

Dilma Rousseff na mídia: Contribuições do Infotimento e a criação humorística de personagem político do gênero feminino¹

Lucas Amaral Rodrigues de Oliveira²

Vivianne Lindsay Cardoso³

Universidade Estadual Paulista - UNESP

RESUMO

O estudo analisa a cobertura midiática de Dilma Rousseff durante seu impeachment (2016), destacando como o programa humorístico "Pânico na Band" através da junção de jornalismo e entretenimento ("infotimento") contribuiu para reforçar estereótipos de gênero e violência política. Utilizando um vídeos do programa, busca-se analisar se os discursos naturalizam a deslegitimação de mulheres na política. A análise se estruturou em Beauvoir (1980), para discutir o gênero feminino, Gomes (2009) analisando o papel do infotimento jornalismo e Bakhtin (2006 e 2010) para sistematizar e analisar a interação entre linguagem, poder e representação midiática. Através desses autores, foi possível concluir que a caricatura de Dilma Rousseff reduziu-a a estereótipos, deslegitimando sua trajetória política e reforçando a exclusão de mulheres de espaços de poder.

PALAVRAS-CHAVE: Infotimento; Jornalismo Audiovisual; Gênero e Direitos Humanos.

CORPO DO TEXTO

Em 31 de agosto de 2016, ocorreu o impeachment de Dilma Rousseff, então presidente do Brasil. O processo, movido por juristas, baseou-se na acusação de "pedaladas fiscais" — manobras contábeis em que o Tesouro atrasava intencionalmente pagamentos a instituições públicas para mascarar déficits orçamentários. Para além do ponto de vista político, estudiosos apontam que o aumento de ataques à Dilma foi motivado pelo recorte de gênero (Telles, 2018). Uma parcela dessas hostilidades partia de produções humorísticas e à medida que os formatos jornalísticos se mesclam a elementos de entretenimento, definir os limites entre informação e espetáculo torna-se uma tarefa complexa (JUNIOR, 2017).

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT25SE - Jornalismo em cenários emergentes: jornalismo, plataformação e formas de produção, de circulação e de consumo da notícia, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

² Professora Assistente do Departamento de Jornalismo do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista - Unesp/ FAAC, email: vl.cardoso@unesp.br

³ Estudante de Graduação. 5º período Curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista - Unesp/ FAAC, email: lucas.ar.oliveira@unesp.br

Partindo da análise das produções comunicacionais sobre Dilma Rousseff no programa “Pânico na Band”, este estudo se propõe a examinar de que maneira o jornalismo e as produções audiovisuais podem atuar como ferramentas na perpetuação de estereótipos de gênero e violência política de gênero. Os direitos humanos são definidos como direitos universais inerentes a todos os seres humanos, conforme a Declaração Universal dos Direitos Humanos (1941), e a diversidade cultural, conceituada com base na Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural (2001), é vista como um elemento essencial para o desenvolvimento humano em suas múltiplas dimensões.

Conforme Itania Gomes (2009), o infotainment pode ser entendido como a convergência entre informação e entretenimento, um fenômeno relevante no contexto da interação entre as tecnologias da informação e a globalização da cultura midiática. A autora observa que o termo é frequentemente empregado de maneira ampla e vaga, mas para uma compreensão mais precisa, ele pode ser definido como uma estratégia de produção midiática que embaralha as fronteiras entre informação e entretenimento.

É importante ressaltar, seguindo a análise de Gomes (2009), que o infotainment não se confunde com noções como tabloidização, trivialização ou popularização, as quais frequentemente carregam conotações negativas relacionadas à suposta degradação do conteúdo informativo. Em vez disso, o infotainment é apresentado como uma estratégia de produção que, em si mesma, não possui uma valoração positiva ou negativa, dependendo da sua aplicação e dos contextos em que se manifesta

Em contrapartida, Simone de Beauvoir (1980) define gênero como uma construção social e cultural, argumentando que a sociedade modela as mulheres para que assumam papéis específicos. A frase "Não se nasce mulher, torna-se mulher", presente na obra de 1980, encapsula a ideia de que a feminilidade não é um destino natural, mas sim um produto da civilização e da educação.

Ademais, Beauvoir (1980, p.21) direciona sua crítica à passividade cultivada desde a infância. Ela argumenta que essa passividade não é inata, mas sim resultado de uma educação que ensina às meninas a se verem como objetos de desejo e não sujeitos ativos.

Mikhail Bakhtin (2006), dedicou-se à compreensão dos mecanismos da linguagem. Para o autor, a análise de um enunciado requer a consideração conjunta de conteúdo, estilo e construção, uma vez que o significado transcende o dito, residindo

também na forma de expressão. Bakhtin destaca que a escolha das palavras nunca é neutra, mas sim um ato impregnado de intencionalidade histórica e cultural.

A análise textual, sob a perspectiva bakhtiniana (2006), desloca-se de uma abordagem estruturalista, para uma visão dinâmica. Na análise do discurso adotada nesta pesquisa, isso significa entender que a seleção vocabular não reflete apenas escolhas estéticas, mas também negociações de poder, identidade e resistência, tornando-se fundamental para decifrar como os textos constroem e desafiam realidades.

Dentro das intersecções entre a comunicação e o humor, Bakhtin (2010) trabalha termos-chaves para essa pesquisa, sobre a ótica do carnaval medieval ele caracteriza o fenômeno cultural que propõe à população imaginar a subversão da ordem. No carnaval, os reis podem ser bobos, por exemplo. Outra, é a ridicularização do “corpo grotesco”, onde atos fisiológicos contrastam com a visão “clássica” do corpo sagrado do homem.

Considerando o exposto, a comunicação assume um papel fundamental nas dinâmicas sociais para este estudo. De acordo com Martino (2010), ela se configura como uma ação através da qual um indivíduo manifesta sua consciência a outro. A comunicação, molda a consciência e as relações humanas, atuando também como instrumento de poder. Sua influência na cultura — responsável pela transmissão de valores e tradições (MARTINO, 2010) — evidencia a interdependência entre ambas.

Para a presente análise, foram abrangidos os elementos da linguagem discursiva jornalística presentes no vídeo “E Agora Dilma?” (PROGRAMA PÂNICO, 2016), veiculado no canal do Programa Pânico na Band na plataforma YouTube. Estes elementos foram analisados com base na percepção de Bakhtin (2003), que questiona o mito do observador neutro e sem interpretação subjetiva da realidade.

A fonte para a análise discursiva foi escolhida por diversos fatores; Entre eles, pela repercussão social do programa, que, em 2016, alcançou 11 pontos de audiência na Grande São Paulo (IBOPE, citado por FISCHER, 2016), consagrando-se como referência no setor. Também se considerou o contexto histórico próximo ao impeachment e a expressão concreta de narrativas que banalizam a violência de gênero na política, como a ridicularização de figuras femininas em cargos de autoridade através de piadas ofensivas.

A investigação dos efeitos da construção satírica da figura de Dilma Rousseff, fundamentada na teoria de Mikhail Bakhtin (2006), busca identificar os estilos e estratégias discursivas empregadas, especialmente no que diz respeito à dimensão

ideológica presente na elaboração do roteiro. Ao analisar os vídeos do Programa Pânico na Band, é essencial considerar não apenas o conteúdo veiculado, mas também sua forma de expressão (estilo) e organização estrutural (Bakhtin 2006, p. 261).

Para Bakhtin (2006), os gêneros discursivos secundários, a exemplo dos programas de humor satírico, representam modalidades complexas de comunicação, intrinsecamente influenciadas por estruturas culturais e ideológicas. O Programa Pânico se insere nessa classificação, uma vez que mescla elementos do cotidiano (gêneros primários, como diálogos informais) com formatos midiáticos (esquetes, entrevistas editadas), produzindo narrativas que perpetuam estereótipos (Bakhtin, 2006, p. 277).

Complementarmente, Bakhtin (2006) postula que toda enunciação possui uma natureza dialógica, englobando uma pluralidade de vozes sociais. No entanto, a representação de Dilma no vídeo “E Agora Dilma (Procurando Trampo)” revela uma polifonia desequilibrada, onde as diversas vozes não coexistem de forma harmônica ou democrática.

Na fonte utilizada, a personagem Dilma é reduzida a uma caricatura unidimensional, sem espaço para contra-argumentação. Sua complexidade política é constantemente apagada, por meio da distorção de sua fisionomia e maneirismos. Bakhtin relaciona o carnavalesco à subversão momentânea de hierarquias (Bakhtin, 2010), mas, no Programa Pânico, esse recurso é utilizado para legitimar a opressão.

A caracterização de Dilma evidencia traços físicos estereotipados (voz, gestos, idade), associando-a a uma figura que se opõe ao feminino convencional. Tal representação remete ao conceito bakhtiniano de corpo grotesco como instrumento de desumanização (Bakhtin, 2010), especialmente quando direcionado a mulheres que desafiam os padrões de gênero. O humor, nesse contexto, não inclui Dilma como participante ativa, mas como objeto de ridicularização.

Tal representação concorre para a infantilização de sua imagem, enfraquecendo sua autoridade política. O choro presente no vídeo na minutagem 0.24 segundos, neste contexto, não é apresentado como uma reação humana genuína, mas sim como um sinal de fragilidade, em contraste com a noção de "liderança forte" – usualmente associada a figuras masculinas. Segundo Bakhtin (2006), configura-se um monologismo, em que uma perspectiva dominante suprime outras vozes, apagando a multidimensionalidade do sujeito.

Em sequência, na cena apresentada dos minutos 1:44 à 2:33 apresenta a personagem em busca de emprego, sendo-lhe sugerida uma vaga em uma padaria. A cena seguinte ilustra Dilma fatiando mortadela, um termo pejorativo associado a apoiadores do Partido dos Trabalhadores (PT) e da esquerda política. Essa referência remete a uma acusação falsa disseminada em 2015, que alegava o pagamento de R\$30,00 e o oferecimento de lanches com o embutido para participantes de manifestações pró-governo.

Dando prosseguimento à narrativa, Dilma é mostrada nos minutos 2:50 à 3:51, como frentista em um posto de gasolina. A relação entre o preço dos combustíveis e a sua diminuição de popularidade é transformada em motivo de escárnio pessoal. O programa não discute políticas públicas, mas reduz a figura de Dilma a uma culpada caricata, desconsiderando fatores estruturais (como a crise internacional do petróleo).

Em um dado momento, um cliente ironiza a situação econômica, afirmando que só pode pagar dois reais de gasolina. Dilma atende ao pedido, servindo a quantia em um copo de plástico, enquanto risadas e efeitos sonoros infantis acompanham a cena. O cliente então comenta que irá procurar um lava jato, aludindo à operação da Polícia Federal. A piada, contudo, revela-se unidimensional, reforçando unicamente a narrativa que incrimina Dilma e o PT, sem conceder espaço para questionamentos ou contextualizações.

Sob a perspectiva de Bakhtin (2006), a análise revela de que maneira a escolha lexical e a construção das notícias não são neutras, mas influenciadas por contextos ideológicos e sociais.

Ao longo desta análise, demonstrou-se como o infotimento e a criação humorística de personagens políticos do gênero feminino, analisados por meio do programa Pânico na Band, podem atuar como ferramentas de perpetuação de estereótipos de gênero e violência política, utilizando como estudo de caso a representação satírica da ex-presidente Dilma Rousseff.

Fundamentada na teoria bakhtiniana dos gêneros discursivos e na concepção de gênero de Beauvoir, revelou que a caricatura de Dilma Rousseff em vídeos midiáticos reduziu-a a estereótipos, deslegitimando sua trajetória política e reforçando a exclusão de mulheres de espaços de poder.

A polifonia desigual de Bakhtin evidenciou a supressão de sua voz complexa, substituída por uma narrativa monológica que a transformou em objeto de escárnio, sem

espaço para contra-argumentação. Em suma, os resultados desta análise destacam a necessidade de práticas midiáticas éticas, capazes de desconstruir estereótipos e amplificar vozes contra-hegemônicas, exigindo do humor e do infotainment responsabilidade para evitar a banalização misógina e promover diversidade.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais**. Tradução de Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 2010.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. Tradução de Sérgio Milliet. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

GOMES, I. M. M. **O infotainment na televisão**. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 18., 2009, Belo Horizonte. Anais eletrônicos [...] Belo Horizonte: PUC-MG, 2009. Disponível em: <http://tracc-ufba.com.br/wp-content/uploads/2016/10/TC-IG-05.pdf>. Acesso em: 9 mar. 2025.

FISCHER, N. **Pânico na Band chega aos 11 pontos e bate recorde de audiência**. Observatório da TV, [S. l.], 6 jun. 2016. Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/audiencia-da-tv/panico-na-band-chega-aos-11-pontos-e-bate-recorde-de-audiencia>. Acesso em: 12 jun. 2024.

MARTINO, L.; FRANÇA, V. V. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010, p. 11-26.

PROGRAMA PÂNICO. **E agora Dilma?** - E01 (Procurando trampo). YouTube, 18 abr. 2016. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_7PkxqAgbA8. Acesso em: 20 mar. 2025.

UNESCO. **Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural**. 2001. Disponível em: <http://www.oas.org/dil/port/2001%20declara%C3%A7%C3%A3o%20universal%20sobre%20a%20diversidade%20cultural%20da%20unesco.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2025.

UNICEF. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. 1948. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>. Acesso em: 28 mar. 2025