



**O PROCESSO DE IMPEACHMENT E SUA RELAÇÃO COM A MÍDIA E AS REDES
SOCIAIS**

**THE IMPEACHMENT PROCESS AND ITS RELATIONSHIP WITH THE MEDIA
AND SOCIAL NETWORKS**

Marília Tatsch Peranson¹
Caroline Albiere Porto²
Candisse Schirmer³

RESUMO

O presente trabalho apresenta como ponto central o processo de *impeachment* e, a partir do mesmo, busca-se demonstrar o quanto os meios de comunicação (rádio, televisão, redes sociais, etc) influenciam na formação de opiniões da sociedade. Assim, a fim de atingir tal objetivo, almeja-se apresentar inicialmente no que realmente consiste o processo de *impeachment*. A problemática estabelecida se dá em torno da influência (negativa ou positiva) que os mecanismos de informação exercem sobre a formação de opiniões dos brasileiros. Dessarte, o objetivo principal dessa análise é apresentar o conceito e a previsão legal do impeachment para melhor compreensão acerca do mesmo e, em seguida, expor o quanto e como os meios de comunicação influenciam na formação da opinião pública e como estas opiniões são absorvidas e compartilhadas pela população, que tem usado as redes sociais para grandes debates, muitas vezes com ausência de democracia. O tema a ser abordado pertence à área de concentração Cidadania, Políticas Públicas e Diálogo entre Culturas Jurídicas. Ademais, a linha de pesquisa a ser seguida é a de Constitucionalismo e Concretização de Direitos. A metodologia utilizada no estudo foi a revisão bibliográfica.

¹Autora. Bacharel em Direito pela Faculdade de Direito de Santa Maria – FADISMA. Estudante de pós-graduação com ênfase em Processo Penal pelo Damásio de Jesus. Endereço eletrônico: mtp.d@hotmail.com

²Co-autora. Bacharel em Direito pela Faculdade de Direito de Santa Maria – FADISMA. Estudante de pós-graduação com ênfase em Direito e Processo do Trabalho e Direito Previdenciário pela Estácio de Sá. Endereço eletrônico: carolineporto@hotmail.com

³Orientadora. Doutoranda em Diversidade Cultural e Inclusão Social pela Feevale. Mestre em Direito pela Unisc. Coordenadora e Professora do Curso de Direito da Faculdade de/ Direito de Santa Maria – FADISMA. Endereço eletrônico: candisse@fadisma.com.br



Palavras-chave: Impeachment. Mídia. Influência da mídia.

ABSTRACT

This paper presents a central point the impeachment process and from the same, seeks to show how the media (radio, television, social networks, etc.) influence the formation of opinions in society. Thus, in order to achieve this goal, it aimed to initially demonstrate what really is the impeachment process. The established problem revolves around the influence (negative or positive) that reporting mechanisms have on the formation of opinions of Brazilians. Thus, the main objective of this analysis is to present the concept and the legal provision of impeachment for better understanding of it and then show how much and how the media influence the formation of public opinion and how these views are absorbed and shared by the population that has used social networks to great debates, often with a lack of democracy. The topic to be addressed belongs to the area of Citizenship concentration, Public Policy and Dialogue between Legal Cultures. In addition, the line of research to be followed is to Constitutionalism and Implementation of Rights. The methodology used in the study was a literature review.

Keywords: Impeachment. Media. Media Influence.

Introdução

O presente trabalho tem como escopo realizar uma breve análise acerca do processo de *impeachment*, apresentando o seu conceito e sua previsão legal dentro do ordenamento jurídico brasileiro e, conseqüentemente, demonstrar o quanto as informações prestadas pelos mecanismos de comunicação contribuem para a formação de opiniões, pois muitas vezes os cidadãos não buscam além do que lhes é noticiado via internet, rádio ou televisão.

A escolha dessa temática se dá em razão da grande repercussão social que este processo apresenta atualmente na sociedade brasileira. Assim sendo, de forma breve e sucinta, apresentar-se-á como se deu a evolução da rede midiática no país, em especial da rede



televisiva e como esta forma as opiniões dos cidadãos brasileiros. Em seguida, tratar-se-á de como as opiniões formadas por estes cidadãos são compartilhadas, enfocando as redes sociais e tratando, também de maneira sucinta, como esta surgiu.

Em um segundo momento, busca-se apresentar o conceito jurídico utilizado, bem como a sua devida fundamentação legal. Além disso, pretende-se mostrar a evolução histórica desse processo dentro do território brasileiro.

O estudo em tela insere-se na linha de pesquisa “Constitucionalismo e Concretização de Direitos”. No que tange a área de concentração, a mesma encaixa-se na área “Cidadania, Políticas Públicas e Diálogo entre Culturas Jurídicas”, pois faz-se necessário conhecer sobre o que realmente se trata o processo de *impeachment*, visando com isso ampliar o conhecimento acerca do mesmo e derrubar as barreiras impostas pela própria coletividade sobre determinado assunto.

I – A evolução da mídia televisiva no Brasil até a repercussão e a (des)alienação que as redes sociais transmitem para a sociedade

Em um primeiro momento, cabe observar de que forma ocorreu a ascensão da rede televisiva no país, para que se torne viável a compreensão de como esta é capaz de influenciar a formação de opinião do público que a “consome”. Em um segundo momento, analisar-se-á brevemente como se deu a formação da *internet* e com ela o aparecimento das redes sociais buscando-se visualizar de que forma a opinião formada na mídia televisiva influencia nas publicações de opiniões nas redes sociais.

A difusão de notícias nas décadas anteriores se dava por meio dos programas de rádio, bem como pelos jornais impressos. Recentemente, é possível obter todos os tipos de informações, sendo esta de qualquer parte do mundo, em poucos minutos. O crescimento da divulgação de informações no país vem antes mesmo do acontecimento do fenômeno da globalização. Em 1932 tivemos a regulamentação do Decreto nº 21.111 que, em primeiro momento, visava instaurar princípios norteadores dos serviços de radiocomunicação e posteriormente viria regulamentar a indústria televisiva (BIZ, 2002).

A mídia radiofônica começou com caráter cultural e voltado ao entretenimento do público, mas passa a ter caráter comercial. Logo após a “capitalização” dos rádios, a partir do



ano de 1950, a rede televisiva começa a aparecer na sociedade brasileira já demonstrando sua natureza comercial. Uma década depois, no ano de 1962, é aprovada a Lei nº 4.117 que veio a criar o Código Nacional de Telecomunicações (BIZ, 2002). Após o governo ditatorial militar, que compreende o período de 1964 à 1985, a Constituição Federal de 1988, chamada Constituição Cidadã preocupou-se em banir as censuras impostas pela anterior administração federal, buscando abolir as restrições de expressão e, desta forma, contemplou a comunicação social em seu texto entre o artigo 220 ao artigo 224.

É sabido que as redes televisivas funcionam pelo sistema de concessões, o que faz com apenas um pequeno número de empresários com maior poder aquisitivo tenha acesso aos veículos de comunicação, podendo “ditar o que se pode ver, ler e falar”. Com a chegada do novo século, no ano 2000, inicia-se forte discussão acerca da criação de uma Proposta de Emenda Constitucional visando a participação de até 30% do capital estrangeiro nas empresas brasileiras de comunicação. Somente em 2002 a proposta foi aprovada pelo Senado, criando-se desta forma a Emenda Constitucional nº 36 (BIZ, 2002). Tal emenda alterou a redação do Art. 222 da Constituição Federal de 2002, adicionando o §4º que dispõe:

Art. 222: A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País.

§ 1º Em qualquer caso, pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens deverá pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, que exercerão obrigatoriamente a gestão das atividades e estabelecerão o conteúdo da programação.
(...)

§ 4º Lei disciplinará a participação de capital estrangeiro nas empresas de que trata o § 1º. (BRASIL, 2002)

Cabe ressaltar que apesar desta alteração, o monopólio das empresas de telecomunicações sempre ficou entre “alguns” que se mostravam mais poderosos naquela época. É possível perceber que atualmente a prática no sistema de concessões permanece a mesma, conforme relata José Bonifácio de Oliveira Sobrinho (1997), ou Boni como é nacionalmente conhecido, o qual é há mais de três décadas funcionário da grande Rede Globo:



Historicamente, a política de concessões foi orientada para privilegiar as oligarquias e os monopólios. Se um jornal era dócil ao governo, seu dono ganhava uma concessão de rádio. Se o jornal e o rádio eram dóceis, o dono ganhava uma televisão. O caso clássico foi o dos Diários Associados. Agora, se o jornal, o rádio e a televisão aversa são dóceis, o dono tem todas as chances de conseguir uma televisão a cabo (SOBRINHO, 1997, p.113).

Desta forma, vislumbra-se que o sistema de concessões sempre visou lucro, bem como as empresas televisivas nunca esconderam seu caráter comercial e a objetivação de angariar benefícios. Ora, considerando a natureza lucrativa, pode-se afirmar que as informações prestadas por estas empresas são meras mercadorias e, como afirmou o autor Osvaldo Biz referindo-se acerca das políticas de concessões e do “reduzidíssimo número de empresários, concentra em suas mãos, a maior parte dos veículos de comunicação, com poderes **de ditar o que se pode ver, ler e falar**” (BIZ, 2002, p. 103). Estariam as notícias e informações à mercê dos interesses dos proprietários das redes jornalísticas?

A mídia, em especial a televisiva, mostra-se como grande influência na formação de opinião de seu público. Entretanto, considerando que as emissoras existentes no país atualmente, como citado anteriormente, encontram-se em poder de poucos, o conteúdo veiculado diz respeito aos interesses das classes poderosas que comandam “a venda da informação” no Brasil (LADEIRA, 2015).

Neste sentido posicionava-se Sarah Chucid da Viá (1977, p. 123), afirmando que “O vídeo apresenta um conjunto de imagens trabalhadas em termos publicitários, cuja apreensão é momentânea, de forma a persuadir rápida e transitoriamente o grande público, heterogêneo e anônimo. Como parte deste, o trabalhador é evado, por esses mecanismos de decisões práticas e imediatistas, a fazer parte da Sociedade de Consumo”. É inegável que em qualquer âmbito a mídia mostra conteúdos conforme seus interesses, mesmo que as escolas superiores busquem formar profissionais que sejam neutros e que desconsiderem qualquer pressão vinda seja do governo ou de seus superiores. Contudo, com a realidade em que o país se encontra, considerando as concessões, o difícil mercado de trabalho e os interesses do governo em manipular eleitores, muitos profissionais desconsideram a neutralidade e passam a obedecer a ordens e as informações divulgadas passam a ser as que são convenientes à emissora ou ao dono desta (GUARESCHI, 2005).



Assim, percebe-se que a democracia se torna um elemento ausente nas divulgações midiáticas. Afinal, como cita Pedrinho Guareschi:

A democracia implica na soberania popular e na distribuição equitativa dos poderes. Os meios de comunicação fazem parte destes poderes. Para que haja democracia numa sociedade, é necessário que haja democracia também no exercício do poder de comunicar. [...] Somente a democracia pode atender às questões de integridade social e superação das divisões e discriminações (GUARESCHI, 2005, p. 77).

Diante disso, deve-se observar se a mídia proporciona conteúdos democráticos aos seus consumidores, pois os fornecedores de informações deveriam levar em consideração a democracia e ter como fundamental tarefa o incentivo de debates entre o povo. Deveriam ser fornecidas informações que levassem a população a criar um senso crítico a respeito da situação em que o país se encontra. Ao contrário, cada emissora manipula informações conforme seu interesse político-comercial (GUARESCHI, 2005).

Neste ponto, cabe a ressalva de Osvaldo Biz (2002, p. 110) acerca do poder que a mídia televisiva tem na formação de opinião do espectador, afirmando que “para muitos, a televisão representa a única fonte de informação, despolitizada e carregada de emoção”, demonstrando assim a necessidade de haver mais democracia e neutralidade nos informativos. Ademais, cabe destacar que:

Descobrir o que o importante não é o que os noticiários dizem, mas como dizem, ou seja, desvendar o não dito, o que não é mostrado, o silêncio escondido nos jornais [...] A falta de contextualização, o realce a acontecimentos menores em detrimento dos principais que se esvaziam, são esquemas de manipulação que os detentores da mídia usam (BIZ, 2002, p. 111).

A televisão mostra-se como uma forte ferramenta de formação de opinião pública atualmente, considerando que a maior parte da população brasileira tem acesso à televisão aberta, conforme verifica-se nas pesquisas realizadas pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística⁴:

⁴ Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios referente ao ano de 2014.



Tabela 2.1.2.1 - Moradores em domicílios particulares permanentes com televisão, por Grandes Regiões, segundo o acesso à televisão por assinatura, a recepção de sinal de televisão por antena parabólica e de sinal digital de televisão aberta - 2014

| Acesso à televisão por assinatura, recepção de sinal de televisão por antena parabólica e de sinal digital de televisão | Moradores em domicílios particulares permanentes com televisão (1000 pessoas) | | | | | |
|---|---|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | Brasil | Grandes Regiões | | | | |
| | | Norte | Nordeste | Sudeste | Sul | Centro-Oeste |
| Total (1)(2) | 198 276 | 16 289 | 54 701 | 83 865 | 28 567 | 14 855 |
| Com sinal digital de televisão aberta | 79 948 | 5 319 | 16 817 | 39 284 | 12 197 | 6 330 |
| Sem sinal digital de televisão aberta | 108 819 | 10 376 | 35 631 | 39 712 | 15 032 | 8 068 |
| Com antena parabólica (2) | 77 724 | 7 202 | 29 281 | 23 338 | 11 771 | 6 133 |
| Com sinal digital de televisão aberta | 23 124 | 1 556 | 6 401 | 9 068 | 3 937 | 2 161 |
| Sem sinal digital de televisão aberta | 50 472 | 5 332 | 21 407 | 12 772 | 7 182 | 3 779 |
| Sem antena parabólica (2) | 119 691 | 9 070 | 25 298 | 59 963 | 16 683 | 8 677 |
| Com sinal digital de televisão aberta | 56 506 | 3 757 | 10 375 | 29 991 | 8 229 | 4 154 |
| Sem sinal digital de televisão aberta | 58 192 | 5 036 | 14 198 | 26 853 | 7 824 | 4 281 |

Além da análise feita acerca do poder de influência da rede televisiva atualmente e como se vendem informações como mercadorias, de acordo com os interesses dos donos de empresas de rede de telecomunicações, há também que se observar outra ferramenta que tem estado presente na vida do cidadão brasileiro, principalmente no que diz respeito à temas fervorosos, como por exemplo, o processo de impeachment da Presidente Dilma Rousseff.

Importa salientar que no que tange não somente a assuntos de grande repercussão, mas todas as discussões que podem existir sempre haverá duas opiniões: a favor e contra. De acordo com suas ideologias, seu grau de instrução e, claro, os meios usados para obter informações e como estas são absorvidas pelo cidadão, este irá posicionar-se entre uma ou outra opinião. O que vem ocorrendo atualmente e que é de fácil percepção é o grande número de pessoas que passam a tornar públicas suas opiniões e posições por meio das redes sociais disponíveis na *internet*.

No tocante a *internet*, sua idealização se deu durante a Guerra Fria, onde os Estados Unidos da América (EUA) com grande temor de um ataque soviético buscou criar uma ferramenta que possibilitasse a ligação de vários computadores e que todos os equipamentos interligados pudessem ter acesso aos bancos de dados de forma rápida e ágil. Outra característica que os americanos buscavam era a independência dos pontos interligados, não havendo centralização, de forma que se uma parte da rede fosse destruída por um possível ataque, não seria comprometido o funcionamento das outras (GROSSELLI, 2012).



A precursora desse sistema de ligação entre computadores e bancos de dados foi a chamada “Arpanet”. Tal sistema tinha como finalidade exatamente o que foi idealizado pelo governo americano, ou seja, “visava à preservação dos maiores bancos de dados e armazenados nas maiores universidades, laboratório e centros de pesquisa nos Estados Unidos ameaçados de destruição total na hipótese de um conflito nuclear com a antiga União Soviética” (GROSSELLI, 2012, p. 81).

A primeira rede social a surgir foi o correio eletrônico (e-mail), que passou a ser utilizado nos anos 70. O e-mail era utilizado para possibilitar a comunicação mais rápida e acessível entre pesquisadores e era usado principalmente no sistema interno de universidades. Uma década mais tarde finalmente ocorreu o surgimento dos provedores de *internet* que trouxeram a possibilidade de acesso de conexão com a Rede Mundial de Computadores aos cidadãos comuns, passando a desvincular o uso apenas para comunicação dentro de setores de universidades ou do governo. Somente no ano de 1991 a *internet* veio a ganhar numerosos usuários, pois expandiu-se pelo mundo através da criação do W.W.W (World Wid Web), que possibilitou aos novos usuários pesquisas online e com estas o acesso a informações que não chegavam até eles anteriormente.

Atualmente, pesquisas do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) demonstram que boa parte da população tem acesso à *internet*:⁵

⁵ Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios referente ao ano de 2014.



Tabela 2.3.1 - Domicílios particulares permanentes, por existência de utilização da Internet no domicílio, segundo a situação do domicílio e as Grandes Regiões - 2014

| Situação do domicílio e Grandes Regiões | Domicílios particulares permanentes | | | | | |
|---|-------------------------------------|---|---------------|-----------------------|---|-------------|
| | Valores absolutos (1000 domicílios) | | | Valores relativos (%) | | |
| | Total | Existência de utilização da Internet no domicílio | | Total | Existência de utilização da Internet no domicílio | |
| | | Havia | Não havia | | Havia | Não havia |
| Brasil | 67 039 | 36 814 | 30 225 | 100,0 | 54,9 | 45,1 |
| Norte | 4 939 | 2 202 | 2 737 | 100,0 | 44,6 | 55,4 |
| Nordeste | 17 562 | 7 412 | 10 151 | 100,0 | 42,2 | 57,8 |
| Sudeste | 29 131 | 18 317 | 10 813 | 100,0 | 62,9 | 37,1 |
| Sul | 10 274 | 5 981 | 4 293 | 100,0 | 58,2 | 41,8 |
| Centro-Oeste | 5 133 | 2 903 | 2 231 | 100,0 | 56,5 | 43,5 |
| Urbana | 57 641 | 35 074 | 22 567 | 100,0 | 60,8 | 39,2 |
| Norte | 3 765 | 2 073 | 1 692 | 100,0 | 55,1 | 44,9 |
| Nordeste | 13 178 | 6 785 | 6 393 | 100,0 | 51,5 | 48,5 |
| Sudeste | 27 258 | 17 859 | 9 399 | 100,0 | 65,5 | 34,5 |
| Sul | 8 830 | 5 559 | 3 271 | 100,0 | 63,0 | 37,0 |
| Centro-Oeste | 4 609 | 2 796 | 1 813 | 100,0 | 60,7 | 39,3 |
| Rural | 9 398 | 1 740 | 7 658 | 100,0 | 18,5 | 81,5 |
| Norte | 1 174 | 128 | 1 046 | 100,0 | 10,9 | 89,1 |
| Nordeste | 4 384 | 626 | 3 758 | 100,0 | 14,3 | 85,7 |
| Sudeste | 1 873 | 458 | 1 415 | 100,0 | 24,5 | 75,5 |
| Sul | 1 444 | 421 | 1 022 | 100,0 | 29,2 | 70,8 |
| Centro-Oeste | 524 | 106 | 418 | 100,0 | 20,3 | 79,7 |

Segundo Grosselli (2012, p. 84) “a internet nada mais é do que a junção de milhões de redes locais interconectadas as redes globais, formando um grande emaranhado de conexões e possibilidades, trazendo incorporada a ideia principal de rede de arquitetura aberta”. Considerando o grande crescimento e o fácil acesso à internet foi disponibilizado ao usuário não apenas o acesso à notícias e informações, mas também a novas ferramentas que foram sendo criadas, como é o exemplo das redes sociais.

Uma das redes que foi ganhando o mundo e hoje está presente em todo o planeta é o “Facebook”, um site que foi criado por Mark Zuckerberg em 2004 e que inicialmente tinha o intuito de interligar estudantes da Universidade de Harvard, onde este estudava à época. Tornou-se uma rede mundial em que é possível criar um perfil com dados pessoais e profissionais, fotos. Há também a possibilidade de compartilhamento de fotos, vídeos, criação de páginas de comunidades e, por óbvio, circular neste meio muitas notícias. Diante desta é possível a interação de pessoas mediante conversas e comentários. Assim, havendo a possibilidade de compartilhamento pessoal ligado à interação, surgem, por vezes, conflitos e divergências.

É claro que a *internet* veio acrescentar conhecimento, acesso rápido a notícias de todas as partes do mundo e interação. A difusão de informações é feita de forma grandiosa e atinge



proporções imensas. Desta forma, considerando a facilidade de acesso a informações e a possibilidade de compartilhamento que as redes sociais proporcionam, deve-se observar com a interação acerca de assuntos democráticos se dá. Um exemplo claro e atual é o processo de Impeachment da Presidente Dilma Rousseff que trás à tona a veia democrática dos usuários que em algum momento foi esquecida. Conforme refere Osvaldo Biz (2002, p. 107) “falar em democracia significa reconhecer a existência do “direito de antena”, o direito de reclamar, de contra-atacar, de produzir programas a serem veiculados pelas redes”, e este “direito de antena” tem sido exercido por uma parte da população em suas páginas e perfis públicos da rede social.

O que torna-se um problema é a ligação da formação da opinião pública com essa maneira de expressar-se publicamente. Como demonstrado anteriormente, atualmente a maior formadora de opinião pública é a televisão e os noticiários que esta disponibiliza, porém, o que a população não percebe é o caráter comercial que a televisão possui e a forma que a notícia é disponibilizada depende do dono da emissora, bem como de suas posições políticas, conforme afirmar Biz (2002, p. 107) que “dependendo do interesse dos proprietários da Mídia, certos acontecimentos, determinadas pessoas, ou movimentos sociais, são excluídos do foco noticioso, ou impedidos de se manifestarem”. Diante disso, o cidadão acomoda-se e forma opiniões baseadas apenas no que foi noticiado não procurando mais informações para o aprofundamento e para descobrir como realmente as coisas acontecem, acontecendo o que refere Leandro Rodrigues (2015): “a população confunde o achismo com opinião”.

Após a formação da opinião, a não procura por mais informações, o usuário vai para sua página pessoal compartilhar seu pensamento com as pessoas que integram sua rede de amigos virtuais. Segundo Lúcio Carvalho (2016) as fontes desses compartilhamentos “são fontes que costumam ir desde veículos consagrados de imprensa, passando por fontes menos usuais, como *blogs* e até mesmo opiniões de intelectuais e artistas que emitem opiniões na rede”, e assim sendo “a “opinião formada” das redes costuma partir da reprodução comentada de crenças políticas consolidadas e fontes identificadas com meios formais, políticos ou movimentos organizados, enquanto o dissenso é essencialmente anárquico”.

O que presencia-se atualmente na difusão das notícias e percepções pessoais nas redes sociais não se trata de democracia, mas sim “um caldeirão de ideias emprestadas e opiniões desencontradas que vem ganhando cada vez mais uma visão multifaceta da realidade”



(CARVALHO, 2016). A democracia está sendo deixada de lado e discutida de acordo com opiniões desinformadas de pessoas que não fazem nem ideia do que realmente está acontecendo no país.

II - Impeachment e sua evolução histórica

Primeiramente, para compreender de forma coerente sobre o que se trata o tão mencionado “*impeachment*”, faz-se necessário uma breve explanação acerca do seu conceito jurídico, bem como de sua previsão legal no direito brasileiro. Em um segundo momento, busca-se demonstrar o contexto histórico que envolve o processo do impeachment em território brasileiro. Assim, passa-se a realizar-se a referida análise.

Impeachment, portanto, é o processo pelo qual o poder legislativo sanciona a conduta de autoridade pública, destituindo-a do cargo e impondo-lhe pena de caráter político. Em outras palavras, tem-se que:

(...) o *impeachment* é um processo de natureza política destinado a apurar e punir condutas antiéticas graves, instaurado, processado e julgado por órgão parlamentar, contra um agente estatal de alto nível, para impedi-lo de continuar na função pública, mediante sua remoção do cargo ou função atual e inabilitação para o exercício de qualquer outro cargo ou função por um certo tempo. (BARROS, 2014)

O referido processo de impeachment encontra-se previsto na Lei 1.079/50, a qual define os crimes de responsabilidade e, conseqüentemente, regula o seu processo de julgamento. Ainda no que diz respeito a previsão legal, faz-se cogente mencionar que há previsão legal acerca do processo de impeachment no texto da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, mais precisamente em seus Art. 85 e 86. Desta forma, portanto, definem os aludidos dispositivos:

Art. 85. São crimes de responsabilidade os atos do Presidente da República que atentem contra a Constituição Federal e, especialmente, contra:

- I - a existência da União;
- II - o livre exercício do Poder Legislativo, do Poder Judiciário, do Ministério Público e dos Poderes constitucionais das unidades da Federação;
- III - o exercício dos direitos políticos, individuais e sociais;
- IV - a segurança interna do País;
- V - a probidade na administração;



VI - a lei orçamentária;

VII - o cumprimento das leis e das decisões judiciais.

Parágrafo único. Esses crimes serão definidos em lei especial, que estabelecerá as normas de processo e julgamento.

Art. 86. Admitida a acusação contra o Presidente da República, por dois terços da Câmara dos Deputados, será ele submetido a julgamento perante o Supremo Tribunal Federal, nas infrações penais comuns, ou perante o Senado Federal, nos crimes de responsabilidade.

§ 1º O Presidente ficará suspenso de suas funções:

I - nas infrações penais comuns, se recebida a denúncia ou queixa-crime pelo Supremo Tribunal Federal;

II - nos crimes de responsabilidade, após a instauração do processo pelo Senado Federal.

§ 2º Se, decorrido o prazo de cento e oitenta dias, o julgamento não estiver concluído, cessará o afastamento do Presidente, sem prejuízo do regular prosseguimento do processo.

§ 3º Enquanto não sobrevier sentença condenatória, nas infrações comuns, o Presidente da República não estará sujeito a prisão.

§ 4º O Presidente da República, na vigência de seu mandato, não pode ser responsabilizado por atos estranhos ao exercício de suas funções.

Conforme se verificou, o texto constitucional procurou especificar em seu corpo legal determinados atos do(a) Presidente da República que seriam tratados como crimes de responsabilidade. Ademais, buscou ainda determinar quem seria o responsável pelo julgamento do processo que envolvesse o(a) Presidente, ficando – portanto - a cargo do Supremo Tribunal Federal, quando se tratar de infrações penais comuns, ou a cargo do Senado Federal, quando se tratar de crimes de responsabilidade. Após essa breve explicação, passa-se, então, a analisar a evolução do processo de impeachment no Brasil.

Como bem se sabe, o impeachment (impedimento) apresenta raiz do direito inglês e era utilizado, por sua vez, “como forma de punir os Ministros do Rei, na antiga Inglaterra, caso estes abusassem de suas prerrogativas”. No entanto, tal processo não poderia ser utilizado em face do Rei, pois este em sua condição gozava de prerrogativas muito especiais (NORMANHA, 2015).

Tem-se ainda que:

A Câmara dos Comuns, equivalente à Câmara dos Deputados em nosso sistema político, era o tribunal de acusações, enquanto que a Câmara dos Lordes, que corresponde ao Senado Federal, julgava, num procedimento semelhante ao adotado no Brasil atualmente. Com o passar do tempo, o processo de impeachment foi sendo modificado, passando a ter um caráter mais político, deixando o criminal de lado. Assim, quando foi adotado nos Estados Unidos, onde muito se desenvolveu, passou a adquirir caráter político e não mais criminal, o que foi trazido para a América



Latina como um todo, inclusive no Brasil. No século IX, nos EUA, houve um processo de impeachment contra o então presidente Andrew Johnson, mas este foi absolvido. Richard Nixon, na década de 1970, chegou a ser indiciado no Congresso, mas, na iminência de sofrer o impeachment, renunciou ao cargo em 1974. (NORMANHA, 2015)

No território brasileiro, “desde a época do primeiro reinado, já existiam leis que previam punições ou até o afastamento de funcionários públicos considerados inadequados ou incompetentes para exercer sua função”. No entanto, foi após a proclamação da República (1889) que um processo penal – não se tratando exatamente de um processo de impeachment - foi adotado para tratar acerca de referida ocorrência. Cabe mencionar, portanto, que o impeachment “atualmente, consiste em um processo eminentemente político, cuja consequência, se procedente, é o afastamento do acusado de seu cargo, bem como o efeito de o tornar inelegível por 08 anos” (NORMANHA, 2015).

A título de conhecimento, cabe trazer à baila o impeachment que o ex-presidente Fernando Collor de Melo sofreu em 1992. Como se sabe, Collor “foi condenado com base no artigo 85, V da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (CRFB/88), pois ficou comprovado que o então Chefe do Executivo atentou contra a probidade administrativa”. Diante da ameaça de sofrer a condenação, Collor renunciou ao seu cargo, todavia o Senado compreendeu sua atitude como “uma manobra para tentar escapar do segundo efeito da condenação, que é a inabilitação para cargo ou função pública” (NORMANHA, 2015).

Foi no decorrer do processo do Presidente Collor que o impeachment tornou-se popular no Brasil (até então era mantido distante da população pela Constituição), pois contribuiu para a “interação do povo com a representação parlamentar mediante os meios eletrônicos de comunicação de massa” e “esse recondicionamento do impeachment pela comunicação eletrônica, não pode permanecer insensível a doutrina constitucionalista brasileira”(BARROS, 2014). Percebe-se, então, que a mídia exerceu um papel de extrema influência na candidatura e, posteriormente, no decorrer do processo de impeachment de Collor, tanto para a construção de sua imagem como a desconstrução da mesma perante a sociedade.

Assim, acerca da influência da mídia sobre o Collor, cabe destacar que:



A grande visibilidade que o candidato recebeu da mídia e o crescimento vertiginoso da candidatura de uma figura inexpressiva no cenário nacional, bem como o impeachment após um escândalo de grande repercussão estavam intrinsecamente relacionados às formas de comunicação midiática e ao poder da mídia de influenciar rumos da política no Brasil (SILVA, 2009).

Compreende-se, portanto, que Collor construiu sua imagem de caçador de marajás⁶, consolidou sua candidatura a Presidente da República e, conseqüentemente, garantiu sua vitória pautando-se (e sendo pautado) pela mídia (SILVA, 2009). Assim como contribuiu, e muito, para a construção de uma imagem forte de Collor para que o mesmo fosse eleito, a mídia contribui também para a desconstrução da mesma.

Diante dessa afirmação, contata-se que a campanha política de Collor apresentava estratégias de marketing político e as mesmas foram abrangidas devido a mediação dos órgãos de comunicação. Somando-se a isso, cabe destacar que “da mesma forma que a mídia em geral adotou a campanha de Collor, contribuindo para o crescimento e fortalecimento do mesmo, ela surpreendeu os brasileiros com a publicização do escândalo, revelando e investigando cada um dos fatos envolvidos” (SILVA, 2009).

Atualmente, o Brasil encontra-se em uma crise política, na qual muito se discute sobre a possibilidade de impeachment contra a Presidente Dilma Rousseff. E, novamente, verifica-se a forte atuação da mídia.

Diante da evolução social e, conseqüentemente, dos meios de comunicação compreende-se que na atual conjuntura a influência sobre a formação de opiniões ocorre de forma mais acentuada. Hoje conta-se com a atuação marcante da internet, a qual consegue alcançar a todos (ou grande parte da população), seja por redes sociais, e-mails, jornais digitais, etc. A sociedade apresentou, por meio desses instrumentos, uma conduta totalmente extremista e deseducada, onde as pessoas atacam-se em virtude de possuírem opiniões diferentes, gerando assim uma intolerância social.

Mais uma vez a comunicação midiática atua fortemente na construção (ou desconstrução) de um posicionamento político na sociedade e traz consigo a forte tendência de permanecer assim. Entende-se que os meios de comunicação são de extrema importância para a sociedade como um todo, no entanto os mesmos são utilizados de forma agressiva e

⁶ Fernando Collor de Melo, durante sua campanha eleitoral, tornou-se popular ao se tornar conhecido como o Caçador de Marajás devido ao fato de sua campanha versava sobre acabar com a corrupção no país e eliminar os políticos que se aproveitavam do Estado.



impulsiva. As pessoas, infelizmente, acabam alienando-se aquilo que é “imposto” pela mídia e não buscam formas seus posicionamentos a partir de suas próprias pesquisas e questionamentos.

Considerações finais

Diante da análise apresentada, conclui-se que os meios de comunicação são instrumentos de extrema relevância para a proliferação de informações no meio social. A partir dos mesmos, consegue-se alcançar a todos os tipos de informações, sejam elas verdadeiras ou não e é, exatamente, nesse ponto que surge uma grande preocupação.

Os meios de comunicação muitas vezes mostram apenas aquilo que desejam, pois sabem que exercem uma grande influência e acabam fornecendo notícias do seu interesse apenas. Ou seja, não se busca mostrar os “os dois lados da moeda” para a população, busca-se mostrar apenas um com a intenção de transformar os cidadãos em pequenas marionetes e reprodutores de discursos ensaiados.

Infelizmente, as informações são prestadas (e tratadas) como objetos de comércio, visando apenas alcançar os interesses dos proprietários de empresas que atuam no ramo da comunicação. Isso tem prejudicado e muito o convívio e discernimento entre as pessoas, pois o “pensar” está sendo deixado de lado, pois é mais lucrativo impor um pensamento do que alimentá-lo.

Neste sentido, cabe observar a grande repercussão do processo de *impeachment* que está em tramitação no país. Muitas pessoas formam uma opinião nada democrática e constitucional de acordo com o que os meios de comunicação (des)informam. Deveria a população buscar suas próprias fontes, estudar como funciona o processo constitucional que está em curso, para assim ter uma opinião coerente e bem fundamentada.

Ademais, seria interessante que a população buscasse por maiores informações por si só, através de leituras e estudos mais aprofundados pela questão em análise, mantendo-se sempre imparcial para que houvesse (de fato) uma correta compreensão da situação atual. Outrossim, deveriam ser implementadas disciplinas que remetesse ao estudo da Constituição Federal nas escolas, para que desde a mais tenra infância fosse criada uma correta opinião cidadã sobre os direitos e deveres constitucionais, bem como sobre processos



constitucionais como o de *impeachment* que corre em no país atualmente, mas que a maioria da população (que apoia ou não) não possui conhecimento de como realmente ocorre o seu processamento e quais as consequências que o mesmo produz diante de seu resultado.

Referências

BARROS, Sérgio Resende de. **Estudo sobre o “impeachment”**. Disponível em: <<http://www.srbarros.com.br/pt/estudo-sobre-o-impeachment.cont>> Acesso em: 28/04/2016.

BIZ, Osvaldo . **Mídia e Ética**. In: **Uma Nova Comunicação é Possível. Mídia, Ética e Política**. / Pedrinho A. Guareschi e outros. - Porto Alegre : Evangraf, 2002.

BRASIL. Planalto. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm> Acesso em: 29/04/2016.

BRASIL. Planalto. **Emenda Constitucional nº 36 de 28 de maio de 2002**. Dá nova redação ao art. 222 da Constituição Federal, para permitir a participação de pessoas jurídicas no capital social de empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens, nas condições que especifica. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Emendas/Emc/emc36.htm> Acesso em: 04/05/2016

BRASIL. Planalto. **Lei 1.079, de 10 de Abril de 1950**. Define os crimes de responsabilidade e regula o respectivo processo de julgamento. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L1079.htm> Acesso em 29/04/2016.

CARVALHO, Lucio. **Os efeitos da saturação informativa na atual crise brasileira**. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/monitor-da-imprensa/saturacao-informativa-na-atual-crise-brasileira/>> Acesso em 03/05/2016.

FONSECA, Francisco C. P. . **Mídia e Democracia: falsas confluências**. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rsocp/n22/n22a03>> Acesso em 04/05/2016

GROSSELLI, Grasiela. **Ciberdemocracia: (re)pensar a democracia representativa a partir das redes sociais virtuais** / Grasiela Grosselli; orientador, Orides Mezzaroba. – Florianópolis, SC, 2012.

GUARESCHI, Pedrinho A.. **Mídia & Democracia** / Pedrinho A. Guareschi e Osvaldo Biz. – Porto Alegre : P.G/ O.B., 2005.

LADEIRA, Francisco Fernandes Ladeira. **A mídia realmente tem o poder de manipular as pessoas?**. Observatório da Imprensa. Disponível em: <



<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/a-midia-realmente-tem-o-poder-de-manipular-as-pessoas/>> Acesso em 04/05/2016.

NORMANHA, Flávia Simão; MOURA, Rodrigo Crusóe Loures de Almeida. **O impeachment em seu contexto histórico, fundamentos legais e políticos.** Disponível em: <
<http://minascongressos.com.br/direitoconstitucional/x9.pdf>> Acesso em: 02/05/2016.

RODRIGUES, Leandro. **Militante de rede... ô coisa chata.** Disponível em <
<http://observatoriodaimprensa.com.br/redes-sociais/militante-de-rede-o-coisa-chata/>> Acesso em 02/05/2016.

SILVA, Josimar Gonçalves da. **A mídia na construção e destruição da imagem: o caso Collor de Melo.** Disponível em: <
<http://sensocomum.xanta.org/index.php/revista/article/viewFile/22/34>> Acesso em: 03/05/2016.

SOBRINHO, José Bonifácio de Oliveira. **Estou começando.** São Paulo: Revista Veja, ano 30, n. 48, edição 1524, p. 113, dez. 1997.

VIÁ, Sarah Chucid. **Televisão e Consciência de Classe: o trabalhador têxtil em face dos meios de comunicação de massa.** Petrópolis: Editora Vozes, 1977.