

---

## **A Construção da Imagem Pública e o Discurso Jornalístico de G1 e Folha de S. Paulo Sobre o Pronunciamento Oficial de Michel Temer Nos Dois Anos de Governo<sup>1</sup>**

Liziane Nathália VICENZI<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

**RESUMO:** O trabalho tem como objetivo analisar o tratamento do discurso jornalístico dos portais G1 e Folha de S. Paulo sobre o pronunciamento oficial do presidente da República Michel Temer “Maio/2016 – Maio 2018: o Brasil voltou”, que marcou os dois anos de governo Temer. O aporte teórico-metodológico está fundamentado no conceito de imagem pública e na análise de discurso (AD) de linha francesa de uma matéria de cada portal. Busca-se observar como a prática do jornalismo dos portais avaliou o desempenho de Temer na função presidencial e, conforme a análise, colaborou para construir uma imagem pública positiva do presidente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo; Discurso Jornalístico; Imagem Pública; Michel Temer; Presidente da República.

### **Introdução**

É imprescindível compreender que as palavras são ditas carregadas de intencionalidades e especialmente aquelas pronunciadas no campo político incitam peculiaridades que envolvem aspectos que permeiam a disputa pelo poder. Os discursos proferidos pelos agentes políticos são transformados e interpelados conforme a influência de diversos fatores, entre eles quem é a audiência, a atuação da mídia, as pesquisas de opinião, entre outros. Na perspectiva de Maingueneau (2004), é fundamental compreender que um discurso sempre está interligado a um contexto e a outros discursos, ou seja, cada discurso é constituído de interdiscursos que carregam intencionalidades e a completa ausência de neutralidade.

Observa-se que historicamente os discursos políticos pautaram os noticiários. Quando são polêmicos, ultrapassam a barreira nacional e atingem a pauta diária internacional. Os discursos políticos, especialmente aqueles de lideranças com projeção nacional como de um presidente, reverberam junto à população.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, bolsista Capes. E-mail: [lizivicenzi@gmail.com](mailto:lizivicenzi@gmail.com)

---

O que é dito pelos agentes políticos interfere diretamente na construção de suas imagens públicas. O conceito conta com uma reflexão de Weber (2009), que o interpreta como uma avaliação do público – consumidor de ideias e de discursos – que terá diferentes percepções sobre determinados agentes. A construção da imagem pública receberá significativa influência da mídia, que pode auxiliar ou contrapor os agentes e, com isso, ser determinante na interpretação positiva ou negativa daqueles que coloca em evidência no cenário da visibilidade pública.

Nesta correlação de discursos e imagem pública, este artigo busca refletir sobre o tratamento do discurso jornalístico dos portais G1 e Folha de S. Paulo sobre o pronunciamento oficial<sup>3</sup> do presidente Michel Temer: “Maio/2016 – Maio 2018: O Brasil voltou”, pronunciamento que marcou os dois anos de mandato como presidente do país. A perspectiva teórico-metodológica que embasa o artigo consiste na Análise de Discurso (AD), nos autores Michel Pêcheux (1995), Patrick Charaudeau (2016) e Dominique Maingueneau (2004). A escola francesa busca a interdisciplinaridade e capacidade de omitir a neutralidade do processo analítico. Para o exercício de análise foram selecionadas duas matérias jornalísticas, uma de cada veículo on-line. A primeira de cada um deles postada logo após o evento que marcou os dois anos de governo e que tratava especificamente da cobertura jornalística acerca do pronunciamento oficial de Michel Temer.

Com base nessa análise, o objetivo do artigo é compreender como o jornalismo brasileiro, aqui representado por matérias produzidas pelos portais G1 e Folha de S. Paulo interpreta o pronunciamento oficial do presidente. Busca-se observar como os portais avaliam o desempenho de Temer na função presidencial e a imagem pública dele no contexto desse acontecimento/situação. No primeiro caso, busca-se identificar o modo como o discurso jornalístico dos veículos de comunicação analisados avalia a performance de Temer no papel de presidente. Já na dimensão de análise da imagem pública, parte-se do modo como o discurso das mídias jornalísticas contribui para a construção da imagem pública de Temer no cargo presidencial, apreendendo elementos que ganham saliências na construção ou reafirmação de certa imagem pública do presidente. Este artigo inicia com a contextualização sobre as relações e disputas entre a

---

<sup>3</sup>Pronunciamento oficial disponível em: <<http://www2.planalto.gov.br/acompanhe-planalto/discursos/discursos-do-presidente-da-republica/discorso-do-presidente-da-republica-michel-temer-durante-evento-maio-2016-2013-maio-2018-o-brasil-voltou>> Acesso em 24 jun. 2018.

---

mídia e os agentes políticos na construção da imagem pública. Na sequência apresenta-se a análise do pronunciamento oficial do presidente a partir do discurso jornalístico, seguida das considerações finais.

### **1. Construção da imagem pública pela mídia e agentes políticos no cenário de visibilidade pública**

Atuante como uma das protagonistas no cenário contemporâneo da visibilidade pública, a mídia, em especial a mídia jornalística, pode colaborar de forma determinante para a construção da imagem dos agentes políticos a partir dos discursos proferidos por eles, além de contribuir para uma percepção positiva ou negativa a respeito deles. Na perspectiva de Gomes (2004) o agente político por meio de suas ações de comunicação estratégica, começa a motivar no público uma determinada imagem pública, que é a maneira como ele é percebido pelas pessoas em um processo que está intrínseco à cobertura midiática. “A configuração da imagem ideal depende, em grande parte, de fatores ligados a contextos discursivos midiáticos” (GOMES, 2004, p. 281). De acordo com o autor, o fenômeno da imagem pública iniciou a partir do advento de sociedades democráticas e a exigência da esfera pública, modelos das sociedades de massa e o predomínio da comunicação de massa (GOMES, 2004). A partir disso, a preocupação com a imagem na política deixou de ser acessória para ser um fenômeno decisivo, que se reconhece a partir das mensagens, ações e apresentação.

De acordo com Gomes (2004), a sociedade é composta pela esfera civil integrada por aqueles que detêm direitos e deveres e a esfera da decisão política, composta por aqueles que conduzem o Estado. Na esfera da decisão política, na qual estão os agentes políticos, Gomes destaca a necessidade de a visibilidade estar sobre o que é vantajoso. A produção da imagem pública perpassa essas disputas de visibilidade entre o mundo político e o midiático. “[...] Um ator político jamais trabalha sozinho a recepção. Há de disputar esta batalha pela colonização do imaginário com os seus adversários do mundo político e com os diversos agentes do mundo da comunicação” (GOMES, 2004, p. 290). Segundo o autor, existe uma competição entre os agentes do campo político e os agentes do campo jornalístico na qual os jornalistas possuem vantagem por controlarem a esfera de visibilidade pública. Essa exigência, atrelada ao consumo das imagens públicas e a disputa da imposição de imagens norteou toda a

---

estratégia da política contemporânea e tornou fundamental para o universo político a compreensão de como a imprensa opera na cobertura política (GOMES, 2004).

Segundo Gomes (2004), a imposição da imagem é uma condição de luta constante, que exige dos agentes políticos a urgência de serem confiáveis e demonstrarem credibilidade. Essa disputa abarca diversos atores que são afetados pelas negociações partidárias, pelos arranjos políticos, pesquisas de opinião e índices de popularidade. “Disputam-se audiência, atenção, interesse e predileção do público, disputa-se o tempo livre do cidadão disputam-se a memória e a preferência do consumidor” (GOMES, 2004, p. 243-244).

Na perspectiva do autor, existe um papel fundamental para o jornalismo que é o de aferir a ligação entre imagem estabelecida e as atitudes reais demonstradas pelos agentes políticos. “Vemos os próprios jornalistas exigirem de um ator político com imagem pública positiva que haja coerência entre imagem consolidada e atitudes que vieram a público recentemente” (GOMES, 2004, p. 240). Gomes considera que a política, portanto, ganha dimensões únicas a partir do crescimento da comunicação de massa e da política midiática. “Se a visibilidade é um meio, a popularidade e a impopularidade são o objeto de desejo ou temos dos agentes do campo político em tempo de eleição interminável” (GOMES, 2004, p. 122).

Referência na área de estudos sobre agentes políticos e a mídia, Maria Helena Weber (2009) define imagem pública como “o resultado de disputas simbólicas exibidas ao imaginário coletivo em busca de respostas” (WEBER, 2009, p.12). Segundo Weber, a construção da imagem pública é um processo contínuo, com alternância de informações e que necessita ser aferido de forma recorrente. Sobre essa questão, a autora entende que existe um poder de intervenção da mídia que também perpassa as negociações editoriais e demais interesses do jornalismo e, no cenário contemporâneo, a participação do público receptor nas redes digitais.

Conforme Weber, os agentes políticos estão imersos em um estado de representação submetidos ao público - o consumidor de ideias e de discursos - que será o responsável em avaliar e garantir a efemeridade das percepções positivas ou negativas da imagem pública. Segundo a autora, no cenário de visibilidade pública existe uma linha tênue sobre o que é real do que é criado e muitas vezes as visualizações – o parecer ser real – vale tanto quanto as ações concretas. “É possível entender a força da

---

imagem pública que é o somatório de exercícios de aparência, representações, fé e um carisma mediatizado a partir de jogos de poder entre visibilidade e credibilidade” (WEBER, 2009, p. 16). Weber expõe que a imagem pública converte-se em uma ação política reinterpretada no campo da mídia e que será construída por meio das pesquisas de opinião, fatores pertinentes para o exercício de uma representação pública bem construída. Para isso é necessário aos agentes políticos estratégias para garantia de visibilidade pública, que extrapolem os discursos políticos nas tribunas e os arranjos partidários, mas que visem o contato direto com o público (WEBER, 2009). A imagem pública, nesta perspectiva, pode ser positiva e melhor explorada para quem detiver poder financeiro, político e midiático (WEBER, 2004).

De acordo com o entendimento da autora, os veículos de comunicação trabalham com o reforço de alguns temas no debate público. Esse trabalho pode favorecer a exposição da imagem pública, porque conforme o interesse do indivíduo por determinados temas, ele ampliará a rede de informações e a possibilidade da formação crítica da imagem pública de instituições e sujeitos (WEBER, 2004). Para a pesquisadora, portanto, torna-se cada vez mais necessária a presença de boas assessorias de imprensa e profissionais que garantam qualidade na maneira como a imagem pública dos atores políticos será refletida na sociedade e nos ambientes de visibilidade pública (WEBER, 2009).

Conforme Lima e Simões (2017), a imagem pública é “[...] constituída a partir de um conjunto de representações que emergem em diferentes discursos – incluindo os midiáticos” (LIMA; SIMÕES, 2017, p. 2). Ou seja, para as autoras, a mídia atua como construtora de redes de sentido que vão ajudar a construir e consolidar a imagem pública dos sujeitos. O conceito de imagem pública é embasado a partir do universo das representações, no qual a mídia possui alcance. A representação pode ser entendida nos sentidos de performance e universo simbólico, que integram os papéis encenados e desempenhados por cada um na sociedade e nos diferentes lugares ocupados, ou seja, o lugar de onde fala implica na mudança de discursos, por exemplo, papéis de presidente, de professor, mãe, aluno (LIMA; SIMÕES, 2017). No entendimento de Lima e Simões (2017) a imagem pública é constituída também das regularidades, do que se repete nas ações e discursos, de um conjunto de atitudes do sujeito intrínsecas com o contexto e as circunstâncias que envolvem a vida dos agentes políticos. Segundo as autoras, a

construção da imagem pública perpassa vários mecanismos e está sempre em transformação, ou seja, não é fechada ou limitada. A constituição dessa imagem inclui elementos caracterizadores como discursos, ações e opiniões públicas que norteiam a disputa da imagem ideal que almejam projetar no cenário de visibilidade pública.

## **2. Imagem Pública e desempenho presidencial de Michel Temer a partir do discurso jornalístico de *G1* e *Folha de S. Paulo***

No dia 12 de maio de 2018, o governo do presidente Michel Temer completou dois anos desde que ele assumiu interinamente a presidência após o afastamento da ex-presidente Dilma Rousseff<sup>4</sup>. Para marcar os dois anos de mandato, o presidente realizou pronunciamento oficial no Palácio do Planalto no dia 15 de maio de 2018, discurso intitulado: “Maio/2016 – Maio 2018: O Brasil voltou”. Temer apresentou o pronunciamento oficial<sup>5</sup> como sendo um relato de “tudo o que foi feito ao longo dos dois anos de governo” e destacou o lema “Ordem e Progresso” e o documento “Ponte para o Futuro” como sendo os mapas que guiaram a administração de Temer.

Para fins de análise, foi selecionada a primeira matéria publicada nos portais G1 e Folha de S. Paulo sobre o pronunciamento oficial do presidente Michel Temer. O G1 iniciou a matéria com destaque para as ações que o presidente referenciou no discurso e uma frase de efeito pronunciada por Temer. “Em um discurso no Palácio do Planalto nesta terça-feira (15) para fazer um balanço dos dois anos de sua gestão, o presidente Michel Temer listou as ações tomadas pelo governo no período e disse que ‘tirou o Brasil do vermelho’” (G1, 2018).

### **Em balanço de 2 anos, Temer lista ações do governo e diz que tirou o Brasil 'do vermelho'**

Presidente disse que se sente 'responsável' por escolhas que tomou, 'sempre pensando em um Brasil maior'. Ele ainda disse que reforma da Previdência não saiu da pauta do país.

4 Michel Temer assumiu em definitivo a Presidência da República no dia 31 de agosto de 2016, quando o Senado Federal aprovou o processo de *impeachment* da então presidente Dilma Rousseff. Michel Temer já havia sido presidente em exercício por 111 dias, de 12 de maio 2016 até 31 de agosto de 2016, em decorrência do afastamento da então presidente para o julgamento do processo de *impeachment*. Foi eleito vice-presidente em 2010 e reeleito, em 2014, juntamente com Dilma. Temer segue na presidência do país até 31 de dezembro de 2018.

<sup>5</sup> Pronunciamento oficial disponível em: <<http://www2.planalto.gov.br/acompanhe-planalto/discursos/discursos-do-presidente-da-republica/discurso-do-presidente-da-republica-michel-temer-durante-evento-maio-2016-2013-maio-2018-o-brasil-voltou>> Acesso em 5 jun. 2018.

---

Título da notícia publicada no portal G1<sup>6</sup> no dia 15 de maio de 2018.

O G1 contextualizou na matéria o modo como o presidente assumiu o cargo, mencionando o afastamento da ex-presidente Dilma Rousseff (PT), em razão do processo de impeachment. O portal também mencionou a cartilha distribuída no evento que abordou ações do governo e foi intitulada “Avançamos – 2 anos de vitórias na vida de cada brasileiro”. Especificamente sobre o pronunciamento oficial do presidente, a matéria evidenciou pontos do discurso que trataram da: diminuição da inflação, melhora nos resultados da Petrobras, união política, reforma da previdência, segurança pública, geração de empregos e crises. Acerca da inflação e da Petrobras o portal reproduziu a fala de Temer:

[...] “Nós somos responsáveis e orgulhosos por, repito, tirar o país da maior recessão da sua história. Por assumir um governo com inflação acima dos 10% e colocá-la perto dos 3% [...] Todos nós fomos responsáveis por tirar o Brasil do vermelho e colocar o país no rumo certo”, completou Temer. Além da redução nos juros e na inflação, o presidente citou dados como os recordes na balança comercial em 2016 e 2017 e a melhora nos resultados da Petrobras. “Salvar a vida da maior empresa de petróleo do país é um privilégio. Nós salvamos a Petrobras. Recebi a companhia em colapso. Hoje, é com muita alegria que nós podemos anunciar que a Petrobras está recuperada. A empresa acaba de obter quase R\$ 7 bilhões de lucro no primeiro trimestre deste ano”, disse o presidente (G1, 2018).

O portal citou a fala do presidente, mas não questionou nenhuma das avaliações feitas por Temer. Especialmente quando se referiu à Petrobras, o portal não fez nenhuma menção se isso realmente aconteceu e quais medidas foram tomadas pelo presidente para efetivar essa ação. O pronunciamento de Temer contou com dizeres de ter “salvo” a Petrobras e de ter recebido a companhia em “colapso”.

O G1 não questionou a veracidade da informação e não fez comparativos com a atuação do governo de Dilma Rousseff, por exemplo. Como não foram realizados questionamentos acerca da informação, entende-se que o portal concordou com a afirmação e com a posição de “herói” - uma autopromoção na qual o presidente busca fazer de si mesmo, projetando uma imagem de líder de uma equipe que “salvou” a maior empresa de petróleo do país em meio a um contexto de crise. Essa afirmação de

---

<sup>6</sup>Matéria escrita por Guilherme Mazui, Roniara Castilhos e Yvna Souza, G1 e TV Globo, Brasília postada no dia 15 de maio de 2018 às 15h58, atualizada no mesmo dia às 21h29. Acesso em 13 jun. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/temer-balanco-2-anos-governo.ghtml>>.

---

Temer seria contrariada poucos dias depois pelo próprio portal G1<sup>7</sup>, após a deflagração da greve dos caminhoneiros que gerou uma perda de R\$ 126 bilhões em valor de mercado para Petrobras, além do pedido de demissão do presidente da estatal, Pedro Parente. Os petroleiros também entraram em greve na busca por mudanças na política de preços dos combustíveis e pelo afastamento do presidente da Petrobras<sup>8</sup>. Ou seja, o contexto posterior da greve dos caminhoneiros expôs a contradição ou mesmo a falácia do discurso presidencial.

Além de abordar a fala de Temer sobre a Petrobras, o portal expôs na matéria que no discurso presidencial Temer pediu união por parte das tendências políticas após o período de eleições neste ano. O parágrafo citou uma sequência de três frases do presidente em que a união é o elemento central. “[...] Temer pediu que as diversas tendências políticas se unam após as eleições deste ano em torno de um bem comum. Posiciona-se como alguém que sempre trabalhou pela pacificação das várias correntes existentes no país” (G1, 2018). Dessa maneira, o G1 apenas registra uma fala do presidente na qual ele pode ser interpretado como pacificador, preocupado com o bem-comum das pessoas, responsável e focado nos interesses do Brasil e não em interesses próprios ou político-partidários.

Segundo Orlandi (2007), o contexto do “não dito”. “[...] Quando se diz ‘X’, o não dito ‘Y’, permanece como uma relação de sentido que informa o dizer de ‘X’” (ORLANDI, 2002, p. 82). Ou seja, as pessoas escolhem palavras em detrimento de outras, e ao efetivar essa escolha demonstram uma ideologia que está implícita, mas que interferiu neste processo de optar por determinada palavra, construir uma frase, etc. (ORLANDI, 2002). Mesmo que Temer não diga que é um pacificador, entendemos que as palavras utilizadas por ele demonstram que busca evidenciar essa imagem. O portal, ao mencionar as falas e não contrapor o pedido de pacificação de Temer deixa inclusive de questionar sobre esse “pedido de união das tendências políticas”, isto mesmo após Temer lançar o nome do ex-ministro da Fazenda, Henrique Meirelles como candidato à presidência<sup>9</sup> pelo MDB, o que evidencia que o presidente também atua em função de

---

<sup>7</sup>Matéria disponível em: < <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2018/05/com-greve-petrobras-perde-r-126-bilhoes-em-valor-de-mercado.html>> Acesso em 24 jun. 2018.

<sup>8</sup>Matéria disponível em: < <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2018/05/petroleiros-encerram-greve-iniciada-na-quarta-30-em-varios-estados.html>> Acesso em 24 jun. 2018.

<sup>9</sup>Matéria disponível em: < <https://g1.globo.com/politica/noticia/em-evento-do-mdb-temer-diz-a-meirelles-chamamos-voce-para-ser-presidente-brasil.ghml>> Acesso em 24 de jun. 2018.<sup>9</sup>

---

interesses partidários, e não supostamente apenas pelo bem comum conforme a imagem que tenta projetar de si mesmo.

O G1 prosseguiu a matéria narrando que [...] “Temer defendeu as reformas feitas pelo governo, como a trabalhista, a do ensino médio e a emenda constitucional que estabeleceu o teto de gastos públicos” (G1, 2018). Não foram inseridos hiperlinks ou mais explicações detalhadas sobre as reformas.

Acerca da segurança pública, o portal destacou a fala de Temer segundo a qual “[...] após a intervenção, houve redução de homicídios e roubos de cargas, por exemplo. Contudo, ele não citou números para detalhar a situação” (G1, 2018). O portal não realizou uma investigação para comprovar os números, somente mencionou que “Temer não citou números”. Entende-se que seria função do veículo de comunicação checar as ações do governo na área, entre as quais, os impactos da intervenção militar no Rio de Janeiro. No entanto, apenas é reproduzida a fala do presidente sem maiores objeções. De acordo com Charaudeau (2008), as palavras não são pronunciadas de forma arbitrária, mas fazem parte da construção social de quem as fala, depende da posição de quem as diz - se é um professor, ou se é um aluno, por exemplo. A interdiscursividade revela que o que o sujeito diz está ligado a muitos outros discursos, especialmente no caso de atores políticos que utilizam dessa ferramenta seguidamente. Nesse sentido, o discurso político também apresenta um caráter essencialmente persuasivo, mas que deveria incitar a criticidade por parte do jornalismo, o que não aconteceu no caso aqui analisado. O portal também salientou a fala de Temer sobre o aumento do número de empregos:

O presidente destacou que a população ocupada no trimestre entre outubro e dezembro de 2017 ficou em 92 milhões de brasileiros, um aumento de 1,8 milhão de pessoas (comparação com o mesmo trimestre de 2016, segundo IBGE). Temer não citou, contudo, que no trimestre encerrado em março deste ano, segundo o IBGE, a população ocupada no país ficou em 90,6 milhões, queda de 1,7% em relação ao trimestre encerrado em dezembro (92,1 milhões). Segundo o instituto, o número de ocupados é o menor desde julho, quando também ficou em 90,6 milhões (G1, 2018).

O desemprego é um dos temas em que o G1 contrapôs o pronunciamento do presidente. No entanto, nenhuma outra fonte, além do IBGE, é consultada para a matéria, que também não recebe um aprofundamento sobre a situação do desemprego, um ponto que poderia ser explorado de forma intensa pelo portal. É interessante

---

mencionar também que o portal segue a mesma linha do discurso presidencial de Temer ao utilizar a palavra “ocupados” e ressalta que o “número de ocupados é o menor desde julho” quando poderia simplesmente dizer que o desemprego aumentou. Conforme o G1, o pronunciamento de Temer não contemplou falas sobre a Operação Lava Jato (que foi mencionada no discurso da posse em maio de 2016), e nem sobre as duas denúncias contra Temer em 2017, que foram barradas pela Câmara dos Deputados.

A partir de delações, Temer foi denunciado duas vezes em 2017 pela Procuradoria Geral da República. A Câmara dos Deputados barrou o prosseguimento das duas acusações no Supremo Tribunal Federal. O presidente também é alvo de dois inquéritos que tramitam no STF, que apuram suposto recebimento de propina na edição de um decreto na área de portos e em contratos da Secretaria de Aviação Civil. Em discursos e entrevistas, Temer vem negando que tenha cometido irregularidades (G1, 2017).

Novamente, o portal não consultou fontes externas para questionar o discurso do presidente. A matéria conta com poucas problematizações sendo que o presidente expôs várias das ações realizadas nas quais enalteceu todos os fatos que considerou positivos. Porém, nem mesmo no caso da ausência de argumentos sobre as denúncias, por parte de Temer - o que era esperado visto que o pronunciamento tem a intenção de promover aspectos positivos de sua gestão e apresentar as realizações do governo. O portal não aprofundou o contexto das denúncias e nem a repercussão midiática que aconteceu no período.

A análise do modo como o discurso jornalístico do G1 tratou o pronunciamento dos dois anos da gestão de Temer permite evidenciar elementos que caracterizaram, de forma geral, o presidente como herói e pacificador. No que se refere ao desempenho/performance do presidente à frente do cargo presidencial, destaca-se a ênfase do discurso jornalístico em um desempenho positivo do presidente já que a abordagem acerca das denúncias não é evidenciada e nem aprofunda os dados expostos pelo presidente. O mesmo acontece em relação à Petrobras, na medida em que não problematiza – nem discorda – das ações do governo na Estatal e nem relembra o fato de que muitas das denúncias de corrupção relativas à estatal envolveram aliados de Temer e do MDB.

O discurso do G1 avalia a performance presidencial tomando como certas as informações expostas por Temer. Por não contrariar, não buscar fontes externas ou não problematizar o conteúdo do discurso presidencial, colabora para projetar uma imagem

pública positiva de Michel Temer. Conforme Charaudeau “[...] o político encontra-se sempre tomado por uma dramaturgia que o obriga a construir para si um personagem, certa figura que vale como imagem de si e que faz com que a construção do ethos tenha características próprias” (CHARAUDEAU, 2008, p. 85). Ou seja, Temer construiu uma imagem de si de herói e pacificador e o G1 apenas “aceitou” esses elementos contribuindo para a projeção dessa imagem pública positiva.

Já a matéria da Folha de S. Paulo começou com destaque para a ausência de lideranças e menção de comemoração aos dois anos: “Com ausências de lideranças do Congresso e de representantes de partidos aliados, o presidente Michel Temer promoveu evento nesta terça-feira (15) em comemoração aos seus dois anos à frente do Palácio do Planalto” (FOLHA DE S. PAULO, 2018). Desde o início, o jornal já busca enfatizar a ideia de um Temer solitário, isolado, que não está sendo prestigiado por outras lideranças políticas como os presidentes da Câmara e do Senado.

MICHEL TEMER

## Sem Maia e Eunício, Temer faz evento para comemorar dois anos de governo

Ele elogiou a melhora de indicadores econômicos, exaltou programas sociais e defendeu a aproximação entre os Poderes

Título da notícia publicada no portal Folha de S. Paulo<sup>10</sup> no dia 15 de maio de 2018.

A matéria iniciou com a menção à fala de Temer sobre tirar o país do “vermelho” e colocar no “rumo certo” por meio de números citados pelo presidente. Em seguida, a matéria abordou, da mesma maneira que foi feita no portal G1 sobre o “pedido” do presidente por pacificação nas correntes políticas.

[...] Em menção rápida ao clima de acirramento político, Temer encerrou dizendo que tem como objetivo promover a pacificação na política. “Espero que logo depois das eleições as pessoas possam pensar nos problemas do país e não em quem ganhou ou perdeu eleição”. O emedebista disse que “brasileiros não podem ficar contra brasileiros” e defendeu a Constituição. “Quem tem autoridade no país é a lei. Nós somos autoridades constituídas”. (FOLHA DE S. PAULO, 2018).

---

10 Matéria escrita por Talita Fernandes, Gustavo Uribe e Maeli Prado. Postada no dia 15 de maio de 2018 às 16h50. Acesso em 13 de jun. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/05/sem-maia-e-eunicio-temer-faz-evento-para-comemorar-dois-anos-de-governo.shtml?loggedpaywall>>.

---

Assim como foi abordado na matéria do G1, a Folha trouxe essa fala do pronunciamento oficial que revelou um presidente que se considera pacificador, que luta para a promoção da paz no cenário político do Brasil. A fala de Temer afirmando que os “brasileiros não podem ficar contra brasileiros” evidencia um presidente que estimula a ausência do debate, e o que ele considera como pacificador, que é a ausência de reclamações e deliberações no cenário político-eleitoral.

A Folha também destacou na matéria que os ministros presentes no evento demonstraram sinais de falta de interesse no pronunciamento oficial do presidente, fator não comentado no G1. “[...] Além de engatarem conversas paralelas, mexiam nos celulares e faziam desenhos em blocos distribuídos para que anotassem trechos da fala presidencial” (FOLHA DE S. PAULO, 2018). Quando a Folha aborda essa situação, é possível interpretar uma imagem do portal que posiciona Temer como um presidente cujo pronunciamento não desperta o menor interesse de seus próprios ministros.

O portal também abordou sobre os convidados e os ausentes no evento e salientou acordos políticos e rupturas políticas com o governo. “[...] Com a estratégia de se desvincular de Temer, cuja rejeição chega a 70%, o presidente da Câmara dos Deputados, Rodrigo Maia (DEM-RJ), não incluiu o compromisso em sua agenda oficial e não compareceu” (FOLHA DE S. PAULO, 2018). Interessante destacar que a Folha online menciona que o presidente possui essa taxa de rejeição através de hiperlink para matéria que detalha o desempenho do presidente.

Outra diferença de abordagem entre os dois portais, é que a Folha destacou sobre o cenário do evento, a reação das pessoas presentes e inclusive a decoração e as comparações com o evento realizado em 2017. “[...] Assim como fez em 2017, ele disse que o evento não foi feito para comemorar, mas sim para prestar contas” (FOLHA DE S. PAULO, 2018). Ao reproduzir essa fala presidencial, o portal apresenta um presidente responsável que “não perde tempo comemorando”, embora em muitos trechos do discurso Temer mencionou estar comemorando conquistas e vitórias. Ou seja, o presidente está reforçando uma autoimagem de quem não perde tempo para comemorar e o portal ainda retoma que Temer pronunciou a mesma frase em 2017, o que evidencia ainda mais a ideia de um presidente que desempenha o seu papel de forma responsável. Esse é o objetivo do agente político, de acordo com Charaudeau (2008), que entende como uma estratégia mostrar-se verdadeiro, parecer ser verdadeiro.

---

“[...] O desafio dessa situação é transmitir uma informação clara, não truncada e, sobretudo, aceita como tal por um público que espera que o acontecimento reportado seja autêntico e que a explicação dada seja honesta” (CHARAUDEAU, 2008, p. 119). Ao retomar a frase do presidente dita em 2017, o portal concorda com a afirmação e não apresenta pontos contrários, favorecendo, novamente a construção de imagem pública de um gestor público responsável na performance de seu papel como presidente da república.

A Folha de S. Paulo on-line também salientou o slogan “O Brasil voltou, 20 anos em 2”, um interdiscurso no qual fez referência ao governo do ex-presidente Juscelino Kubitschek, ou seja, promovendo uma leitura do governo Temer também como desenvolvimentista. “[...] O slogan que falava em 20 anos em 2 era uma referência ao programa de governo do ex-presidente Juscelino Kubitschek –50 anos em 5– que propunha uma política de governo desenvolvimentista” (FOLHA DE S. PAULO, 2018). A matéria é finalizada com a descrição da distribuição de uma cartilha com um balanço da gestão do MDB, que segundo a Folha possui 32 páginas nas quais são apresentados parcialmente dados oficiais. “[...] O documento de 32 páginas apresentou parcialmente dados oficiais, mas ignora os escândalos de corrupção que envolvem o emedebista e aliados” (FOLHA DE S. PAULO, 2018).

Assim, o discurso jornalístico da Folha de S. Paulo sobre o pronunciamento dos dois anos da gestão de Temer revelou uma abordagem que enalteceu aspectos de um presidente e governo responsável e desenvolvimentista. É possível perceber, assim como no portal G1 que a performance presidencial é avaliada positivamente, principalmente porque não há consulta a fontes externas e nem problematizações no discurso no presidente. Esses fatores colaboram para reforçar uma imagem pública positiva do presidente na qual Temer é visto como pacificador e gestor responsável. Por outro lado, a Folha enfatiza também aspectos negativos relacionados a Temer como a relação com escândalos de corrupção, o desinteresse que desperta em seus próprios ministros, a falta de apoio de outras lideranças políticas e a baixa popularidade. A Folha, portanto, traz elementos que tornam bem mais complexa as facetas da imagem pública projetada para o presidente, embora em um sentido de vitimização.

### **Considerações finais**

Procuramos, ao longo desse artigo compreender como se deu o tratamento do discurso jornalístico dos portais G1 e Folha de S. Paulo sobre o pronunciamento oficial do presidente da República Michel Temer que marcou os dois anos de mandato. Também analisamos como os portais avaliaram o desempenho de Temer na função presidencial para, a partir daí, apreender elementos que ganharam saliências e colaboraram na construção de certa imagem pública do presidente.

Com base no corpus selecionado não se pode aferir que os portais realizaram coberturas jornalísticas parecidas em todas as demais matérias. Entretanto, pode-se interpretar que essas notícias tornaram-se um meio de fortalecimento para uma imagem pública positiva do presidente Michel Temer, principalmente no portal G1. A propagação por parte do discurso jornalístico, da autopromoção de Temer revelou um presidente herói e pacificador na abordagem do G1. Já no portal Folha de S. Paulo, a abordagem também evidenciou aspectos em que o presidente destacou o governo como responsável e desenvolvimentista. Porém, na Folha destacam-se outros elementos para compor a imagem de Temer: um presidente envolvido em escândalos políticos, com baixa popularidade, cujos aliados o evitam e os ministros não lhe prestam atenção.

Na perspectiva de Gomes (2004), a construção da imagem pública permeia um campo de disputa entre os agentes políticos e a mídia, sendo que se espera muito mais do jornalismo um papel crítico e questionador. O autor ressalta também que os cidadãos não são meramente uma plateia, mas que são afetados pelos acontecimentos e discursos da esfera política. Entendemos com isso que a descrição do pronunciamento e a simples reprodução das falas do presidente faz com que o público receba o mesmo discurso duas vezes, corroborando para fortalecer os aspectos positivos que o presidente procurou evidenciar. A presença de boas assessorias, apontada por Weber (2004) também demonstra o quanto a imagem pública positiva é vital para o mundo político e para as negociações e arranjos partidários. Lima e Simões (2017) definem o quanto a imagem pública se transforma, é aberta, contextual e relacional.

A partir da reflexão desses pesquisadores e da análise proposta, consideramos que a imagem pública é construída constantemente e que a mídia tem o poder de reafirmá-la e questioná-la. Porém, a mídia não atua sozinha nesse processo. O público, as pesquisas de opinião, as próprias assessorias de imprensa atuam no processo de

---

reforçar, criticar ou estabelecer determinadas imagens públicas. Não se dispensa o compromisso do público de ser um verificador entre as convergências ou desequilíbrios da identidade e imagem pública dos agentes políticos, mas ressalta-se a necessidade de evidenciar as responsabilidades do jornalismo nesse processo.

## Referências

CHARAUDEAU, Patrick. **A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas**. Tradução de Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2016.

\_\_\_\_\_. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2008.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. 3. ed. São Paulo: Paulus, 2004.

LIMA, Laura; SIMÕES, Paula Guimarães. **A construção da imagem pública de Dilma Rousseff durante o impeachment: uma análise preliminar**. In: 41º Encontro Anual da Anpocs, Trabalho apresentado ao GT 17 Mídias, política e eleições, no 41º Encontro Anual da Anpocs, Caxambu/MG, 2017. Disponível em: <<https://www.anpocs.com/index.php/papers-40-encontro-2/gt-30/gt17-21/10759-a-construcao-da-imagem-publica-de-dilma-rousseff-durante-o-impeachment-uma-analise-preliminar/file>> Acesso em 18 jun. 2018.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2004.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 4ª. ed. Campinas, SP: Pontes, 2002.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 2. ed. Campinas: FUCAMP - Fundação de Desenvolvimento da UNICAMP, 1995.

WEBER, Maria Helena. O estatuto da Imagem Pública na disputa política. **ECO-Pós**. Rio de Janeiro, n.3, set/dez 2009. Disponível em: <[https://revistas.ufrj.br/index.php/eco\\_pos/article/view/929](https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/929)>. Acesso em 10 jun. 2018.