

**A SAÍDA DE SILVIO ALMEIDA DO MINISTÉRIO DOS DIREITOS
HUMANOS E CIDADANIA: UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO E FORMAÇÃO
DA OPINIÃO PÚBLICA¹**

Carolina, SOARES; Lara, NASI.

Universidade Federal de Pelotas / UFPEL

INTRODUÇÃO

Em 6 de setembro de 2024, o então ministro de estado da pasta de Direitos Humanos e Cidadania (MDHC), Silvio Almeida, foi demitido pelo presidente da República. No dia anterior, veio a público e com forte repercussão nos meios de comunicação² e na opinião pública, de um conjunto de denúncias de assédio sexual contra o agora ex-ministro, feitas pela organização Mee Too³. Após a publicação pelas mídias informativas, uma série de notas foi publicada no site oficial do ministério e repercutida nas páginas do MDHC nas mídias digitais, a exemplo de Instagram e Facebook. O objetivo deste trabalho é analisar as publicações feitas nas mídias do Ministério a partir do caso, buscando compreender como o assunto foi abordado nas redes oficiais do órgão e conta pessoal do ex-ministro Silvio Almeida.

Nesse cenário, a comunicação oficial entra em cena para lidar com a crise de credibilidade, que pode abalar a imagem da organização e sua integridade perante a sociedade. Para Jorge Duarte, "a comunicação na área pública deve necessariamente ser voltada para o cidadão, e não para autoridades, governo, partido ou estruturas" (2021, p. 21). Na esteira dessas contribuições para o pensamento sobre comunicação pública, é importante entender que o papel dos órgãos governamentais hoje também deve levar em conta a visibilidade que tende a buscar e como os assuntos tratados tendem a refletir em decisões dentro de comunidades.

A Comunicação Pública, muitas vezes associada à Comunicação Governamental, é o processo pelo qual o Estado e o governo se comunicam com os

¹Resumo expandido apresentado no GT Pesquisa na Graduação, no VII Encontro Regional Sul de Ensino de Jornalismo (Erejour Sul).

²<https://www.metropoles.com/colunas/guilherme-amado/ministro-dos-direitos-humanos-silvio-almeida-e-acusado-de-assediar-mulheres-entre-elas-a-ministra-da-igualdade-racial-anielle-franco>

³ Organização sem fins lucrativos do Brasil que dá suporte para pessoas de todas as idades, mulheres e homens, vítimas de violência sexual.

cidadãos. Seu objetivo é estabelecer um fluxo de informações que atenda às necessidades da cidadania (BRANDÃO, 2006).

A crise gerada pelas denúncias de assédio sexual contra o ministro, não só impactou a trajetória pessoal e familiar do acusado e das vítimas, mas também adquiriu uma dimensão institucional. O Ministério dos Direitos Humanos mantém uma relação direta com organizações da sociedade civil, especialmente no que diz respeito a denúncias e políticas públicas de enfrentamento a violações de direitos humanos, particularmente aquelas que afetam minorias, como as mulheres.

METODOLOGIA

A metodologia deste estudo baseia-se em duas abordagens principais: análise de conteúdo qualitativa e a teoria da opinião pública. Segundo Maria Laura Franco (2005), o interesse da abordagem de análise de conteúdo é a mensagem, seja ela verbal (oral ou escrita), gestual, silenciosa, figurativa, documental ou diretamente provocada. Através da análise de conteúdo, proposta por Bardin (1977), é possível identificar como esse tema foi abordado e a linguagem utilizada para transmiti-lo. Isso permite uma compreensão mais abrangente das estratégias editoriais adotadas pela comunicação do Ministério e do ex-ministro, destacando nuances que podem influenciar significativamente a interpretação dos eventos por parte do público.

Além disso, a teoria da opinião pública de Lippmann (2009) permite a compreensão como as informações fornecidas pela mídia desempenham um papel fundamental na construção das opiniões. Ao combinar a análise de conteúdo de Bardin com a teoria da opinião pública de Lippmann, este trabalho busca elucidar sobre a complexa interação entre a mídia e a formação de opinião pública em relação aos eventos contemporâneos citados neste trabalho. Ademais, a organização da análise é temática, com a identificação de temas como unidade de registro, a partir da leitura dos textos e criação de categorias que emergem do conteúdo (definidas a posteriori).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da metodologia de análise de conteúdo, foram construídas sete categorias, baseada na frequência de surgimento nos materiais analisados e no agrupamento temático conforme afinidade. As categorias estão descritas na tabela abaixo, com os termos de inclusão identificados, bem como a frequência de ocorrência no conjunto dos materiais analisados.

Categorias	Frequência
<p>1. Episódios de assédio são desacreditados e denúncias caracterizadas como mentira “supostos episódios”; “supostas denúncias”, negação dos fatos, haverá investigação para provar a verdade, denúncias repudiadas, denúncias caracterizadas como mentira, denúncias sem par com a realidade, acusações caracterizadas como falsas e caluniosas, denúncias como distorção da realidade, apuração revelará “verdade”</p>	11
<p>2. Ataque à conduta da organização que denuncia o assédio Ataque à conduta da ONG em relação ao Ministério, conduta da ONG inapropriada, conflito de interesses, sugestão de superfaturamento em tentativa de contrato com ministério, insistência na interferência, sugestão de que denúncia anônima anterior contra servidor fora feita pela ONG, <i>modus operandi</i> pautado em denúncias anônimas, denúncias infundadas e sem materialidade</p>	7
<p>3. Exagero e generalização em falas Hiperbolização de ideias como: “Com isso perde o Brasil, perde a pauta dos direitos humanos, perde a igualdade racial e perde o povo brasileiro”, “doi na alma” ou “diminuir as nossas existências”</p>	7
<p>4. Denúncias caracterizadas como ataque à comunidade negra Tentativa de apagar “nossas lutas”, tentativa de diminuir “nossas existências”, tentativa de silenciar a voz do povo brasileiro</p>	3
<p>5. Denúncias caracterizadas como ataque pessoal e tentativa de prejudicar pessoalmente ao ministro Campanha para afetar imagem como homem negro, tentativa de apagar história e sacrificar ministro</p>	2
<p>6. Amor a outras mulheres como defesa Pela esposa e amada filha, luta pela verdadeira emancipação da mulher</p>	2
<p>7. Ministro como verdadeiro representante do povo Querem tirar do povo aquele que o representa, população merece apuração isenta para garantir justiça e integridade das pessoas envolvidas</p>	2

Na primeira categoria, a linguagem usada pelo ministro tenta minar a credibilidade das denúncias. Usar termos como “supostos episódios” e “supostas denúncias” sugere que os eventos não são confirmados. A insistência na investigação para revelar a "verdade" reforça a ideia de que as denúncias são potencialmente falsas, criando uma narrativa de que podem ser mentiras ou distorções.

Já na segunda, os termos emitidos nas publicações transmitem a ideia de que o ministro busca deslegitimar a ONG e criar uma imagem de conflito e interesses duvidosos. Isso coloca a ONG em uma posição negativa, influenciando a percepção pública de sua credibilidade e intenções.

A terceira categoria dá a ver generalizações, como "perde o Brasil", que amplificam as consequências das denúncias, transparecendo que há uma perda nacional e não apenas um problema isolado. A hiperbolização e a generalização são estratégias retóricas frequentemente utilizadas na comunicação para evocar emoções fortes e mobilizar a opinião pública. Como Walter Lippmann, em seu livro, discorre sobre a formação das opiniões públicas e argumenta que "necessariamente as ideias que nós autorizamos evocar as palavras que lemos formam a maior parte das informações originais de nossas opiniões. O mundo é vasto, as situações que nos preocupam são intrincadas, as mensagens são poucas, e a maior parte da opinião precisa ser construída na imaginação." (2009, p. 72).

Na quarta categoria a linguagem é usada para transformar as denúncias em uma questão racial. Frases como “tentativa de apagar nossas lutas” e “silenciar a voz do povo brasileiro” transformam uma acusação específica em um ataque mais amplo contra uma comunidade inteira, evocando solidariedade e apoio.

Na quinta categoria, ao enquadrar as denúncias como uma tentativa de afetar sua imagem como homem negro e sacrificar sua história pessoal, o ministro personaliza as acusações, tornando-as uma questão de injustiça pessoal e histórica, e não apenas administrativa. A personalização de questões públicas é uma estratégia comum para moldar a opinião pública, segundo Lippmann (2009). Ao tornar as denúncias um ataque pessoal, o ministro humaniza o problema e apela à empatia do público, desviando a atenção das acusações reais.

Ao mencionar sua esposa e filha nas notas, na sexta categoria ele expressa o sentimento de responsabilidade e respeito pelas mulheres. A utilização de símbolos familiares e emocionais (esposa e filha) reforça estereótipos de integridade e moralidade. Com isso busca tensionar a percepção pública ao associar a figura do ministro a valores positivos, desviando a atenção das denúncias.

Por fim, na sétima categoria, apresentar-se como o representante do povo reforça a legitimidade de sua posição e cria uma narrativa de que as acusações são uma tentativa de privar a população de um verdadeiro líder. Segundo Lippmann (2009), os líderes frequentemente se apresentam como símbolos de unidade e representatividade para influenciar a opinião pública. Ao se posicionar como representante do povo, o ministro utiliza esse símbolo de unidade para fortalecer sua imagem e desviar as críticas.

CONCLUSÃO

A análise das notas de imprensa emitidas pelo ex-ministro dos Direitos Humanos e da cidadania, Silvio Almeida, em setembro de 2024, revela um padrão preocupante na comunicação pública, que combina um tom de pessoalidade com tentativas de deslegitimar as denúncias feitas contra ele e seu ministério. Ao mesmo tempo, ataca a organização que o denuncia, na tentativa de desqualificá-la e, com isso, deslegitimar a própria denúncia. Além disso, a utilização de exageros e generalizações, como nas frases “com isso perde o Brasil, perde a pauta dos direitos humanos, perde a igualdade racial e perde o povo brasileiro” ou “doi na alma” e “diminuir as nossas existências”, apelam para o sensacionalismo e a imaginação, em vez de promover um diálogo construtivo com a sociedade.

Em resumo, esse tom na comunicação do ex-ministro feita nas mídias oficiais do governo contém, além do ataque à ONG, elementos de uma comunicação pessoal e de autodefesa, e portanto, não deveriam ter sido objeto de comunicação oficial do Ministério. O presidente Lula chegou a criticar o uso da estrutura do ministério para a defesa feita pelo ministro⁴, ainda antes de sua demissão. É fundamental que figuras

⁴<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2024/09/lula-criticou-silvio-almeida-por-usar-ministerio-para-se-defender-de-acusacao-de-assedio.shtml>

públicas e espaços de comunicação das organizações adotem uma postura de transparência e respeito aos cidadãos e cidadãs, pautados no diálogo, o que tem potencial para fortalecer a confiança pública nas instituições e no processo de apuração de irregularidades.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, E. P. Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública. In: XIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, 2006. Anais... Brasília: Intercom - UnB, 2006

BARDIN, L.. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.

DUARTE, J. Apresentação. In: DUARTE, J. (org). Comunicação pública na prática: depoimentos. São Paulo: Aberje; ABCPública, 2021. p. 13 - 15

FRANCO, M. L. P. B. Análise de conteúdo. 3. ed. Brasília: Liber Livro, 2008.

LIPPMANN, W.. Opinião pública. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.