vez que deriva de fundamentos específicos e diversos daquele. Sua finalidade é destituir o agente político que cometeu alguma improbidade administrativa levada à cabo pela prática de atos contrários à moralidade, aos interesses públicos, publicidade, eficiência e legalidade (art.37, CF de 1988, *caput*) assegurando-lhes durante o processo, o direito ao contraditório, a legalidade, a ampla defesa e o devido processo legal (BULOS, 2011, p.1243).

O desenvolvimento do processo inicialmente com a proposição por parte de qualquer cidadão, parlamentar ou autoridade pública, desde que esteja em pleno gozo de seus direitos políticos. No passo seguinte, há a análise da denúncia oferecida pela Câmara dos Deputados, que faz um juízo meramente político. Dentro do prazo de 48 horas, o presidente da Câmara deve solicitar a elaboração de um parecer de uma comissão especial para esse fim (BULOS, p.1243).

Isto posto, será feita a discussão e votação do parecer para a rejeição ou aprovação em sessão única na Câmara dos Deputados, para deliberação do juízo de admissibilidade, sendo necessários que no mínimo, dois terços (2/3) dos parlamentares votem pelo aceite. Caso aceita a denúncia, há a autorização para a instalação do processo de impeachment; se for rejeitada, a denúncia será arquivada. Uma vez aceita, o chefe do poder executivo passa a condição de acusado (BULOS, 2011, p.1243). É neste momento processual que se localiza a sessão deliberativa analisada por este trabalho.

Uma vez aceita a denúncia pela Câmara dos deputados, caso se trate de crime de responsabilidade⁸, - como foi a acusação de Dilma Rousseff – a denúncia é remetida ao Senado Federal, onde o processo de impeachment tramitará e lá será julgado (BULOS, 2011, p.1243).

Admitida a acusação, a peça é enviada ao Senado, e partir de então o presidente é afastado de suas funções, somente retornando se absolvido, ou se decorridos os 180 dias de afastamento o julgamento não for concluído, hora em que cessa o afastamento, mas sem prejuízo do regular prosseguimento do processo. Com o proferimento da sentença tanto no Senado quanto no Supremo Tribunal Federal, as consequências jurídicas do impeachment são duas: 1) perda do cargo; e 2) inabilitação para exercício de função pública eletiva ou de nomeação por oito anos (BULOS, 2011, p.1243).

Diferentemente ocorre em se tratando de cometimento de crime comum⁹: após o juízo de admissibilidade político da denúncia ou queixa-crime, pela Câmara dos Deputados, o processo tramitará e será feito o julgamento perante o Supremo Tribunal Federal (art. 86; art.102, I, "b", ambos da CF/88). Após o trânsito em julgado da sentença penal condenatória, o presidente tem seus direitos políticos suspensos e seu mandato cessado, que são efeitos extrapenais da condenação, nos termos do art.15, III da CF/88. (BULOS, 2011, p.1237-1243).

Segundo o Regimento Interno da Câmara dos Deputados existem dois tipos de sessão: preparatórias, não deliberativas e deliberativas. As sessões deliberativas podem ser ordinárias (de qualquer sessão legislativa realizadas em dias e horários fixos, de segunda a sexta feira) e extraordinárias (realizadas em dias ou horas diversos das sessões fixadas), conforme art. 65.

No caso da sessão analisada por este trabalho, trata-se da 91ª Sessão da Câmara dos

⁸ Suscintamente, crimes de responsabilidade são “infrações político-administrativas, atentatórias à Constituição Federal, tipificadas na legislação federal.”. Elas são decorrentes do próprio exercício de funções públicas contrárias a União, ao Ministério Público, ao Três Poderes, aos direitos políticos e sociais, à segurança nacional e a probidade administrativa (BULOS, 2011, p.1230). Estão postulados no art. 85, *caput*, I à VIII, CF/88 (BRASIL, 1988). Bulos, (2011, p.1230) considera que existem crimes de reponsabilidade em sentido *stricto* (os mencionados anteriormente) e *latu sensu*, de forma que os segundos, referem-se a crimes previstos pelo Código Penal, Código de Processo Penal e outras leis. Podem ser crimes comuns ou próprios. Crimes comuns são aqueles em que não é exigido uma qualidade ou estado específico do autor para sua configuração. Ao contrário dos crimes próprios, que possuem uma exigência, que pode ser por exemplo, o exercício da função de funcionário público. Alguns exemplos de crimes próprios: concussão (art.316, CP) corrupção passiva (art.317, CP), condescendência criminosa (art.320, CP) e peculato (art.312, §2º, CP) (NUCCI, 2014). Para Bulos (2011, p.1230), os crimes de responsabilidade em sentido *latu* enquadram-se na “noção genérica de crimes comuns”. Não geram a perda da função pública, por determinado tempo como nos de responsabilidade, mas ensejam pena privativa de liberdade, o que pode ter consequência em alguns casos, a cassação do mandato e a destituição do poder.

⁹ O Supremo Tribunal Federal firmou entendimento que crimes comuns são os referentes a todas as modalidades de infração penal, inclusive delitos contra à vida, crimes eleitorais e contravenções penais (BULOS, 2011, p.1236)

Deputados, que foi uma sessão Deliberativa Extraordinária, Vespertina, da 2ª Sessão Legislativa Ordinária, da 55ª Legislatura, realizada em 17 de abril de 2016 (CÂMARA, 2016). A sessão foi iniciada às 14:00, em um domingo, transmitida ao vivo pela TV Câmara e por grande parte dos principais veículos de comunicação do país. (MACHADO; CARVALHO, 2016, p.2)

Segundo a ata oficial (CÂMARA, 2016), esta sessão foi realizada para a votação em turno único do Parecer da Comissão Especial à dar parecer à denúncia movida contra a ex-presidente da república Dilma Rousseff, sob alegação de cometimento por parte do chefe do Poder Executivo de crime de responsabilidade fiscal (conduta popularmente conhecida como ‘pedaladas fiscais’). A denúncia foi oferecida por Hélio Pereira Bicudo, Miguel Reale Junior e Janaina Conceição Paschoal, ainda em 02 de dezembro de 2015, em virtude da abertura de créditos suplementares por Decreto Presidencial, sem autorização do Congresso Nacional, com fundamento legal nos art. 85, VI e art. 167, V, ambos da Constituição Federal de 1988 e arts.10, item 4; art. 11, item II da Lei dos Crimes de Responsabilidade (Lei nº 1.079/1950), e também pela contratação ilegal de operações de crédito, disposto no art. 11, item 3, da já referida Lei. Logo, os autores da Denúncia de Crime de Responsabilidade nº1 de 2015 (DCR nº1/2015) requereram a admissibilidade jurídica e política da acusação, e pela consequente autorização para a instauração, pelo Senado Federal, de processo por crime de responsabilidade. (BRASIL, 2015)

A denúncia utilizou como fundamento legal de sua proposição os artigos 51, inciso I, e 85, incisos V, VI e VII, da Constituição de 1988. Também aparou-se nos artigos 4º, incisos V e VI; art. 9º, Números 3, 7;10, números 6, 7, 8 e 9; e art. 11º, número 3, da Lei 1.079/50; bem como no artigo 218 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

Ao final da sessão foram contabilizados o somatório de 511 votos, em que o cômputo dos votos fez o seguinte resultado: 367 votos “sim”; 137 votos “não”, 07 abstenções e 02 ausências, que findaram na autorização para a instauração do processo de impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff. (CÂMARA, 2016)

3.3 Análise da Sessão

Antes de mais nada, é preciso ressaltar que em razão do material de análise ser bastante longo e denso, aqui serão pontuados alguns elementos e fatos específicos observados. Contudo, diante do material coletado para análise, pode-se pensar no desenvolvimento de outros estudos.

Embora as variáveis propostas com base na tipologia de Schulz (2014) já tenham sido explicadas no item 2.4 do segundo capítulo, elas serão aqui pontuadas brevemente com o intuito de facilitar a análise. A análise está dividida com bases nestas categorias, explicando e apontando alguns dos elementos que foram evidenciados com base naquelas. Contudo, nem todas as situações ou evidências correspondem com as quatro categorias, mas por serem importantes para este estudo, foram elencadas e analisadas no último subitem.

3.3.1 Ampliam a Comunicação dos Deputados

Conforme a tipologia de Schulz (2014, p.3) esta categoria diz respeito a ampliação da comunicação que a mídia proporciona, que neste caso em específico, refere-se aos deputados.

Talvez, esta seja a categoria mais “abrangente” das quatro: somente pelo fato da sessão ter sido transmitida ao vivo pela ‘TV Câmara’ e pelas principais emissoras de televisão do país, para todo território nacional, já verifica-se uma ampliação da comunicação.

Também, a prerrogativa da ampliação pode ser visualizada na própria fala dos deputados, quando os mesmos referem-se ao fato da sessão ter sido televisionada. Por exemplo, o deputado Márcio Marinho (PRB-BA), diz :“ [...]senhoras e senhores que nos ouvem agora através de todas as emissoras de televisão” (01:47:30, CÂMARA, 2016b).

Em decorrência disto, a transmissão proporciona um maior alcance e visibilidade dos políticos para o público, de forma observou-se que os deputados passaram a dirigir-se em seus pronunciamentos diretamente aos “telespectadores do Brasil” (06:27:40, CÂMARA, 2016b). Por exemplo, o deputado Expedito Netto (PSD-RO), quando diz: “Gostaria de cumprimentar todos os nobres companheiros que aqui se encontram e todos que nos assistem pelos meios de comunicação de nosso País.” (04:51:25, CÂMARA, 2016b).

Tal como Schulz (2014, p.3) explora, a mídia estendeu o espaço da Câmara dos Deputados e também o tempo daquela sessão: o espaço porque a Câmara pode ser vista por todo o país, embora esteja localizada fisicamente em Brasília-DF; e estendeu a sessão no tempo porque ela pode ser acessada e vista por qualquer pessoa, a qualquer tempo. Claro, desde que a gravação fique disponível em algum suporte midiático. Mas o fato é: a “sessão ao vivo” que aconteceu e foi televisionada e gravada, é estendida no tempo e no espaço.

Outra questão é que em decorrência desta ampliação e visibilidade, os deputados valem-se deste ‘espaço’ em que podem falar na transmissão para comunicarem-se também com diferentes setores da sociedade. Neste contexto, visualiza-se uma série de ações e condutas que podem ser vistas como reflexos desta extensão da comunicação propiciada pelas

mídias, e conseqüentemente, apontam para o processo de midiaticização. Por exemplo, quando os deputados dirigem-se diretamente aos seus eleitores, tal como Adelmo Carneiro Leão (PT-MG.)o fez: “Eu quero me dirigir, neste momento, a você, eleitor, eleitora, brasileiro, brasileira.” (07:33:48). Essa situação se repete por vários momentos e falas ao longo da votação.

Também, eles utilizam essa extensão das mídias para comunicarem-se entre eles mesmos e seus pares. Neste sentido: fazem agradecimentos à outros políticos (01:57:14); prestam homenagens (06:13:15) e citam outros políticos como exemplos de governantes (08:08:25). Mas também se pronunciam por meio da fala, demonstrando sua insatisfação e crítica, através de manifestações direcionadas: exclamam “Fora Cunha!” diretamente no microfone da tribuna (04:13:15); “Não posso aceitar nem Dilma nem Temer, muito menos Cunha” (04:26:50); “Eu só quero dizer: Cunha, a sua hora vai chegar!” (07:49:41); “Quero dizer que, hoje, estamos votando o *impeachment* da Presidente Dilma e, amanhã, estaremos votando o seu, Sr. Presidente” (04:51:29).

O discurso exaltado de Silvio Costa (PTdoB-PE), da mesma forma dirige-se diretamente ao então presidente na época, Eduardo Cunha: “Esse canalha saiu da mesa agora. Deputado Beto Mansur, esse canalha saiu daí. Bandido, ladrão! Por que não ficou aí?” (02:57:10).

Outros, dirigem-se a ex-presidente: “Presidenta Dilma, você está sentindo o que 10 milhões de brasileiros sentiram quando receberam o aviso prévio de perda dos seus empregos. Você também está perdendo o seu emprego” (06:23:33).

Também dirigem-se a outros políticos, apontando supostas atitudes de outros: “E, se as leis são para todos, se as pedaladas condenam Dilma, devem condenar também Governadores como o do meu Estado. Sr. Beto Richa, a sua hora está chegando!” (04:27:52).

Outra situação, mencionando também os meios de comunicação: “Fora Dilma, Fora Temer, Fora Cunha e *Fora, Rede Globo*”, mentirosa, que fica difamando pessoas. Em nome do Senhor Jesus, eu profetizo a queda dos senhores a partir de hoje.” (06:40:33).

Estes exemplos demonstram algumas das evidências do fenômeno da midiaticização na Câmara dos Deputados, em que as mídias ampliam a comunicação dos deputados, onde eles conseguem atingir maior visibilidade, estendendo a sua capacidade de comunicação, tal como Schulz (2004, p.3) propôs. Logo, tais comportamentos observados e anotados acabam sendo um reflexo deste processo de midiaticização em curso na sociedade e em suas próprias instituições.

3.3.2 Substituem o que Era Feito Frente a Frente

A substituição refere-se ao fato de que os meios de comunicação substituem de forma parcial ou total as atividades sociais, e atividades das instituições, algo que tem como consequência, a mudança no caráter das mesmas. Com isto, está-se referindo a algo que antes era realizado frente-a-frente, mas agora passa a ser realizado através da mídia. Ainda, segundo Schulz (2004, p.3), o fato de eventos políticos passarem a ser midiaticizados, aumentou a “relevância simbólica” destes eventos.

Embora também se enquadre na categoria anterior, a transmissão televisiva da sessão acabou por “substituir” o que antes era feito frente a frente: se antes as pessoas que demonstrassem interesse em assistir aos atos públicos do parlamento, - tal como a sessão em análise, por exemplo, - deveriam dirigir-se até os locais públicos para que fosse possível assisti-los pessoalmente. A participação e o acompanhamento era feito de forma pessoal e física. Hoje em dia, as mídias conseguiram a prerrogativa de substituir este processo de comunicação que outrora era feito “pessoalmente”, entre o poder público, o parlamento e a população. De maneira símil, entre o processo de comunicação realizado entre os próprios deputados e a população.

Com efeito, percebe-se que muitos dos parlamentares dirigem-se a determinados grupos específicos da sociedade: instituições e organizações da sociedade civil, bem como categorias profissionais e econômicas. Isso ocorre em reiteradas vezes, de forma que aqui serão citados somente alguns grupos, afim de corroborar a assertiva de que se está a falar:

- a) Instituições da sociedade: Igrejas (04:21:39), (04:28:35) (05:22:43); família (02:13:20) (07:33:29); Maçons do Brasil (03:47:19);
- b) Minorias e em situação de vulnerabilidade social; desempregados (03:56:14); comunidades LGBT, quilombolas; deficientes físicos (06:30:55); Classe operária (06:06:10); movimento dos Sem-teto e dos sem-terra (MST) (06:56:24) entre outros.
- c) Categorias profissionais e econômicas: Médicos (03:47:05); agricultores (04:10:34); Setor agropecuário (06:42:15); classe empreendedora (06:59:55); Ferroviários (07:05:22); advogados (07:12:05) e outras.
- d) Instituições Militares: Exército (05:32:22); e Polícia Militar (06:40:33)

Logo, percebe-se que os deputados valendo-se desta capacidade de substituição, potencializam e expandem o processo de comunicação, sobretudo por poderem comunicar-se com determinados grupos. De uma certa forma, eles conseguem criar um ‘vínculo de representatividade’ com estes nichos específicos da sociedade. Também, se em outros tempos,

estes políticos precisariam dirigir-se pessoalmente à estes grupos, através de visitas ou comícios, hoje esta tarefa isso é facilmente executável através da mídia.

A ideia do processo de substituição também pode encontrar respaldo em Sodré (2006, p.21) quando o teórico referia-se a ‘prótese midiática’, ao ‘*médium*’ que era capaz de realizar as ações que antes eram realizadas socialmente. Embora a prótese não fosse propriamente um dispositivo, mas sim uma ‘forma tecnoninteracional’ como ele mesmo chamou, há que se reconhecer que os deputados estão imersos em um ambiente altamente permeado pelas mídias, tanto pela televisiva quanto as mídias interativas (como os *smartphones*). A ‘tecnointeração’ existe e acontece em tempo real dentro da Câmara.

Também se o fenômeno da midiaticização diz respeito, principalmente, a onipresença das mídias na sociedade, assim como Klein (2013, p.35) explica, ou ainda, como Gomes (2016, p.16) dizendo que as novas tecnologias potencializaram os processos humanos de comunicação, transformando as práticas e o ambiente, verificou-se através da transmissão a ocorrência de um comportamento comum hoje em dia na sociedade, dentro da Câmara dos Deputados: a extensa utilização de *smartphones* e câmeras portáteis por parte dos deputados.

Em vários momentos em razão dos enquadramentos da transmissão oficial, observou-se que os parlamentares usavam esses dispositivos para filmaram-se ou tirarem fotos uns dos outros. Principalmente, durante a votação dos parlamentares na tribuna, fica evidente o uso massivo das câmeras dos smartphones (04:08:30); (03:46:04); (04:51:28).

Como exemplo de um destes momentos, destaca-se o discurso de Silvio Costa (Bloco/PTdoB-PE), proferido como líder de bancada no púlpito ao lado da mesa diretora. Seu discurso foi bastante inflamado, e em um determinado momento, a câmera abre em Plano Geral, ao que pode-se visualizar o deputado Jean Willys debruçado em frente ao púlpito, filmando o deputado Costa com uma câmera portátil, além da presença de um fotógrafo (02:59:56).

No que tange à relevância simbólica dos eventos, a assertiva de Schulz (2014, p.) também resta observada. Cito como exemplo um determinado momento da transmissão, em que os próprios deputados percebem a dimensão simbólica do televisionamento da sessão. Ainda no início da transmissão, o deputado Afonso Florence (PT-BA) observa que se fazem presentes atrás da mesa diretora, muitos deputados que assumem posição favorável ao impeachment. Ressalta, (e com razão) que a mesa deve ser imparcial, sob pena de estar-se maculando o processo, ferindo princípios como o devido processo legal, a imparcialidade, o contraditório e ampla defesa, a presunção de inocência e do juiz natural, de forma que não deveriam estar naquele lugar manifestantes de nenhuma das partes. Diante de tal situação, o deputado solicita

ao presidente da Câmara Eduardo Cunha, para que o mesmo solicite aos deputados que desçam da mesa. O presidente responde então, que não tem poder para pedir que os deputados se retirem. Então, justificando seu pedido, o deputado Florence observa: “Deputado Eduardo Cunha, foi negado o pedido da defesa de se pronunciar. Se os defensores do *impeachment* podem ficar, registro **que o discurso não é só retórico, é simbólico, é de imagem também. E isso fere o direito de defesa.**” (00:08:23).

Com base nestes exemplos, pode-se observar alguns elementos que demonstram esta capacidade de substituição que a mídia enquanto meio suporte possui. Nesta senda, este caráter de substituição é acentuado enquanto no processo de mídiatização. Outrossim, resta demonstrado e devidamente reconhecido até pelos atores políticos, que os eventos políticos quando televisionados, ganham uma relevância simbólica muito maior do que se fossem realizados de forma face a face.

3.3.3 Fundem-se Frente à Frente com os Meios

Esta categoria de Schulz (2014, p.4) guarda relação com o “amalgamento”, processo em que há uma “fusão” da realidade social com a realidade da mídia. Com efeito, o uso da mídia é tecido na vida cotidiana, de forma que a mídia permeia a esfera pública, a cultura, a economia e a política, de maneira que isto conduz a uma outra constatação: a definição da realidade da mídia funde-se com a definição da realidade social.

Com base nesta “amalgamação” como Schulz falou, mais do que estender e substituir a comunicação, há uma “fusão” entre as atividades da mídia e as atividades sociais, de modo que isto perfaz uma transformação em que ocorre uma fusão da realidade social com a realidade da mídia. Embora o autor tenha trabalhado na descrição deste processo exemplos mais ligados a vida cotidiana, com a aplicação desta variável neste estudo de caso, foram encontradas algumas evidências deste processo de “fusão” que dizem respeito à transformações da própria política, bem como das práticas e atos das instituições democráticas do país.

A primeira evidência é que, ressalte-se, pela primeira na história do país em uma votação da Câmara dos Deputados, os parlamentares tinham acesso ao “mundo exterior” à Câmara do Congresso Nacional. Através de telões dentro do congresso, os deputados assistiam as manifestações que estavam sendo transmitidas em tempo real e aconteciam na frente do Congresso Nacional, na esplanada dos Ministérios em Brasília. Em dois momentos

distintos, a própria narradora da transmissão da TV Câmara observou que os deputados estavam tendo acesso a imagens através dos telões (01:12:55); (02:50:25).

Através da mídia eles conseguiam ter acesso aos acontecimentos externos. Para a questão da midiaticização, tal fato é bastante significativo, uma vez que a mídia se faz presente dentro do congresso (transmitindo a sessão, através das câmeras “oficiais” e nos dispositivos móveis *smartphones* dos deputados) ao mesmo tempo em que traz, através de suas lentes e telões o “mundo externo” para dentro do congresso. Há aqui, uma forma de fusão da realidade que acontecia “dentro” da Câmara com a realidade que acontecia “do lado de fora”. Da captação da câmera para dentro da Câmara, do meio técnico para a política, acontece uma “fusão”, que somente é possível de ser realizada com a transmissão e projeção das imagens nos telões da Câmara através da mídia.

A segunda afirmativa de Schulz (2014, p.4) parte da ideia de que no processo de fusão a mídia “infiltra-se” nos mais diferentes ambientes. As atividades da mídia passam a misturar-se com as atividades sociais: neste caso, ela infiltra-se na casa das pessoas, dos eleitores, na sede das instituições. Destarte, cabe ressaltar que existe um outro aspecto deste processo que precisa ser observado, que se refere ao fato de que a midiaticização consegue fazer uma fusão da realidade da mídia, com a própria realidade social. A mídia “infiltra-se” e permeia estes ambientes, assim como também infiltra-se dentro da própria Câmara.

Outrossim, Sodré (2008, p.20) observou que a midiaticização enquanto fenômeno, é caracterizado pela ‘tendência à virtualização das relações’. Pois bem, considerando a utilização de termos e expressões que representa a utilização de termos e expressões que foram popularizados na internet e nas redes sociais por parte dos parlamentares senão esta tendência à virtualização? Mais do que isso: há uma fusão da realidade virtual/midiática com a realidade social.

Ao longo da sessão observou-se que os deputados utilizaram várias placas e cartazes, sendo que alguns deles continham expressões como: “Tchau querida!” e “Fora Dilma!” (03:26:35) (08:01:46) (08:50:06); ou também explicitando um posicionamento contrário, com as expressões “Fica Querida!” ou “Fica Dilma”.

As expressões não foram somente usadas em cartazes, ao considerar-se que as mesmas também foram incorporadas aos discursos dos deputados. Por exemplo, o deputado Genecias Noronha (Solidariedade-CE) (02:08:40) diz “Tchau, querida!” em seu pronunciamento como líder de bancada; já Marco Feliciano (PSC) usou a expressão em sua votação (05:57:42). Da mesma forma, também é citada a expressão “Fica Dilma!” durante a votação (08:39:45). Tais expressões foram popularizadas no ambiente virtual das redes sociais, no formato das

conhecidas *hashtags*¹⁰ e foram extensamente compartilhadas, sobretudo como ferramenta de protesto, principalmente nas páginas de movimentos contra a corrupção, e que posicionavam-se de maneira favorável ou contrária ao processo de impeachment.

Além disto, durante seus discursos, alguns deputados mencionaram estes movimentos sociais, tanto contra quanto a favor impeachment que manifestavam-se nas ruas e através das redes sociais, como citado Movimento Brasil Livre MBL¹¹. Cabe destacar, como exemplo, os seguintes trechos em que são encontradas menções e referências as manifestações no mundo real: “[...] **As ruas** esperam essa manifestação.” (01:57:14); “Trabalhadores que **estão nas ruas**” (08:53:12); “Venho a esta tribuna para dizer às senhoras e aos senhores, **àqueles que estão lá fora, àqueles que estão nas ruas** [...]” (02:46:20).

Existem também menções as manifestações que ocorreram no ambiente virtual: [...] “mas eu não posso deixar de atender aos pedidos que chegam a mim, **pelas redes sociais** (batem palmas), para que nós demos uma nova oportunidade ao povo.” (06:20:50). Evidência que também pode ser observada no seguinte trecho: “Eu quero falar, em nome da democracia, em homenagem a todos os que **estão nas redes sociais e nas ruas**, [...]” (07:58:45).

Neste sentido, observa-se não somente a tendência a virtualização das relações, (uma vez que as ações na vida “real” transformam-se e adaptam-se em ações e comportamentos do mundo virtual). Observa-se também um ponto de “fusão”, entre a realidade social e a realidade da mídia, em que em as atividades “reais” mesclam-se com as virtuais.

Esta é uma nova realidade, uma nova vivência, que como muito bem preconizou Gomes (2016, p.16), altera o meio social, pois as ‘dinâmicas sociais’ são conduzidas a uma realidade virtual. Destarte, esta nova ambiência demanda “uma nova forma de ser” no mundo. Implica em síntese, em uma nova forma de comportar-se, (inter)relacionar-se e comunicar-se de forma mediada. Ou, melhor dizendo, de forma “midiatizada”.

Este processo parece, ao que tudo indica, ser uma espécie de continuidade e acentuação daquilo que já vinha acontecendo nos outros dois anteriores: extensão e

¹⁰ A *hashtag* é como se fosse uma “etiqueta”, que consiste em um termo ou um conjunto de termos que é precedido pelo símbolo “#”. Ela funciona como um “tópico”, que torna a busca pelo conteúdo nas redes sociais mais fácil, pois agrupam as postagens as mencionam. (BASTOS; RECUERO; ZAGO, 2014, p.1) Começou a ser utilizada na rede social *Twitter*, mas logo se expandiu para outras plataformas como *Facebook*, *Instagram*, *Pinterest* e outras.

¹¹ No site oficial do MBL não consta qualquer informação sobre o movimento e seus objetivos. Na página oficial do movimento no *Facebook*, consta a seguinte definição: “O MBL - Movimento Brasil Livre - é uma entidade sem fins lucrativos que visa mobilizar cidadãos em favor de uma sociedade mais livre, justa e próspera. Defendemos a Democracia, a República, a Liberdade de Expressão e de Imprensa, o Livre Mercado, a Redução do Estado, Redução da Burocracia.” (FACEBOOK, 2017). Alguns políticos possuem ligação com este movimento, entre vereadores e um deputado federal, todos filiados a partidos de base centro-direita. (MOVIMENTO BRASIL LIVRE, 2017)

substituição, respectivamente. Pela ótica que se opera, estes processos acontecem de uma forma articulada entre eles, formando uma espécie de cadeia, porque um parece ser a continuidade e acentuação do outro. Mas ao mesmo tempo, mantem-se um caráter de integridade, de unidade, pois algumas evidências poderiam “encaixar-se”, em mais de um processo. Justifica-se então, aquilo que Schulz (2014, p.5) havia referido em suas análises: estes processos não são exclusivos, e oferecem tão somente uma forma de análise do processo de mediação. Também, não se pode olvidar que este é um fenômeno complexo, e dinâmico, ao que passa por um constante processo de configuração e reconfiguração.

A próxima categoria a ser analisada, destina-se a demonstrar com maior pontualidade a transformação nos comportamentos e posturas dos sujeitos perante ao ambiente mediado.

3.3.4 Adaptação dos Atores Com a Transmissão ao Vivo

Com base nas tipologias de Schulz (2014, p.4) esta categoria faz parte do processo de “alojamento” do fenômeno da mediação de que autor fala. Neste processo observou-se que os sujeitos buscavam adequar seu comportamento, afinando-o em convergência possível com a forma como os meios de comunicação funcionam. No caso dos políticos, em específico, estes aprenderam a expressar-se de forma breve e clara, de maneira que pudessem ser inteligíveis ao público.

Ainda, este processo de mediação, irradia seus efeitos tanto sobre o âmbito da política quanto da própria mídia, uma vez que a transmissão ao vivo exigiu que os políticos precisassem incorporar certas práticas e “padrões” de comportamento. Ao mesmo tempo, a mídia também se beneficia destas transações, uma vez que torna a política mais noticiável e convenientemente “formatada” (Schulz, 2014, p. 4). Na mesma esteira, Hjarvard (2014, p.103) reconhece que os políticos procuraram adequar-se ao ambiente mediado.

Na sessão em análise, esta adaptação com a transmissão ao vivo pode ser observada em diferentes momentos e de diferentes formas. Como evidências destas práticas de comportamento que podem ser consideradas como evidências do fenômeno da mediação, destacam-se as seguintes observações:

a) Uso de objetos e adereços por parte dos deputados durante a sessão, tais como: Faixas, cartazes (00:13:36), exemplares da Constituição(02:01:33), Bandeiras do Brasil (02:26:10) e de vários Estados da federação, camisetas (02:11:05), lançador de papel picado e balões coloridos (08:55:00).

Em um determinado momento na votação o deputado Wladimir Costa (SD-PA.), levanta uma folha de papel, que diz ser uma passagem de avião:

Presidente, um colega nosso aqui da Câmara, cujo nome não vou citar, disse que, se nós cassarmos a Presidente Dilma hoje, ele vai se mudar do Brasil. Eu já comprei a passagem dele, sem volta. Saia daqui, porque nós vamos cassar o Brasil, em nome do Pará!” “[...] desse povo querido que vota “sim”, nós votamos “sim”! E quem vota “sim” coloca a mão para cima! Coloca a mão para cima! (04:23:20).

Neste momento, o deputado usa um lançador de papel picado, chamando a comemoração os que compactuavam com seu posicionamento. Aliás, o mesmo deputado utilizou este objeto mais de uma vez ao longo da sessão, ainda durante a orientação de voto do partido, no momento em que acontecia o pronunciamento do líder de bancada do partido. É nitidamente, um discurso inflamado e por demais espetacularizado (02:10:30).

Ainda aqui, cabe observar um determinado momento do discurso do deputado **José Guimarães** (PT-CE) em que ao pronunciar-se, mostra aos parlamentares e às câmeras várias fotos impressas das manifestações contra o impeachment que ocorreram em vários lugares do país, proferindo a seguinte declaração: “**Se é que as ruas falam alto aqui dentro, olhem o que está acontecendo em Brasília hoje!** Eu quero saudar Brasília por essa imensidão de gente. **Olhem o que está acontecendo** em Fortaleza, no Rio de Janeiro, em São Paulo, em todas as capitais do País!” (03:27:34).

b) Adaptação dos gestos, postura e posicionamento frente à câmera;

Neste sentido, os parlamentares fazem gestos tais como apontar para a câmera(02:23:22), sorrir e acenar (02:23:26) e direcionam seus olhares diretamente para a câmera (05:37:03). Também, ficou nítido o fato de que os deputados buscam sempre manter-se sempre “no foco” das lentes. Isto fica evidente nos momentos em que a câmera abre em Plano Geral (PG), dando uma visão ampla da Câmara. É perceptível aos olhos as aglomerações que formam-se ao redor da mesa diretora (tanto que esta aglomeração na mesa foi objeto de reivindicação para que os parlamentares se retirassem de lá) e ao redor da tribuna na hora da votação.

Logo no começo da sessão, inicia-se um grande tumulto em frente à mesa diretora acompanhada de uma calorosa discussão entre os deputados, principalmente entre o presidente Eduardo Cunha e outro parlamentar que faz gestos solicitando que os demais deputados saiam detrás da mesa. Em seguida, os demais passam a entoar coros de “Fora PT!” (00:12:00).

Em seguida, por volta dos quatorze min. e trinta seg., o tumulto se estende a um empurra-empurra entre os deputados, tanto na mesa diretora que está abarrotada de pessoas,

quanto na parte inferior da Câmara. Em seguida, é entoado “Não vai ter golpe!” em coro dos deputados, ao mesmo tempo em que os mesmos erguem atrás da mesa diretora uma faixa muito grande, onde está escrito “Fora Cunha!” (00:15:38). Ao perceber tal fato, o presidente da Câmara adverte que as faixas não são permitidas e que devem ser retiradas. Em razão do tumulto que se seguiu, durante os pronunciamento do deputado Jovair Arantes (PTB-GO), o presidente da Cunha solicitou que todos os deputados que estavam atrás da mesa se retirassem.

Ao analisar melhor, percebe-se que a escolha pela maior faixa a ser mostrada atrás da mesa diretora, e também o fato de vários parlamentares escolherem lá se posicionar não refletem comportamentos meramente aleatórios. Estes comportamentos dizem respeito a algo planejado e calculado, uma vez que a própria narradora da transmissão esclarece que a mesa diretora e os corredores do plenário são lugares bastante visados e disputados pelos parlamentares, porque ali é o espaço onde as redes de televisão que transmitem e fazem a cobertura dos atos da legislatura ali realizados, mantém de forma preponderante seus enquadramentos de câmara. (00:23:43).

Tal situação observada evidencia o fato de determinados são mais “midiatizados” do que outros. Em decorrência disto, há um ensejo de que os políticos adequem-se e aprendam a trabalhar com a “lógica” midiaticizada. Não obstante, isto enseja que os parlamentares aprendam uma nova forma de ser/estar e se (inter)relacionar nos ambientes midiaticizados e com os “agentes midiaticizadores”, caso queiram permanecer e serem vistos na sociedade e na política midiaticizada.

Outro momento que corrobora as assertivas firmadas até o presente momento, ocorreu minutos antes de iniciar a votação na tribuna, localizada em frente à mesa diretora. Neste momento, o presidente Eduardo Cunha pediu para que os parlamentares deixassem o corredor que dava acesso para a tribuna livre, (03:39:12) ou seja, que aglomerações que atrapalhassem a circulação de pessoas fosse evitada, afim de tornar o processo de votação mais rápido e eficiente. Entretanto, mesmo havendo a solicitação deste pedido, percebeu-se que a tribuna ficou todo tempo rodeada de parlamentares que mostram cartazes, acenam e também fotografam com seus celulares uns aos outros.

Com base nestas observações, há que se convir que os deputados **sabem** onde estão as câmeras quais seus enquadramentos, e talvez até mesmo seus ângulos. **Sabem** onde eles **devem** permanecer para ‘aparecerem’ na mídia, **sabem qual postura devem manter, sabem para qual câmara olhar**, apontar e quando usar objetos que querem mostrar.

c) Adaptação do discurso;

Houveram discursos bastante “inflamados” e “exaltados”, em que os deputados davam certa ênfase em determinadas palavras e trechos, valendo-se de um tom de voz alto. Outrossim, observou-se que muitos deputados optam pelo uso de uma linguagem coloquial, informal e simples, por vezes com a utilização de expressões e ditados cotidianos. Também, faziam muitos gestos e mantinham posturas teatrais.

Por exemplo, o discurso de Silvio Costa (PTdoB-PE) na tribuna no pronunciamento dos representantes de bancada. O deputado faz uma espécie de contagem dos votos contrários e favoráveis ao impeachment, referindo-se a tais votos como se fosse uma contagem de “placar”: “Confiram o placar da democracia. Confiram! Vamos começar por Roraima. “Anotem o placar. [...]”. Quando, segundo sua contagem, os votos contrários ao impeachment estariam ganhado, ele aponta para aos demais deputados, e diz: “Eles já estão com medo. Olhem como eles estão com medo! Estão com medo? Estão com medo?” (02:57:10).

Algumas expressões populares foram utilizadas nos discursos, tais como: “Dilma disse, na sua campanha, que não ia mexer com os direitos dos trabalhadores “nem que a vaca tussa”. O pior é que a vaca tossiu e está indo para o brejo.” (01:57:14). De igual sorte, destacam-se algumas outras expressões que foram citadas: “Já dizia Olavo de Carvalho, na década de 90, que PT daria PT no Brasil: Perda Total.” (05:22:43). Até mesmo a popularidade de esportes como o futebol e expressões conhecidas no meio social, foram trazidas como analogia para os discursos: “Cartão vermelho para Dilma! Cartão vermelho para Temer! Cartão vermelho para Cunha!” (03:18:19).

Também, outras ocorrências que chamam a atenção durante a transmissão foram coros (já mencionados, de “Fora PT!” e “Não vai ter golpe”), e apupos no plenário entoados no plenário. Os deputados também lançaram mão de músicas, tais como o Hino Nacional (03:37:40), entoado tanto no início sessão, quanto mais próximo ao final (09:46:49). A canção “Eu sou brasileiro” (02:00:28) também foi entoada, sobretudo, quando último voto necessário para a aprovação é computado, o “voto dos 2/3” necessários para a admissão do processo (09:04:44).

Logo após o discurso de Genecias Noronha (SD-CE) como líder de bancada, o deputado Paulo Pereira da Silva (SD-SP) sobe a tribuna e dirigindo-se ao telespectador, entoa uma canção, - é preciso ressaltar – é impossível não observar o tom extremante pejorativo: “Eu queria que vocês brasileiros do País inteiro, que estão na Avenida Paulista ou em casa, cantassem aquela musiquinha que começou durante o processo: “Dilma, vá embora que o Brasil não quer você. E leve o Lula junto e os vagabundos do PT.” (02:10:25).

Cabe ressaltar, que tal postura (assim como tantas outras observadas nesta mesma sessão) demonstra-se totalmente incompatível como decoro, resiliência e respeito que é exigido e esperado de um parlamentar enquanto no exercício de suas funções como representante eleito pelo povo. Não se pode perder de vista que agente político é uma pessoa pública, e que investida desta característica tem inerentemente o dever manter o decoro parlamentar, está expressamente previsto na própria Constituição, em seu art. 55, parágrafo 1º, bem como no Regimento Interno da Câmara dos Deputados (art.240) e no Código de Ética e Decoro Parlamentar (art.3º e seguintes)

A partir destas situações observadas, fica demonstrada tese de Schulz (2014, p.4) sobre o alojamento e a adaptação dos atores com a transmissão ao vivo, onde ocorre uma adaptação tanto de posturas e gestos, como também discursiva. Ademais, a questão do discurso pode ser vista como uma evidência daquilo que foi trazido por Hjarvard (2014, p.114) sobre a “conversionalização” da política em tempos midiáticos. Observou-se que os deputados tinham uma preocupação de falar de forma clara e inteligível, e tentado estabelecer um vínculo com os telespectadores (grupos, categorias profissionais e econômicas, instituições) por vezes dirigindo-se de forma direta à estes, além de preferirem uso de linguagem coloquial e informal.

Além das quatro categorias elencadas, foram encontradas outras evidências do fenômeno da midiática durante a sessão. Embora não se encaixassem nestas quatro, são importantes e pertinentes a este estudo de alguma forma, e em razão disto serão abordadas no próximo item.

3.3.5 Outras Evidências do Fenômeno da Midiatização Observadas na Sessão Deliberativa

Hjarvard (2014, p.88) observou que um dos reflexos da midiática da política era o estabelecimento da mídia como “indústria da opinião”, de forma que os meios de comunicação não mais se limitam a refletir a política, pois agora eles “participam diretamente de sua produção”.

Atentando para este fato observado pelo autor, observou-se que durante a votação, vários parlamentares em seus discursos e votos, citavam a própria mídia e a imprensa, ora como legitimadora do processo de impeachment, ora como partícipe do golpe de Estado, tal como notoriamente ocorreu em 1964, e seu apoio ao regime militar. Cito dois momentos, afim de melhor explicar e demonstrar.

O deputado Afonso Florence (PT-BA), por exemplo, cita a coberturas da imprensa internacional do impeachment e suas divergências com a cobertura nacional: “Os jornais do mundo publicaram: “Corruptos querem derrubar a Presidenta Dilma, uma mulher honesta. Essa é a visão que brasileiros e brasileiras estão tendo, cada vez mais, sobre essa votação que vai haver aqui [...]” (00:58:43).

Também, o deputado citou as pesquisas de opinião realizadas pelo *Datafolha* e *Vox Populi* em seu discurso:

São analistas, são profissionais da comunicação que dizem, hoje, que o objetivo dessa Chapa é parar as investigações de corrupção. Este Plenário vai repercutir a posição majoritária da sociedade brasileira neste momento. Nas últimas pesquisas **Vox Populi e Datafolha** e em várias outras pesquisas, 58%, 54%, mais da metade dos entrevistados é contra o *impeachment*. É o povo, que defende a democracia, é o PSOL, é o PCO, é o Movimento Nacional de Luta pela Moradia, **são intelectuais**, artistas, artistas de rua e **artistas da grande mídia**, que estão dizendo: O golpe não passará! Não há crime de responsabilidade. Esse *impeachment* é golpe! Esse relatório é golpe! A defesa desse *impeachment*, que diz que o Brasil vai melhorar, está pretendendo jogar o Brasil numa incerteza, **porque os regimes de exceção se iniciam com esse discurso. Foi isso que aconteceu em 1964, com o apoio desses mesmos setores da mídia.** (00:58:43). (grifei)

Citando estes “analistas e profissionais da comunicação”, os “artistas da mídia”, e as pesquisas de opinião, está-se diante de mais uma evidência da midiaticização da política. Com efeito, as pessoas e atividades midiáticas passam a fazer parte da instituição política, das suas atividades e também modificam a forma como estas atividades são realizadas. Não obstante, contrário também ocorre, porque a mídia também se torna dependente e influenciada pela instituição política.

Já o deputado Pauderney Avelino (DEM-AM) cita em seu discurso, trecho de editorial publicado no pelo Jornal *Estado de S. Paulo*, como “**homenagem a imprensa brasileira tradicional e as novas mídias**”, ao mesmo tempo em que busca dar respaldo ao seu posicionamento favorável ao impeachment. No editorial citado, o texto clama pelo *impeachment*, chama a gerência do governo de “arrogante” e “inepta”, e justifica o pedido de afastamento com a recessão e o desemprego. (01:43:15)

Observa-se então, uma outra característica da política midiaticizada trazida por Hjarvard (2014, p.88) que é o estabelecimento da mídia como “indústria da opinião”, onde os meios de comunicação não apenas refletem a política, mas “participam diretamente de sua produção”.

O deputado Jovair Arantes (PTB-GO) cita a mídia inclusive como “agente fiscalizador” da legitimidade do processo de impeachment: “**Sua legitimidade foi assegurada** pelo cumprimento fiel das normas jurídicas pertinentes e **pela fiscalização** em

sentido amplo, exercida pelo Supremo Tribunal Federal, pelos Parlamentares, pelos partidos políticos, **pelos meios de comunicação** e pela sociedade brasileira.” (00:30:27)

Podem ser vistos exemplos também, da característica da personalização da política trazida por Hjarvard (2014, p.112). Podem ser apontados, como na fala da deputada Tia Eron (PRB-BA), que levanta uma identidade que ressalta sua trajetória pessoal “[...] eu sou a voz da mulher negra e da mulher nordestina, que não quer mais a migalha do Governo Federal, pois tem dignidade para trabalhar e para vencer.” (08:44:00). Neste sentido, ao levantar somente características pessoais em seu pronunciamento, ela passa adotar uma identidade construída somente em critérios pessoais, “esquecendo-se” e omitindo um aspecto que é inerente a vida política e em sociedade, bem como a própria democracia: a noção de coletividade e participação popular.

Uma outra evidência que não enquadrrou nas quatro categorias iniciais, também é importante ser referida aqui, é atitude do deputado Marcelo Álvaro Antônio (PR-MG). No intervalo do voto de um parlamentar e ou

tro, ele interrompe a sequência da votação para mandar um abraço ao seu filho: “Sr. Presidente, só para corrigir aqui uma situação. Eu quero mandar um abraço. Eu não mencionei o meu filho, Paulo Henrique.” O presidente da Câmara adverte que esta conduta não é permitida, mas ele mesmo assim diz ao microfone acenando para câmera: “Paulo Henrique, é para você, meu filho. Um beijo!” (07:59:15)

De forma semelhante, outro deputado, queria que seu voto fosse proferido pelo filho, através do telefone: “Eu vou passar a palavra ao meu filho, para que ele possa dizer ao Brasil o meu voto.”. O pedido, obviamente não foi atendido (09:10:23).

Considerando que, para Hjarvard (2014, p.76) a “midiatização da política” é o processo pelo qual a instituição “política” se torna gradualmente dependente das instâncias midiáticas e sua lógica, que compreende um processo bilateral, resta corroborada a assertiva de autor no que diz respeito a relação estabelecida entre a política. Neste caso, a mídia se faz presente dentro da câmara, (não apenas enquanto suporte, transmitindo para dentro e fora da Câmara, ou como dispositivo¹² no caso dos *smartphones*), pois ela chega ao ponto de transformar-se em um agente legitimador e um recurso argumentativo dos próprios deputados na sessão deliberativa.

¹² O conceito de dispositivo, nos estudos da comunicação pode ter diferentes abordagens. Muitas vezes o dispositivo é visto em uma perspectiva “unidirecional”, como algo estritamente técnico e tecnológico. Contudo, partindo da ideia de que “nenhum fenômeno midiático pode ser bem compreendido” através de uma perspectiva unidirecional, esta pesquisa encontra-se mais afinada com estudos que possuem uma abordagem multidimensional, em que se reconhece que o dispositivo possui três dimensões: socioantropológica, semiolinguística e tecno-tecnológica. (KLEIN, 2007, p.218)

Se, por um lado os políticos precisam estar na mídia, - porque para a política e suas ações políticas isto é uma questão de legitimação, como o próprio autor afirmou -, a mídia também acaba por influenciar em suas condutas comportamentais e discursivas. Isto comprova, aquilo que estudo vinha sendo tratando em momento anterior, principalmente ao longo do capítulo 2, sobre a relação simbiótica e de dependência estabelecida entre os meios de comunicação e a instituição política, com um dos reflexos deste fenômeno da mediação da sociedade e das instituições. Aqui, visualiza-se perfeitamente a transformação do “circuito dual” de comunicação para a “rede estendida” de que Hjarvard (2014, p.114) também falou.

Ao final das análises, passa-se então para as considerações finais deste estudo, afim de elucidar os resultados obtidos ao longo da pesquisa, e esclarecer seus limites e possibilidades.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o momento em que acordamos, até o momento em que fechamos os olhos nossa vivência é cercada pela presença das mídias, de maneira que é praticamente impossível permanecer alheio a esta nova apresentação da realidade mediada.

No primeiro capítulo, compreendeu-se que existe em configuração um fenômeno observado na sociedade atual, que diz respeito a esta nova forma de compreender o ambiente mediado, que agora passa ser “midiatizado”. Este fenômeno tem em sua gênese sobretudo, a onipresença das mídias na sociedade em um nível macro e micro. Este processo de midiáticação parte das diferentes esferas da sociedade, suas organizações e instituições, irradiando-se para a própria vida das pessoas.

Mas não somente, pois como fora anotado, este fenômeno é também uma das características das sociedades pós-modernas, pautadas pela intensificação do processo de globalização, bem como pelo desenvolvimento de novas tecnologias de informação e o aperfeiçoamento das já existentes. Ferramentas estas, que potencializam, intensificam, e estendem os limites humanos da comunicação. Ainda, este é um processo que demonstra-se alinhado com as mudanças no campo da política, da economia e do próprio sistema de mídias em âmbito transnacional.

Diante deste cenário, percebe-se que as ditas “teorias de meio”, em que pese ainda sejam importantes para compreensão das práticas e processos sócio-comunicacionais, elas não conseguem mais fornecer todas as respostas para os questionamentos que surgem em meio a esta nova apresentação da realidade. Destarte, que tudo indica, as teorias de midiáticação demonstram-se um bom ponto de partida para a compreensão da sociedade, seus processos sociais e midiáticos no atual estado em que se encontram.

Embora o termo midiáticação seja recentemente usado para referir-se a este fenômeno, ele não é propriamente, algo tão novo na sociedade. Viu-se que outras teorias já falavam de um processo semelhante, em que as mídias possibilitariam a constante conexão entre as pessoas, e que a simples inserção de uma nova tecnologia na sociedade é capaz de repercutir no ambiente social. No passado, talvez a única coisa que faltasse para a efetivação do fenômeno fossem somente as ferramentas técnicas que viabilizassem e elevassem o processo de midiáticação da sociedade à sua máxima potência.

Vive-se diariamente em um novo ambiente, um ambiente midiático que chama a humanidade para a virtualização de suas próprias relações e a conexão ininterrupta. Este novo

ambiente enseja uma nova forma de ser e estar no ambiente midiaticizado, de maneira que esta nova forma de se relacionar acaba também, por modificar as relações e práticas sociais.

Esta nova forma da sociedade relacionar-se com as mídias, como foi dito, conduz a uma “tecnointeração” constante e exacerbada, onde nossos dispositivos são mais do que simples aparatos tecnológicos. Tudo é realizado na mídia e através da mídia, de forma que a sociedade e suas instituições constroem e reconstróem suas relações e interpelações dentro do “*ethos* midiaticizado”.

Não obstante, uma vez que se reconhece a influência dos meios de comunicação nas instituições, a midiaticização intensificou ainda mais a importância assumida pelos meios de comunicação na sociedade. Com efeito, este fenômeno estabeleceu uma relação polarizada em que os meios de comunicação incorporam-se nas práticas das instituições e esferas da sociedade civil, e ao mesmo tempo em que agem tornando estas instituições cada vez mais dependentes da mídia e de sua forma de operação.

Uma vez reconhecida esta relação cambiante estabelecida entre a mídia e a sociedade, bem como as transformações ocasionadas pelo processo de midiaticização, verifica-se que a política, enquanto instituição também é transformada para atender esta nova realidade social e midiática.

No segundo capítulo, viu-se que a relação entre mídia e política sempre existiu, embora tenha se modificado ao longo dos tempos: em um primeiro momento, como forma de resistência aos regimes autocráticos e depois como imprensa de partido. Na “era da comunicação de massa”, os meios de comunicação passaram a ser percebidos como ferramentas de propaganda e agentes potencialmente influenciadores da audiência.

Essa relação é transfigurada novamente, com a emergência dos grandes conglomerados de mídia transnacionais e a indústria do entretenimento, principalmente na década de 1990, em um ambiente pautado pela onda do neoliberalismo, e a consequente desregulamentação do setor. Neste período, os meios de comunicação deixam de ser “instituições culturais” para transformarem-se em “instituições midiáticas”.

Neste contexto, - a relação entre política e mídia - não se pode perder de vista também, a importância e o papel desempenhado pelos meios de comunicação na construção e sustentação de um regime democrático. Eles podem ser vistos como instrumentos de participação e deliberação coletiva, como agentes fiscalizadores, garantidores da pluralidade de discursos, e sobretudo, como instrumentos viabilizadores do direito à liberdade de expressão.

Com base nestas transformações e no fenômeno observado, há que se questionar quais são os contornos assumidos pela política em uma sociedade em vias de midiaticização. Com efeito, este trabalho buscou pesquisar possíveis evidências deste processo na política, através de um estudo de caso, que analisou a transmissão ao vivo da sessão deliberativa da admissão do processo de impeachment de Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados.

O simples fato da sessão ter sido televisionada já é por si só, um indicativo do fenômeno da midiaticização, considerando que a mídia se faz presente dentro da Câmara durante seus atos solenes, e transmite esses atos e procedimentos para todo o país. Se no passado, a vida e as práticas na *pólis* realizavam-se em diferentes *bios*, na contemporaneidade presencia-se o surgimento de um novo “*bios* midiático”, onde muitas das práticas da vida política são realizadas.

Outrossim, de acordo com as evidências traçadas e apontadas no terceiro capítulo, é possível concluir a partir da análise, que o processo de midiaticização se realiza dentro das instituições democráticas da sociedade, transformando a forma como a política e suas práticas são realizadas. Com base em quatro variáveis, foram apontadas algumas evidências que demonstram este processo em plena configuração, onde conseguiu-se corroborar a verificação de todas as variáveis. Ademais, foram observadas também algumas evidências que não estavam elencadas nas variáveis, e extrapolavam a “moldura” estabelecida para análise.

Durante a sessão, verificou-se a extensão da capacidade de comunicação; a substituição de atividades que antes eram realizadas face a face e o aumento da relevância simbólica dos eventos televisionados; a fusão da realidade social com a realidade da mídia e a virtualização das relações, bem como a adaptação discursiva e comportamental dos atores com a transmissão.

Com efeito, pode-se dizer que a política na era midiaticizada assume algumas características específicas. Em um *àgora* eletrônico que transcende tempo-espaco, observamos a instituição política e suas práticas serem transformadas, e por vezes adquirindo contornos de espetáculo e escárnio social.

Em que pese seja difícil realizar afirmações em relação ao fenômeno de midiaticização, sobretudo no que tange as suas consequências e realizando juízos valorativos, outro aspecto que pode ser observado em relação a transformação da política diz respeito à espetacularização da política. Com base no que foi observado com a pesquisa de estudo de caso, percebeu-se que a midiaticização conduziu, gradativamente, a ‘espetacularização’ da política.

Observou-se que os discursos, posturas, e falas são pensados e direcionados para teletransmissão, onde os deputados demonstram preocupação em **serem vistos** e **de que forma** serão vistos pelos telespectadores, pela mídia e seus próprios colegas políticos. Na era da midiática, vemos uma política ensaiada, articulada e pensada, onde cada espaço, cada microfone, cada plano e cada segundo do *bios* midiático é disputado pelos atores e pelos atores políticos. Os partidos, os atores políticos, e as instituições da sociedade, uma vez inseridos no ambiente midiático, são transfigurados e precisam da transformação para acompanhar os processos midiáticos, dos quais agora eles participam ativamente.

De forma semelhante, os meios passaram a fazer parte do cotidiano da instituição política, ao mesmo tempo em que a política passa a ser uma das instituições mais visadas pelos meios de comunicação. Logo, os próprios meios também precisaram adequar-se a lógica que se opera no ambiente político.

Há por trás disto, uma forma de pensamento sistêmico, uma vez que a relação que é estabelecida entre a mídia, a sociedade e suas instituições é uma relação de simbiose e de mútua influência. Por exemplo, os deputados ao citarem os meios de comunicação durante a sessão estão fundamentando seus discursos com base naquilo que é representado pela mídia.

Considerando que, a midiática enquanto fenômeno traz consigo uma série de processos que se operam em meio a este contingente, onde os dispositivos tecnológicos funcionam como “próteses” que **estendem, substituem, fundem e transformam a realidade social**. Cada um destes quatro processos, tal como se apresentam, parecem ser a continuidade e acentuação imediata do anterior, formando uma espécie de cadeia. Contudo, quando visualizados de ampla, eles conseguem manter no todo um caráter de unidade e integridade.

O fenômeno da midiática, como se viu, é complexo e dinâmico, estando em um constante processo de configuração e reconfiguração. De igual sorte, por tratar-se de um fenômeno atual e em desenvolvimento, embora percebiam-se evidências do processo, as suas consequências poderão ser observadas com maior nitidez à longo prazo, de maneira que ainda não se pode afirmar categoricamente, se estas consequências serão somente negativas, ou positivas. Logo, o presente estudo encerra-se com perspectivas para realização de novas pesquisas e análises, visando aprofundar a temática. Da mesma forma, embora este estudo tenha chegado algumas conclusões, e embora sejam estas um ponto de partida, tais considerações finais são imutáveis, porque o próprio fenômeno não o é.

A mídia é uma das propulsoras das mudanças sociais. Com efeito, a citação que epigrafa este trabalho, - embora o autor não estivesse usando o termo midiática

propriamente - representa esta transformação da sociedade e das relações sociais, das suas instituições, da própria comunicação e da política.

O fenômeno da mediação precisa de meios e dispositivos para acontecer. Em outras palavras, precisa de ferramentas. Vive-se em um novo ambiente midiático que foi construído através de nossas ferramentas. Este é o “*ethos*”, o “*bios* mediado”, um ambiente onde real e virtual encontram o ponto de fusão. Neste ambiente, as práticas, hábitos, comportamentos, assim como as instituições e a própria sociedade são transformadas, porque deixamos que nossas ferramentas conduzissem a transformação.

REFERÊNCIAS

BOBBIO, Norberto. *O futuro da democracia*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

BRANDALISE, Giuliana de Miranda. *O impeachment configurado no sistema Brasileiro: entre seus aspectos políticos e jurídicos*. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Curso de Direito. Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2015. Disponível em: <<http://repositorio.unisc.br/jspui/bitstream/11624/852/1/TC%20II%20-%20Giuliana%20de%20Miranda%20Brandalise.pdf>> Acesso em 26 maio de 2017.

BRASIL. Câmara dos Deputados Federais. *Denúncia por Crime de Responsabilidade nº1 de 2015, volume 1* (DCR Nº1/2015). Apresentação: Hélio Pereira Bicudo, Miguel Reale Junior e Janaina Conceição Paschoal em desfavor de Dilma Rousseff. Recebida em 02 de dezembro de 2015. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2057823>> Acesso em 07 de maio de 2017

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.html> Acesso em: 25 maio 2017

BRASIL. *Lei nº 1.079, De 10 de Abril de 1950*. Lei de Crimes de Responsabilidade. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L1079.htm> Acesso em 31 maio 2017

BULOS, Uadi Lammêgo. *Curso de Direito Constitucional*. 6ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

CÂMARA DOS DEPUTADOS FEDERAIS. *Ata da 91ª Sessão da Câmara dos Deputados, Deliberativa Extraordinária, Vespertina, da 2ª Sessão Legislativa Ordinária, da 55ª Legislatura, em 17 de abril de 2016*. Disponível em: <<http://www.camara.leg.br/internet/plenario/notas/extraord/2016/4/EV1704161400.pdf>> Acesso em 07 de maio de 2017.

CÂMARA, 2016. Regimento Interno da Câmara dos Deputados (2016). Disponível em: <<http://livraria.camara.leg.br/regimento-interno-da-camara-dos-deputados-931.html>> Acesso em 01 junho de 2017.

CAPRA, Fritjof. *O ponto de mutação*. São Paulo: Cultrix, 1982.

FACEBOOK. Movimento Brasil Livre. *Sobre*. Disponível em: <https://www.facebook.com/pg/mblivre/about/?ref=page_internal> Acesso em 26 maio 2017.

FÁVERO, Altair Alberto; GABOARDI, Ediovani Antônio. *Apresentação de trabalhos científicos: normas e orientações práticas*. 4ª ed. rev. e ampl. Passo Fundo: UPF Editora, 2008.

FERNANDES, Carla Montouri; RODRIGUES, Isabel Cristina de Araújo. *A mídia como palanque dos políticos brasileiros: uma análise dos depoimentos dos deputados federais na votação de impeachment da presidente Dilma Rousseff*. São Paulo: Faculdade Cásper Libero, Revista Comunicare, Vol. 16, Ed.nº 2, 2º semestre de 2016. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/03/Artigo5.pdf>> Acesso em 21 de abril de 2016.

GIL, Antônio Carlos. (1946) *Como elaborar projetos de pesquisa*. - 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, Pedro Gilberto. *A filosofia e a ética da comunicação na midiatização da sociedade*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2006.

GOMES, Pedro Gilberto. *Midiatização: um conceito, múltiplas vozes*. Revista FAMECOS. Porto Alegre: v.23, nº2, maio-agosto, 2016.

Disponível em:

<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/22253> > Acesso em 21 de abril de 2016.

GOMES, Wilson. *Transformações da política na Era da Comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.

HABERMAS, Jürgen. *Direito e Democracia: entre facticidade e validade*. Vol. II, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

HABERMAS, Jürgen. *Direito e Democracia: entre facticidade e validade*. Vol. I, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2012.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da Esfera Pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Tradução de Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HJARVARD, Stig. *A midiatização da sociedade e da cultura*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2014.

IANNI, Octavio. *O Príncipe Eletrônico*. Revista Perspectivas, vol.22, São Paulo:

Universidade Estadual Paulista, 1999. Disponível em:

<<http://seer.fclar.unesp.br/perspectivas/article/view/2079>> Acesso em 03 março de 2017.

INTERVOZES. *Ação elaborada por Intervozes e PSOL questiona no STF constitucionalidade do controle de emissoras de rádio e TV por políticos*. Coletivo Brasil de Comunicação Social: 06 de dezembro de 2015. Acesso em: 23 agosto 2016. Disponível em: <<http://intervozes.org.br/acao-elaborada-por-intervozes-e-psol-questiona-no-stf-constitucionalidade-do-controle-de-emissoras-por-politicos/> > Acesso em: 17 setembro 2016.

KLEIN, Otavio José. *A gênese do conceito de dispositivo e sua utilização nos estudos midiáticos*. Revista Estudos em Comunicação nº1, p.215-231, Abril de 2007. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/01/pdfs/klein-otavio-genese-do-conceito-de-dispositivo.pdf>> Acesso em 31 maio 2017.

KLEIN, Otavio José. *A notícia em rede: processos e práticas de produção da notícia em rede regional de televisão*. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo, 2013.

LIMA, Venício A de; LOPES, Cristiano Aguiar. *Coronelismo Eletrônico de novo tipo (1999-2004): as autorizações de emissoras como moeda de barganha política*. São Paulo: Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), 2007. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/download/Coronelismo_eletronico_de_novo_tipo.pdf> Acesso em: 19 outubro 2015.

LIMA, Venício A. de. *Revisitando as sete teses sobre política no Brasil*. Revista Comunicação e Sociedade, ano 30, nº51, p.13-37, jan-jun. 2009.

LIMA, Venício A. de Lima. *As “brechas” legais do coronelismo eletrônico*. Revista Aurora, vol. 1, São Paulo: PUC/SP, 2007. Arquivo PDF disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/viewFile/6344/4652>> Acesso em: 21 maio 2016

LIXA, Ivone Fernandes Morcilo. *Hermenêutica e Direito: uma possibilidade crítica*. Curitiba: Juruá, 2003.

MACHADO, Tariana de Brocardo Machado; CARVALHO, Simone Alves de. *Votação da admissibilidade do impeachment presidencial em 2016: análise de conteúdo das motivações na Câmara dos Deputados*. Trabalho apresentado no XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, (INTERCOM) São Paulo: setembro de 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0139-1.pdf>>

MARINONI, Bruno. *Concentração dos meios de comunicação de massa e o desafio da democratização no país*. Revista Análise, nº13, Fundação Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) Brasil, São Paulo: novembro, 2015. Arquivo PDF disponível em: <<http://intervozes.org.br/wp-content/uploads/2016/02/Projeto-FES-Artigo-concentracao-meio.pdf>> Acesso em: 22 maio 2016

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. (understaing media) Editora Cultrix, Tradução Décio Pignatari, São Paulo 2007. 15ª reimpressão da 1ª edição de 1969.

MORAES, Alexandre de. *Direito Constitucional*. 24ª ed., São Paulo: Atlas, 2009.

MOVIMENTO BRASIL LIVRE. *Parlamentares*. Disponível em:<<https://mbl.org.br/parlamentares/>> Acesso em 26 maio de 2017.

MUNIZ, Sodrê. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

MUNIZ, Sodrê. *Eticidade, campo social e midiaticização*. In: Sociedade Midiaticizada. Dênis de Moraes (org.): Rio de Janeiro, Mauad, 2006.

NUCCI, Guilherme de Souza. *Código de Processo Penal comentado*. 14ª ed. Ver., atual. e ampl. São Paulo: Forense, 2014.

PLENÁRIO, Sessão deliberativa. 17 de Abril de 2016, 14:00. Câmara dos Deputados, Senado Federal. Brasília: 2016. Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=V-u2jD7W3yU>> Acesso em 16 maio de 2017

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela; BASTOS, Marco Toledo. *O Discurso dos #ProtestosBR: análise de conteúdo do Twitter*. São Paulo: Revista Galaxia Online, n. 28, p. 199-216, dez. 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gal/v14n28/v14n28a17.pdf>> Acesso em: 26 maio 2017.

SCHULZ, Winfred. *Reconstructing Mediatization as an analytical concept*. European Journal of Communication: março 2004; 19; 87. Disponível em : <<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0267323104040696>> Acesso em 21 abril de 2016.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Trad. Daniel Grassi- 2.ed.- Porto Alegre: Bookman, 2001. Disponível em: <<http://www.fkb.br/biblioteca/livrosadm/Estudo%20de%20Caso%20Planejamento%20e%20M%20-%20Robert%20K.%20Yin.pdf>> Acesso em 06 de maio de 2017.

ANEXOS

ANEXO 1 – *Printscreens* da transmissão utilizados na variável nº1ANEXO 2 – *Printscreens* da transmissão utilizados na variável nº2



ANEXO 3 – *Printscreens* da transmissão utilizados na variável nº3



ANEXO 4– *Printscreens* da transmissão utilizados na variável nº4







ANEXO 5 – *Printscreens* da transmissão utilizados em “Outras evidências do processo de midiática observado na sessão deliberativa”



