



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS  
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE PALMAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO  
REGIONAL**

**VALMIR TEIXEIRA DE ARAUJO**

**ENQUADRAMENTOS DO GOVERNO DILMA NA MÍDIA IMPRESSA  
BRASILEIRA**

**PALMAS - TO  
2014**

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins**

---

A663e ARAUJO, VALMIR TEIXEIRA DE .  
ENQUADRAMENTOS DO GOVERNO DILMA NA MÍDIA  
IMPRESSA BRASILEIRA. / VALMIR TEIXEIRA DE ARAUJO. –  
Palmas, TO, 2014.  
116 f.

Dissertação (Mestrado Acadêmico) - Universidade Federal do  
Tocantins – Câmpus Universitário de Palmas - Curso de Pós-  
Graduação (Mestrado) em Desenvolvimento Regional, 2014.

Orientador: Antônio José Pedroso Neto  
Coorientadora : Liana Vidigal Rocha

1. Mídia Brasileira. 2. Enquadramentos. 3. Governo Dilma. 4.  
Política. I. Título

**CDD 338.9**

---

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de  
qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que  
citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime  
estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da  
UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).**

**VALMIR TEIXEIRA DE ARAUJO**

**ENQUADRAMENTOS DO GOVERNO DILMA NA MÍDIA IMPRESSA  
BRASILEIRA**

Dissertação apresentada ao curso de  
Mestrado em Desenvolvimento Regional da  
Universidade Federal do Tocantins para  
obtenção do título de mestre.

Orientador: Dr. Antônio José Pedroso Neto

Coorientadora: Dr<sup>a</sup>. Liana Vidigal Rocha

**PALMAS – TO  
2014**

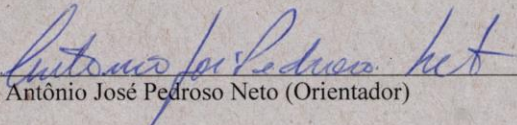
VALMIR TEIXEIRA DE ARAÚJO

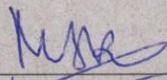
ENQUADRAMENTOS DO GOVERNO DILMA NA MÍDIA IMPRESSA  
BRASILEIRA

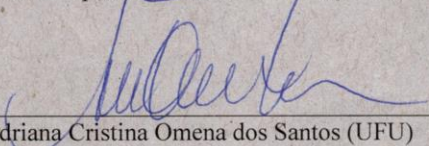
Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado  
em Desenvolvimento Regional da  
Universidade Federal do Tocantins para  
obtenção do título de mestre.  
Orientador: Prof. Dr. Antônio José Pedroso  
Neto

Aprovada em 29/05/2014

BANCA EXAMINADORA:

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Antônio José Pedroso Neto (Orientador)

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dra. Mônica Aparecida da Rocha Silva (UFT/PGDR)

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dra. Adriana Cristina Omena dos Santos (UFU)

500 anos atrás dizia Maquiavel: “Governar é fazer ver”. Hoje, mais do que nunca, essa frase sábia continua a convencer governantes que tentam utilizar a imprensa para legitimar-se.

Luiz Gonzaga Motta

## AGRADECIMENTOS

A Deus pela vida, pelos sonhos, pelas conquistas, pelas oportunidades e principalmente pela fé, em poder acreditar num amanhã melhor.

À minha família, em especial ao meu pai, por todo amor e motivação. Aos meus irmãos pelo apoio, por acreditarem, apoiarem e viverem meus sonhos.

Aos amigos da fé, que sempre estiveram do meu lado, compartilhando conquistas e angústias, durante a realização do mestrado, com compreensão e algumas vezes críticas ao excessivo tempo gasto nos estudos.

Aos colegas da turma 2012/1 do Mestrado de Desenvolvimento Regional (UFT), que certamente marcaram minha vida, grandes companheiros de discussões teóricas e filosóficas, de quem vou levar lembranças pra toda a vida, em especial Michelle, Lila, Dirceu, Sabrina e Lauro.

Aos professores do curso de Jornalismo (UFT), que me estimularam a dar continuidade a minha vida acadêmica e aos professores do mestrado, por tanto contribuírem com minha formação.

Ao meu orientador Pedroso, pela dedicação à minha pesquisa e a minha coorientadora Liana, que tanto contribuiu e me apoiou na realização da dissertação de mestrado.

Aos grandes amigos, que não mediram esforços para me ajudar no desenvolvimento prático da pesquisa e na revisão do trabalho final, em especial ao Mateus Lothar, a Patrícia Saturno e a Tatielle Mello.

Por fim, a todos aqueles que compartilharam comigo momentos relacionados à conclusão dessa importante etapa da minha vida.

## RESUMO

A partir de uma compreensão sobre o conceito e o papel do jornalismo e sua relação com os poderes instituídos pelo Estado (como Judiciário, Legislativo e Executivo) e também pelos poderes econômicos (instituições financeiras, empresas e etc.) e dos dados da pesquisa quali-quantitativa – por meio das teorias metodológicas do conteúdo e do enquadramento – foi elaborada uma pesquisa descritiva e discursiva, a partir das manchetes publicadas sobre o Governo Dilma Rousseff nos principais jornais impressos - Folha de S. Paulo, o Estado de S. Paulo e O Globo - durante todo o ano de 2011. O objetivo é verificar e identificar os enquadramentos (positivos, negativos ou neutros) dos conteúdos produzidos por esses jornais, com a finalidade de mensurar um possível posicionamento dos grandes veículos de comunicação impressa, em relação ao primeiro ano da gestão da presidente. Na análise, foi possível desenvolver uma discussão comparativa, entre as manchetes publicadas nos jornais, identificando uma predominância de enquadramentos negativos sobre o Governo Dilma na mídia impressa brasileira.

**Palavras-chave:** Mídia Brasileira. Enquadramentos. Governo Dilma. Política.

## ABSTRACT

From an understanding of the concept and role of journalism and its relationship with the powers established by the State (such as the judiciary, legislative and executive) and also by the economic powers (financial institutions, businesses, etc.) And research data quali-quantitative - through methodological theories of content and framing - drew up a descriptive and discursive research, from headlines published on Rousseff Management in major newspapers - Folha de S. Paulo , the Estado de S. Paulo and O globe - throughout the year 2011 the goal is to verify and identify the ( positive, negative or neutral ) frameworks of content produced by these newspapers , with the purpose of measuring a possible placement of large vehicles printed communication, compared to the first year of management president. In the analysis, it was possible to develop a comparative discussion between the headlines published in newspapers, identifying a predominance of negative frameworks regarding Dilma Management in brazilian media.

**Keywords:** Brazilian Media. Political Journalism. Frameworks. Dilma Management.



**LISTA DE QUADROS**

<b>Quadro 1</b> – Média de Circulação dos jornais.....	46
<b>Quadro 2</b> – Definição de Categorias. ....	56
<b>Quadro 3</b> – Definição de Enquadramentos.....	61
<b>Quadro 4</b> – Manchetes e Editorias sobre Governo Dilma.....	64
<b>Quadro5</b> – Agentes de Texto.....	65

**LISTA DE GRÁFICOS**

<b>Gráfico 1</b> – Mídia Impressa Brasileira. ....	67
<b>Gráfico 2</b> – Manchetes Folha de S. Paulo. ....	69
<b>Gráfico 3</b> – Manchetes Jornal O Globo. ....	72
<b>Gráfico 4</b> - Manchetes Jornal Estadão .....	74
<b>Gráfico 5</b> – Enquadramentos “Inflação”. ....	77
<b>Gráfico 6</b> – Manchetes “Inflação”. ....	79
<b>Gráfico 7</b> – Enquadramentos Finanças. ....	81
<b>Gráfico 8</b> – Enquadramentos Articulações Políticas.....	83
<b>Gráfico 9</b> – Enquadramentos Corrupção. ....	86
<b>Gráfico 10</b> – Manchetes Corrupção.....	88

**LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS**

ANJ	Associação Nacional de Jornais
Estadão	Jornal O Estado de S. Paulo
Folha	Jornal Folha de S. Paulo
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IOF	Imposto sobre Operações Financeiras
IPI	Imposto sobre Produtos Industrializados
UFT	Universidade Federal do Tocantins

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	1
2. JORNALISMO: UM PRODUTO SIMBÓLICO .....	6
2.1. PRODUÇÃO SIMBÓLICA.....	6
2.2. O QUE É JORNALISMO?.....	15
2.3 JORNALISMO COMO BEM SIMBÓLICO .....	22
3. MÍDIA E POLÍTICA NO BRASIL .....	27
3.1. JORNALISMO IMPRESSO NO BRASIL .....	28
3.2. MÍDIA E REDEMOCRATIZAÇÃO DO BRASIL.....	33
3.3. MÍDIA IMPRESSA BRASILEIRA .....	42
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	51
5. ENQUADRAMENTOS DO GOVERNO NA MÍDIA IMPRESSA BRASILEIRA ....	63
5.1. COBERTURA MIDIÁTICA DO GOVERNO .....	64
5.1.1. <i>Folha de São Paulo</i> .....	69
5.1.2. <i>O Globo</i> .....	71
5.1.3 <i>O Estado de S. Paulo</i> .....	73
5.2. ENQUADRAMENTOS DA COBERTURA MIDIÁTICA DO GOVERNO DILMA .....	75
5.2.1. <i>Inflação</i> .....	77
5.2.2. <i>Finanças</i> .....	80
5.2.3. <i>Articulações políticas</i> .....	82
5.2.4. <i>Corrupção</i> .....	84
5.3 ESTUDO COMPARATIVO .....	88
5.4 MIDIALIZAÇÃO E GOVERNO DILMA .....	91
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	93
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	96
APÊNDICE A – DATAS DAS CAPAS DA “FOLHA DE S. PAULO” .....	102
APÊNDICE B – DATAS DAS CAPAS DO “O GLOBO” .....	104
APÊNDICE C – DATAS DAS CAPAS DO “O ESTADO DE S. PAULO” .....	106

## 1. INTRODUÇÃO

Em uma sociedade democrática, cujos representantes são eleitos pelo povo, por meio do voto direto, como no Brasil, a visibilidade midiática apresenta-se como fundamental para a construção ou desconstrução da imagem de um agente político. Faz-se necessário destacar que nos sistemas democráticos da atualidade, a mídia possui destaque, sobretudo no cotidiano da política partidária, ao fomentar debates e discussões a respeito de diferentes assuntos, como questões relativas à infraestrutura, questões financeiras, dentre outras que dominam a agenda política midiática. Essa importância atribuída à mídia, em meio ao cotidiano da política partidária, é denominada midialização da política.

Importa destacar que os veículos de comunicação, ao selecionar ou destacar alguns assuntos ligados à imagem de um agente político, ignoram ou minimizam o destaque a outros temas. Logo, torna-se importante a realização de estudos voltados para análise dos enquadramentos da mídia, sobretudo, ao tratar de assuntos ligados aos agentes políticos.

Os estudos sobre a teoria do enquadramento (*framing* – em inglês) são construídos a partir da concepção de que os recortes realizados pelos meios de comunicação possibilitam a compreensão sobre os padrões relacionados aos princípios de apresentação, seleção e ênfase do material jornalístico. Importa destacar que os enquadramentos propostos pelos meios de comunicação são absorvidos pela sociedade, influenciando direta ou inteiramente na formação da opinião pública.

Com o intuito de destacar e analisar os enquadramentos midiáticos relacionados ao Governo da presidente Dilma Rousseff, a presente pesquisa estudou o conteúdo das capas dos três principais jornais impressos do Brasil - Folha de S. Paulo (Folha), O Estado de S. Paulo (Estadão) e O Globo<sup>1</sup> - durante todo o ano de 2011 (primeiro ano do referido Governo Dilma). A partir deste estudo, foi

---

<sup>1</sup> De acordo com a Associação Nacional de Jornais (ANJ), dentre os jornais em formato *standard* ou formato padrão (excluindo os tabloides), O Globo e O Estadão tiveram, respectivamente, a segunda e a terceira maior tiragem, dentre os periódicos do Brasil, no ano de 2012, com médias diárias de circulação de 277.876 e 235.217, respectivamente. Neste mesmo período, o jornal Folha de S. Paulo teve a maior tiragem, com circulação diária 297.650 exemplares.

possível mensurar, avaliar e analisar quais enquadramentos deste Governo foram destacados pela mídia impressa brasileira.

É importante enfatizar que o presente estudo possibilitou destacar os principais enquadramentos midiáticos, sendo possível mensurar o papel dos meios de comunicação na construção ou desconstrução da imagem de um agente político, através da avaliação de sua gestão. Elegeu-se o primeiro ano do Governo Dilma, pois a tendência é que a cobertura midiática, sobretudo da editoria de política do ano 2011, estivesse focada na gestão, uma vez que este não foi um ano eleitoral<sup>2</sup>.

Os veículos selecionados para o estudo - Folha, O Globo e Estadão - são os três maiores jornais brasileiros em termos de circulação de exemplares diários, conforme dados da ANJ<sup>3</sup>. Esses jornais possuem influência em âmbito nacional, em razão de seus quantitativos de circulação e, claro, de tradição, despontando como representantes da mídia impressa brasileira (SODRÉ, 1998).

É importante destacar ainda que o presente estudo foi realizado a partir das manchetes principais das capas dos jornais, tendo em vista o fato de serem as manchetes o conteúdo principal do jornal, ou seja, trata-se do conteúdo escolhido pelo veículo de comunicação para se dá a maior ênfase na publicação. A capa, que é a primeira página do jornal, habitualmente é composta por fotos e chamadas – pequenos textos que resumem as notícias encontradas no interior do periódico, com rapidez e concretude de informações e tem como função principal chamar a atenção do leitor para o conteúdo do veículo (MARQUES, 2003, p. 39).

Dentre as chamadas da capa é possível observar a relevância que o jornal atribui a determina notícia que, por sua vez, recebe o nome de “manchete principal” no jargão jornalístico, pois a cada edição do veículo, o corpo editorial elege um assunto para ser tratado em destaque. Nas capas dos jornais, essas manchetes são apresentadas em destaque, com letras garrafais (grandes) e, em alguns casos, acompanhadas por fotos e sempre na parte superior do periódico (para os jornais em formato standard, como a Folha, O Globo e Estadão). Em conformidade com Pereira Junior (2006, p. 101), é prática jornalística destacar o que o jornal compreende como principal matéria do dia, isto é, a mais importante, na manchete

---

<sup>2</sup> No Brasil, as eleições acontecem em anos pares, sendo que em 2010 foram realizadas as eleições presidenciais, de governadores, senadores e deputados, e em 2012, as eleições municipais, para a escolha de prefeitos e vereadores.

<sup>3</sup> <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalstica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>

principal, pois o olho do leitor corre de cima para baixo, fazendo com que ele leia primeiro o que está na parte superior da capa.

Vale ressaltar que, ao serem comercializados, os jornais do tipo standard são dobrados, tornando assim ainda mais evidente a manchete principal - que comumente é destacada na parte superior da capa. Neste sentido, é coerente constatar que a matéria destacada na manchete principal do jornal é o assunto ao qual o veículo busca atribuir maior destaque. Logo, para apontar os principais conteúdos e enquadramentos destacados pelos jornais selecionados referentes ao Governo Dilma, elegeu-se a verificação das manchetes, com ênfase para a manchete principal, como referência para avaliação de todo o periódico.

O presente trabalho buscou contribuir com a continuidade da discussão sobre as mudanças do sistema midiático brasileiro, sobretudo, através das coberturas políticas ou relacionadas aos agentes políticos – como a presidente da República. Importa destacar que estudos focados na cobertura midiática sinalizam que a partir do retorno das eleições diretas para presidente em 1989, a cobertura política midiática tenderia para a “diversidade”, em razão da consolidação do jornalismo comercial e da competição entre os veículos.

Para Azevedo (2006, p. 109) é possível “especular” que após a redemocratização, a cobertura política midiática brasileira tenderia para a “diversidade”, em razão da consolidação do jornalismo comercial e da competição entre os veículos. Caldas (2003, p. 28), destaca que o processo de fortalecimento dos jornais resulta numa melhora da cobertura midiática, uma vez que “o acirramento da concorrência torna difícil os donos de jornais censurar ou impedir a publicação de notícias relevantes que desagradem a linha editorial”.

Mediante ao exposto, apresenta-se como indagação central da pesquisa a seguinte questão: Os principais jornais impressos brasileiros noticiaram o Governo Dilma Rousseff através de enquadramentos específicos que foram compartilhados entre diferentes veículos? Para esta indagação, a hipótese construída inicialmente para ser validada ou descartada é de que os conteúdos publicados e enfatizados nas capas da Folha de S. Paulo, O Globo e Estadão, sobre o Governo Dilma, enfatizara enquadramentos negativos específicos, que por sua vez foram compartilhados entre os mesmos veículos.

Para tanto, a pesquisa buscou, como objetivo principal, a identificação dos enquadramentos do Governo Dilma nas capas dos principais jornais brasileiros, com a finalidade de mensurar um posicionamento midiático em relação à gestão da presidente da República. O trabalho ainda buscou, de forma específica, apresentar uma revisão bibliográfica sobre o conceito de jornalismo enquanto poder simbólico; dissertar sobre mídia e política no Brasil, enfatizando o segmento jornalístico impresso como agente social; identificar o quantitativo de chamadas principais sobre o Governo Dilma em seu primeiro ano de gestão (2011); apontar as categorias (assuntos) dessas publicações.

A partir da pesquisa realizada, foi gerado um montante de dados no presente estudo que, acompanhado de uma discussão teórica sobre mídia e política no Brasil, história dos meios de comunicação impressos e conceito de jornalismo, possibilitou uma discussão a respeito do papel dos jornais impressos do Brasil na construção da imagem de um presidente da República, através de sua gestão. Tendo em vista a compreensão de que o jornalismo apresenta-se como uma ferramenta de intermédio entre as relações políticas do poder e a sociedade, este trabalho busca mensurar como o jornalismo desempenha essa tarefa: se enfatizando, ignorando ou valorizando ações relacionadas à gestão da presidente.

Neste sentido, importa destacar que o jornalismo, na condição de divulgador de fatos, é uma ferramenta indispensável para o desenvolvimento regional de uma sociedade, sobretudo, se pensado a partir do conceito de desenvolvimento, observando não apenas a questão econômica, mas também a humana/social. Autores como Beltrão (2006), Melo (2011) e Mesquita (2009) discutem desenvolvimento, numa perspectiva atenta à contribuição do jornalismo, sobretudo, por compreender seu papel fundamental no processo de fortalecimento institucional, de órgãos e instrumentos indispensáveis para o desenvolvimento de uma sociedade.

Logo, ao investigar os enquadramentos do Governo Dilma nos jornais brasileiros, a presente pesquisa, apresenta a mídia impressa do País como um ator social, que protagoniza impactos aos processos de desenvolvimento, em nível nacional e regional. Por fim, é possível destacar que o presente estudo contribuiu com a ampliação dos estudos em mídia e política no Brasil, sobretudo na construção de trabalhos futuros voltados para o enquadramento dos jornais, relacionado ao governo. Além disso, a pesquisa possibilitou a verificação dos enquadramentos



mediáticos dos grandes jornais impressos brasileiros, relacionados ao Governo Dilma Rousseff.

No primeiro capítulo, apresenta-se o conceito de jornalismo enquanto um produto de poder simbólico, isto é, um poder invisível, mas com potencial de colaborar com a construção da realidade social. Para tanto, discute-se o conceito de produção simbólica, a partir das perspectivas teóricas de Pierre Bourdieu e Jon Thompson, que destacam o peso do poder simbólico em meio às relações sociais. Ainda na primeira seção, é realizada uma discussão sobre o conceito de jornalismo, tendo em vista seu papel, a ética jornalística e sua relação com outros agentes da sociedade. Por fim, constrói-se um embasamento teórico sobre a relação dos meios de comunicação, através do jornalismo, com outras instituições - em especial com o Estado e os agentes econômicos -, com o objetivo de discorrer sobre o peso, o papel, a importância do poder simbólico do jornalismo em meio às relações sociais.

No segundo capítulo, discutiu-se a relação existente entre a mídia e a conjuntura política brasileira, tendo em vista a importância dos veículos de comunicação para o ambiente democrático e sua relação com os poderes instituídos pelo Estado (Judiciário Legislativo e Executivo). A partir de Motta (2002), Thompson (1998), Miguel (2002), dentre outros, discorre-se sobre o papel da mídia na vida política e, conseqüentemente, sobre o jogo de poder, a busca pela legitimidade e as questões econômicas desta relação. Contudo, a discussão será afunilada para a relação entre a mídia impressa e o Executivo, que são os objetos de estudo do presente trabalho.

Na terceira seção do trabalho é apresentada a metodologia de pesquisa, baseada nas análises de conteúdo e do enquadramento. Em sequência, é apresentada a primeira parte da análise dos dados (conteúdo), que é a parte quantitativa do trabalho e, em sequência, são apresentados os resultados da análise de *framing* (enquadramentos), que correspondem à pesquisa qualitativa da dissertação. Por fim, são apresentadas as considerações finais, com resultados e discussões.

## **2. JORNALISMO: UM PRODUTO SIMBÓLICO**

O jornalismo, enquanto produto dos meios de comunicação, pode ser visto como um importante mecanismo social na atualidade, o que enaltece a importância dos estudos científicos voltados para esta área. Estes estudos, por sua vez, não são restritos aos pesquisadores da área da comunicação, mas interessam a estudiosos de diversas áreas do saber, como alguns sociólogos que buscam discutir a relação entre os meios de comunicação e a sociedade. Nesse sentido, pretende-se apresentar, nesta sessão, um conceito de jornalismo como uma prática, com capital simbólico.

Inicialmente, é realizada uma discussão sobre o conceito de produção simbólica, a partir da visão teórica de pesquisadores como Pierre Bourdieu e Jon Thompson, que destacam o peso do poder simbólico em meio às relações sociais. Em sequência, discute-se o conceito de jornalismo na conjuntura atual da sociedade. Por fim, procura-se construir um embasamento teórico sobre a relação dos meios de comunicação, através do jornalismo, com outras instituições, em especial com o Estado e os agentes econômicos, com o objetivo de discorrer sobre o peso, o papel, a importância do jornalismo como um produto cultura e presente nas relações sociais.

### **2.1. Produção Simbólica**

Bourdieu (2005 e 2010) e Thompson (1998) são alguns dos trabalhos que constroem o conceito teórico sobre de poder simbólico, a partir de uma ótica sociológica, na qual é compreendido como um poder invisível, isto é, que não é necessariamente manifesto ou determinado através de leis (como o poder outorgado a um chefe de Estado), mas que existe em razão do estabelecimento de uma cumplicidade daqueles que estão sujeitos a esse poder ou mesmo daqueles que o exercem.

Mediante ao exposto, torna-se pertinente discutir Bourdieu (2010, p. 9), que cita o poder simbólico como “um poder de construção da realidade”, ou seja, um poder que se utiliza de instrumentos de conhecimento para reforçar a capacidade de decisão. A arte, a religião, a língua, os hábitos e as afirmações culturais são identificados como formas estruturadas que definem e/ou contribuem para estruturar a força da produção simbólica, em meio às relações sociais. Seguindo esta concepção, torna-se racional compreender a produção simbólica como uma relação de força entre agentes, dentro de uma sociedade.

Compreende-se ainda a produção simbólica como uma construção da realidade que, em parte, sustenta numa lógica voltada ao conformismo e a perpetuação e estabelecimento do poder. Para tanto, torna-se importante destacar a emprego dos instrumentos simbólicos, voltados à integração social, onde se evidencia o papel dos instrumentos da comunicação, assim como os instrumentos de conhecimento que, por sua vez, tornam possível a existência de um ambiente consensual sobre diversos sentidos do denominado “mundo social”, reforçando assim uma lógica focada numa suposta busca do estabelecimento de uma ordem social.

Ao destacar a existência de instrumentos voltados para o estabelecimento das produções simbólicas, é possível inserir a discussão sobre a existência de mecanismos de dominação na busca pela perpetuação do poder simbólico. Bourdieu (2010, p.10) discorre sobre a “tradição marxista”, que destaca a existência de privilégios das funções políticas, da “classe dominante” e, por outro lado, da existência das “classes dominadas”. Nesta lógica, a perpetuação de privilégios e poder da classe dominante não se assentam apenas na capacidade econômica, mas também no controle das produções simbólicas, que são utilizados como instrumentos de dominação.

Tendo em vista a discussão sobre o papel da produção simbólica, destaca-se a função estrutural no seu papel político, pelo qual é possível desenvolver a legitimação de valores. Essa produção, por sua vez, pode ser visualizada como um instrumento de dominação, utilizado, sobretudo na “luta simbólica”, que é presente entre as classes.

Em conformidade, Bourdieu, 2005, p. 105, cita:

[...] O sistema de produção e circulação de bens simbólicos define-se como o sistema de relações objetivas entre diferentes instâncias definidas pela função que cumprem na divisão do trabalho, de reprodução e de difusão de bens simbólicos... Ao contrário do sistema da indústria cultural que obedece à lei da concorrência para a conquista do maior mercado possível, o campo da produção erudita tende a produzir ele mesmo suas normas de produção e os critérios de avaliação de seus produtos, e obedece à lei fundamental da concorrência pelo recolhimento propriamente cultural concedido pelo grupo de pares que são ao mesmo tempo clientes privilegiados e concorrentes.

Em suma, é possível destacar que a produção simbólica permite a perpetuação ou a consagração de valores que, a partir de instrumentos detentores de grande legitimidade em meio à sociedade, findam por se tornarem aceitáveis em meio ao senso comum social. Logo, percebe-se a importância do poder simbólico, frente até mesmo ao capital material ou financeiro, que dependem do poder de legitimação encontrado no poder simbólico.

Tendo em vista a discussão sobre o papel e a força do poder simbólico em meio à sociedade, torna-se importante estabelecer um paralelo comparativo entre a forma simbólica e as demais formas de expressão de poder. Thompson (1998, p. 21) traz um conceito comparativo de formas de poder em que apresenta “Poder Econômico”, “Poder Político”, “Poder Coercitivo” e “Poder Simbólico” como as formas de poder, diferenciando-se os recursos utilizados por cada forma e as instituições que garantem a institucionalização de cada força. A partir dessa ótica, sobrecai um grande peso ou responsabilidade sobre as instituições que, por sua vez, contribuem para a garantia do poder.

Em conformidade com Thompson (1998), o poder econômico consiste na forma/expressão de poder decorrido, sobretudo, de atividades humanas produtivas, ou seja, é uma forma de poder expressa nas atividades relacionadas ao consumo e ao capital financeiro. Em outras palavras, o poder econômico está intimamente ligado à geração e acúmulo de riquezas, seja através de recursos agrários, minerais, aplicações ou dinheiro em espécie. Por sua vez, o poder econômico em muito se contrapõe ao poder simbólico, que não depende necessariamente dos recursos materiais e financeiros. Por essa razão, torna-se racional afirmar que o poder econômico não garante, necessariamente, a um indivíduo a aquisição do poder simbólico. Contudo, a disponibilidade de recursos pode ser utilizada por um

indivíduo na tentativa de adquirir o poder simbólico. Logo, “o novo rico deve pagar seu acesso a tudo que define os homens propriamente humanos com a verdadeira mudança de natureza (...), promoção social” (BORDIEU, 2007, p. 235).

Em sequência à diferenciação de conceitos sobre as formas de poder desenvolvidos por Thompson (1998), destaca-se o poder político, que estaria mais ligado à capacidade/possibilidade de desenvolver atividades de coordenação e de regulamentação dos padrões. Para se compreender melhor a definição de poder político, basta observar o papel desempenhado pelo estado, através daqueles que ocupam os cargos com poder decisório, como presidentes, ministros, governadores, prefeitos, secretários, superintendentes, diretores, coordenadores e etc. Conduto torna-se razoável mencionar que existe uma contribuição do poder simbólico na legitimação do poder político, uma vez que o efeito decisório das ações dos gestores do Estado, por exemplo, só terá o devido valor se as instituições que estes gestores representam tiverem força simbólica junto à sociedade. Para melhor exemplificar essa relação, basta pensar que possui mais poder político um chefe de Estado de um país em que a figura de Estado possui credibilidade junto à população, na comparação com um presidente de um país com a figura de Estado fragilizada junto à opinião pública.

Outra forma de poder citado por Thompson (1998), que está necessariamente ligada à ameaça ou utilização da força física, é o poder coercitivo. O papel do Estado e a garantia do poder político, assim como a garantia da continuidade do poder econômico, encontram no poder coercitivo uma sustentação, isto é, em várias ocasiões o poder do Estado (político) se faz valer através do uso da força militar (coercitivo), como quando, diante de um ambiente de manifestações, o Estado utiliza-se da força física, seja para se proteger de ações violentas ou para buscar ofuscar a manifestação. Por outro lado, é importante lembrar que o uso da força militar, através da polícia ou da segurança particular, garante ao detentor do poder econômico a seguridade de suas riquezas.

Torna-se importante salientar que o emprego da tecnologia amplia em muito o potencial do poder coercitivo e, assim, diferentemente do que acontecia na idade média, a força coercitiva de um país não depende, necessariamente, do número de soldados ou de armas, mas de um poder bélico, formado por potencial humano qualificado e tecnologia. Em comparação ao poder simbólico, pode se encontrar

uma relação com o poder coercitivo no sentido de que as instituições dependentes deste tipo de poder, como polícia e exército, também dependem de uma imagem para se reafirmar.

Por fim, é possível verificar uma ligação forte entre o poder simbólico e todas as outras expressões de poder (econômico, político e coercitivo) e por isso se faz necessário prosseguir com a discussão sobre o papel desempenhado do uso do simbólico em meio à sociedade. Para Bourdieu (2010, p. 14), o poder simbólico é constituído pela capacidade “de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo” e assim torna-se um poder “quase mágico”, e por isso sua força conquista algo semelhante à força física ou econômico. Esta conceituação relaciona-se com o paralelo descrito a partir dos conceitos de Thompson (1998) sobre as formas de poder, uma vez que é evidenciado um destaque do poder simbólico frente aos outros poderes, sobretudo, em razão da dependência que estas formas de expressões de poder possuem do simbólico.

Tendo em vista esta valorização do papel do simbólico, faz-se necessário discutir as implicações sociais, deixando de lado a visão estritamente econômica, sobretudo, porque o poder simbólico é utilizado como ferramenta de aceitação às desigualdades. Conforme Bourdieu (2007), o capital econômico não é o centro ou o princípio das desigualdades sociais, mas o capital cultural, que por sua vez sustenta a lógica de aquisição e reprodução e estabelece as condições que, em muitos casos, são revestidos em condição econômica. Nesse sentido, é compreensível afirmar que o controle do capital simbólico possui importância ainda maior que o controle do capital meramente econômico.

Para melhor compreender a importância do capital simbólico se faz necessário compreender sua capacidade, que segundo Thompson (1998, p.24), está diretamente ligada à “capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão simbólica”. Logo, percebe-se que a capacidade de intervir tende a ser mais importante, isto é, representar maior expressão de poder que a capacidade econômica, até porque, através da intervenção é possível gerar condições favoráveis que possibilitem a acumulação de capital, ou seja, pode gerar capacidade econômica.

Logo, compreende-se uma ligação entre o capital simbólico e o capital econômico, salvo as suas respectivas dimensões. Para Bourdieu (2010, p. 145), o capital e/ou força simbólica incorpora-se de uma estrutura de distribuição, enquanto detém uma capacidade de conhecimento e de reconhecimento, frente à sociedade. Neste sentido, entende-se que o simbólico, quando reconhecido e legitimado, recebe um status de capital que, por sua vez, pode ser convertido no econômico.

Em conformidade ao exposto, é importante destacar que o capital simbólico pode também receber um status de “mercadoria”, uma vez que tem a possibilidade de ser mercantilizada. “As formas simbólicas podem ser os principais meios de ‘mercantilização’ das formas simbólicas estão justamente no aumento e no controle da capacidade de sua reprodução” (THOMPSON, 1998, p. 27).

Não obstante, torna-se relevante reforçar a importância da relação de força na reprodução do simbólico:

O capital simbólico se incorpora no capital simbólico, não só porque a autonomia, real, do campo de produção simbólica não impede que ele permaneça dominado, no seu funcionamento, pelos estrangimentos que dominam o campo social, mas também porque as relações de força objetivas tendem a reproduzir-se nas relações de força simbólicas, nas visões do mundo social que contribuem para garantir a permanência dessas relações de força. (BOURDIEU, 2010, p.145)

Tendo em vista a possibilidade de reprodução do capital simbólico, torna-se importante reafirmar o conceito/importância da ação simbólica em meio à sociedade. Thompson (1998, p.24) destaca ações simbólicas como possibilidades de “provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, introduzir a crer e a descrever, apoiar os negócios do estado ou sublevar as massas em revolta coletiva”. Logo, é possível destacar a força das ações simbólicas, tanto que se torna pertinente pensar na reprodução dessa força, sobretudo através da busca pelo prestígio, reconhecimento e legitimidade.

A partir de toda a discussão que foi construída sobre o poder simbólico, sua força, sua capacidade e seu destaque, é racional concluir que a aquisição desse poder de fazer crer, de confirmar ou transformar, de intervir e de influenciar tornou-se objeto de desejo de muitos. Contudo, a grande pergunta seria como adquirir e reproduzir este poder? Para Bourdieu (2010), há duas formas que justificam a aquisição de poder simbólico por parte de alguns (e poucos) indivíduos: a primeira

está ligada à questão cultural de divisão de classes e a outra, com a conquista da nomeação legitimada, através das instituições.

A divisão da sociedade em classes sociais possibilita a transferência de poderes simbólicos adquiridos, através das gerações. Nesse sentido, se destaca a questão das distinções entre as classes dominadoras (detentoras do poder simbólico de intervir, definir caminhos, decisões e crenças) e classes dominadas, não apenas economicamente, mas também dominadas através dos preceitos construídos a partir do poder simbólico. Nesse sentido, torna-se importante o peso das questões culturais, que através dos valores simbólicos, legitimam hábitos e ações de alguns indivíduos perante uma sociedade. Assim, através do poder simbólico, a classe dominante pode construir ambiente e situações favorável à permanência de sua posição de classe privilegiada, com legitimidade.

Por outro lado, existe a conquista da nomeação legitimada do poder simbólico, através das instituições, que também necessitam de legitimidade para “promover” o capital simbólico de indivíduos. Nesse sentido, os títulos adquiridos, a partir dos estudos, como titulações acadêmicas (de graduação, mestrado, doutorado ou pós-doutorado) ou ainda títulos conquistados no poder público (como de juiz, promotor público, gestor público), através de concursos, podem ser identificados como formas de nomeação legitimada de poder simbólico. Há também a legitimação simbólica a partir de instituições informais, como premiações de trabalhos, reconhecimentos pelos pares ou até mesmo o reconhecimento na mídia.

Contudo, o poder simbólico legitimado por nomeações nem sempre é responsável pela produção de indivíduos altamente conhecidos em meio à sociedade, com a exceção para poucos gênios, mas com o poder de legitimação. Para Bourdieu (2010, p.148), o indivíduo detentor de poder simbólico não é apenas o conhecido, “ele é também aquele que é reconhecido por uma instância oficial, universal, quer dizer conhecido e reconhecido por todos”. Logo, percebe-se que o título por si não é capaz de gerar o poder simbólico, mas a institucionalização desse capital também se torna importante para a legitimação da instituição que concede a nomenclatura ou o título.

A partir disso, torna-se importante também discutir o conceito de instituições, sejam elas religiosas, escolares, universitárias, midiáticas, dentre outras. Instituições também falam em perenidade, estabilidade e naturalização. Neste sentido,



Thompson (1998, p.20) define instituições como “conjuntos de regras, recursos e relações”, responsáveis pela modificação de “campos de interação pré-existent” que possibilitam o surgimento de “novas posições dentro deles, bem como novos conjuntos de trajetórias de vida para os indivíduos que os ocupam”.

Numa perspectiva econômica, as instituições podem ser vistas como “regras do jogo” e, portanto, seu grande papel na sociedade é o de contribuir para a diminuição de incertezas na interação entre as pessoas, estabelecendo uma base de credibilidade, possibilitando trocas e atuando diretamente na redução de custos de transação, “estabelecendo uma estrutura estável (mas nem sempre eficiente) para a interação humana” (NORTH, 1993, p. 6). Nesse sentido, as instituições necessitam de regras formais escritas, assim como códigos de condutas, regimentos e leis, para assegurar a sua credibilidade, ou seja, seu poder simbólico frente à sociedade.

Por outro lado, Douglas (1998) discorre sobre “grupos sociais” para falar sobre o conceito e o papel das instituições, baseando-se numa perspectiva de Emile Durkheim, e nas discussões sobre legitimação social e agrupamento. “A instituição em questão pode ser uma família, um jogo ou uma cerimônia. A autoridade legitimadora pode ser pessoal, tal como um pai, um médico, um juiz”, Douglas (1998, p. 58). Nessa perspectiva sociológica, em que o conceito de instituições torna-se mais amplo, o seu papel também possui uma forte relação com o poder de legitimação.

Já a mudança institucional pode ser vista como um processo complexo, que ocorre, geralmente, de maneira incremental. Assim, o processo de institucionalização pode ou não ser lento, o que inclui nessa análise a existência de algumas variáveis, que por sua vez podem justificar o atraso institucional de um país ou mesmo de uma região de um mesmo território. Essas variáveis estão normalmente relacionadas à questão da cultura e também sobre a necessidade de implantação e/ou fortalecimento de determinada instituição. Em sociedades onde há muita corrupção e seus indivíduos estão praticamente habituados a conviver com este tipo de práticas, a institucionalização de determinada organização tende a ser mais prolixa, numa comparação com sociedades menos corruptas. A razão para a diferença, em termos de institucionalização, está no fato de que as instituições são

formadas a partir de regras e, uma vez que estas regras são desrespeitadas, verifica-se o enfraquecimento institucional desta organização frente à sociedade.

As universidades e igrejas são exemplos de instituições que geralmente possuem muita credibilidade, justamente por se assegurar em obras científicas (no caso da universidade) ou “sagradas”, que já possuem muito poder simbólico. Contudo, o sucesso dessas instituições dependerá também de sua capacidade de institucionalizar suas próprias regras de condutas e procedimentos, conquistando assim credibilidade, frente à sociedade.

Por fim, é possível observar que incide sobre as instituições a possibilidade de mudanças das estratificações sociais, uma vez que, através delas, indivíduos que integram partes dominadas têm a possibilidade de obter determinado poder simbólico, através das nomeações. Contudo, é evidente que as melhores condições de ensino das classes dominadas possibilitam a estes melhores condições nas instituições, porém, este não é um caminho restrito a este grupo.

Por outro lado, tendo em vista a institucionalização do poder simbólico, torna-se interessante tratar a questão da relação de disputas de forças no campo da produção simbólica. O campo, por sua vez, se caracteriza pelo conjunto de regras, princípios, hierarquias, que são definidos pelos espaços sociais, nos quais encontramos os atores sociais e seus *hábitus* - conjunto de modos e tendências acumulados através do processo de socialização percorridos. “o *hábitus*, como indica a palavra é um conhecimento adquirido e também um haver, um capital” (BOURDIEU, 2010, p. 61).

Para melhor compreender as disputas existentes nos campos simbólicos, torna-se importante compreender as extensões desses campos, através dos agentes religiosos, agentes artísticos, agentes científicos, agentes políticos, agentes de imprensa – cada qual com capital simbólico capaz de produzir força em meio à sociedade, que por sua vez é formada a partir do conjunto desses campos. Os agentes dos diferentes campos tendem a se confrontar, na tentativa de construção da realidade, a partir dos conhecimentos fornecidos pelos seus respectivos campos.

Importa ainda exemplificar, através dos frequentes embates entre os agentes do campo religioso e do campo científico na busca da explicação de determinados acontecimentos que envolvem a humanidade – desde a criação do homem aos

acontecimentos corriqueiros do dia a dia. Outro exemplo são as constantes disputas entre os agentes do campo político e os agentes do campo da mídia, na construção dos fatos noticiados através da imprensa, que envolvem agentes políticos ou gestões relacionadas a estes políticos. Assim, as corriqueiras lutas ou jogos entre os diferentes campos representam a disputa pela legitimação e aquisição de poder simbólico. Essas lutas se desenrolam pelo controle do capital simbólico, formado pelo conjunto de signos e símbolos que permitem situar os agentes no espaço social.

Em conformidade com Bourdieu (2010) e Thompson (1998), o poder simbólico em meio à sociedade, apesar de invisível, é alvo de muita disputa, em parte, porque através dessa forma de poder é possível intervir em condutas, em formação de opinião, valores e garantias de uma construção social. Neste sentido, compreende-se que várias instituições, de diferentes campos, coexistem e possuem destaque, em razão de seu capital simbólico, como garantia de poder.

Em conformidade, Thompson (1998, p. 24) descreve algumas instituições detentoras de poder simbólico:

[...] instituições religiosas, que se dedicam essencialmente à produção e difusão de formas simbólicas associadas à salvação, aos valores espirituais e crenças transcendentais; instituições educacionais, que se ocupam com a transmissão de conteúdos simbólicos adquiridos (o conhecimento) e com o treinamento de habilidades e competências; e instituições da mídia, que se oriunda para a produção em larga escala e a difusão generalizada de formas simbólicas no espaço e no tempo.

Assim, é possível considerar o jornalismo, isto é, o conteúdo produzido pelos meios de comunicação, como sendo um produto simbólico.

## **2.2. O Que é Jornalismo?**

O jornalismo, enquanto conteúdo produzido a partir dos meios de comunicação, tornou-se, ao longo do tempo, um produto indispensável para a sociedade. Dotado de certa credibilidade e com um forte papel na construção, desconstrução ou legitimação da realidade, o jornalismo possui considerável destaque numa sociedade que possui como hábito a busca pelo noticiário

jornalístico. Seguindo este raciocínio, torna-se fundamental discutir o conceito do jornalismo, suas regras, sua ética e principalmente sua função social.

Em conformidade com Thompson (1998, p. 209), são funções básicas da mídia, através do jornalismo, num sistema democrático, prezar pela vigilância do poder público, fomentar o debate pluralista e contribuir para a mobilização social. O jornalismo também é apontado como um agente que contribui com a solução de conflitos, isto é, para que os diversos conflitos sejam solucionados sem que haja a necessidade da utilização da força, característica similar ao papel exercido pela política, em meio às relações sociais. Logo, torna-se importante também discutir o conceito e o papel exercido pelo jornalismo político – especialidade ou editoria jornalística focada nas relações políticas do poder com o próprio poder ou da sociedade com o poder.

O jornalismo também é entendido como um importante agente colaborador na construção da comunidade, da cidadania e da democracia. O jornalismo contribui com a formatação de uma linguagem de conhecimentos comuns, dentro de uma comunidade, assim como colabora com a formação de uma identidade, atuando também na formação de um sentimento de participação em meio à sociedade (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004, p. 31).

Contudo, existe uma visão crítica sobre o papel do campo jornalismo, em meio social, uma vez que existe a influência de outros campos de poder sobre ele, sobretudo porque sua estrutura é vulnerável à lógica de mercado, uma vez que as forças e pressões do mercado, como os leitores e anunciantes, tendem a interferir em sua produção (BOURDIEU, 1997, p.101). Neste sentido, faz-se necessário pensar o jornalismo como um produto voltado para atender, conquistar e se tornar instrumento de legitimação. O jornalismo, sobretudo o produzido pelos grandes meios de comunicação, possui direções editoriais, construídas a partir de princípios profissionais, baseados na ética e no conceito da profissão e em outros casos baseados na lógica das pressões de mercado.

Apesar de o jornalismo ser considerado um produto do meio de comunicação e apresentar distinções, em razão da existência de diferenças entre os veículos, o jornalismo possui alguns preceitos gerais, como o de informar a sociedade sobre o que tende a intervir em seu cotidiano. Nesse sentido, se torna importante a discussão sobre a ética jornalística dos veículos de comunicação de massa.

Para Lustosa (1996, p. 29), “o veículo de comunicação de massa é comprado porque atende nossa necessidade de informação”, ou seja, a sociedade busca informação no jornalismo e atribui a este valor e credibilidade porque acredita em sua busca pela divulgação de informações, relacionadas ao dia-a-dia da sociedade. Neste sentido, torna-se papel do jornalismo a busca pela sensibilidade e percepção para definir o que é informação, o que é notícia e o que é interesse público e assim fazer uso da ética para definir suas pautas. Os critérios de noticiabilidade se tornam um dos maiores desafios para o jornalismo, na atualidade. No caso brasileiro, que segue uma tendência internacional do jornalismo, existe uma busca pelo caráter informacional da notícia, o que, por sua vez, não exime o veículo de cometer erros e distorções, uma vez que a escolha sobre qual fato será noticiado cabe também ao jornalista.

Tendo em vista a discussão sobre o que é informação de interesse público, se faz importante a contribuição de Wolton (2004), que defende um conceito de jornalismo sempre voltado para optar pelo interesse público, ainda que este não seja, necessariamente, o interesse do público. O fato do público se interessar por determinado assunto não pode ser a única razão para a definição de uma notícia.

Em conformidade, Lage (2003, p. 94) aponta como interesse do público:

O público tem o direito de ser informado e isto é regra para os jornalistas, não para muitos de seus interlocutores, ainda que liberais. É também a base de qualquer ética aceitável pelos jornalistas. No entanto, o que se informa ao público é o que é de seu interesse real, nem sempre o de sua curiosidade [...].

A opção do interesse público, em razão do interesse do público, pode ser compreendida como uma conduta ética no jornalismo, sobretudo quando se leva em consideração que, em alguns casos, o jornalismo opta por noticiar fatos que não são comuns à população em geral, mas que ao mesmo tempo são importantes e por isso devem ser noticiados.

Para Benazzi (2010), o jornalismo não tem ética própria. Assim, “a ética do jornalista é a ética do cidadão”. Nesta lógica, para definir o que é ou o que não é ético, no jornalismo, torna-se necessário definir o que é ético e o que não é ético para a sociedade. Logo, é necessário considerar que a sociedade é formada pelo coletivo e é racional acreditar que é ético para um indivíduo não colocar seus direitos, necessidades ou demandas acima dos mesmos direitos, necessidades ou

demandas da sociedade em geral. Ao se falar de ética social, não há como deixar de falar em moral, pois o conjunto de valores regidos pela moral seria a melhor definição para ética, numa determinada sociedade.

Em conformidade ao exposto:

Ética é o estudo dos juízos de valor (bem/mal) aplicáveis à conduta humana, no todo ou em um campo específico. Moral é o conjunto das regras de conduta consideradas eticamente válidas. Deontologia é o tratado dos deveres morais das pessoas, além de ser o estudo dos princípios e sistemas de moral. Os códigos de ética são, mais exatamente, códigos deontológicos. (LAGE, 2003, pag. 89)

Por sua vez, o jornalismo possui uma relação de deveres com a sociedade em geral e por isso não pode ignorar o senso de coletividade em suas decisões, senão as matérias serão pautadas de acordo com a necessidade do profissional ou do veículo em que trabalha. O jornalismo, sem levar em consideração os preceitos éticos, pode ser uma ferramenta bastante perigosa, principalmente quando se leva em consideração o papel do jornalismo na sociedade, que chega a classificá-lo como o quarto poder democrático.

Uma das características do jornalismo, num estado democrático, seria a vigilância e controle dos poderes. Ainda, o jornalismo só pode ser cumprido, integralmente, quando se leva em consideração a importância de se difundir informação pública e de qualidade à população. O jornalismo sensacionalista, por exemplo, que busca sentimentos ligados à emoção para relatar fatos e assim alcançar aceitação do público, precisa ser discutido. No jornalismo sensacionalista trabalha-se a informação, o relato de fatos importantes, ligados, sobretudo com crimes, problemas sociais, que merecem destaque, mas a problemática está centrada na maneira de se trabalhar esse produto jornalístico, buscando na emoção o sucesso do produtor (LUSTOSA, 1996).

Para Bucci (2000, p.2) é importante para o jornalismo evitar o sensacionalismo para não desconstruir sua essência:

Evitar o sensacionalismo; saber procurar ou utilizar entrevistas ou fotos, ou seja, mostrar compaixão por aqueles que são afetados pela tragédia ou sofrimento, que podem ser os amigos, familiares e admiradores que pedem o sigilo nas notícias; reconhecer que as fontes possuem um direito maior ao controle de informações sobre si mesmas do que representantes públicos e outros que buscam poder, influência e atenção.

Ao se criticar ou ainda tentar evitar o jornalismo sensacionalista, percebe-se uma busca, quase incessante, para se descrever o exercício desta profissão de forma ideal e eticamente correta. Para alguns estudiosos, como Lage (2003), um dos pilares do jornalismo eticamente correto é a busca pela imparcialidade, pois a parcialidade impede que o trabalho jornalístico seja voltado para sociedade, isto é, o coletivo, e ao invés disso focalize os interesses individuais.

Martins (2005) defende que o jornalista deva ao menos buscar a imparcialidade, ainda que esta seja algo difícil de encontrar na elaboração de um trabalho, que facilmente pode se tornar tendencioso, como é o jornalístico. Apesar da opinião dos jornalistas não ser mais o “carro-chefe” dos jornais, a interferência do profissional na elaboração final é visível, tendo em vista, por exemplo, a escolha de determinada pauta. Por outro lado, alguns estudiosos discordam sobre imparcialidade no jornalismo.

Lustosa (1996, p. 21) trata a imparcialidade como um mito:

Apesar do propósito e do compromisso de alguns jornalistas, a imparcialidade e a impessoalidade jamais ocorreram efetivamente no jornalismo [...] A notícia é, pois uma versão de um fenômeno social, não a traduz objetiva, imparcial e descomprometida de um fato. Qualquer redator ou relator de um fato é parcial inclusive ao escolher o melhor ângulo para descrevê-lo, como se recomenda as redações [...].

Contudo, é de se considerar relevante a busca da imparcialidade no jornalismo para que este não seja, desde sua essência, um elemento fora dos preceitos éticos. Na prática, o jornalismo - seja pelos conflitos da imparcialidade, seja pela necessidade do caráter informacional - é uma profissão, no mínimo, desafiadora. Uma das questões mais complexas da profissão é justamente a relação e/ou interferência dos poderes no seu trabalho.

Não obstante, faz-se necessário discutir que o jornalismo nasce justamente num momento de intensas revoluções transcorridas na Europa – sobretudo a Revolução Francesa – e contribuindo com processo de desconstrução do poder simbólico da Igreja, reproduzindo quebra de paradigmas e doutrinas que haviam sido instituídos na Idade Média. Contudo, se faz necessário refletir se, na atualidade, imerso à lógica capitalista, o jornalismo contribui para com a permanência de

paradigmas simbólicos, que cooperam para a relação de dominantes e dominados nas relações sociais.

Neste sentido, Miguel e Biroli (2010, p.37) apontam:

A política, nas chamadas “democracias representativas”, de fato se faz assim, com a exclusão permanente do titular nominal da soberania, o povo. Mas a mídia não se limita a refletir uma realidade que a cerca; ela desempenha uma função ativa na reprodução de práticas sociais. Portanto, os telejornais e revistas semanais brasileiros não só descrevem uma situação de fato (o monopólio da atividade política pelos profissionais), eles a naturalizam diante de seu público e contribuem para sua perpetuação.

Por isso, o jornalismo deve ser pensado como a síntese do espírito moderno, que possui a capacidade de impor à tradição obscurantista, questionamentos importantes, crítica sobre o desempenho, sobre a política e sobre a confiança no progresso, além de contribuir com o espírito de modernidade (MARCONDES FILHO, 2002, p. 10). Assim, o espírito do jornalismo deve ir ao encontro dos anseios que possibilitem contribuir com o desenvolvimento da sociedade.

No entanto, no ambiente democrático, contudo comercial, o jornalismo “se torna mais independente dos laços políticos e transforma a atividade também numa indústria onde o novo produto – as notícias como informação – é vendido como objetivo de conseguir lucros”, (TRAQUINA, 2004, P. 50). Nesse sentido, não basta pensar na necessidade de um ambiente democrático, para se obter um jornalismo, de fato, comprometido com a sociedade. A questão em jogo seria o compromisso com os preceitos do jornalismo, de buscar e divulgar a informação com veracidade, ainda que esta contrarie interesses de outros agentes – como os anunciantes.

Nesse sentido, Kovach e Rosenstiel (2004, p. 83) apontam:

[...] o profissional de imprensa não é como os empregados de outras empresas. Ele tem uma obrigação social que na verdade pode ir além dos interesses imediatos de seus patrões, e ainda assim essa obrigação é a razão do sucesso financeiro desses mesmos patrões. O compromisso com a população é o significado do que viemos chamar de independência jornalística.

Essa relação de dependência do jornalismo tende a ser maior com a esfera econômica, geralmente relacionada aos anunciantes ou potenciais anunciantes dos jornais, que da esfera pública. Contudo, a parte do jornalismo que lida diretamente



com os detentores do poder instituído pelo Estado – o jornalismo político – também esbarra em dificuldades.

O jornalismo político é a parte do jornalismo que lida de forma acentuada nas relações políticas do poder com o próprio poder ou da sociedade com o poder. Por outro lado, estas relações “políticas” que acontecem inteiramente na sociedade – de indivíduo para indivíduo, não são pautados por este tipo de jornalismo. Ao se falar em jornalismo político, percebe-se uma forte ligação deste trabalho com a decisão ou informação relacionada ao jogo pelo poder entre os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário – num ambiente republicano. O modelo declaratório, isto é, notícias construídas a partir de declarações de parlamentares, secretários, ministros, governadores ou presidentes, prevalecem nesta forma de jornalismo – característica que foge a regra geral do jornalismo, que é voltado a acontecimento de fatos.

Lustosa (1996, p. 124) sintetiza o dia-a-dia da cobertura política do jornalismo:

A atividade diária dos profissionais que fazem a cobertura dos acontecimentos políticos é realizada nas casas legislativas e nas sedes dos governos federais, estaduais e municipais. Nas sedes dos poderes executivos os fatos tendem a ser mais abrangentes, incluindo também assuntos de natureza administrativa e econômica. A dificuldade dos repórteres está relacionada com material informativo em excesso, em determinados dias, e praticamente nada de novo, em outros.

Contudo, é importante destacar que a notícia jornalística de política, como outra qualquer, deve seguir um determinado “padrão de valores”, que deveria primar pela “missão” básica de informar a sociedade, para que esta, bem informada, possa tomar suas próprias decisões sem que haja uma perigosa “manipulação” de ideias (MARTINS, 2005). Nesta lógica, conclui-se que o jornalismo político, como qualquer outro, deve levar em consideração a percepção individual do público para a construção dos mais complexos fenômenos.

Por outro lado, torna-se importante destacar que o princípio comercial interferiu no conceito profissional do jornalismo, sobretudo em razão das questões comerciais, de publicidade, como afirma Bourdieu (1997, p. 101). Logo, o conceito das publicações jornalísticas se afasta do princípio relacionado ao interesse público, ao interesse do cidadão e se aproxima do princípio comercial, causando um verdadeiro conflito, dentro do próprio campo do jornalismo, que passa a conviver

com a dicotomia de ser orientado por conceitos profissionais, geralmente ligados à ética da profissão, ou aos preceitos comerciais, uma vez que os veículos de comunicação passam a se apresentar como uma indústria de publicações, com espaço comercial, orientado pelo capital econômico.

Nesse sentido, Bourdieu (1997, p. 76), destaca a fragilidade do campo do jornalismo:

O campo do jornalismo tem uma particularidade: é muito mais dependente das forças externas que todos os outros campos de produção cultural, campo da matemática, campo da literatura, campo jurídico, campo científico. Ele depende muito diretamente da demanda, está sujeito à sanção do mercado, do plebiscito, talvez mais ainda que o campo político. A alternativa do “puro” ou do “comercial” que se observa em todos os campos aí se impõe com uma brutalidade particular e peso do polo comercial...

Por fim, é possível observar que o jornalismo possui legitimidade em meio à sociedade, conseqüentemente, possui poder simbólico e, justamente por essa capacidade, é um produto de disputa entre os demais campos do poder. Por outro lado, o campo do jornalismo também se desenvolve em um ambiente de disputa interna – entre a orientação profissional e comercial. Por fim, ressalta-se a importância do conceito profissional do jornalismo, a despeito do princípio comercial para a sociedade de uma forma geral. Importa destacar que, a busca ou apresentação desse conceito, foram importantes para legitimar os meios de comunicação frente às relações sociais.

### **2.3 Jornalismo como Bem Simbólico**

O campo simbólico do jornalismo, compreendido como um instrumento simbólico de poder, carregado de legitimidade junto à sociedade de forma geral, para discorrer sobre vários assuntos correlacionados a outros campos simbólicos, constitui-se como um poderoso instrumento, que é alvo de muita crítica e disputa sobre seu controle. Logo, percebe-se uma discrepância entre o entendimento popular sobre o que é jornalismo e sobre o que os outros campos do poder compreendem sobre o papel do jornalismo.

Para conquistar prestígio junto à sociedade, o jornalismo abraçou diversas revoluções, sobretudo aquelas voltadas à implementação dos direitos democráticos, como o direito de expressão (SODRÉ, 1998). Se por um lado o jornalismo contribuiu com as conquistas sociais, por outro, conquistou credibilidade junto à sociedade. Os direitos democráticos também contribuíram muito para com o fortalecimento do jornalismo e para com seu empoderamento simbólico em meio à sociedade, uma vez que a existência do ambiente democrático possibilita a existência de um trabalho crítico dos jornalistas, sobretudo com relação aos agentes do Estado, o que é apresentado como positivo para a sociedade.

Contudo, Kovach e Rosenstiel (2004) e Bourdieu (1997) questionam o papel do jornalismo enquanto instrumento social voltado aos interesses da sociedade, sobretudo em razão da relação por vezes subserviente dos meios de comunicação com os anunciantes, detentores de poder econômico. Logo, o mecanismo utilizado por outros agentes que possuem menos poder simbólico frente à sociedade que os meios de comunicação, como empresas e companhias das diversas áreas de produção, utilizam-se do poder econômico para interferir no processo informativo.

É importante ressaltar, em conformidade com o que foi exposto anteriormente, que o poder simbólico possui tamanha importância ou até importância maior que outras formas de poder, como o poder econômico. Para Thompson (1998, p.24), o poder simbólico possibilita intervenções que talvez fossem impossíveis para as demais ações simbólicas, como a indução a novos caminhos, decisões, condutas e tudo isso com pouco desgaste de imagem, uma vez que tudo é incrementado através de conceitos tidos como legítimos pela população. Logo, torna-se intrigante pensar na disputa de interesses que ocorre entre o jornalismo, através dos meios de comunicação, detentores de poder simbólico, e as empresas da iniciativa privada, detentoras de recursos financeiros e logicamente de poder econômico. O poder econômico termina por sobressair ao poder simbólico da mídia, não por uma razão de força, uma vez que o simbólico tende a representar mais que o econômico, mas talvez por uma relação de fraqueza dos meios de comunicação na luta com os agentes, detentores de capital econômico.

Segundo Kovach & Rosenstiel (2004, p. 81), a problemática estaria na estrutura dos meios de comunicação, que em sua grande maioria, funcionam como uma empresa, oferecendo um serviço e visando um lucro ao final do mês. Nesse

sentido, o jornalismo se apresenta como um “negócio”, que precisa ser eficiente, isto é, lucrativo, e os gerentes ou dirigentes desse negócio buscam construir uma relação harmoniosa, ou seja, evitar desavenças, com os clientes. Contrariando o conceito profissional de jornalismo, focado no interesse público, em detrimento dos interesses de um grupo detentor do poder econômico.

Em conformidade ao exposto, Bourdieu (1997, p. 19) fala sobre a existência de uma “censura econômica” ao jornalismo. Ou seja, apesar do jornalismo, sobretudo em países com democracias instauradas, ter conquistado liberdade frente à censura política, primeiramente imposta pelo poder público, para controlar o que seria divulgado, atualmente passa a conviver com um controle, talvez mais discreto e quase invisível para a população, de uma censura proveniente do poder econômico que, por sua vez, banca os lucros dos jornais, através dos anúncios.

Nesta lógica, o jornalismo sobrevive a uma grande tensão, entre os agentes econômicos e profissionais, dentro do próprio campo jornalístico, tendo em vista a disputa pelo poder simbólico das publicações. Para Bourdieu (1997, p. 106), uma alternativa seria a contribuição econômica do Estado, para assegurar a independência do jornalismo, frente às pressões imediatas do mercado. Contudo, essa responsabilidade deve ser prevista na legislação do Estado, para que os meios de comunicação não dependam dos gestores (que em geral são políticos); ao contrário, o campo jornalístico deixa de ser influenciado pelo poder econômico e passa a ser dirigido pelo poder político.

Ao falar sobre a relação do campo jornalístico com o campo político, não é possível garantir total isenção. No entanto, até mesmo para obter certa legitimidade frente à população, o jornalista necessita de independência política para divulgar, sobretudo, aquelas ações tidas como mal executadas, a corrupção e outras questões negativas do poder público. Todo este noticiário coloca o jornalismo como investigador das ações do Executivo e do Legislativo.

Contudo, torna-se importante discutir também a existência de um jogo relacionado à divulgação ou não divulgação dos fatos políticos nos jornais, que em muitos casos são intermediados pelo campo econômico – novamente os anunciantes – que de alguma forma podem lucrar ou deixar de lucrar com a publicação ou com a não publicação de um noticiário que pode revelar acontecimentos que acabem com a imagem de um político e de uma gestão.

Neste sentido, o noticiário midiático torna-se um produto que pode ser comercializado, pois “a comunicação de massa implica a mercantilização das formas simbólicas no sentido de que os objetos produzidos pelas instituições da mídia passam por um processo de valorização econômica” (THOMPSON, 1998, p. 33). Por esta razão, é possível concluir que, apesar do poder simbólico obter maior poder de intervenção em meio à sociedade, existe também um jogo de interesses, para obtenção de capital simbólico e capital econômico, entre ambos os campos.

Em meio à existência desse jogo de interesses, o jornalismo pode ser compreendido como um instrumento, amplamente fortalecido pela democracia, com um status de colaborar na construção de uma sociedade inspirada nos princípios da revolução francesa, que goza de liberdade, igualdade e fraternidade, mas que por outro lado apresenta-se como um instrumento que interfere diretamente na perspectiva dos indivíduos que, por sua vez, colaboram com o bom funcionamento das esferas culturais, da democracia e da política. Nesse processo, destaca-se o papel dos grandes grupos midiáticos.

Em conformidade ao exposto, aponta Bourdieu (2010, p. 37):

Este poder simbólico que, nas mais diferentes sociedades era distinto do poder político ou econômico, está hoje reunido nas mãos das mesmas pessoas, que detêm o controle dos grandes grupos de comunicação, isto é, do conjunto dos instrumentos de produção e difusão dos bens culturais.

Por fim, é possível construir uma discussão a partir do jornalismo enquanto produção simbólica munido de legitimação em meio à sociedade, mas com autonomia e comprometido, sobretudo, por estar diretamente inserido na lógica comercial do campo econômico, ao mesmo tempo em que faz uso de um discurso de produção autônoma, em consonância com o conceito profissional do jornalismo voltado aos interesses da sociedade em geral. Nesse sentido, o jornalismo apresenta-se como um mediador das relações pela disputa do poder simbólico, entre os campos da mídia, da política, da economia, da acadêmica, da produção cultura, dentre outros. Neste sentido, Ferreira (2005, p. 39) aponta que os campos acadêmicos e artísticos necessitam de uma luta maior para conquistar legitimidade através da mídia.

Nesta perspectiva, o propósito de um jornalismo independente das pressões dos campos políticos e econômicos poderia se constituir como um importante

instrumento de transformação social. Por outro lado, sobretudo a luta simbólica pelo poder, apresenta ser implacável, ao ponto de comprometer os ideais do jornalismo.

Portanto, nesta sessão, foram discutidos os conceitos de poder simbólico, de jornalismo e, por fim, essa relação do jornalismo enquanto poder simbólico. A partir de uma discussão teórica, sobre poder, papel social e interesse público é possível pensar o papel simbólico do jornalismo em meio à sociedade.

### 3. MÍDIA E POLÍTICA NO BRASIL

A partir do pressuposto de que os meios de comunicação são formas simbólicas do poder, ao lado de outras instituições como as igrejas e as universidades, torna-se fundamental discutir a relação existente entre a mídia e a conjuntura política brasileira. Nesse sentido, evidencia-se a importância de se discutir o papel dos meios de comunicação num ambiente democrático, seu histórico e principalmente a sua relação com os poderes instituídos pelo Estado (Judiciário, Legislativo e Executivo), a relação com os partidos políticos, com as ideologias, com o sistema financeiro e também com a sociedade de forma geral.

Importa destacar que o termo mídia no Brasil é utilizado como sinônimo de meios de comunicação de massa ou uma empresa jornalística específica. A utilização deste termo, de forma mais recorrente, se deu, sobretudo, a partir da década de 1990, com o fortalecimento das pesquisas sobre mídia e política no Brasil, sendo que o emprego desta palavra é muito comum nos estudos que relacionam os campos da Comunicação, Política e Economia (GUAZINA, 2004).

A discussão que envolve a relação entre mídia e política passa, necessariamente, pelo jornalismo político – parte ou editoria do jornalismo, que aborda, especificamente, os fatos e questões relacionadas diretamente com o âmbito da política, num conceito que envolve as questões relacionadas às disputas dos agentes pelo poder. Destacam-se a visibilidade e a importância da mídia no privilegiado espaço do jogo de poder e das relações políticas, onde a construção de imagens com legitimidade em meio à sociedade torna-se uma questão essencial. Assim, os diversos atores envolvidos no jogo pelo poder, com imagem associada aos partidos políticos, sindicatos, entidades patronais e órgãos da sociedade civil, procuram legitimidade através dos meios de comunicação, o que destaca seu papel em meio às disputas pelo poder.

Pesquisadores como Motta (2002), Thompson (1998), Miguel (2002), dentre outros, discorrem sobre o papel protagonista da mídia na vida política e conseqüentemente sobre a pouca possibilidade de reverter tal situação. A partir de uma análise sobre essas leituras, é possível verificar que os meios de comunicação

se apresentam como o principal elo entre os políticos e suas bases, em sociedades como a brasileira, enfatizando o papel do jornalismo político. Nessa perspectiva, torna-se aceitável considerar que, em sociedades democráticas, a imprensa necessita do jogo de poder e o jogo de poder necessita da imprensa. O Poder Executivo, por exemplo, tende a buscar os meios de comunicação, para garantir uma boa imagem midiática e ganhar legitimação diante da opinião pública, garantindo assim melhores condições de governabilidade e elegibilidades futuras. No ambiente democrático, o poder instituído tende a não fazer uso de ações coercitivas para assegurar uma “relação harmoniosa” com a imprensa, mas por outro lado, vale-se da utilização de outras formas “sutis” envolvendo, sobretudo, o poder econômico.

A partir desta sessão, pretende-se discutir o processo de legitimação da força do jornalismo no Brasil, sobretudo através dos veículos impressos que, por sua vez, ganharam força e notoriedade a partir do longo processo de formação do conceito de cidadania no País. Logo após, será apresentada uma discussão sobre os estudos de mídia e política no Brasil, tendo em vista as especificidades dessa conflituosa relação, o papel da mídia no cotidiano político e também os estudos científicos, que são realizados, sobretudo, a partir da Comunicação e da Ciência Política.

A discussão apresenta a visão mais crítica e também a moderada sobre o papel desempenhado pela mídia brasileira. Por fim, discorre-se sobre a grande mídia impressa no Brasil e sua atuação, sobretudo no período de redemocratização, isto é, após a eleição presidencial de 1989.

### **3.1. Jornalismo Impresso no Brasil**

Para melhor compreensão do papel do jornalismo no “mundo” das disputas políticas no Brasil, torna-se importante discutir sua evolução histórica, sobretudo, a partir do jornalismo impresso que, por sua vez, sempre trabalhou de forma mais acentuada as questões relacionadas ao cotidiano político do País, além de ser o objeto de análise do presente estudo. A relação próxima entre o jornalismo impresso e temas relacionados à política e à economia em parte se justifica por sua



capacidade de aprofundar-se nos fatos, capacidade que é menos explorada através do jornalismo televisivo ou radiofônico.

A história do jornalismo brasileiro é bastante correlata aos fatos históricos, que colaboraram com a formação do Brasil, com destaque para os acontecimentos políticos, o que justifica determinada atenção à editoria de política, nos estudos focados na perspectiva histórica dos meios de comunicação. A história do jornalismo brasileiro é construída, em parte, a partir das publicações de jornais e revistas, que deixaram registrados em papel os acontecimentos dos diversos momentos que se tornaram históricos. Por outro lado, os diferentes períodos do Brasil (Colônia, Império, República Velha, etc) possibilitaram a evolução ou o retrocesso do jornalismo, confirmando assim a relação indissociável da história do jornalismo à história do País.

Em conformidade com Sodré (1998), a imprensa chegou ao Brasil em 1808, juntamente com a família real portuguesa, que veio se refugiar na colônia, em consequência de conflitos que tomavam conta da Europa. Naquele ano, surgiu o Correio Braziliense, que era editado e distribuído a partir de Londres (Inglaterra), ou seja, levavam-se meses para que a edição chegasse ao Brasil e, dessa forma, o primeiro jornal editado e impresso no Brasil foi O Gazeta do Povo, também lançado em 1808, meses depois. Contudo, estes primeiros jornais se limitavam às publicações dos decretos da Corte e à cobertura das atividades da família real no Brasil. Só a partir de 1821, surgem jornais ligados a grupos que defendiam a independência da Colônia e a disseminação dos ideais de liberdade, igualdade e fraternidade advindos da Revolução Francesa.

No Brasil Império (a partir de 1822), a imprensa passou por um “período de perseguição” e “conquistas”, pois foi neste período que se multiplicaram as publicações jornalísticas, também em formatos de panfletos e pasquins, que insistiam com as publicações que desafiavam a lógica de um país rural e escravagista. Os jornais do período imperial tiveram importante contribuição no processo de libertação dos escravos, uma vez que traziam informações, ainda que para uma parcela ínfima da sociedade que sabia ler, sobre direitos humanos e sobre o lado positivo da libertação dos escravos para o País, a partir de experiências de outros países (SODRÉ, 1998).

O fim da escravidão do Brasil contribuiu com o fim do Império e com a Proclamação da República em 1889, o que, por sua vez, possibilitou o surgimento de uma nova imprensa, classificada por alguns estudiosos, como a Grande Imprensa, pois a partir desse período surgiram os grandes veículos de comunicação, sobretudo, instalados no eixo Rio-São Paulo e com relevância nacional, como O Estado de S. Paulo (Estadão) e o Jornal do Brasil, que nasceram na última década do século XIX; e o Globo e a Folha de S. Paulo, na década de 1920 (SODRÉ, 1998).

Nessa conjuntura republicana, o jornalismo ganhou mais força e notoriedade, até porque, os governantes passaram a ser escolhidos através do sistema de votação, ainda que de forma indireta e excluindo analfabetos e as mulheres - ou seja, a grande maioria da população -, o que já evidenciava problemas na construção de um ambiente democrático de cidadania. Porém, no início do Brasil República foi possível ver surgir um jornalismo político extremamente partidário, no qual a opinião era quase ou até mais importante que a informação, uma vez que o destaque das publicações era justamente a opinião, ou seja, o que determinado jornalista escrevia sobre determinado assunto, fato ou decisão do governo (MARTINS, 2005).

A primeira metade do século XX também foi marcada pela instauração da censura à imprensa. Um exemplo é o primeiro governo de Getúlio Vargas (1930-1945), período que foi implantado o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) - órgão governamental responsável pela fiscalização dos conteúdos divulgados pelas mídias, com o poder de censurar publicações que iriam contra os interesses do governo. Esse departamento foi fundamental para a difusão e popularização dos ideais do Estado Novo, nos diferentes segmentos da sociedade brasileira, o que pode ser considerado uma interrupção no processo de formação e maturidade do jornalismo brasileiro.

A partir dos anos de 1950, sobretudo com o fim do segundo governo de Getúlio Vargas (1950 a 1954), a imprensa brasileira iniciou um processo de independência, em termos de divulgação, quando deixou de ser regulamentada pelo Estado. Este, por sua vez, foi surpreendido e barrado, através do golpe dos militares, ocorrido em março de 1964 - 10 anos após a morte de Getúlio Vargas. A partir de então, as assinaturas dos Atos Institucionais aumentaram os poderes dos presidentes militares e diminuíram os direitos da imprensa. No período dos governos

militares, a imprensa brasileira passou a viver outro período de muita censura que também implicou no “amadurecimento” do jornalismo (SODRÉ, 1998).

Castilho (2007, p.1) relata a vivência do jornalismo no período militar:

[...] Até a extinção da censura prévia, em 8 de junho de 1978, nos veículos de divulgação sobre os quais ela ainda atuava, os militares se valeram de uma extensa rede de informações e de um arsenal de leis e decretos numa tentativa de manter os órgãos de comunicação sob vigilância, restringindo liberdades e determinando o que podia ou não ser publicado para preservar seus interesses.

No período militar, a grande mídia impressa, de uma maneira geral, foi a que mais sofreu com interferências imposta pela censura, por desenvolver uma postura liberal e moderada e consecutivamente ser encarada pelo governo (militar), como um instrumento da oposição, enquanto os meios eletrônicos, com ênfase para a televisão e a Rede Globo, representavam um apoio espontâneo ao governo. Para Azevedo (2006, p. 104), essa distinção (entre postura da mídia impressa e da mídia eletrônica) pode ser observada no processo de campanha pelas “Diretas Já”, em 1983 e 1984, que teve “na Folha de S. Paulo um dos seus principais arautos, enquanto a Rede Globo escondia do público as grandes manifestações populares e ignorava o debate nacional pelas eleições diretas para Presidente da República”.

Apesar da evidente postura de omissão dos veículos de comunicação das Organizações Globo e de outros jornais que deixavam de publicar fatos relevantes para manter uma boa relação com os militares, o jornalismo, sobretudo o impresso, pode ser considerado uma ferramenta importante no processo de redemocratização do Brasil, que ocorreu na década de 1980. Carvalho (2008) aponta a ABI (Associação Brasileira de Imprensa), ao lado de instituições como a Igreja Católica, a OAB (Ordem dos Advogados do Brasil) e a SBPC (Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência), como instrumentos “fundamentais” na luta da resistência à ditadura e em prol da redemocratização do País, que só veio a se consolidar de fato, com a Constituição de 1988, que assegurou a garantia de direitos civis fundamentais, dentre eles o direito à expressão, que beneficiou diretamente à imprensa brasileira.

Importa destacar ainda, que durante o regime militar no Brasil, o jornalismo não deixou de existir, apesar da censura, que impedia publicações de matérias prontas, fazendo com que jornais, como o Estado de S. Paulo, divulgassem receitas

culinárias nas páginas de destaque, como forma de protesto à situação imposta. Por isso, a reabertura política significou muito para os meios de comunicação e consecutivamente para o jornalismo, que precisou se reinventar e buscar maturidade para trabalhar com temas sobre os quais há muito tempo não se realizava uma ampla discussão, como a corrida presidencial que passou a ser definida a partir de eleições diretas e com votação obrigatória.

Em períodos conturbados, como o do período militar, o jornalismo político necessitou passar por adequações, tendo em vista as ferramentas de censura, mantidas pelo Estado, como o poder de barrar publicações que se opusessem aos interesses dos governantes militares. No entanto, com a redemocratização do Brasil, já na década de 1980, o jornalismo político volta a ganhar força e destaque nos periódicos, sobretudo com a volta do multipartidarismo, as criações das novas legendas, as movimentações partidárias e das oposições, os questionamentos voltam a fazer parte da rotina das coberturas do caderno de política dos grandes jornais (MARTINS, 2005).

De acordo com a classificação de sistemas midiáticos, proposta por Hallim e Mancini (2004, apud AZEVEDO, 2006, p. 90), o sistema midiático brasileiro possui características compartilhadas pelo “Modelo Pluralista Polarizado”, como: o surgimento tardio da imprensa e dos jornais comerciais; o monopólio familiar; a pequena diversidade externa do ponto de vista político; o viés conservador; a baixa circulação dos jornais associada ao baixo número de leitores e um jornalismo orientado prioritariamente para as elites e permeável à influência dos públicos fortes. Segundo o autor, o sistema político desse modelo, tende ao pluralismo polarizado, isto é, presença dos partidos políticos na vida pública e ao mesmo tempo o predomínio da representação coletiva e dos principais grupos e partidos políticos. Essa classificação do “Modelo Pluralista Polarizado” é exemplificada pela classificação através da mídia existente nos países mediterrâneos: França, Itália, Portugal e Espanha.

Outros tipos de classificação do Hallim e Mancini seria o “Modelo Liberal”, típico dos Estados Unidos e Inglaterra, que se desenvolveu precocemente num ambiente marcado pela liberdade e o individualismo, com baixa diversidade interna e orientado pela informação. Por fim, o modelo cooperativista-democrático, praticado pelos jornais dos países nórdicos (Suécia, Noruega e Finlândia), em que os veículos

de comunicação são altamente desenvolvidos, gozam de liberdade e possuem ligação direta com grupos de representação social e organizações. É importante destacar que o modelo cooperativista-democrático, seja o que talvez mais se aproxime de um jornalismo ideal para sociedades democráticas.

Desde a redemocratização, o Brasil viveu seis pleitos presidenciais (1989, 1994, 1998, 2002, 2006, 2010) e contou com cinco presidentes: Fernando Collor, Itamar Franco, Fernando Henrique Cardoso, Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff. Neste período, o jornalismo político brasileiro, sobretudo dos grandes veículos de comunicação, buscou se estabelecer, principalmente, através de um modelo comercial, garantindo suas estruturas, equipamentos, inovações tecnológicas (fundamentais num período em que as redações passaram a utilizar computadores), através da publicidade.

Contudo, importa destacar que os grandes veículos de comunicação brasileiros se mantêm, sobretudo, a partir das veiculações comerciais e encontram-se centrados nas mãos de poucos grupos, o que destaca a importância da realização de trabalhos científicos que buscam discutir a prática jornalística, no período pós-redemocratização, com o intuito de buscar definições, conceitos sobre as relações entre mídia e política no Brasil.

### **3.2.Mídia e Redemocratização do Brasil**

Os estudos sobre mídia e política tendem a discutir o papel dos meios de comunicação brasileiros frente à força dos campos político e econômico. No Brasil, os estudos sobre mídia e política podem ser divididos a partir de dois campos de estudo: o da Comunicação, em que muito se discute o conceito de mídia e sua relação com as forças políticas, com o objetivo de esclarecer acontecimentos variados; e, por outro lado, do ponto de vista da Ciência Política, em que se estuda de maneira particular e crítica a atuação da mídia em meio às questões de ordem políticas (GUAZINA, 2007, p.2).

Importa destacar que os estudos sobre mídia e política no Brasil intensificaram-se a partir da década de 1990, após o retorno das eleições diretas, com a disputa de 1989, quando o candidato alagoano Fernando Collor, até então

pouco conhecido pela maior parte da população, foi eleito, por voto direto da maioria do eleitorado, presidente do Brasil. A realização de uma eleição presidencial foi a primeira a contar com o voto direto após três décadas de eleições indiretas para o cargo, evidenciando um acontecimento histórico, sobretudo porque a partir deste pleito, os meios de comunicação passariam a intervir de maneira mais direta na escolha do chefe de Estado.

No período anterior ao regime militar, o Brasil era um país em que a maioria da população vivia na zona rural e muitos não tinham acesso a praticamente nenhum meio de comunicação formal, uma vez que TV e o Rádio se popularizaram na segunda metade do século XX e, como a maioria dos cidadãos era analfabeta, não tinham acesso aos jornais impressos que, por sua vez, eram dirigidos às elites e à classe média. Em 1989, o panorama havia se modificado bastante, a maioria dos brasileiros já morava nas cidades e tinha televisão e rádio em casa, o que ratificou ainda mais a importância da mídia, sobretudo, a mídia eletrônica (TV e rádio) nesta disputa eleitoral.

Algumas questões sobre a eleição de 1989 evidenciaram a interferência da mídia, sobretudo da TV e do rádio, na decisão do pleito presidencial. Primeiramente, é de se destacar que o candidato que passou a ser favorito, terminou o primeiro turno das eleições em primeiro lugar, com 28% dos votos e ganhou o segundo turno com mais de 50% dos votos, tinha apenas 40 anos e não era nacionalmente conhecido. Conforme informações do TSE (Tribunal Superior Eleitoral), antes de se candidatar a presidente, Collor tinha sido deputado e governador de Alagoas (um estado pequeno na conjuntura nacional) e ainda assim conseguiu melhor resultado nas urnas que políticos antigos e amplamente conhecidos, como Leonel Brizola, do Rio de Janeiro, e Ulisses Guimarães, de São Paulo.

Para Guazina (2007), Azevedo (2006) e Miguel (2002), a mídia teve um papel fundamental para a eleição de Fernando Collor, em 1989, como presidente da República. Dentre alguns fatores a serem destacados está a exposição positiva do então candidato Collor nos meios de comunicação no período que antecedeu o pleito, o que, em parte, pode ser considerado para justificar a vitória de um candidato pouco conhecido pela maioria.

Ainda sobre a eleição de 1989 - que foi um marco para a relação entre a Mídia e a Política no Brasil, e conseqüentemente para os estudos científicos -,

Azevedo (2006, p. 19) afirma que este pleito foi, desde o início, travado por uma forte polarização ideológica entre a esquerda (através das candidaturas de Brizola e Lula) e a direita (Collor); e a cobertura dos grandes veículos de comunicação, tanto na mídia impressa quanto na mídia eletrônica, foram “abertamente favoráveis” a Collor desde o início da competição, pois o candidato reunia as melhores chances eleitorais de derrotar a esquerda. Em conformidade com o estudo de Azevedo (2006), os principais jornais e revistas de circulação nacional “defendiam em suas páginas opinativas as teses neoliberais”, além dos telejornais que, embora contassem com um noticiário equilibrado, em termos de tempo, os “enquadramentos foram favoráveis a Collor”, o que certamente impactou e comprometeu o equilíbrio entre as principais candidaturas em jogo.

Após a eleição de Fernando Collor, que por si só foi um fato inusitado, o Brasil vive um *impeachment*<sup>4</sup> do primeiro presidente eleito no período de redemocratização, com apenas dois anos de mandato. Este episódio teve início de 1991, quando uma série de denúncias sobre irregularidades do governo começaram a ser divulgadas na imprensa e culminou com a renúncia do presidente em 1992, após a maioria na Câmara dos Deputados votarem o *impeachment*. Nesta ocasião, a de se admitir o papel da imprensa na divulgação dos fatos e ao estimular movimentos, como as “Caras Pintadas<sup>5</sup>”, que contribuíram para com a pressão popular que culminou na saída do presidente (GUAZINA, 2007).

Com o *impeachment* de Collor, assume o vice-presidente Itamar Franco, que governa o País entre os anos de 1992 e 1994 e lança um plano em prol da estabilidade econômica do Brasil, o Plano Real. Azevedo (2006, p. 20) aponta que os grandes veículos de comunicação do País apoiaram “entusiasticamente” as medidas econômicas do novo presidente e iniciaram um processo de fortalecimento da imagem do então ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso, que concorreu e venceu a eleição de 1994, num novo ambiente de polarização partidária, entre seu partido, o PSDB, e o PT, do segundo colocado, Luiz Inácio Lula da Silva. A partir de então, estes partidos passaram a se apresentar como

---

<sup>4</sup> *Impeachment*: “Processo que se instaura contra as altas autoridades do governo com o fim de as destituir do cargo por denúncia de infração grave dos deveres funcionário” - Dicionário Online da Língua Portuguesa.

<sup>5</sup> “Caras Pintadas”: movimento estudantil brasileiro, ocorrido em 1992, em que os participantes pintaram o rosto com as cores da bandeira do Brasil (verde e amarelo) e toaram as ruas das principais cidades para manifestar contra denúncias de corrupção envolvendo o então presidente Fernando Collor, que foi cassado pelo Congresso Nacional, no mesmo ano.

protagonistas das eleições presidenciais de 1998 (na reeleição de Fernando Henrique), em 2002 (eleição de Lula), 2006 (reeleição de Lula) e 2010 (eleição de Dilma Rousseff, também do PT).

Para Azevedo (2006, p. 21), as pesquisas sobre o noticiário dos grandes veículos brasileiros apontam também um favorecimento para o candidato do PSDB, em detrimento do candidato do PT, nos pleitos de 1994 e 1998, apesar de também apontarem maior “equilíbrio”, na cobertura eleitoral a partir de 1994. Ainda segundo a pesquisa, a partir de 1994, os principais veículos de comunicação passaram a buscar um equilíbrio no número de matérias destinadas os principais candidatos durante o pleito eleitoral, o que indica “diversidade interna” na política editorial dos principais jornais do país, com ressalva para as revistas semanais, que tendem a ser mais opinativas e apresentar menor equilíbrio na cobertura eleitoral.

As pesquisas científicas, conforme Azevedo (2006, p. 21), sobre o material midiático publicado nas eleições de 2002 apontam ainda maior equilíbrio na cobertura dos principais candidatos à presidência da República, Serra (PSDB) e Lula (PT), em pelo menos dois dos principais jornais impressos do País, Folha de S. Paulo e O Globo – nas publicações do jornal O Estado de S. Paulo foi possível encontrar maiores indícios de favorecimento. As pesquisas apontaram equilíbrio de cobertura até mesmo nas redes de televisão, especialmente a Rede Globo, que trabalhou a questão eleitoral de diversas formas, através de reportagens temáticas, destacando a importância da competição eleitoral e apresentando grande equilíbrio na cobertura das candidaturas.

Contudo, a discussão sobre mídia e política no Brasil não se resume às coberturas dos pleitos eleitorais para presidente da República. A política partidária é um movimento constante, que é construído através de movimentações por vezes vagarosas e silenciosas e em outros casos rápidas e escancaradas. Logo, a cobertura política realizada pelos jornais também é constante e interfere no cotidiano da sociedade.

Não a partir de estudos parciais e psicologistas, mas a partir da compreensão de que o jornalismo, como a mídia em geral, é um ator social no dinâmico jogo político, um ator que nega e concede, negocia e recua. Um ator contraditório na sua especificidade, que não apenas transforma-se em um espaço singular da sociabilidade contemporânea, mas que também cobra incessantemente a sua



relativa independência em relação a outros segmentos e que reivindica a todo o momento a sua legitimidade como espaço público legítimo, ainda que tenha, predominantemente, de conciliar seus interesses com o bloco hegemônico. (MOTTA, 2005, p.20)

Nesse “jogo” entre mídia e política se faz necessário compreender a existência de uma relação próxima e ao mesmo tempo distante, uma vez que o político busca a mídia, visando o aumento da visibilidade – elemento indispensável para uma figura que depende de votos populares para crescer ou permanecer no poder – e, ao mesmo tempo, a mídia necessita de fontes, para produzir furos jornalísticos – aquela informação em primeira mão. Para Miguel e Biroli (2010, p.3), “a colaboração entre jornalistas e fontes tem uma faceta menos explícita. Os atores políticos antecipam o que é capaz de atrair os jornalistas, enquanto estes últimos antecipam as reações das suas fontes às histórias noticiadas”.

Em conformidade com Champagne (2007, p.64), é imprescindível discutir os conteúdos midiáticos, tendo em vista as interpretações dos jornalistas ou dos veículos de comunicação, como “representações”, que em muitos casos encontram-se “afastadas da realidade”. Para o autor, na maioria das vezes, a mídia “reforça as interpretações espontâneas e mobiliza, portanto, os prejulgamentos e tende, por isso, a dobrá-los”.

Tendo em vista a discussão sobre a importância das representações e interpretações dos jornalistas e veículos de comunicação na elaboração das matérias, faz-se importante ponderar o impacto social. “A mídia fabrica, assim para o grande público, que não está diretamente ligado a uma apresentação e uma representação dos problemas que enfatiza o extraordinário e explicações colhidas pela imprensa”, (CHAMPAGNE, 2007, p.69).

Ao falar sobre visibilidade, é importante destacar o papel da mídia contemporânea, que pode ser considerada “o principal espaço de produção dessa visibilidade”, uma vez que o foco das ações dos políticos é, necessariamente, o noticiário da imprensa, conforme Miguel e Biroli (2010, p.2). Logo, o fortalecimento do papel da mídia no dia a dia político desperta a atenção de estudos voltados à compreensão das relações entre os agentes políticos e a sociedade em geral.

Em concordância com Thompson (1998, p.30), vale destacar que a visibilidade midiática possibilita a determinada mensagem ser disponibilizada a uma

grande pluralidade de indivíduos destinatários. Neste sentido, acentua-se o papel ou poder simbólico dos veículos de comunicação e a importância dos estudos voltados para essa compreensão.

É possível ressaltar que a mídia passou a ser o espaço privilegiado do jogo de poder, o que implica a necessidade de se pensar a pluralidade dos espaços para que atores sociais, partidos políticos, sindicatos, associações, movimentos sociais, tenha condições de pleitear espaços de representação pública, como cargos eletivos e de representação social. É possível afirmar que o ambiente democrático possibilita a organização de grupos sociais que defendam as mais diferentes bandeiras, mas sem pluralidade midiática os grupos que representam os agentes com alto poder aquisitivo continuarão sendo os “representantes do povo”.

Exemplo disso é possível verificar ao observar a formação do Parlamento brasileiro. Apesar de ser um país onde cerca da metade da população é negra (parda ou preta), com uma população jovem e de maioria feminina, a maioria dos representantes (deputados federais e senadores) são homens, brancos e de idade avançada. De acordo com a pesquisa realizada por Miguel e Biroli (2010, p.31), a mídia tem uma grande responsabilidade neste quadro de representação desproporcional, pois através de seus personagens contribuem com a formação de um estereótipo do que é ser político no Brasil.

A pesquisa mostra que os meios de comunicação utilizam de forma desproporcional de fontes parlamentares no que diz respeito a gênero e cor de pele, contribuindo assim para reforçar a posição “marginal” da mulher e do negro no campo político, uma vez que a visibilidade dos parlamentares negros e das mulheres é menor e sempre associada às temáticas de menor relevância. Logo, a partir da representação midiática, é possível afirmar que o cidadão pode entender como político, e conseqüentemente seu representante, um homem branco, de gravata e distante do perfil do cidadão comum do País.

A partir dessa análise de que a mídia contribui para reforçar a existência dos estereótipos, é possível mensurar que os meios de comunicação de massa contribuem para a formação de um universo de política separado, no qual o acesso é limitado a poucos e com pouco estreitamento às esferas sociais. Assim, as democracias representativas permanecem com as estruturas focadas nos interesses

das elites, em contraposição aos interesses da maioria, que se tornam minoria nos momentos de representação.

Por fim, Miguel e Biroli (2010, p.37) destacam que a mídia não apenas contribui para refletir uma realidade do campo da formação política representativa do Brasil, mas desempenha uma “função ativa”, na reprodução, pois “não só descrevem uma situação de fato (o monopólio da atividade política pelos profissionais), mas a naturalizam diante de seu público e contribuem para sua perpetuação”.

Para melhor compreensão do papel dos meios de comunicação no cotidiano político brasileiro, vale ressaltar algumas definições sobre a profissão, geralmente ligadas a uma função social. Kovach e Rosenstiel (2004, p. 31) apontam que a imprensa pode contribuir com a sociedade quando fomenta a discussão sobre as realidades sociais e possibilita vozes aos esquecidos no panorama social. Logo, a visão crítica das ações e das movimentações políticas e a busca dos interesses da população deveriam nortear o conteúdo jornalístico sobre política nos jornais – inclusive nos grandes. Contudo, o jogo de interesses, por vezes envolvendo agentes do campo político e econômico, inviabiliza a aplicação do conceito jornalístico.

Partindo da compreensão de que a mídia – em especial os grandes veículos – dificilmente cumpre o papel social, no que diz respeito à diversificação de conteúdos políticos, qual seria a verdadeira importância dos estudos sobre mídia e política no Brasil? Os diversos estudos por vezes se apoiam na premissa de que a compreensão do papel da mídia vai colaborar para a compreensão do processo político brasileiro (GUAZINA, 2007, p.2).

Os estudos sobre mídia e política acontecem a partir de um encontro em comum, compartilhado por pesquisadores da Comunicação e da Ciência Política, o que propicia diferenciações sobre a ótica de pesquisa. Para Motta (2005, p.10), esses estudos são propostos a partir de um paradigma “sociocêntrico” ou “mediacêntrico”, ou seja, no primeiro paradigma destaca-se o papel da mídia para com o social e no segundo, o social para com a mídia.

Nos estudos sobre mídia e política a partir do paradigma “sociocêntrico” o foco é a sociedade civil, as relações sociais, a identificação dos confrontos de classes e procura-se identificar de que forma os diversos segmentos sociais utilizam

os meios de comunicação. Neste sentido, compreende-se a mídia como um espaço, um instrumento, onde ocorrem os enfrentamentos políticos em busca da visibilidade.

Por outro lado, ainda em conformidade com Motta (2005), identificam-se os estudos do paradigma “midia-cêntrico” que, por sua vez, destinam a atenção à observação dos meios de comunicação, no sentido de verificar a incidência da “visão de mundo” do jornalismo sociedade, através da divulgação de conteúdo. Neste paradigma, compreende-se a visão do jornalismo como o de “efeito demolidor sobre a sociedade”, em que seu conteúdo estaria necessariamente submetido às determinações comerciais e empresariais e que possui um caráter politicamente “conservador”, sem abertura aos interesses sociais populares e de minorias.

Neste mesmo sentido, onde se observa a existência de diferenças entre os campos de pesquisadores da Comunicação e da Ciência Política, nos estudos sobre mídia e política é possível observar que ambos destacam a “centralidade da mídia no mundo contemporâneo” e, por consequência, “sua capacidade de representar a realidade” e de contribuir com “determinada visão de mundo dos indivíduos e não somente informando sobre os fatos da política” (GUAZINA, 2007, p.14).

Não obstante, é também preciso pensar o jornalismo e a mídia como algo variado, formado a partir de uma diversidade de veículos e profissionais, sendo alguns mais e outros menos comprometidos com a lógica de mercado ou com o conceito profissional. Contudo, o campo jornalístico tende a permanecer sujeito, direta ou indiretamente, às pressões de mercado, seja por razões financeiras, seja pela questão da audiência, conforme aponta Bourdieu (1997, p. 106).

Motta (2005), ao discorrer sobre pesquisas de mídia e política, conclui que, ao estudar os meios de comunicação, é necessário pensar sua atuação de maneira plural, tendo em vista a existência de atuações variadas dos veículos de comunicação. Para Motta (2005, p.18), “as pesquisas não podem simplesmente continuar denunciando manipulação ideológica como se isso fosse automático apenas porque a mídia existe conforme as regras do mercado”.

[...] foco da pesquisa deve estar prioritariamente voltado para as relações sociais, as disputas políticas, os confrontos de classes e de frações de classe, as negociações, estratégias e alianças políticas que se realizam e se desfazem continuamente na sociedade brasileira, com imediatos reflexos nos processos comunicativos midiáticos, e em particular no jornalismo. Basta observar

cuidadosamente nossos jornais, radio e telejornais, sem posições pré-concebidas, para neles identificar as contradições sociais que ali se realizam. Nossa pesquisa deve levar em conta a potência do jornalismo como instituição política, mas precisa considerá-lo como um ator social capaz de ceder e de negociar. O nosso jornalismo é dinâmico, contraditório, singular. Precisamos de uma pesquisa mais empírica e menos ensaísta, mais histórica e menos ingênua, que mantém o olhar no social, capaz de captar a dinâmica da luta pela consolidação da democracia no país. (MOTTA, 2005, p.21)

A posição moderada sobre a atuação da mídia brasileira no cotidiano político, conforme apresentado por Motta (2005), torna-se importante para se realizar trabalhos científicos com precisão. Uma análise carregada de pressupostos, com a utilização fortemente construída sobre o papel da mídia, pode destoar da realidade pretendida. Logo, se faz necessário discutir a atuação dos meios de comunicação de forma crítica, mas ponderada, sem generalizações, até porque, essa relação entre mídia e política no Brasil está em um constante processo de transformação.

O nosso sistema de mídia não é estático e apresenta mudanças e transformações que devem ser notadas pelo impacto potencial na relação com o sistema político e na dinâmica democrática, especialmente num contexto de um sistema de mídia com baixa diversidade externa e sem um jornalismo político e/ou partidário expressivo no plano nacional que ofereça ao leitor perspectivas políticas competitivas. (AZEVEDO, 2006, p. 22)

Em suma, é necessário considerar que a relação entre a mídia e a política no Brasil é bastante conturbada e em muitos casos com excesso de parcialidade, uma vez, que em muitos casos, verifica-se uma forte intervenção dos agentes políticos no conteúdo produzido pelos meios de comunicação, principalmente através da força econômica desses agentes. O formato dos grandes veículos de comunicação do país, baseado economicamente nos anúncios publicitários, certamente favorece a incidência das intervenções.

A pluralidade também é algo que em muitos casos falta à cobertura política, conforme apontam Miguel e Biroli (2010). Por outro lado, se faz necessário analisar as particularidades, como recorda Motta (2005), pois, em meio à tendência de se priorizar a consolidada elite política, alguns jornais também dão abertura a outras vozes e apresentam pluralidade.

Ao analisar as pesquisas sobre mídia e política no Brasil é possível verificar a existência de estudos sob a ótica da Comunicação e outros sob a ótica da Ciência

Política, que apresentam diferenciações, mas que têm como objetivo maior a compreensão do papel da mídia no processo político brasileiro. Contudo, apesar da existência bastante variada de estudos, esta é uma área de interesse que cresceu a partir da década de 1990 com a redemocratização do Brasil e, na comparação a outros países, “as pesquisas brasileiras ainda são incipientes e os estudos têm pouco impacto nos costumes profissionais”, (MOTTA, 2005, p.1).

Logo, percebe-se a necessidade de propostas de mais estudos sobre mídia e política, tendo em vista a constante transformação desta relação e a necessidade de consolidação efetiva dessa importante área de estudos. É válido destacar também a importância das pesquisas com estudos focados no impacto dos grandes veículos de comunicação do Brasil, tendo em vista o papel destes diante as adversidades do cotidiano social, incluindo também o cotidiano político.

### **3.3.Mídia Impressa Brasileira**

Seguindo uma tendência de países com regime democrático instaurado, os meios de comunicação no Brasil passaram por um processo de fortalecimento na segunda metade do Século XX que permitiu o crescimento de alguns veículos que conquistaram destaque e legitimidade, em nível nacional. Contudo, as estruturas dos meios de comunicação no País tornaram-se cada vez mais monopolizadas, o que, por sua vez, implica diretamente no seu papel em meio à sociedade.

Em conformidade com Sodré (1988), os grandes jornais impressos, como O Estado de S. Paulo, O Globo e a Folha de S. Paulo ganharam ainda mais notoriedade no cenário nacional, além da emissora de televisão Rede Globo, que passou por um período de forte expansão, sobretudo, no período militar, possibilitando que seus telejornais alcançassem a maioria dos brasileiros. Apesar dos telejornais alcançarem um número maior de pessoas, os jornais impressos conquistaram legitimidade, sobretudo para temas como política e economia, assuntos pouco aprofundados nos meios eletrônicos.

As razões que possibilitaram a monopolização dos veículos de comunicação no Brasil, em parte, foram consequência de uma movimentação da política global. Nas últimas décadas do século XX, o mundo assistiu a um processo de

enfraquecimento da política ideológica, focada na distinção de partidos entre direita e esquerda, sobretudo com o fim dos regimes socialistas e da Guerra Fria, que fortaleceu ainda mais a imprensa comercial e apartidária e norteadada pelo mercado e a guerra de audiência (AZEVEDO, 2004, p. 46).

De acordo com Habermas (2003, p. 217), o fato de os veículos de comunicação serem geridos como um “empreendimento”, possibilitou o surgimento de grandes estruturas sujeitas às pressões comerciais.

O jornal acaba entrando numa situação em que ele evolui para um empreendimento capitalista, caindo no campo dos interesses estranhos à empresa jornalística e que procuram influenciá-la. A história dos grandes jornais na segunda metade do século XIX demonstra que a própria imprensa se torna manipulável à medida que ela se comercializa. Desde que a venda da parte redacional está em correlação com a venda da parte dos anúncios, a imprensa, que até então fora instituição de pessoas privadas enquanto público, torna-se instituição de determinados membros do público enquanto pessoas privadas (HABERMAS, 2003, p. 217).

A relação dos veículos de comunicação e os interesses dos campos políticos e econômicos já foi diferente dos dias atuais. Segundo Habermas (2003, p. 2014), houve o período do “jornalismo literário”, no qual os jornais eram “porta-vozes e condutores da opinião pública, meio lutas da política partidária”. Neste período de jornalismo literário, vivenciado, sobretudo, na Europa, na primeira metade do século XIX, os jornalistas se apresentavam como grandes escritores, que não apenas informavam sobre os diversos assuntos, mas criticavam e opinavam, sem grandes preocupações com as implicações dos campos político e econômico, uma vez que estes veículos (jornais diários e revistas semanais e/ou mensais) não se constituíam em grandes estruturas, com objetivo de dominar o mercado de anunciantes, pois a intenção de obter lucros através desses periódicos constituía-se um segundo plano.

Contudo, é importante observar que veículos de grandes estruturas dificilmente se sustentariam na lógica dos “jornais literários” do início do século XX, sobretudo por razões econômicas. No caso do jornal impresso ou da revista (também impressa), o valor pago pelo leitor é insuficiente para cobrir todas as despesas da empresa de comunicação que, por ter uma grande estrutura, se propõe e realizar coberturas em localidades distantes, abrir sucursais em outras localidades e até mesmo em outros países. Nesse sentido, é possível questionar se há

possibilidade de existir grandes veículos de comunicação, desatrelado dos interesses do campo político? Para Boudieu (1997, p.133), o campo jornalístico produz e impõe uma visão inteiramente particular do campo político. Logo, é possível considerar uma relação de dependência entre os grandes veículos de comunicação e o campo político.

Como já referido na sessão anterior, a alternativa para pensar a independência do jornalismo frente às pressões políticas e de mercado seria o financiamento público dos veículos de comunicação, uma vez que estes oferecem um serviço público – a informação - e não um simples produto comercial (BOURDIEU, 1997, p. 106). Por outro lado, essa alternativa acende uma grande discussão sobre a “independência” do jornalismo frente aos interesses dos governantes que, por sua vez, administram os cargos e os recursos públicos. Neste sentido, é razoável considerar a influência do campo político no jornalismo financiado com dinheiro público. Importa ainda destacar que existem importantes veículos de comunicação mantidos com dinheiro público e, por sua vez, estudos sobre a influência dos agentes públicos nas publicações desses veículos. Contudo, o presente estudo se propõe a estudar a relação entre mídia e política a partir de grandes veículos brasileiros que são mantidos através de anúncios publicitários.

Em conformidade com Bourdieu (1997, p 104), ao discorrer sobre os veículos de comunicação, de forma geral, torna-se importante ponderar a existência dos “mais sensíveis às seduções dos poderes econômicos e políticos” e, por outro lado, aqueles “mais aplicados em defender os princípios e os valores da profissão”. Contudo, ao se pensar nas grandes estruturas de comunicação, como os jornais de abrangência nacional, torna-se importante não inferir generalizações, em relação aos valores da profissão jornalística.

Algumas especificidades do jornalismo brasileiro colaboram para uma ainda maior dependência de outros campos (como o político e o econômico) e, conseqüentemente, com uma menor aplicação dos “valores profissionais”. A imprensa se desenvolveu tardiamente no Brasil – no início do século XIX, conforme descrito na sessão anterior – vivendo pouco a fase do jornalismo crítico e, em partes, independente do poder econômico (conceituado como jornalismo literário por Habermas). Além disso, o monopólio familiar esteve muito presente no desenvolvimento dos principais jornais impressos do Brasil, impondo barreiras ao



crescimento e fortalecimento de jornais alternativos e, por consequência, surge uma “grande imprensa orientada prioritariamente para elites e permeável à influência dos políticos”, (AZEVEDO, 2006, p. 89).

Importa ainda destacar que na primeira parte do século XX, quando alguns jornais brasileiros como O Estado de S. Paulo, o Jornal do Brasil, O Globo e a Folha de S. Paulo, - todos do eixo Rio-São Paulo - de fato desenvolveram suas estruturas para circular em nível nacional, a maioria da população ainda não sabia ler. Logo, apenas com a popularização dos meios eletrônicos (Rádio e TV), que no Brasil só ocorreu na segunda metade do século XX, a maioria da população passa a ser informada sobre os acontecimentos, através do jornalismo. Por consequência, os meios eletrônicos, sobretudo a TV, passaram a atrair a maior parte dos anunciantes e, por consequência, ampliaram cada vez mais suas estruturas – sendo que, em termos de televisão, o monopólio é ainda maior com o predomínio da TV Globo.

Com o intuito de barrar o processo de monopolização dos meios de comunicação no Brasil, a Constituição de 1946 passou a limitar a participação dos estrangeiros nas empresas de comunicação, proibindo que essas empresas fossem controle por pessoas de outros países, sociedades anônimas ou pessoas jurídicas, no intuito de permitir a plena identificação dos proprietários da mídia e restringir o capital estrangeiro nesse setor, conforme aponta Azevedo (2006, p. 99). Segundo esse autor, a medida de fato impediu o controle dos meios de comunicação pelos conglomerados estrangeiros, mas possibilitou a formação de uma imprensa de monopólio nas mãos de poucas familiares.

Importa destacar, que no caso brasileiro, os anúncios publicitários garantiram o desenvolvimento desse monopólio, formado por poucos veículos de comunicação, que expandiram suas estruturas, investiram pesado em seu *layout* (no caso de jornais impressos e revistas), em equipamentos de alta tecnologia (sobretudo para os meios eletrônicos, como os telejornais), e que passaram a dominar o “mercado” de publicações jornalísticas. Após essa consolidação, surge um círculo praticamente vicioso, pois estes grandes veículos concentram quase a totalidade dos recursos destinados à publicidade e, conseqüentemente, tem maiores condições de investir em inovações, tecnologias e demais ações que possibilitem ainda mais visibilidade a estes veículos que, por sua vez, continuam com grande legitimidade em meio à sociedade.

O conglomerado de comunicação no Brasil é formado por um grupo pequeno de empresas e, no caso do jornalismo impresso, é possível citar três grandes veículos que, há décadas, constituem-se como os principais jornais impressos do País, tendo em vista, sobretudo, o número de tiragens diárias desses periódicos: Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo. Importa destacar que são jornais reconhecidos na sociedade, de alcance nacional, com agências de notícias utilizadas como fontes por outros jornais de centros regionais em todo o País.

**Quadro 1 – A média de circulação de jornais**

Jornais/Ano	2010	2011	2012
Folha de S. Paulo	294.498	286.398	297.650
O Globo	262.435	263.046	277.876
Estado de S. Paulo	236.369	256.259	235.217

Fonte: Instituto Verificador de Circulação (IVC)

Em conformidade com o Quadro 1, é possível observar um pequeno destaque para a Folha de S. Paulo, que constitui-se no maior jornal de circulação do País e, num segundo plano, O Globo e Estadão, que alternam de posição no índice de circulação em determinados momentos. Outra observação importante a ser feita é que no período de dez anos os números da circulação dos três jornais impressos caíram, fato que possivelmente está relacionado ao crescimento do jornalismo online na última década no Brasil – os três periódicos possuem uma página de conteúdos online, além de disponibilizarem o conteúdo do jornal impresso na rede para assinantes.

Importa ainda destacar que os demais jornais impressos do Brasil apresentam números de publicações diárias bem menores que os três citados acima, sobretudo por terem uma abrangência regional, como o Zero Hora e o Diário Gaúcho, ambos de Porto Alegre (RS), o Estado de Minas, com sede em Belo Horizonte, e o Correio Brasiliense, do Distrito Federal. Assim, o destaque e a influência nacional, em termos de jornalismo impresso no Brasil, ficam a cargo da Folha de S. Paulo, de O Globo e do Estadão.

A Folha de S. Paulo, principal jornal impresso do Brasil em termos de circulação diária, faz parte do Grupo Folha da Manhã, que foi fundado em São Paulo (SP) no ano de 1921 – ano em que foi lançado o jornal Folha da Noite. Em 1925, é criado o jornal Folha da Manhã e, em 1960, o jornal Folha de S. Paulo - responsável

pela construção da credibilidade deste grupo. A Folha (como o jornal é conhecido popularmente) é, desde a década de 1980, o jornal mais vendido no Brasil. Com sede em São Paulo, maior cidade do País, o veículo conta com sucursais (escritórios de redação) em Brasília, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Manaus, Curitiba (PR), Cuiabá (MT), Recife (PE), Porto Alegre (RS), Campinas (SP), Ribeirão Preto (SP), além de contatos de *freelancers* (profissionais autônomos contratados para fazer reportagens específicas) em todas as capitais e grandes cidades brasileiras.<sup>6</sup>

O Grupo Folha também é composto por outros importantes veículos de comunicação, como o Portal UOL, o site Folha.com e jornal Valor Econômico. Em conformidade com seu manual de redação, a “linha editorial” do jornal busca um jornalismo “crítico”, “apartidário” e “pluralista”. O grupo, que pertenceu inicialmente ao empresário Olival Costa, foi comprado pelos empresários Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho, em 1962, e então passou por reformas, modernização de estruturas e alcançou grande crescimento. Em 1991 as ações da empresa que pertenciam a Carlos Caldeira Filho passaram a Octavio Frias de Oliveira, que faleceu em 2007. Contudo, o comando do Grupo Folha permaneceu nas mãos da família Frias, através de seus filhos Luiz e Otavio Frias, que ocupam, respectivamente, os cargos de presidente e diretor das empresas.

O Globo, fundado em 1925, faz parte das Organizações Globo, maior conglomerado de mídia no Brasil e um dos maiores do mundo. O grupo de comunicação, comandado pela família Marinho, possui a maior rede de televisão do País, a Rede Globo, que é o principal negócio do conglomerado de comunicação (MOREIRA, 2007, p.17). Apesar de não ser o principal produto do grupo, o jornal O Globo foi responsável pelo destaque, em nível nacional, da “marca Globo”, que se potencializou com a inauguração da TV, em 1964, e com a rápida expansão desse segmento, que ainda na década de 1960 se tornou líder de audiência no Brasil.

O Globo, com sede no Rio de Janeiro (RJ), conta na sua estrutura, com duas sucursais, nas cidades de Brasília (DF) e São Paulo (SP), além de correspondentes fixos em Belo Horizonte (MG), Recife (PE), Salvador (BA) e *freelancers* em todas as capitais brasileiras<sup>7</sup>. Também pertencem à Editora Globo jornais como o Portal G1,

---

<sup>6</sup> Informações obtidas no site do Grupo Folha.

<sup>7</sup> Informações obtidas no site das Organizações Globo.

parte das ações do jornal Valor Econômico, a Revista Época, a Revista Galileu, além de outros jornais de caráter regional, rádios, canais de TV por assinatura, dentre outros – o conglomerado de comunicação é composto de cerca de 80 empresas diferentes.

A linha editorial que norteia os produtos jornalísticos das Organizações Globo destaca a necessidade de seguir certas regras e princípios, sendo que o primeiro é a “produção de um conhecimento sobre fatos e pessoas”. O editorial destaca como fato:

“[...] crises políticas graves, decisões governamentais com grande impacto na sociedade, guerra, uma descoberta científica, um desastre ambiental, a narrativa de um atropelamento numa esquina movimentada, o surgimento de um buraco na rua, a descrição de um assalto à loja da esquina, um casamento real na Europa, as novas regras para a declaração do Imposto de Renda ou mesmo a biografia das celebridades instantâneas”.

O jornal impresso "O Estado de S. Paulo" – conhecido como Estadão - é o mais antigo dos grandes jornais impressos ainda em circulação no Brasil. Foi fundado em 1875, ainda durante o período do Império Brasileiro, em que o atual estado de São Paulo era uma província e por isso seu nome era “A Província de S. Paulo”, nome que foi alterado após 1890 com a proclamação da República, e a mudança na nomenclatura das unidades da Federação que passaram a ser estados ao invés de províncias. O Estado de S. Paulo faz parte do Grupo Estado, do qual também fazem parte o Jornal da Tarde, rádios, revistas e a Agência Estado – considerada uma das agências de notícias mais importantes do Brasil.

O Grupo Estado é controlado há mais de um século pela família Mesquita, sendo o principal produto o jornal “Estadão”. Com sede na cidade de São Paulo, o grupo conta com sucursais instaladas nas cidades do Rio de Janeiro (RJ) e Brasília (DF), além de correspondentes fixos em Belo Horizonte (MG), Curitiba (PR), Porto Alegre (RS) e freelances nas principais capitais do País. A linha editorial do grupo é bastante enfática ao destacar sua defesa ao “sistema democrático de governo, a livre iniciativa, a economia de mercado e um Estado comprometido com um país economicamente forte e socialmente justo”. Além disso, a linha editorial enfatiza a “visão opinativa” nos conteúdos e a garantia dos interesses aos setores “minoritários”, a defesa dos cidadãos no que se refere a “agressões de qualquer forma de poder”.

Ao discorrer sobre jornalismo impresso no Brasil, além dos periódicos regionais, que possuem determinada influência, mas a nível estadual ou região, também destaca-se a importância do tradicional Jornal do Brasil, fundado em 1891, com sede no Rio de Janeiro (RJ), e que durante muito tempo consagrou-se como um dos principais veículos impressos do País. Contudo, há décadas este veículo possui circulação inferior aos jornais regionais e desde 2010 passou a produzir um conteúdo apenas digital. Assim, a Folha de S. Paulo, O Globo e Estadão apresentam-se como referência nos estudos sobre a grande mídia impressa brasileira.

Destacam-se algumas características comuns dos três grandes jornais impressos do Brasil, como o número de tiragens e a instalação de suas sedes ou sucursais nos mais importantes centros urbanos do País - São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília - e de correspondentes em outras grandes e estratégicas cidades, como Belo Horizonte, Salvador e Porto Alegre. Outra característica em comum, também existente nos demais setores de comunicação no Brasil, é o comando de famílias tradicionais a estes jornais: família Marinho (O Globo), família Mesquita (Estadão) e a família Frias (Folha de S. Paulo).

Assim, com uma tendência comercial e centrada nas mãos de poucos grupos, a grande mídia brasileira vive um período de construção pós-redemocratização, no qual pesquisadores da comunicação, da sociologia e áreas afins se debruçam, sobretudo, no jornalismo político para buscar definições, conceitos e meios de estabelecer as relações entre mídia e política no Brasil. Logo, enfatiza-se a importância de pensar o papel da mídia no cotidiano político e conseqüentemente na relação dos agentes políticos e da sociedade, tendo em vista, sobretudo, a força dos grandes veículos de comunicação do País.

A homogeneidade da cobertura nos veículos de grande circulação está relacionada ao compartilhamento, pelos jornalistas, de compreensões comuns sobre o que é a política, em que espaços se dá e quais são os atores relevantes. O jornalismo apresenta padrões rotineiros no contato com os atores políticos. Estes, por sua vez, assimilam a lógica que colabora para a distinção de temas e personagens no cotidiano da produção jornalística. A colaboração entre jornalistas e fontes tem uma faceta menos explícita, a do acordo tácito quanto aos valores e aos limites da política. Os atores políticos antecipam o que é capaz de atrair os jornalistas, enquanto estes últimos antecipam as reações das suas fontes às histórias noticiadas, em uma dinâmica que ressalta a colaboração entre o

jornalismo e a política e favorece determinadas abordagens.  
(MIGUEL E BIROLI, 2010, p.3)

Logo, reforça-se a importância dos meios de comunicação nas disputas políticas e também no cotidiano político, independentemente das iminentes interferências de outros agentes no campo midiático. Importa destacar também o papel do jornalismo nas ações do governo, uma vez que o governante busca aceitação popular de suas ações, tendo em vista o seu interesse em prosseguir na caminhada política.

Por fim, compreende-se como fundamentais os estudos focados no papel dos meios de comunicação de massa no Brasil e seu impacto nas decisões políticas e econômicas. Para tanto, a partir desta sessão também se fez necessário discutir o papel da política e da economia nas publicações jornalísticas. A partir dessas discussões, foi possível identificar a necessidade de consolidação dos estudos sobre mídia e política, que possuem uma variedade de produção, mas, em razão de seu recente fortalecimento – que no Brasil ocorreu a partir da década de 1990 – e das constantes transformações, ainda carece de muitos aprofundamentos. Destacam-se ainda, os estudos sobre mídia e política que têm como objetivo discutir o desempenho de ações, a partir de uma avaliação dos grandes meios de comunicação, tendo em vista que esta avaliação é assimilada por parte da sociedade e contribui para com a aprovação ou reprovação de um governante.

#### 4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo em questão se propôs a realizar análises, a partir de uma perspectiva quantitativa (análise de conteúdo) e qualitativa (análise do enquadramento – *framing* em inglês) a partir das manchetes principais sobre o Governo Dilma Rousseff, publicados nos maiores jornais impressos do Brasil – Folha de S. Paulo (Folha), O Globo e o Estado de S. Paulo (Estadão), durante todo o ano de 2011. Para tanto, foi realizada uma fundamentação teórica sobre o conceito de poder simbólico da mídia. Em seguida, construiu-se uma revisão de literatura, para se discutir os conceitos de mídia e política, na perspectiva histórica do jornalismo no Brasil, com ênfase para a mídia impressa.

A segunda parte do trabalho compreende a pesquisa empírica de levantamento de dados, etapa voltada para a análise do material relacionado ao Governo Dilma Rousseff, a partir das capas da Folha, do O Globo e do Estadão, entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2011 – contemplando assim o primeiro ano desta gestão. A partir da análise dos dados levantados foram as editorias das publicações, os agentes de texto (nome de agentes) presentes e construídas as categorias de assuntos. Em seguida, foram buscados os enquadramentos das manchetes, parte quali-quantitativa da pesquisa.

Para realização da parte quantitativa, se fez necessária a utilização das técnicas da análise de conteúdo, habitual nas pesquisas voltadas à comunicação. Em conformidade com Bardin (2011, p. 42), a análise de conteúdo pode ser conceituada como uma técnica investigativa, a partir de uma descrição sistemática e quantitativa do conteúdo da comunicação, que visa interpretações e compreensões do material estudado. A partir deste estudo, torna-se possível analisar procedimentos sistemáticos e objetivos da descrição imersos nos conteúdos das mensagens a serem exploradas, a partir de uma pesquisa científica.

Neste sentido, é possível descrever a análise de conteúdo como uma metodologia de pesquisa voltada para a descrição e interpretação de conteúdos, como documentos e textos, incluindo material jornalístico. A utilização desta metodologia permite descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, que são

fundamentais na interpretação de mensagens, com o intuito de compreender o significado do material analisado.

A análise de conteúdo também pode ser documental, isto é, pesquisa a partir de jornais, revistas, cartas, livros, autobiografia, diários pessoais e demais documentos oficiais, a partir da seleção, organização e armazenamento de informações contidas nesses materiais, conforme aponta Bardin (2011). Para tanto, a análise documental pode ser a identificação, a partir do material analisado, do quantitativo de material, propiciando assim uma análise quantitativa ou pertinência (atribuição) das informações coletadas, o que caracteriza uma análise qualitativa.

A despeito da análise documental, a análise de conteúdo pode ser aplicada em outros materiais de comunicação, sejam eles verbais ou não-verbais, como também discos, gravações, entrevistas, filmes, fotografias, vídeos, etc. Apesar de conteúdos diversos, a finalidade da análise é a mesma: facilitar o processo de decodificação e codificação, para transformar o dado bruto (como dezenas de jornal), num material de fácil compreensão (como uma tabela).

Em conformidade com Bardin (2009), o primeiro contato com os documentos da análise constitui-se na "leitura flutuante", que por sua vez possibilita o surgimento das hipóteses, objetivos e questões norteadoras da pesquisa. A partir da leitura flutuante podem ser definidos procedimentos metodológicos e suas respectivas aplicações, visando à organização do material – dados - e conseqüentemente a realização da pesquisa científica.

A partir dos dados extraídos na presente foi possível mensurar o quantitativo de publicações por editorias (Política, Economias e demais) e de agentes (personagens) presentes nos textos das manchetes. As editorias são seções do jornal ou revista, para separar os conteúdos por assuntos. Por sua vez, os jornais utilizam classificações diferenciadas para as editorias, apesar de manter certa constância para definição de editorias tradicionais, como Política, Economia e Esporte. Dentre os jornais analisados, é possível observar que a O Globo e o Estadão utilizam nomenclaturas mais clássicas, enquanto a Folha busca apresentar editorias com nomes diferentes, apesar de utilizar o mesmo sentido.

As editorias do Estadão são: Opinião, Últimas, Política, Economia, Esportes, Internacional, Brasil, São Paulo, Cultura e Vida & Estilo. No O Globo as editorias são:



Economia, Política, Sociedade, Cultura, Estilo, Esportes, Brasil, Rio e TV. Já na Folha: Cidade, Ciência, Cotidiano, Comida, Empregos, Equilíbrio/Saúde, Esporte, Mercado, Mundo, Negócios, Painel, Poder, Tendências/Debates, Turismo e Veículos.

Importa destacar que o presente trabalho buscou apenas manchetes sobre o Governo Dilma, que por sua vez foram publicadas basicamente em dois conceitos de editoria: Política, denominada com o mesmo nome no Estadão e O Globo e como Poder na Folha – apesar de fazer o mesmo recorte. A outra editoria muito recorrentes na Pesquisa foi Economia, com a mesma nomenclatura no Estadão e no O Globo e chamada de Mercado pela Folha. Esporte, que também apareceu na pesquisa possui o mesmo nome nos três jornais.

Por sua vez, os agentes de texto foram definidos a partir da necessidade de se realizar uma análise a partir dos nomes presentes nos textos destacados. A partir da análise do agente de texto foi possível mensurar o quantitativo de nomes presentes na pesquisa, a constância dos mesmos em cada jornal analisado e o compartilhamento ou o não compartilhamentos desses nomes, entre os três veículos.

Preliminarmente, a análise de agente de texto buscou quantificar a menção do nome da presidente Dilma, nas publicações relacionadas ao seu governo. Além disso, a partir dessa análise foi possível também destacar quais outros agentes, isso é, quais outros nomes apareceram nas publicações sobre o Governo Dilma, além da presidente, sua recorrência e qual jornal foi mais ou menos enfatizado.

Para construção das categorias, fez-se necessário seguir as etapas metodológicas definidas por (2011). Nesse sentido, foi preciso dividir a realização da análise de conteúdos, em uma pesquisa científica, em algumas etapas, como a pré-análise, fase voltada à organização, na qual são preparadas as primeiras informações do estudo, o que inclui a escolha dos materiais a serem analisados e se comprova a possibilidade de realização da mesma, a partir de um prévio tratamento dos resultados obtidos e as primeiras interpretações.

O segundo momento é o da codificação do material, quando os dados brutos são transformados em unidades de amostras, ou unidades de registro da pesquisa. Por sua vez, a unidade de registro da pesquisa é quando se delimita o elemento unitário, que será submetido à classificação ou categorização da pesquisa. Neste

processo, foi necessário identificar a unidade de análise e estabelecer os códigos adicionais, para transformar dados brutos em unidades, possibilitando a decodificação e codificação dos dados.

A próxima fase da análise de conteúdo foi a categorização dos materiais, quando são classificados os elementos, a partir dos reagrupamentos e das categorias. Em seguida vem a inferência, quando se inicia a interpretação dos conteúdos, a partir da identificação de grupos, por variáveis e as categorizações das seções, efetuando compreensões mais aprofundadas da pesquisa a partir do material coletado.

Para a realização da pesquisa, é preciso constituir o corpus, que é o conjunto dos documentos a serem analisados, que serão submetidos aos procedimentos analíticos. Logo, observa-se a importância de definir o corpus do trabalho, que serão analisados a partir do referencial teórico, buscando-se primeira a desconstrução dos dados, para posterior análise interpretativa (BARDIN, 2011).

A utilização das técnicas da análise de conteúdo foi fundamental para a realização do presente estudo, uma vez que possibilitou a sistematização das etapas da pesquisa, como a definição do corpus, a leitura flutuante, a codificação, a categorização e a inferência. Inicialmente, foram separadas todas as capas dos jornais Folha, O Globo e O Estadão, identificar as categorias (parte quantitativa) e os enquadramentos (qualitativa) das publicações relacionadas ao Governo Dilma Rousseff.

A utilização das capas justificou-se pelo fato da relevância deste elemento para os próprios veículos de comunicação, uma vez que as matérias de maior relevância do jornal são destacadas na primeira página, através de chamadas – pequenos textos que resumem as notícias encontradas no interior do periódico (MARQUES, 2003, p. 39).

Portanto, o presente estudo foi realizado a partir das chamadas de capas, especificamente nas manchetes principais – chamada de maior destaque, que são apresentadas com letras garrafais (grandes), em alguns casos acompanhados por fotos e sempre na parte superior do periódico (formato standard, como a Folha, O Globo e O Estadão), em razão da leitura ser realizada de cima para baixo (PEREIRA JUNIOR, 2006, p. 101).

Após discutir o procedimento utilizado na análise de conteúdo, faz-se necessário descrever os procedimentos metodológicos utilizados. Primeiramente, foi definido o corpus do trabalho, manchetes principais dos três maiores jornais impressos do Brasil, do ano de 2011. A partir dessa definição, foram separadas todas as capas dos jornais mencionados e selecionadas todas aquelas que a manchete principal relacionava-se ao Governo Dilma, isto é, matérias relacionadas ao Governo Federal, a presidente da República, ao vice-presidente ou ainda com algum dos membros do primeiro escalão do Governo - ministros.

A segunda etapa foi a leitura flutuante dos dados brutos da pesquisa, isto é, das manchetes definidas pelo corpus do trabalho. A partir dessa fase, foi possível verificar a necessidade de criar categorias e definições para trabalhar a análise quantitativa dos dados.

A codificação (e decodificação) dos dados foi a terceira etapa do trabalho. Nessa fase, foram estabelecidas as unidades de registro do estudo, que por sua vez foram denominadas de categorias. Antes de categorizar, foi possível identificar a partir de qual editoria (Política, Econômica, Esportes e etc.) que o jornal publicou as manchetes sobre o Governo Dilma. Em seguida, foram estabelecidos critérios e definições, a partir da leitura flutuante, para a construção da segunda etapa de categorização, na qual foram estabelecidas diversas categorias (grupo de matérias), como salário mínimo, inflação, corrupção.

Após a construção preliminar desses grupos foi realizada exclusivamente pelo pesquisador 1 (aluno), através das seguintes etapas: 1ª – realizou a leitura flutuante das manchetes a partir da definição do corpus; 2ª – elaborou e definiu as categorias da pesquisa; 3ª aplicou a metodologia ao corpus da pesquisa, ou seja, leu cada uma das manchetes e a classificou como pertencente a uma categoria, 4ª – tabulou e quantificou os resultados da pesquisa.

Com a finalidade de conferir dados e critérios utilizados, o pesquisador 2 (orientador), realizou as mesmas etapas do pesquisador 1 no corpus da pesquisa: 1ª – realizou a leitura flutuante das manchetes a partir da definição do corpus; 2ª – propôs alterações na elaboração e definição das categorias da pesquisa; 3ª aplicou a metodologia ao corpus da pesquisa, a partir da leitura de cada manchetes e a classificou como pertencente a uma categoria.

A partir da conferência do pesquisador 2, ambos discutiram a redefinição da elaboração e definição das categorias da pesquisa. Depois, o pesquisador 1 realizou, novamente, a classificação dos conteúdos e a tabulação dos resultados. Por fim, o pesquisador 2 realizou uma nova conferência dos dados, a partir da classificação do corpus da pesquisa, para comprovar a cientificidade dos procedimentos utilizados.

Após esse foi possível distribuir as 352 manchetes principais relacionadas ao Governo Dilma, nos três jornais analisados em 18 categorias, conforme a Tabela 1:

**Quadro 2 – Definição de Categorias da pesquisa**

<b>Categorias</b>	<b>Assuntos/elementos da Categoria</b>	<b>Exemplos da Categoria</b>
<b>1. Salário mínimo</b>	Proposta do Governo para salário mínimo, repercussão da proposta do Congresso, votação e atuação da oposição.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dilma vence 1ª batalha na votação do mínimo (17/02/11 – O Globo)</li> <li>• PMDB usa salário mínimo pra obter cargo (05/01/11 – Folha)</li> </ul>
<b>2. Gerenciamento da Máquina</b>	Manobras/estratégias do Governo para a administração pública, questões salariais, benefícios para servidores públicos federais;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dilma diz que 'não é hora' de dar reajuste aos servidores (17/12/11 - Estadão)</li> <li>• Planalto quer impor teto salarial aos três Poderes (03/10/11 – Folha)</li> </ul>
<b>3. Programas sociais</b>	Projetos e ações do Governo, voltados para pessoas de baixa renda; programas sociais e discursos da presidente e dos ministros sobre as questões sociais;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Família de baixa renda terá telefone fixo a R\$ 9,5 diz governo (22/6/11 - Estadão)</li> </ul>
<b>4. Articulações políticas</b>	Eventos e questões partidárias ou ainda articulações políticas que envolvam o nome da presidente Dilma ou algum membro do primeiro escalão do Governo (ministros), a relação do Executivo com os demais poderes (Legislativo e Judiciário) e/ou governos, questões relacionadas às emendas parlamentares,	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dilma rejeita interferência de partidos no Governo (17/12/11 – Folha)</li> <li>• Após ação de Lula, Dilma chama PMDB e turbina agenda (29/11/11 - Estadão)</li> <li>• PT se opõe a Dilma e defende abrir arquivos (15/06/11 – Folha)</li> </ul>
<b>5. Política externa</b>	Ações e posições do governo brasileiro, com relação ao posicionamento ou soberanias dos demais países ou organismo internacionais; a posição do Brasil (governo), em relação às questões diplomáticas e de guerra.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EUA e Europa pedem a saída de ditador sírio; Brasil diverge (19/08/11 – O Globo)</li> </ul>
<b>6. Segurança</b>	Panorama, propostas e ações sobre o setor de segurança pública no Brasil, que envolva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Governo gastará R\$ 10 bi para controlar fronteira (9/1/11 - Folha)</li> </ul>

	diretamente o Governo Federal, como as questões relacionadas às forças armadas (Exército, Marinha e Aeronáutica) e a Política Federal, questões relacionadas às fronteiras brasileiras e aos presídios federais;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• População carcerária sobre com lei antidrogas (25/06/11 – Folha)</li> <li>• PF reduz atuação nas fronteiras (18/04/11 – Folha)</li> </ul>
<b>7. Meio Ambiente</b>	Discursos, projetos e ações do Governo voltados para o impacto ao meio ambiente; questões relacionadas à criação e aprovação do Novo Código Florestal; ações ou posicionamentos do Governo com relação desastres ambientais,	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Novo Código Florestal é aprovado na Câmara: 1ª derrota do Governo (25/5/11 - Folha)</li> <li>• Plano de prevenção só estará pronto em 2014 (18/01/11 – Folha).</li> </ul>
<b>8. Educação</b>	Propostas e ações do Governo Dilma relacionadas ao setor de Educação no Brasil (básica ou superior); questões relacionadas ao Enem (exame elaborado pelo Ministério da Educação)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rede pública perde espaço entre melhores do Enem (17/09/11 – O Folha)</li> <li>• Faculdades cobram R\$ 500 milhões de bolsa do governo (28/12/11 – Folha)</li> </ul>
<b>9. Corrupção</b>	Denúncias de corrupção, como desvio de dinheiro público, propina, enriquecimento ilícito, licitações fraudulentas e demais condutas errôneas de membros do 1º escalão do Governo Dilma; repercussão das denúncias no Congresso e Judiciário; ações do executivo, judiciário e do legislativo em relação às denúncias;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denúncias derrubam outro ministro, agora do PMDB (18/08/11 – O Globo)</li> <li>• Ministro pagava governanta com dinheiro público (13/09/11 – Folha)</li> <li>• Após denúncias no Esporte, cai o 6º ministro de Dilma (27/10/11 – Estadão)</li> <li>• Palocci multiplica seu patrimônio por 20 em quatro anos (15/05/11 – Folha)</li> </ul>
<b>10. Privatização</b>	Anúncios ou ações do Governo Dilma, no sentido se firmar parcerias com empresas privadas, para realizações de serviços públicos, através de privatizações ou de concessões;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dilma decide privatizar ampliação de aeroportos (03/09/11 - Folha)</li> </ul>
<b>11. Saúde</b>	Anúncios, projetos ou ações do Governo Federal, voltados para o setor de saúde pública; regulamentações do Governo, relacionadas o setor de saúde privado, através dos planos de saúde;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reembolso de planos de saúde ao SUS encolhe (28/01/11 - Folha)</li> <li>•</li> </ul>
<b>12. PIB</b>	Divulgação de dados sobre o crescimento, a estagnação, ou recessão da economia brasileira, através dos números do Produto Interno Bruto. Divulgação da previsão de crescimento do PIB brasileiros, por parte do governo ou de instituições financeiras credenciadas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Governo reduz previsão do IPB (14/10/11 – Folha)</li> <li>• PIB desacelera, mas consumo continua em alta (03/09/11 – Folha)</li> <li>• Incerteza Global faz Dilma reduzir previsão do PIB (26/08/11 – Folha)</li> </ul>
<b>13. Infraestrutura</b>	Questões relacionadas ao setor energético, como apagões, crescimento da demanda de energia no Brasil, construção de	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primeiro apagão do governo Dilma é o maior do Nordeste (05/02/11 – O Globo)</li> <li>• Pela 2ª vez, leilão do Trem-Bala</li> </ul>

	hidrelétricas e plataformas para extração de petróleo no Brasil de demais ações ou avaliação do Governo Dilma; questões relacionadas ao setor de transportes (trem, portos, aeroportos e rodovias); Programa de Aceleração do Crescimento (PAC); questões gerais, relacionadas ao setor de infraestruturas e os problemas gerados;	deve ser adiado (01/04/11 – Folha) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dilma e Alckmin acertam construir ferroanel em SP (06/09/11 – Folha)</li> <li>• Novo Terminal de Cumbica atenderá 19 milhões ao ano (26/06/11 – Folha)</li> </ul>
<b>14. Inflação</b>	Questões relacionadas à alteração nos valores dos produtos; ações ou declarações da presidente, dos ministros ou ainda divulgação de metas e análises sobre inflação no Brasil;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Governo não segura dólar e inflação, mas reforça caixa (18/04/11 – O Globo)</li> <li>• Inflação volta a subir e ameaça meta em 2011 (07/09/11 – Folha)</li> <li>• Temor de inflação faz governo cortar R\$ 50 bi (10/02/11 – Folha);</li> <li>• Petrobras agora admite que gasolina pode subir (07/04/11 – Folha);</li> <li>• Inflação chega a 7,3% ao ano e é a maior desde 2005 (08/10/11)</li> </ul>
<b>15. Finanças</b>	Questões relacionadas à situação econômica do Governo Dilma e do Brasil; atuação do Governo, em prol da situação financeira do País; relações dos gestores com os números das bolsas de valores, questões de juros e investimentos do setor privados no território brasileiro; dívida externa e interna do Brasil;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Em dois meses, país recebe mais dólares que em todo 2010 (11/3/11 - Folha)</li> <li>• Desaceleração faz governo aliviar restrição ao crédito (12/11/11 - Estadão)</li> <li>• Juro sobe menos que o esperado e vai para 12% (21/04/11)</li> <li>• Dívida externa aumenta 43% em menos de 2 anos (03/07/11 – Folha)</li> </ul>
<b>16. Tributos</b>	Propostas e ações do Governo Dilma, relacionadas ao aumento, diminuição, criação ou extinção de tributos (impostos, taxas e contribuições) e a repercussão dessas medidas no Congresso;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carga total de tributos volta a subir (24/09/11 – Folha)</li> <li>• Dilma estuda cobrar IOF de 4% sobre os gastos no exterior (08/02/11 – Folha)</li> <li>• Governo reduzirá tributo para elevar produção de álcool (31/08/11 – Folha)</li> </ul>
<b>17. Eventos esportivos</b>	Questões relacionadas às ações do Governo Federal, voltadas para a realização da Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016; posicionamento do Governo com relação às questões sobre ingresso e a legislação geral da Copa; Propostas do Governo para adaptações em prol dos grandes eventos esportivos;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Governo afrouxa controles para garantir obras da Copa (15/04/11 – O Globo)</li> <li>• Má gestão coloca em risco legado da Copa (25/09/11 - Folha)</li> <li>• Copa deve antecipar aulas e férias em 2014 (13/12/11 – Folha)</li> </ul>
<b>18. Outros</b>	Assuntos gerais, relacionados ao Governo, em que não foi possível identificar uma categoria;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planalto altera a regra de plano de banda larga (10/04/11 – Folha)</li> </ul>

	<p>assuntos relacionados a uma categoria muito específica, como aposentadorias, lei de acesso a informação, sigilo eterno dos documentos da ditadura, privacidade da presidente, aprovação da presidente ou do Governo; legislação pra comunicação, antifumo ou algum assunto muito específico; assuntos ambíguos que fazem partes de diversas categorias, sendo dificultoso relaciona-lo com apenas uma categoria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacker violou e tenta vender e-mails de Dilma (30/06/11 – Folha)</li> <li>• Governo estuda distribuir parte dos lucros do FGTS (23/11/11 – Folha)</li> <li>• Lei antifume valerá em todo o país (24/11/11 – Folha)</li> <li>• Dilma quer manter sigilo eterno para documentos (13/06/11 – Estadão)</li> </ul>
--	---	--

A segunda metodologia de pesquisa realizada pelo estudo configura-se a análise do enquadramento, que possibilitou uma compreensão maior e um estágio de maturidade a proposta, uma vez que suas técnicas se encontram em um estágio “embrionário”, conforme destaca Porto (2004). Para ele, apesar de ter uma recente utilização no campo das pesquisas em comunicação, esta análise tem possibilitado a “dinamização” do processo científico nesta área, sobretudo quando se averigua o campo da comunicação política, a partir do momento que oferece uma perspectiva mais ampla, para se compreender o papel dos meios de comunicação.

A análise de *framing* pode ser conceituada como uma abordagem que propicia o estudo construído da mensagem noticiosa, evidenciando questões implícitas dos textos, imparcialidades e questionamentos relacionados às determinadas publicações, tendo em vista que para evidenciar algo a mídia deixa de evidenciar outros fatos e questões. Logo, através da análise do enquadramento, o pesquisador tem a possibilidade de questionar a “imparcialidade” dos meios de comunicação, pois a partir desta metodologia é possível identificar, o tratamento que um determinado assunto recebe em veículos diferentes e também os diferentes enquadramentos que o mesmo assunto recebe a partir de um único veículo de comunicação. Nesta perspectiva, os enquadramentos são utilizados para auxiliar na compreensão dos padrões relacionados aos princípios utilizados de apresentação, seleção e ênfase do material jornalístico, para organizar a realidade (PORTO, 2004).

É importante mensurar ainda que os enquadramentos propostos pelos meios de comunicação tem importância, sobretudo nas discussões políticas. Assim, reforça a importância de verificação dos enquadramentos do Governo Dilma, nas capas dos jornais impressos, conforme realizado na presente pesquisa.

Conforme Gamson e Modigliani (1989, p.3) citado por Rothberg (2007, p.3), os enquadramentos da mídia são “pacotes interpretativos”, munidos de uma compreensão, que por sua vez possibilitam a conferência de sentidos, em que nem sempre é possível identificar uma posição política clara. Neste sentido, é possível destacar o papel da mídia, através dos noticiários na sustentação de uma imagem, pois através dos enquadramentos, os veículos de comunicação podem definir ou construir uma determinada realidade (PORTO, 2004, p.6).

Mediante ao exposto e a importância atribuída à análise do enquadramento, foi aplicada na presente pesquisa esta definição metodológica, utilizando critérios semelhantes aos empregados na análise do conteúdo, descritos anteriormente. Primeiro, foi definido como copos da pesquisa, as quatro maiores (em número de publicações) categorias sobre o Governo Dilma, nos jornais pesquisados. Logo definiu-se os enquadramentos de todas as manchetes relacionadas às categorias: a) **corrupção**, b) **articulações políticas**, c) **finanças** e d) **inflação**.

O principal critério para eleger esses grupos foi o quantitativo, uma vez que no quantitativo geral da pesquisa (considerando os dados dos três jornais) foi possível realizar uma média de publicações por categoria, a partir da divisão do número total de publicações (352), pelo número total de categorias (18) e aquelas que apresentaram um número maior que 20 publicações foram selecionadas para a análise do enquadramento.

Na análise do enquadramento, foi realizada a criação preliminar dos três grupos **positivo**, **negativo** e **neutro/outros**, (positivo, negativo e neutro), com suas respectivas definições e as seguintes etapas, por parte do pesquisador 1 (aluno): primeiro - fez leitura flutuante das manchetes selecionadas, para definição dos grupos; segundo - elaboração das definições dos grupos (positivo, negativo e neutro/outros); terceiro aplicou ao corpus, ou seja, foram lidas cada uma das manchetes e a classificadas de acordo com as definições propostas; quarto tabulação e quantificação dos resultados da pesquisa.

Para comprovar a cientificidade da pesquisa, o trabalho de classificação dos conteúdos a partir dos enquadramentos também foi realizado pelo pesquisador 2 (orientador), através de cada etapa: leitura flutuante, definição dos enquadramentos e aplicação ao corpus da pesquisa. Nessa etapa, também foram encontrados resultados diferentes que necessitou a redefinição dos enquadramentos e a



realização de uma nova aplicação ao corpos da pesquisa, por parte do pesquisador 1 e uma nova conferencia por parte o pesquisador 2.

A partir da Tabela 2, é possível verificar as definições de enquadramentos, para cada categoria.

**Quadro 3- Definição dos enquadramentos de manchetes**

Enquadramento das chamadas	Elementos dos Enquadramentos	Exemplos de enquadramentos
<b>Enquadramento Negativo</b>	<p>Manchetes que destaque incapacidade do Governo (presidente e ministros) de resolver problemas faltam de domínio nas questões de governo, pouca efetividade e eficiências nas ações, situações de derrotas e que demonstrem faltam de comando; denúncias de corrupção envolvendo os membros do primeiro escalão do Governo;</p> <p><b>Articulações políticas:</b> manchetes que evidenciam a incapacidade de articulação do Governo e derrotas políticas;</p> <p><b>Corrupção:</b> manchetes que envolvam o primeiro escalão do Governo, em desvio de dinheiro público, propina, enriquecimento ilícito, licitações fraudulentas e demais condutas errôneas e sua repercussão, que por sua vez não apresentem nenhuma conduta de efetividade por parte do Governo, são classificados diretamente como de corrupção.</p> <p><b>Inflação:</b> manchetes relacionadas com o aumento nos valores dos produtos básicos de consumo são, necessariamente, tratadas como negativas para o Governo;</p> <p><b>Finanças:</b> manchetes negativas, relacionadas à situação econômica do Governo Dilma e do Brasil;</p> <p><b>Tributos:</b> manchetes relacionadas às ações do Governo Dilma que enfatizam aspectos negativos sobre o aumento de tributos (impostos, taxas e contribuições);</p>	<p>Primeiro apagão do governo Dilma é o maior do Nordeste (05/02/11 – O Globo)</p> <p>Inflação estoura a meta pela 1ª vez em seis anos (07/05/11 – Folha)</p> <p>Ministro pagava governanta com dinheiro público (13/09/11 – Folha de S. Paulo)</p> <p>Após denúncias no Esporte, cai o 6º ministro de Dilma (27/10/11 – Estadão)</p> <p>Após derrota, Dilma cede a aliados no Congresso (26/05/11 – Folha)</p>
<b>Enquadramento Positivo</b>	<p>Manchetes sobre ação do Governo (presidente e ministros), que apresente aspectos de domínio, efetividade, eficiência, vitória, comando.</p> <p><b>Articulações políticas:</b> manchetes sobre negociações do governo com partidos políticos e outros poderes, em que se evidenciou vitória;</p> <p><b>Corrupção:</b> manchetes envolvendo o primeiro escalão do Governo, em desvio de dinheiro público, propina, enriquecimento ilícito, licitações fraudulentas e demais condutas errôneas e sua repercussão, mas em contrapartida uma ação efetiva, no sentido de resolver o problema apresentado, poderá ser considerada publicações sobre corrupção e positivas.</p> <p><b>Inflação:</b> manchetes relacionadas com a diminuição nos valores dos produtos básicos de consumo, isto é, diminuição da inflação;</p> <p><b>Finanças:</b> manchetes positivas, relacionadas à situação econômica do Brasil e do Governo Dilma, apontado para o crescimento e o desenvolvimento;</p> <p><b>Tributos:</b> manchetes relacionadas às ações do Governo Dilma que enfatizam aspectos positivos sobre o redução de tributos (impostos, taxas e contribuições);</p>	<p>Dilma negocia com TCU para acelerar aeroportos (26/04/11 – Folha)</p> <p>Dilma cobra explicação de ministro do Esporte;</p> <p>Dilma vence 1ª batalha na votação do mínimo (17/02/11 – O Globo)</p> <p>Brasil já atrai 5% de todo o investimento direto global (19/12/11 – Folha);</p> <p>Dilma matem aprovação (12/06/11 – Folha de S. Paulo)</p> <p>Dilma vai à China buscar investimento em tecnologia (10/4/11 – Estadão)</p>
<b>Enquadramento</b>	Manchetes relacionadas ao Governo Dilma, em	Dilma rejeita interferência de

<p><b>Neutro/outros</b></p>	<p>que não possível identificar enquadramentos positivos ou negativos, ou que ainda necessita-se de uma leitura ideológicas para esta definição.</p> <p><b>Articulações políticas:</b> manchetes políticas, envolvendo a presidente ou o primeiro escalão, onde não foi possível identificar aspectos positivos ou negativos;</p> <p><b>Corrupção:</b> manchetes que destaquem avaliações indefinidas, sobre o posicionamento do governo em relação aos escândalos de envolvendo o primeiro escalão do próprio Governo, em assuntos como: desvio de dinheiro público, propina, enriquecimento ilícito, licitações fraudulentas e demais condutas errôneas; publicações em que se apresenta a denuncia e também uma posição por parte do Governo.</p> <p><b>Inflação:</b> manchetes relacionadas com especulações positivas (que ainda não se confirmaram) com relação ao aumento nos valores dos produtos básicos.</p> <p><b>Finanças:</b> manchetes relacionadas à situação econômica do Brasil e do Governo Dilma, em que não são explícitos aspectos negativos ou positivos, ou ainda que seja necessária interpretação ideológica;</p> <p><b>Tributos:</b> manchetes relacionadas às ações do Governo Dilma sobre aumento ou diminuição de tributos (impostos, taxas e contribuições);, em que é necessário uma visão ideológica para definir a ação como sendo positiva, ou negativa.</p>	<p>partidos no Governo (17/12/11 – Folha);</p> <p>Dilma demitiu Palocci na hora certa, diz Lula (09/06/11 – Folha)</p> <p>Atos de Dilma afastam Governo do estilo Lula (06/2/11 – O Globo)</p> <p>Dilma decide privatizar ampliação de aeroportos (03/09/11 - Folha de S. Paulo)</p> <p>Dilma quer economizar mais R\$ 10 bi (30/9/11 – Folha de S. Paulo)</p> <p>Governo aumenta IPI , e carro pode subir até 28% (16 /09/11 – Folha);</p>
-----------------------------	--	---

Tendo em vista a possibilidade de ampliar as discussões sobre as manchetes publicadas pelos jornais impressos, sobre Governo Dilma Rousseff, foi realizada ainda uma pesquisa quantitativa, através de contagem de agentes de texto, isto é, atores (personalidades em destaque), presentes nas manchetes. Por sua vez, esses dados foram utilizados nas discussões finais da pesquisa.

Por fim, foi realizado um terceiro recorte, apenas com a principal categoria da pesquisa – **corrupção** – na qual foi possível distribuir o quantitativo de publicações de manchetes principais sobre o Governo Dilma, nos três jornais, através dos 12 meses do ano, possibilitando uma discussão sobre a relação entre esses conteúdos e os acontecimentos político/administrativos do Governo.

## 5. ENQUADRAMENTOS DO GOVERNO NA MÍDIA IMPRESSA BRASILEIRA

O jornalismo, com potencial para colaborar com a idealização da realidade social, pode ser considerado uma importante ferramenta para construção ou desconstrução da imagem de um determinado agente político e/ou de uma gestão. Neste sentido, as publicações jornalísticas podem reforçar ou desvirtuar a compreensão da opinião pública com relação à avaliação de uma determinada realidade e, conseqüentemente, influir na avaliação da sociedade com relação ao nível de desenvolvimento alcançado.

A partir de uma compreensão ampla sobre o conceito e o papel do jornalismo - discutido no primeiro capítulo do presente trabalho - e de uma discussão sobre a conjuntura da mídia brasileira na atualidade, sua relação com os poderes instituídos pelo Estado (como Judiciário, Legislativo e Executivo) e também pelos poderes econômicos (instituições financeiras, empresas etc.) - discutida no segundo capítulo -, foi elaborada uma pesquisa, a partir das capas dos principais jornais impressos brasileiros, com o intuito de identificar possíveis enquadramentos midiáticos na cobertura relacionada ao Governo Dilma Rousseff.

Importa destacar que neste capítulo são apresentados os dados extraídos da pesquisa Enquadramentos do Governo Dilma Rousseff na Mídia Impressa Brasileira. Inicialmente, são apresentados os dados quantitativos sobre a cobertura midiática do Governo Dilma Rousseff nos maiores jornais de circulação diária no Brasil - a Folha de S. Paulo (Folha), O Globo e O Estado de S. Paulo (Estado)<sup>8</sup> - durante todo o ano de 2011. Para tanto, foram selecionadas todas as manchetes principais<sup>9</sup> relacionadas ao Governo durante todo o ano de 2011, para a realização da pesquisa quantitativa e a análise descritiva que, por sua vez, revelou o número de chamadas, a partir de diversas categorias (assuntos).

---

<sup>8</sup> De acordo com a Associação Nacional de Jornais (ANJ), os jornais em formato *standard* ou formato padrão (excluindo os tabloides) com maior número de circulação no Brasil no ano de 2011 foram: Folha de S. Paulo em primeiro lugar, com tiragem média diária de 286.398 exemplares; O Estado de S. Paulo, em seguida, com a média de 263.043 jornais; e logo depois, O Globo, com 256.259 exemplares distribuídos diariamente.

<sup>9</sup> A manchete principal é a chamada de destaque na capa do jornal, impressa habitualmente com letras garrafais e na parte superior da página.

No segundo momento desta seção, são apresentados os dados interpretativos da cobertura midiática do Governo Dilma Rousseff, a partir da análise dos enquadramentos (*framing*) positivos e negativos das categorias que apresentaram maior frequência nas citações das matérias: “Inflação”, “Finanças”, “Articulações Políticas” e “Corrupção”. A partir de uma apreciação mais aprofundada dessas categorias, com o auxílio do resgate teórico, foi possível construir uma análise que permite discorrer sobre a predominância dos enquadramentos negativos sobre o Governo na cobertura dos principais jornais impressos brasileiros, o que atende a problemática inicial da pesquisa.

Por fim, apresenta-se ainda nesta seção, um histórico focado nas mudanças do primeiro escalão do Governo Dilma Rousseff, isto é, a troca de ministros, no ano de 2011, e uma análise comparativa a partir do quantitativo de manchetes principais da categoria “Corrupção” e seus respectivos enquadramentos (*framing*), distribuídos por meses do ano. O intuito é discutir a relação entre os acontecimentos relacionados ao Governo e as publicações dos principais jornais brasileiros.

### 5.1.Cobertura Midiática do Governo

A partir dos dados extraídos na presente pesquisa, foi possível identificar um total de 352 capas com a manchete principal relacionada ao primeiro ano (2011) do Governo Dilma Rousseff.

**Quadro 4 – Manchetes e Editorias sobre Governo**

Jornais	Nº manchetes em 2011	Editoria “Política”	Editoria “Economia”	Outras Editorias
Folha	131 (35,9%)*	92 (70%)	35 (27%)	04 (3%)
O Globo	115 (31,5%)*	78 (68)	32 (28%)	05 (4%)
Estadão	106 (29%)*	70 (66%)	32 (30%)	04 (4%)
<b>Total</b>	<b>352 (32,1%)*</b>	<b>240 (68%)</b>	<b>99 (28%)</b>	<b>13 (4%)</b>

\*A porcentagem refere-se à participação de manchetes publicadas ao ano por cada jornal.

A partir dos primeiros dados apresentados no Quadro 4, é possível observar a forte participação dos assuntos relacionados ao Governo Dilma Rousseff na manchete destaque dos principais jornais impressos brasileiros – 32,1%. Contudo, a simples mensuração quantitativa, que possibilita visualizar uma forte presença dos

assuntos relacionados ao Governo Dilma Rousseff nos jornais analisados, não permite uma conclusão de que a mídia impressa contribuiu de maneira positiva ou negativa para com a imagem de sua gestão.

Mediante ao exposto, analisou-se o quantitativo de manchetes, através das editorias dos próprios jornais (política, economia, esportes e etc.). Depois, foram analisadas também as categorias de assuntos, criadas a partir da metodologia da pesquisa, com a finalidade de agrupar manchetes com alguma identificação nos conteúdos, por exemplo: “Salário Mínimo”, “Inflação” ou “Corrupção”. Importa destacar que a partir dessa categorização é possível mensurar através de quais assuntos foi pautada a cobertura dos jornais analisados sobre o Governo.

Levando em consideração as publicações dos três jornais impressos analisados, é possível realizar constatações, como a predominância por matérias sobre o Governo na editoria de Política, conforme Tabela 1. A grande maioria das manchetes principais foi publicada na editoria de Política - 68% (232 manchetes). O percentual de publicações de matérias de Política é um pouco maior na Folha, 70% (92 manchetes); um pouco menor [que a média] em O Globo, 68% (78); e menor no Estadão, com 66% (70).

Outra editoria em destaque é a de Economia, com 28% (99 manchetes) dos conteúdos pesquisados. O jornal que apresenta o maior percentual de manchetes em Economia é o Estadão, com 30% (32 manchetes), seguido por O Globo, com 27% (32), e pela Folha, com 26% (35). As demais editorias - Esportes, Cotidiano, Mundo e Ciência - obtiveram menos de 1% de publicação de manchetes cada.

Outra importante constatação refere-se à predominância dos agentes do texto, com o nome da presidente da República, “Dilma”, presente em 133 manchetes, o que já era esperado, uma vez que ocupa o principal cargo do governo.

**Quadro 5 – Agentes de Texto**

Agentes do Texto	Descrição	Estadão – 106 manchetes	O Globo – 115 manchetes	Folha – 131 manchetes	Total – 352 manchetes
<b>Dilma</b>	Dilma Rousseff – Presidente da República	58 (55%)	40(35%)	35 (27%)	133 (35%)
<b>Palocci</b>	Antônio Palocci - ministro	1 (0.9%)	11 (10%)	30 (23%)	42 (12%)

	do Governo Dilma				
<b>Lula</b>	Luiz Inácio Lula da Silva - ex-presidente e aliado de Dilma	4 (4%)	9 (8%)	6 (5%)	19 (5%)
<b>Lupi</b>	Carlos Lupi, ministro do Governo Dilma	6 (6%)	5 (4%)	4 (3%)	15 (4%)
<b>Mantega</b>	Guido Mantega - ministro do Governo Dilma	4 (4%)	2 (1%)	0	6 (2%)
<b>Sarney</b>	José Sarney - senador aliado de Dilma	1 (0.9%)	0	1 (0.7%)	2 (0.5%)
<b>Obama</b>	Barack Obama - presidente dos Estados Unidos	2 (2%)	1 (0.8%)	0	3 (0.8%)
<b>Ideli</b>	Ideli Salvati - ministra do Governo Dilma	2 (2%)	0	0	2 (0.5%)
<b>Orlando</b>	Orlando Silva - ministro do Governo Dilma	3 (3%)	0	0	3 (0.8%)
<b>Dirceu</b>	José Dirceu - ex-ministro do Governo Lula	0	1 (0.8%)	0	1 (0.3%)
<b>Aldo</b>	Aldo Rabelo - ministro do Governo Dilma	0	1 (0.8%)	0	1 (0.3%)
<b>FHC</b>	Fernando Henrique Cardoso - ex-presidente e opositor ao Governo Dilma	0	0	2 (1%)	2 (0.5%)
<b>Temer</b>	Michel Temer - vice-presidente da República	0	0	1 (0.7%)	1 (0.3%)
<b>Rossi</b>	Wagner Rossi - ministro do Governo Dilma	0	0	1 (0.7%)	1 (0.3%)
<b>Alckmin</b>	Geraldo Alckmin - governador de São Paulo e opositor ao Governo Dilma	0	0	1 (0.7%)	1 (0.3%)

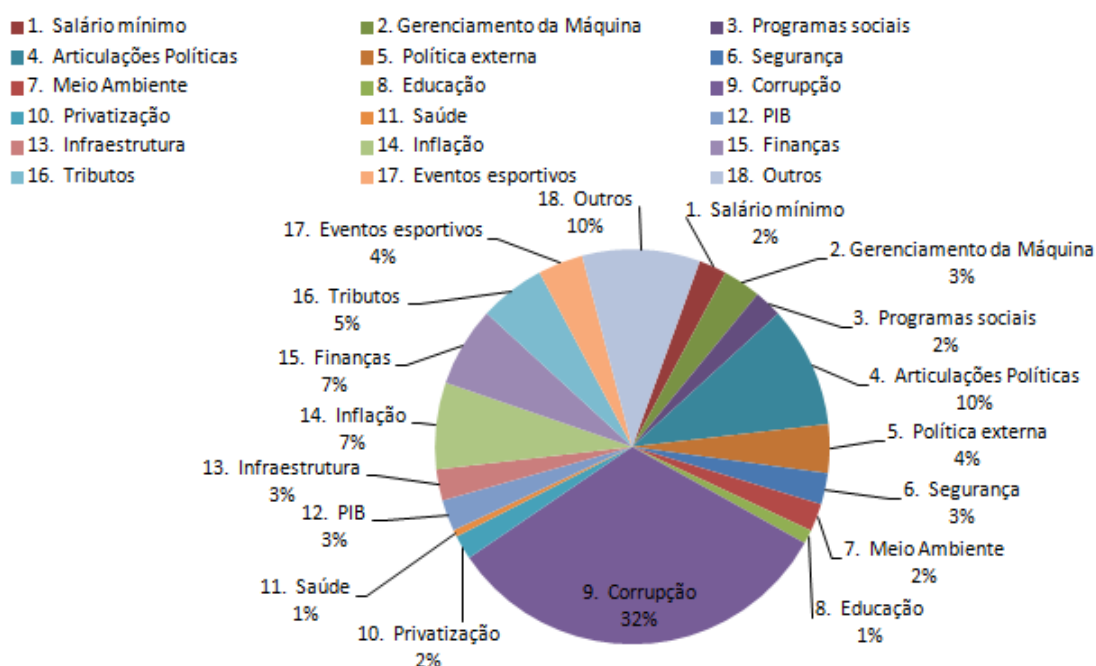
O segundo agente do texto recorrente no conteúdo analisado foi “Palocci” com 12% (46 manchetes). Contudo, a participação desse agente foi bastante distinta numa comparação de jornais, com um índice de 23% (30 manchetes) na Folha, 10% (11) em O Globo, e menos de 1% (1 manchete) no Estadão. Essa disparidade aponta que a Folha foi o jornal que mais buscou personificar as denúncias à figura do então ministro, numa comparação com os demais. Torna-se importante considerar que Palocci foi o primeiro ministro do Governo Dilma envolvido em denúncias de corrupção.

Outros agentes com participação relevante foram: “Lula”, com 5% (19 manchetes), “Lupi”, com 4% (15 manchetes), e “Mantega”, com 2% (6 manchetes). “Sarney”, “Obama”, “Ideli”, “Orlando”, “Dirceu”, “Aldo”, “FHC”, “Temer”, “Rossi” e “Alckmin” tiveram menos de 1% de aparições.

Os assuntos relacionados ao Governo Dilma nos três jornais foram categorizados através de 18 categorias, definidas na Tabela 1, dos Procedimentos Metodológicos: Salário mínimo, Gerenciamento da Máquina, Programas Sociais, Articulações Políticas, Política Externa, Segurança, Meio Ambiente, Educação, Denúncias de Corrupção, Privatização, Saúde, PIB, Infraestrutura, Inflação, Finanças, Tributos, Eventos Esportivos e Outros.

A partir das categorias, foi possível distribuir as 352 publicações em 17 grupos e aquelas que não se enquadraram ou que se apresentaram ambíguas (podendo estar presentes em mais de uma categoria) foram classificadas como “Outros”.

**Gráfico 1: Mídia Impressa Brasileira**



A partir das informações do Gráfico 1, é possível identificar “Corrupção” como a principal categoria da pesquisa, com 32% (114 manchetes). Entre os três jornais, o percentual de manchetes relacionadas a esta temática foi um pouco menor na Folha de S. Paulo e no Estadão, com 30% e 30%, respectivamente, e um pouco maior no O Globo, com 37%.

A partir dos dados apresentados e categorizados, é possível destacar que, numa análise meramente quantitativa, torna-se racional afirmar que a mídia impressa brasileira apresentou uma imagem relativamente negativa do primeiro ano do Governo Dilma, uma vez que quase um terço das publicações abordam denúncias de corrupção. Contudo, se verifica a necessidade de analisar os enquadramentos da categoria “Corrupção” para justificar essa suposição.

Dentre as dezoito categorias, outros três com mais frequência no cômputo geral foram destacadas para a análise de enquadramento: “Articulações políticas”, com 10% das publicações, “Inflação” e “Finanças” com 7% cada. Somadas a “Corrupção” essas categorias representam 56% do cômputo geral. Cada uma das quatro categorias principais tem frequência acima da média geral — 20 manchetes<sup>10</sup> — e está entre as quatro ou seis categorias com mais frequência em cada jornal, salvo a categoria “Outros”.

Importa destacar que as quatro categorias com publicações superiores a média também foram destacadas por apresentarem quantitativo considerável nos três jornais, sendo “Corrupção” a principal categoria de todos os periódicos analisados. Na sequência, a segunda categoria com maior número de manchetes foi “Articulações políticas”, com 10%. No Estadão, o destaque dessa categoria foi ainda maior - 16% do total (17 manchetes); em O Globo, o percentual foi de 9,5% (11 manchetes); e na Folha, apenas 5,3% (7 manchetes).

A categoria “Inflação” aparece como a terceira maior, com 7% (25 manchetes). Essa categoria possui destaque bem mais elevado nas publicações de O Globo, 10% (12 manchetes). Na Folha, a categoria “Inflação” contabiliza 7% do total (9 manchetes) e, por fim, no Estadão são apenas 4% (4 manchetes).

A quarta maior categoria da pesquisa foi “Finanças”, com 7% (23 manchetes). O destaque dado para matérias desta categoria no Estadão atingiu o percentual de 8,5% (9 manchetes). Já na Folha, do total de manchetes relacionadas ao Governo Dilma, as que fazem referência a “Finanças” somam 7% das publicações (9 manchetes). Em O Globo, por sua vez, o percentual de publicações desta categoria é de 4% (5 manchetes).

---

<sup>10</sup> Resultante da divisão do número total de publicações (352) pelo número de categorias (18)

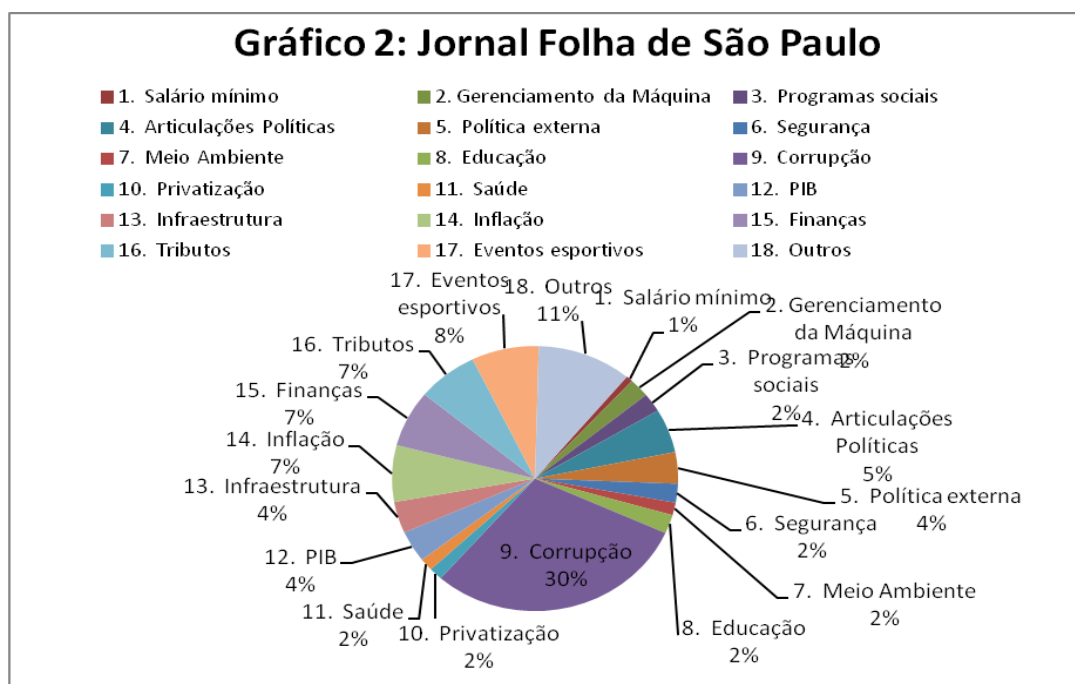


Outras categorias com participação relativa foram: “Tributos”, com 5% do total (19 manchetes), “Política Externa”, com 4% (14 manchetes), e “Eventos Esportivos”, com 4% (13 chamadas).

### 5.1.1. Folha de São Paulo

Numa análise restrita à Folha, é possível destacar que este foi, entre os três veículos analisados, o que mais divulgou manchetes principais relacionados ao Governo Dilma Rousseff: um total de 131 manchetes ou 36% das manchetes do ano de 2011.

Dentre os jornais analisados, a Folha foi também a que apresentou maior diversidade de publicações sobre o Governo Dilma através das editorias, apresentando um total de seis: Poder (política), Mercado (economia), Cotidiano, Mundo, Esportes e Ciência. Contudo, o jornal seguiu a tendência geral de priorizar publicações relacionadas ao Governo na editoria de “Política”, que aparece em 70% das publicações (92 manchetes); seguida pela editoria de “Economia”, com 27% (35 manchetes) e “Cotidiano”, “Mundo”, “Esportes” e “Ciência”, com uma publicação cada.



Na análise específica sobre a Folha, percebe-se a predominância das matérias com o agente do texto “Dilma”, em 27% (35 manchetes). Isso é justificado pelo fato de a maior parte dos conteúdos estarem relacionados diretamente com a presidente da República. Outros agentes do texto com participação significativa no estudo foram “Palocci” (ministro de Dilma envolvido em denúncia de corrupção), com 23% (30 manchetes); “Lula”, “Lupi” “FHC”, “Temer”, “Alckmin”, “Sarney” e “Rossi”, agentes do texto com poucas aparições.

A Folha foi o jornal que demonstrou a maior distribuição de suas manchetes entre as 18 categorias da pesquisa: Salário mínimo, Gerenciamento da Máquina, Programas sociais, Articulações Políticas, Política Externa, Segurança, Meio Ambiente, Educação, Denúncias de Corrupção, Privatização, PIB, Infraestrutura, Inflação, Finanças, Tributos, Eventos Esportivos e Outros.

Em conformidade com o Gráfico 1, é possível observar que a categoria com o maior número de manchetes relacionadas ao Governo Dilma na Folha também foi “Corrupção”, com um total de 30% (39 manchetes). É racional concluir que as manchetes relacionadas ao tema corrupção atribuem uma conotação com tendência para uma imagem negativa do objeto de estudo, o Governo Dilma. Contudo, através da análise do enquadramento (*framing*), que será apresentada na próxima seção, é possível identificar enquadramentos que não são negativos nas publicações desta categoria, ainda que em número inferior.

Importa destacar nesta análise a categoria “eventos esportivos”, que foi a segunda em termos quantitativos de matérias. Um total de 10 (ou 7,5%) manchetes desse jornal relacionou o Governo com a Copa do Mundo de 2014 ou com as Olimpíadas de 2016 – eventos para os quais o Brasil foi escolhido sede. Observa-se que a maior parte dessas matérias tratou da ação do Governo com relação às obras da Copa, com destaque para uma Medida Provisória elaborada em junho de 2011, onde era previsto sigilo no orçamento de obras da Copa de 2014, fato que rendeu seis capas da Folha neste mesmo mês. Ao final, o Governo volta atrás no projeto, como se observa no título da matéria publicada no dia 28 de junho de 2011: “Dilma volta atrás e abre orçamentos de obras da Copa”.

Outros temas que também tiveram destaque na publicação da Folha de S. Paulo sobre o Governo Dilma foram “Finanças”, “Inflação” e “Tributos”, com 7% cada; “Articulações Políticas”, com 5%, e “Infraestrutura”, com 4%. Em suma,

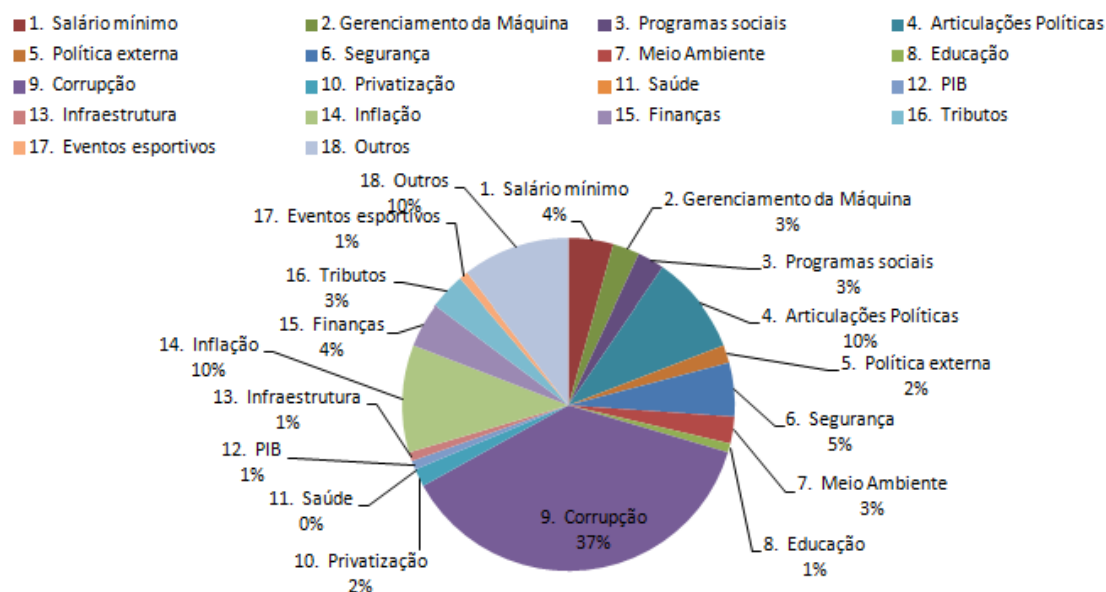
observou-se também que a Folha apresenta a maior distribuição de assuntos, entre as diversas categorias, apesar de um acentuado número de matérias publicadas na categoria “Corrupção”. Por outro lado, as demais categorias apresentam um relativo equilíbrio de publicações, que varia entre 1% de matérias sobre salário mínimo a 7,5% de matérias sobre eventos esportivos.

### **5.1.2. O Globo**

A cobertura midiática do jornal O Globo em que a manchete principal foi recorrente ao Governo Dilma no ano de 2011 foi responsável por 31,5% dos conteúdos publicados pelo jornal ao longo daquele ano (115 manchetes). Ao analisar as editorias desse jornal, é possível verificar que 68% dos conteúdos (78 manchetes) foram publicadas, através da editoria de Política. Em seguida, a editoria Economia, com 28% (32 manchetes), e Esportes, com 4% (5 manchetes).

O agente do texto que mais apareceu nesse jornal foi “Dilma”, com 35% (40 manchetes). Em seguida, “Palocci”, com 10% (11 manchetes), e Lula, 8% (9 manchetes). “Lupi”, “Mantega”, “Dirceu”, “Obama” e “Aldo” foram outros agentes do texto presentes.

As publicações sobre o Governo em O Globo foram distribuídas em 17 categorias: “Salário Mínimo”, “Gerenciamento da Máquina”, “Programas Sociais”, “Articulações Políticas”, “Política Externa”, “Segurança”, “Meio Ambiente”, “Educação”, “Corrupção”, “Privatização”, “PIB”, “Infraestrutura”, “Inflação”, “Finanças”, “Tributos”, “Eventos Esportivos” e “Outros”. Numa comparação com a Folha, O Globo não publicou na categoria “Saúde”.

**Gráfico 3: Jornal O globo**

Na análise quantitativa das categorias relacionadas à pesquisa, O Globo aponta um destaque ao assunto “Corrupção”, com 37% (43 manchetes), conforme o Gráfico 3. Logo, é possível observar que O Globo apresenta o maior percentual em número absoluto de publicações que puderam ser identificadas na categoria “Corrupção”, numa comparação com a Folha e o Estadão.

Outras categorias com grande recorrência nas publicações do O Globo foram “Inflação” e “Articulações Políticas”, ambas com 10% das publicações. Já “Finanças”, que é uma das categorias selecionadas pela pesquisa por apresentar destaque no quantitativo geral das publicações, possui pouca relevância na cobertura de O Globo, pouco mais de 4%.

Importa destacar a categoria “Segurança” na cobertura do jornal O Globo, presente em mais de 5% das capas, sendo a quarta maior categoria, em termos quantitativos, desse jornal. Em geral, as matérias sobre segurança que se relacionam ao Governo Dilma buscam descrever ou avaliar ações da gestão para o setor, como na manchete do jornal de 1º de maio de 2011: “Programa de Segurança de Dilma não sai do papel”.

Logo, observa-se que a cobertura de O Globo apresenta pouca diversidade e maior concentração de assuntos relacionados à corrupção ao publicar manchetes sobre o Governo Dilma.

### 5.1.3 O Estado de S. Paulo

No jornal O Estado de S. Paulo (O Estadão) foi publicado um total de 106 manchetes referente ao Governo Dilma, o que aponta que 29% das publicações em destaque deste veículo no ano de 2011 foram relacionadas ao objeto desta pesquisa. Numa comparação com os demais jornais analisados, o Estadão foi o que menos abordou assuntos sobre o Governo Dilma na manchete principal.

Em conformidade com os resultados obtidos nos demais jornais analisados, a maior parte das publicações relacionadas ao Governo Dilma no Estadão encontravam-se na editoria de Política – um total de 66% (70 manchetes). A segunda editoria mais recorrente nas publicações foi a de Economia, com 30% (32 manchetes) e, por fim, a editoria de Esportes, com 5% (6 manchetes principais). Assim como em O Globo, as matérias sobre o Governo Dilma no Estadão foram publicadas por apenas três editorias (Política, Economia e Esportes), apresentando pouca diversidade de editorias.

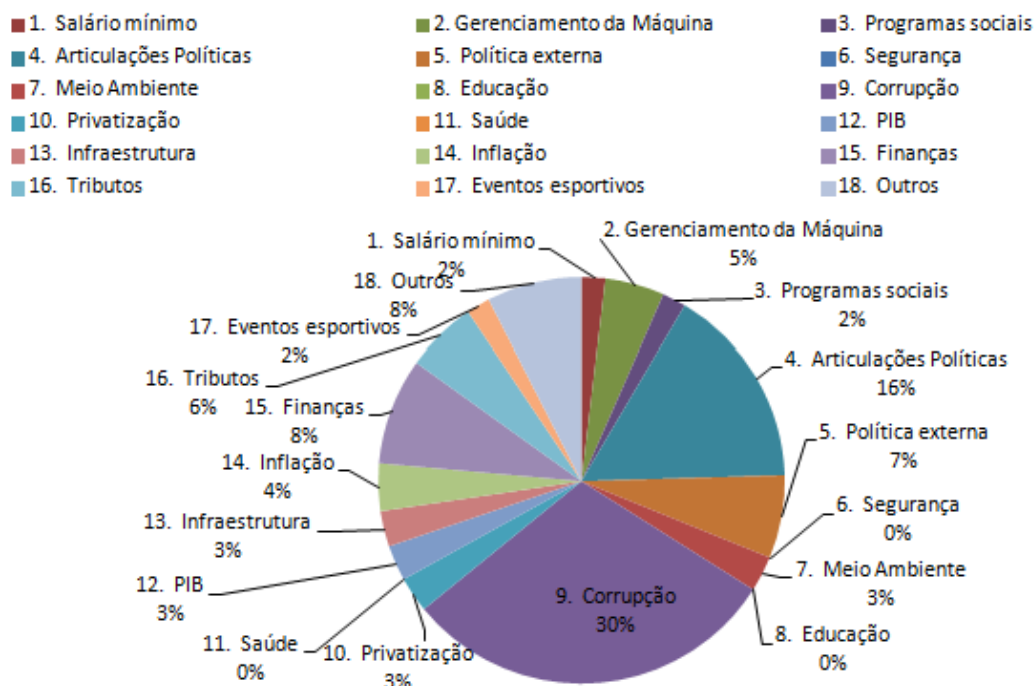
Apesar do número menor de publicações relacionadas ao Governo Dilma, em comparação com os demais periódicos analisados na pesquisa, o Estadão foi que mais recorreu ao agente do texto “Dilma”, presente em 55% (58 manchetes), o que corresponde a mais da metade dos conteúdos desse jornal. Logo, é possível verificar que a cobertura midiática do Estadão foi a que mais buscou personificar o Governo, na figura da presidente da República.

Outros agentes do texto presentes nesse jornal foram Palocci, com 5% (6 manchetes) e Lupi, 5% (6 manchetes); Também entraram na lista dos agentes de texto do Estadão “Mantega”, “Orlando”, “Obama” e “Sarney”. Percebe-se que o Estadão foi o único dos jornais no qual não se identificou nas manchetes relacionadas ao Governo Dilma o agente do texto Lula, ex-presidente da República e aliado da presidente.

Os conteúdos do Estadão foram divididos em 16 categorias: “Salário Mínimo”, “Gerenciamento da Máquina”, “Programas Sociais”, “Articulações Políticas”, “Política Externa”, “Meio Ambiente”, “Corrupção”, “Privatização”, “PIB”, “Infraestrutura”, “Inflação”, “Finanças”, “Tributos”, “Eventos Esportivos” e “Outros”. As categorias sem

publicação neste jornal foram “Educação” e “Saúde”, o que faz da cobertura do Estadão sobre o Governo a menor, em termos de diversidade de assuntos.

**Gráfico 4: Jornal Estadão**



Seguindo uma constante dos jornais Folha e O Globo, no Estadão a principal categoria foi “Corrupção”, com 30% (31 manchetes) – menor percentual entre os três jornais analisados, conforme aponta o Gráfico 4.

Outros destaques nas publicações do Estadão que podem ser observados no gráfico é o número de matérias sobre os temas “Articulações Políticas” - com 16% (17 manchetes); “Finanças”, com 8% (9 manchetes); e, por fim, “Inflação”, 4% (5 manchetes).

Como se pode observar no Gráfico 4, outras categorias que apresentam presença significativa na cobertura do Estadão são “Tributos”, com 6% (6 manchetes), e “Gerenciamento da Máquina”, com 5% (5 manchetes). As matérias referentes a tributos tratam sobre ações do Governo com relação a impostos como o IOF (Imposto sobre Operações Financeiras) e o IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados), como é possível observar na matéria publicada no dia 18 de setembro de 2011: “Governo eleva IPI e carro importado pode ficar até 28% mais

caro”. Por outro lado, as matérias sobre “Gerenciamento da Máquina” focam a ação do Governo com relação ao orçamento ou na relação com os vencimentos dos servidores, como na manchete do dia 17 de dezembro de 2011: “Dilma diz que ‘não é hora’ de dar reajuste aos servidores”.

Em síntese, a cobertura do jornal Estadão apresenta desdobramentos similares ao de O Globo, como a pouca diversidade de publicações em editorias e também em categorias (assuntos), ao contrário dos resultados da Folha de S. Paulo, com uma publicação mais diversificada, em termos de variação de editorias e também de assuntos (categorias). Logo, percebe-se que os três jornais apresentam certa singularidade nas publicações sobre o Governo Dilma, através de uma análise quantitativa, sobretudo, ao considerar o destaque que é praticamente constante de matérias relacionadas à categoria “Corrupção”. Contudo, faz-se necessária uma análise mais aprofundada sobre essa cobertura, que será realizada a seguir, com o auxílio da análise do enquadramento (*framing*).

## **5.2. Enquadramentos da cobertura midiática do Governo Dilma**

Com o intuito de ampliar o alcance das análises a partir das manchetes da Folha, de O Globo e do Estadão, buscou-se a aplicação dos conceitos da análise de *framing* (enquadramento), tendo em vista a possibilidade de buscar maior aprofundamento na pesquisa no que diz respeito à possibilidade de identificação de conteúdos negativos, positivos ou neutros.

Importa destacar que a análise de *framing* tem possibilitado a “dinamização” do processo científico em pesquisas voltadas para o campo da comunicação política, possibilitando ainda uma compreensão mais ampla, sobre o papel dos meios de comunicação em meio às disputas políticas (PORTO, 2004, pag.6). Neste sentido, é possível mensurar que através das publicações dos principais jornais de circulação nacional no Brasil pode-se discutir as contribuições midiáticas para a construção da imagem do Governo junto à sociedade.

Para Gamson e Modigliani (1989, p.3), os enquadramentos da mídia são “pacotes interpretativos” munidos de uma compreensão que possibilita a conferência de sentidos para se construir um estudo da mensagem noticiosa, evidenciando

questões implícitas dos textos como imparcialidade e questionamentos relacionados a determinadas publicações, tendo em vista que para evidenciar algo a mídia deixa de evidenciar outros fatos e questões. É importante frisar também que os enquadramentos são utilizados para auxiliar na compreensão dos padrões relacionados aos princípios utilizados de apresentação, seleção e ênfase do material jornalístico apresentado nas matérias.

Através da análise do enquadramento, foi possível apontar os *framings* (negativos, positivos e neutros) dos três jornais analisados, com relação ao Governo Dilma. Para melhor compreensão dos critérios utilizados para as definições dos enquadramentos positivos, negativos e neutros, pode-se verificar a Tabela, nos Procedimentos Metodológicos.

A partir das definições, foram apontados os *framings* das quatro principais categorias da pesquisa: “Corrupção”, “Articulações Políticas”, “Finanças” e “Inflação”. Importa destacar que foram definidas como manchetes negativas da categoria “Corrupção” as publicações que explicitaram aspectos negativos do Governo, como a publicação da Folha de S. Paulo, do dia 13 de setembro de 2011, que trouxe como manchete: “Ministro pagava governanta com dinheiro público”.

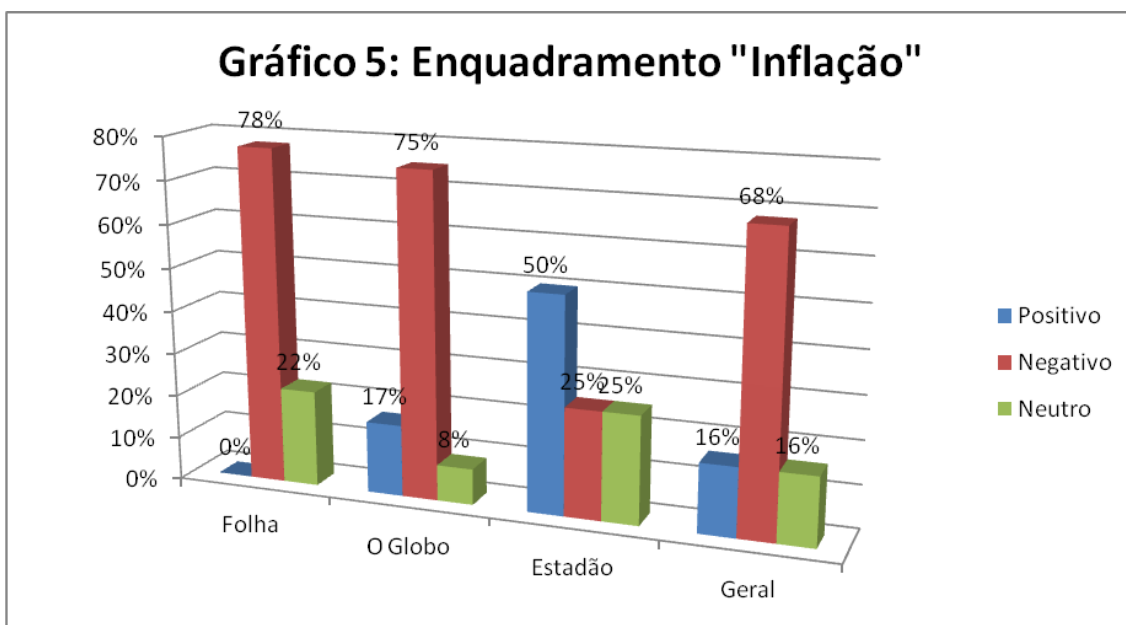
Na sequência, apresenta-se como exemplo de publicações positivas manchetes focadas em ações efetivas da presidente, como na edição do dia 10 de abril de 2011, do jornal Estadão, com o seguinte destaque: “Dilma vai à China buscar investimentos em tecnologia”. Por fim, as manchetes neutras, caracterizadas por serem descritivas e não apresentarem juízo de valor, necessitando de visão ideológica para serem definidas com positivas ou negativas. São exemplos de manchetes neutras as questões envolvendo as concessões e privatizações, como no destaque da publicação do jornal Folha de S. Paulo do dia 3 de novembro de 2011: “Dilma decide privatizar ampliação de aeroportos”.

Para melhor descrever e analisar os enquadramentos (*framing*) da cobertura sobre o Governo Dilma na Folha, em O Globo e no Estadão, foram selecionadas as quatro principais categorias da pesquisa com maior número de chamadas: Inflação, Finanças, Articulações Políticas e Corrupção.



### 5.2.1. Inflação

Na categoria “Inflação” foi realizada análise do enquadramento (*framing*), sobretudo, em decorrência de se tratar de um assunto recorrente nos três jornais pesquisados e apontar um dos maiores quantitativos. A partir das publicações dos três jornais analisados, constatou-se que foram publicadas 7% de manchetes sobre “Inflação”. Na análise de publicações por veículo, observa-se que em O Globo 10% das manchetes referentes ao Governo se encaixaram nesta categoria; na Folha, foram 7%, e no Estadão, 4%. Assim, percebe-se que O Globo buscou relacionar mais o Governo ao tema inflação e que o Estadão, menos.



Em conformidade com o Gráfico 5, o tema inflação tende ao enquadramento negativo, sobretudo porque existe uma clara associação entre este termo e o aumento dos preços dos produtos de consumo e/ou a diminuição do poder de compra dos indivíduos – situações que desagradam a população. Contudo, faz-se necessário observar o enquadramento (*framing*) de cada matéria para, assim, considerar o impacto para o Governo Dilma.

É possível constatar também que a maioria absoluta das manchetes sobre inflação que foram relacionadas ao Governo no período analisado destacou um enquadramento negativo. Das 25 publicações, 68% (17 manchetes) foram

classificadas como negativas, enquanto 16% (4 manchetes) foram identificadas como positivas e 16% (4 manchetes) como neutras.

Logo, confirma-se a constatação inicial de que, ao publicar um representativo número de matérias em que se associa inflação e Governo Dilma, os jornais estiveram contribuindo negativamente para a imagem da gestão de Dilma. A constatação geral é de que os jornais, através de suas publicações de manchete principais, apresentaram enquadramentos majoritariamente negativos sobre inflação no Governo.

Ao partir para a análise dos jornais de forma individual, conforme dados do Gráfico 5, é possível observar que O Globo, além de ser o jornal com a maior número de publicações sobre “inflação”, também apresenta o maior quantitativo de manchetes com enquadramento negativo para tratar do assunto, sendo que, das 17 publicações gerais negativas, 9 foram publicadas por O Globo.

As publicações sobre inflação no jornal O Globo tiveram um percentual de 75% de chamadas negativas (índice pouco menor que da Folha e bem maior que o Estadão). Em seguida, aparecem às publicações positivas, com 17% das manchetes e, por fim, as neutras, com 8%.

Ainda em conformidade com o Gráfico 5, é possível observar que o índice de matérias negativas sobre inflação no Governo Dilma foi maior na Folha, onde 78% das manchetes foram definidas com este *framing*. Outro ponto importante neste jornal é que não houve publicações sobre inflação classificadas como positivas. Todo o restante, 22%, foram consideradas matérias negativas.

Por fim, observa o caso inverso nas publicações sobre inflação no Estadão que, além de apresentar poucas chamadas sobre “inflação” (apenas 4), 50% do conteúdo apresenta um *framing* positivo. Os demais enquadramentos, neutro e negativo, com apenas uma publicação cada, obtiveram 16% cada um. Logo, na análise sobre enquadramentos de inflação, o Estadão foi o jornal que menos utilizou o *framing* negativo e, por consequência, mais recorreu ao positivo.

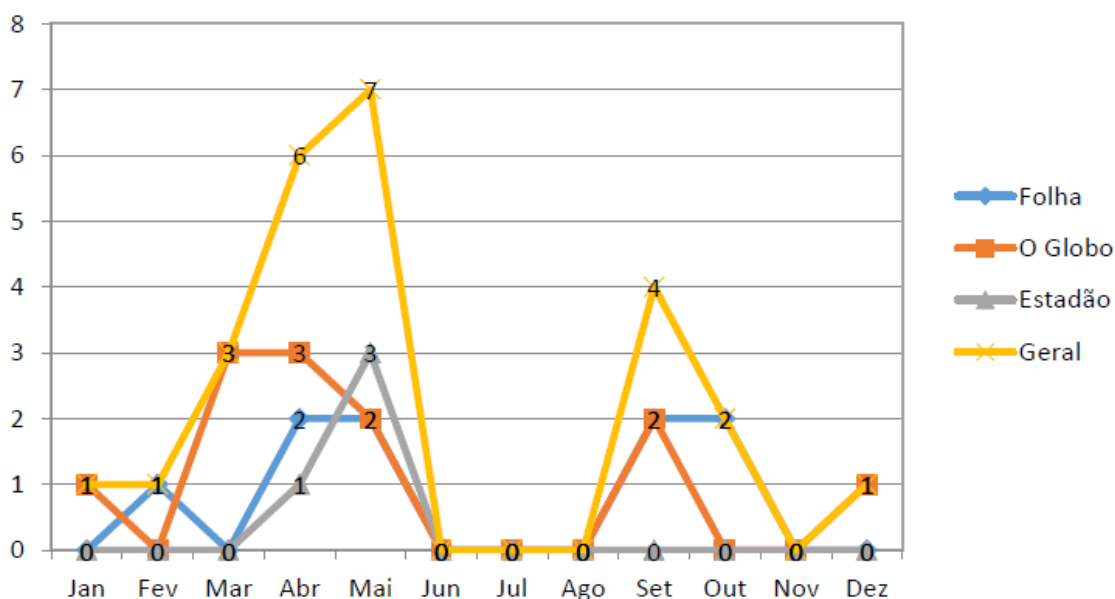
Como exemplos para contrapor as publicações, destaca-se a manchete principal publicada no dia 12 de maio de 2011: “Contra inflação, governo força queda do preço da gasolina”. Por outro lado, no dia 7 de maio daquele ano, a Folha (que não apresentou nenhuma manchete com enquadramento positivo) publicou a

seguinte chamada de capa em destaque: “Inflação estoura a meta pela 1ª vez em seis anos”.

Em síntese, percebe-se que o tema inflação foi um dos principais, em número de publicações, por ser um assunto de diversos desdobramentos e possibilidades de publicações, sendo possível falar em números reais de inflação, projeções de inflação, metas de inflação, avaliações sobre inflação e etc. O tema foi caracterizado na definição da pesquisa como negativo, sendo necessária apresentação de um aspecto positivo, como por exemplo, uma ação por parte do Governo para conter a inflação. Contudo, percebeu-se que O Globo apresentou poucas publicações positivas e neutras e que a Folha não apresentou nenhuma manchete positiva relacionada à inflação e, por fim, o Estadão foi o jornal que menos evidenciou o tema e que mais apresentou (em termos percentuais) o enquadramento positivo. Destaca ainda, que os jornais brasileiros apresentaram a categoria “Inflação” com ênfase para o enquadramento negativo.

A distribuição das manchetes principais sobre inflação foi outra questão que chamou atenção na pesquisa, sobretudo porque, a partir dessas informações, foi possível construir uma relação com os índices inflacionários, medidos pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

**Gráfico 6: Manchetes "Inflação"**



A partir do Gráfico 6 é possível identificar que nos meses de março, abril, maio e setembro de 2011 foi publicada a maior parte das manchetes sobre inflação. Ao considerar os dados do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), desenvolvido pelo IBGE para aferição das metas inflacionárias, é possível destacar que a inflação no Brasil, em janeiro de 2011, era de 5,99% e passou por consecutivas altas mensais até chegar ao índice de 7,31% em setembro. Em conformidade com o Gráfico 6, é possível verificar que 88% das manchetes (24 manchetes principais) foram publicadas nesse período de contínuas altas da inflação.

Mediante ao exposto, é possível afirmar que os jornais analisados, ao destacarem as manchetes da categoria “Inflação” nos meses de altas inflacionárias, reportaram uma situação do mercado financeiro.

### **5.2.2. Finanças**

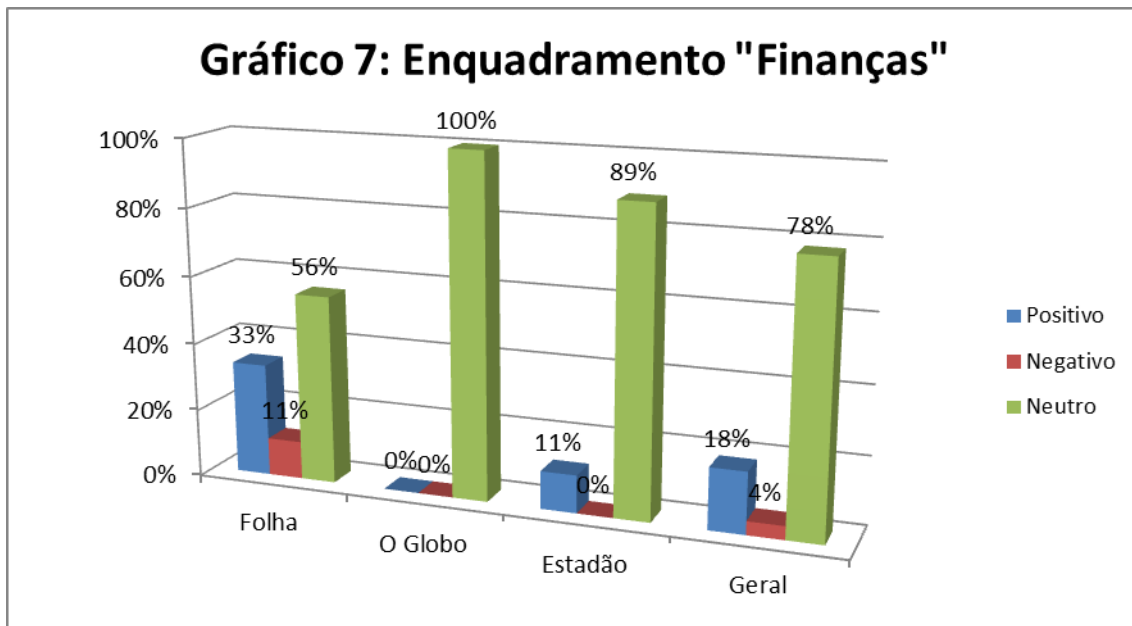
A categoria “Finanças” também foi destacada para análise do enquadramento (*framing*) por apresentar um quantitativo significativo nos três jornais analisados. Ao todo, no ano de 2011, foram publicadas 23 manchetes principais sobre o Governo Dilma referentes a esta categoria, sendo 7% (9 manchetes), na Folha; 8% (9 manchetes) no Estadão e apenas 4% (manchetes) em O Globo.

A categoria “Finanças”, diferentemente de “Inflação”, não possui uma tendência ao negativo, nem ao positivo, não sendo possível levantar constatações sobre o enquadramento dos jornais, em razão do quantitativo de publicações. Contudo, é possível destacar que os jornais paulistas (Folha e Estadão) relacionaram mais o Governo a questões financeiras que o carioca O Globo.

Em conformidade com o Gráfico 6, a partir da análise geral dos enquadramentos é possível observar que 78% das manchetes publicadas não apresentaram claramente aspectos negativos ou positivos e, por esta razão, foram classificados no grupo neutro/outros. Importa destacar que neste grupo, também foram incluídas chamadas que remetiam a assuntos considerados “polêmicos” no mundo financeiro em que é necessária uma visão ideológica para definição do conteúdo como positivo ou negativo.

Exemplos são as matérias relacionadas à alteração da taxa de juros, que contribuem com alguns setores da economia, como o setor bancário, mas que tendem a desfavorecer setores industriais (SALAMA, 2010). O Estadão publicou no dia 20 de janeiro de 2011 uma manchete que pode ser considerada referência em manchete neutra de “Finanças”: “BC de Dilma aumenta juros na 1ª reunião e indica novas altas”.

Por outro lado, o enquadramento negativo foi o que menos apareceu na categoria “Finanças”, sendo identificada apenas 01 publicação (representando 4% do total) presente na Folha de S. Paulo, na manchete do dia 3 de julho de 2011: “Dívida externa aumenta 43% em menos de 2 anos”. Por fim, o enquadramento positivo foi identificado em 4 matérias (18% do total), o que também comprova a dificuldade em definir um *framing* na categoria “Finanças”.



Ainda de acordo com o Gráfico 6, é possível identificar que, além de apresentar um quantitativo de matérias menor sobre “Finanças”, as publicações de O Globo foram todas (100%) identificadas com o enquadramento neutro. Por outro lado, as publicações da Folha nesta categoria apresentaram o maior equilíbrio em termos percentuais de enquadramentos, sendo o grupo de maior destaque o neutro, com 56% do total; seguido pelo positivo, com 33% do total; e o grupo negativo com apenas 11%.

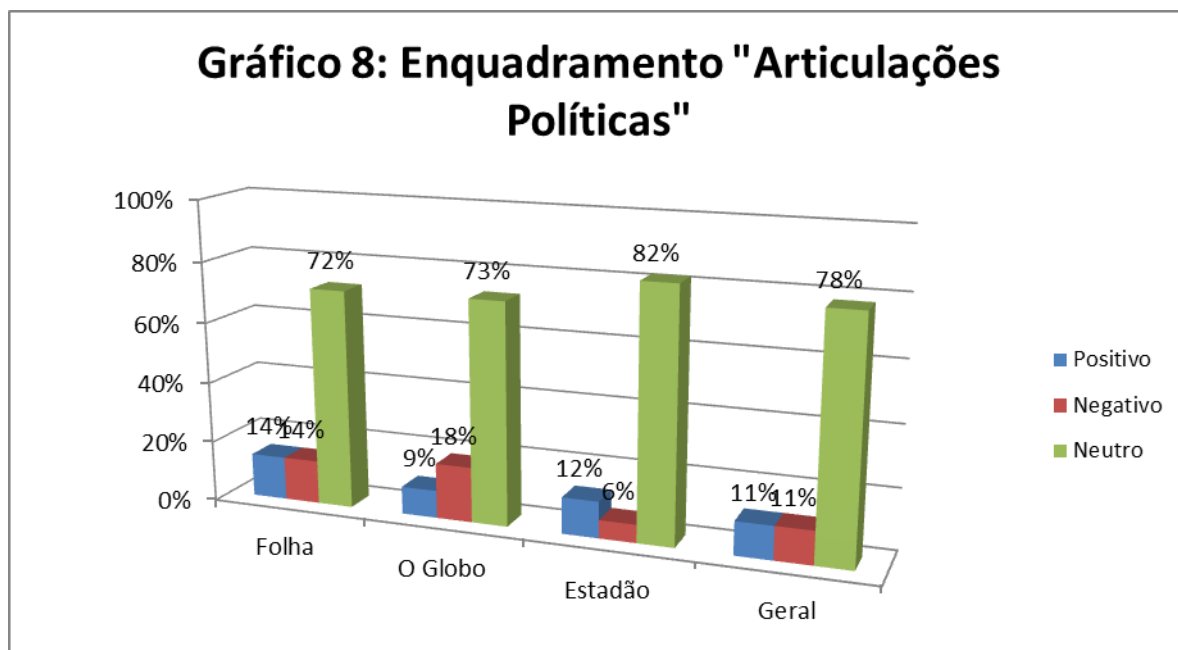
A análise do enquadramento mostrou ainda que a categoria “Finanças” no Estadão também apresentou grande maioria, 89%, de manchetes com o *framing* neutro. Por outro lado, o positivo foi identificado em apenas 11% da categoria desse jornal, enquanto não foi identificada nenhuma manchete negativa na categoria.

Numa análise comparativa dos jornais, é possível destacar que o assunto foi pouco trabalhado, em termos numéricos, em O Globo, e também em termos de diversidade de enquadramentos. Por outro lado, o assunto tem participação mais efetiva no Estadão e na Folha, havendo neste último uma diversidade maior em termos de possibilidades de enquadramentos.

Em suma, é preciso destacar a participação efetiva do *framing* neutro na categoria “Finanças”. Fato que, aliado ao quantitativo significativo de manchetes positivas e o quantitativo reduzido de apenas 4% de manchetes negativas, permite considerar que a mídia impressa apresentou esse enquadramento numa perspectiva majoritariamente positiva.

### **5.2.3. Articulações políticas**

A categoria “Articulações Políticas” foi definida a partir de chamadas relacionadas a eventos e/ou questões partidárias que envolvam o nome da presidente Dilma Rousseff ou algum membro do primeiro escalão do Governo (ministros), ou ainda a relação do Executivo com os demais poderes (Legislativo e Judiciário), governos estaduais, municipais e agentes econômicos. Essa foi considerada a segunda maior categoria da pesquisa, em termos quantitativos, com um total de 35 manchetes principais, ou 10% do total de publicações. No Estadão, esse percentual foi 16%, em O Globo, de 10%, e na Folha, o percentual foi de apenas 5%.



A partir de uma análise do Gráfico 8 é possível mensurar também que a maioria das manchetes principais publicadas pelos três jornais, destaca o enquadramento neutro. As principais temáticas identificadas no grupo de *framing* negativo da categoria “Articulações Políticas” foram: distribuição de cargos, emendas parlamentares, indicação política, dentre outros assuntos comuns do dia a dia político do Governo que apresentam aspectos positivos ou negativos. Como exemplo, observa-se a manchete principal do Estadão do dia 4 de janeiro de 2011: “Dilma suspende distribuição de cargos por crise com PMDB”.

Ainda conforme o Gráfico 8, observa-se também o pequeno quantitativo de matérias com enquadramentos positivos e negativos - 11% de cada. As manchetes sobre aspectos negativos destacaram questões relacionadas às crises entre Governo e base aliada no Congresso, além de derrotas na Câmara dos Deputados e no Senado na tentativa de aprovação de matérias de interesse do Executivo, como na publicação da Folha do dia 26 de maio de 2011: “Após Derrota, Dilma cede a aliados no Congresso”.

Por outro lado, foram definidas matérias com aspectos positivos aquelas que destacaram o comando do Governo em meio às negociações e as vitórias na aprovação de matérias do Executivo no Congresso, como na manchete de O Globo do dia 17 de fevereiro de 2011: “Dilma vence 1ª batalha na votação do mínimo”.

Na análise individual da categoria “articulações políticas” em cada jornal, destaca-se a Folha, com maior equilíbrio entre os percentuais de chamadas com os enquadramentos positivos e negativos, ambos com 14%. Por outro lado, 72% das matérias foram identificadas como neutras/outros.

As publicações do jornal O Globo foram as que apresentaram o maior quantitativo de manchetes definidas como negativas - 18% do total. Em contrapartida, apenas 9% foram classificadas como positivas e, assim, o percentual de chamadas com enquadramento neutro foi de 73% - maior que na Folha e menor que no Estadão.

O jornal Estadão, além de apresentar o maior número de matérias na categoria “Articulações Políticas”, também apresentou o maior quantitativo de enquadramentos neutros – um total de 82%. O jornal apresentou apenas 6% de enquadramentos negativos e 12% de enquadramentos positivos.

Mediante ao exposto, é possível considerar que os jornais buscaram destacar os aspectos políticos do Governo Dilma nas manchetes principais, sendo que “Articulações Políticas” foi a segunda maior categoria da pesquisa. Percebe-se ainda que essa ação foi mais presente no Estadão e em O Globo, jornais que divulgaram as manchetes do Governo através de menor diversidade de categorias – diferentemente das publicações da Folha de S. Paulo. Vale ressaltar ainda que o quantitativo de manchetes neutras, de 78%, e o balanceamento entre manchetes positivas e negativas, de 11% cada, permite constatar relativo equilíbrio no *framing* da categoria “Articulações Políticas” para o Governo Dilma.

#### **5.2.4. Corrupção**

As manchetes principais que abordaram assuntos relacionados a diversos desvios de conduta por parte dos membros do 1º escalão do Governo Dilma (como desvio de dinheiro público, propina, enriquecimento ilícito, licitações fraudulentas e demais condutas associadas à existência corrupção no serviço público), foram enquadradas na presente pesquisa na categoria “Corrupção”.



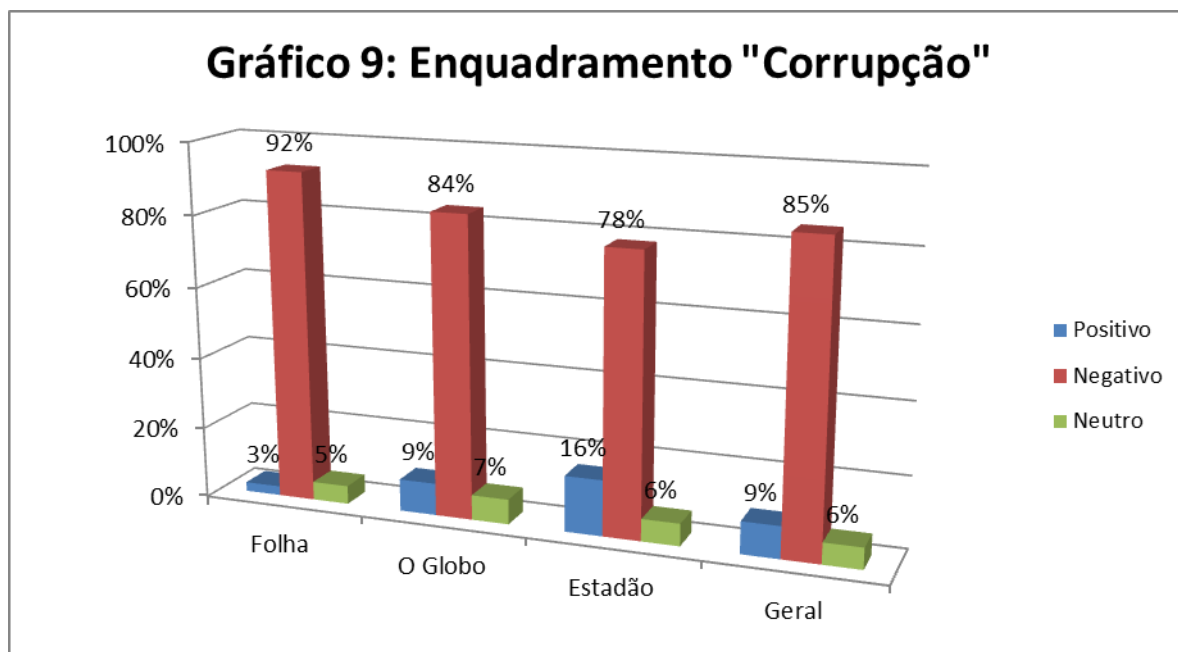
Por sua vez, essa foi a principal categoria da pesquisa empírica, com 114 manchetes, o que significa 32% do total, configurando-se como o principal grupo de manchetes relacionadas ao Governo Dilma. No jornal O Globo, esse percentual de manchetes na categoria “Corrupção” foi de 37% do total, enquanto que na Folha e no Estadão, o percentual foi um pouco menor, de 30%.

Ao pensar na aplicação da análise do enquadramento da categoria “corrupção”, é racional constatar que inicialmente as publicações dessa categoria, por enfatizarem aspectos negativos como desvios de condutas, seriam consideradas como de *framing* negativo. Contudo, foram estabelecidos critérios que possibilitaram o enquadramento de chamadas sobre corrupção também no grupo neutro/outro e até positivo, desde que destacasse uma ação efetiva do Governo.

Nesse sentido, faz-se necessário observar os enquadramentos das matérias em geral e de forma específica de cada jornal para avaliar o posicionamento dessa categoria que, pela presença quantitativa, pode ser considerada fundamental para os resultados da pesquisa e também para discutir o posicionamento de cada jornal, de forma específica.

Em conformidade com o Gráfico 8, os enquadramentos da categoria “Corrupção” foram identificados, em sua maioria - 85% -, com matérias negativas. Esse percentual se mostra ainda maior na Folha, com 92% das publicações, e um pouco menor no jornal O Globo e no Estado, com 78% em ambos.

O segundo grupo de enquadramentos da categoria “Corrupção”, em termos quantitativos, foi o positivo, com um total de 10 manchetes - o que representa 9% do total das publicações nesse grupo. Por fim, foi definido ainda um quantitativo de 7 manchetes como neutras na análise das publicações dos três jornais, conforme Gráfico 8.



Ao partir para uma análise individual de cada jornal, é possível identificar o jornal Estadão como o mais brando, a partir de uma análise que se leva em consideração o quantitativo de matérias e os enquadramentos. Esse foi o jornal que publicou o menor número de chamadas sobre “corrupção” no Governo Dilma – 30% (32 manchetes); 30% da Folha (39 manchetes) e 37% (43 manchetes) de O Globo. Além disso, publicou o maior número de matérias sobre “Corrupção” com o enquadramento positivo - 16%, como pode ser verificado no Gráfico 8. Importa destacar que as manchetes positivas, tratavam de matérias sobre ações diretas da presidente Dilma, no sentido de impedir, coibir ou punir (com demissões), pessoas e indivíduos envolvidos com denúncias de corrupção, como na matéria publicada no dia 6 de julho de 2011 – “Após denúncias, Dilma manda Transportes suspender licitações”.

Em contrapartida, O Globo publicou o maior quantitativo de matérias sobre denúncias de corrupção referentes ao Governo Dilma, num total de 43 capas, sendo que 84% dessas matérias com enquadramentos negativos. Em geral, essas matérias abordaram aspectos como envolvimento de ministros em escândalos, queda de ministros e repercussão das polêmicas no Congresso, como na publicação do dia 18 de agosto de 2011: “Denúncias derrubam outro ministro, agora do PMDB”.

Outro destaque de O Globo foi o quantitativo de matérias publicadas no grupo neutro, sendo um total de 7%, enquanto que no Estadão esse percentual foi de 6% e

na Folha, 5%. Essas manchetes mostraram alguma atitude da presidente Dilma em meio à crise de corrupção, mas não apresentam força suficiente para serem caracterizadas como positivas, como na manchete publicada no dia 5 de julho de 2011: “Dilma apoia ministro, mas dá prazo para sanear Transportes”.

Por fim, na análise da Folha, chama atenção a pouca quantidade de matérias sobre “Corrupção” que possuem enquadramentos neutros e positivos, apenas 3%. Logo, percebe-se que este jornal foi o que menos apresentou aspectos/ações do Governo ou da presidente para solucionar problemas relacionados à corrupção, como pode ser observado na publicação do dia 5 de junho de 2011: “Dilma decide ouvir Lula sobre destino de Palocci” – em que o nome da presidente aparece, mas sem uma ação efetiva.

Por fim, é possível realizar algumas considerações importantes sobre os enquadramentos de “corrupções” nos jornais brasileiros sobre o Governo Dilma. O primeiro deles refere-se à questão quantitativa e de participação, sendo possível verificar que os três jornais destacaram as questões relacionadas às denúncias de corrupção, com quantitativos inclusive semelhantes, o que vai ao encontro do conceito de que os diversos meios de comunicação compartilham enquadramentos (AZEVEDO, 2004, p. 52).

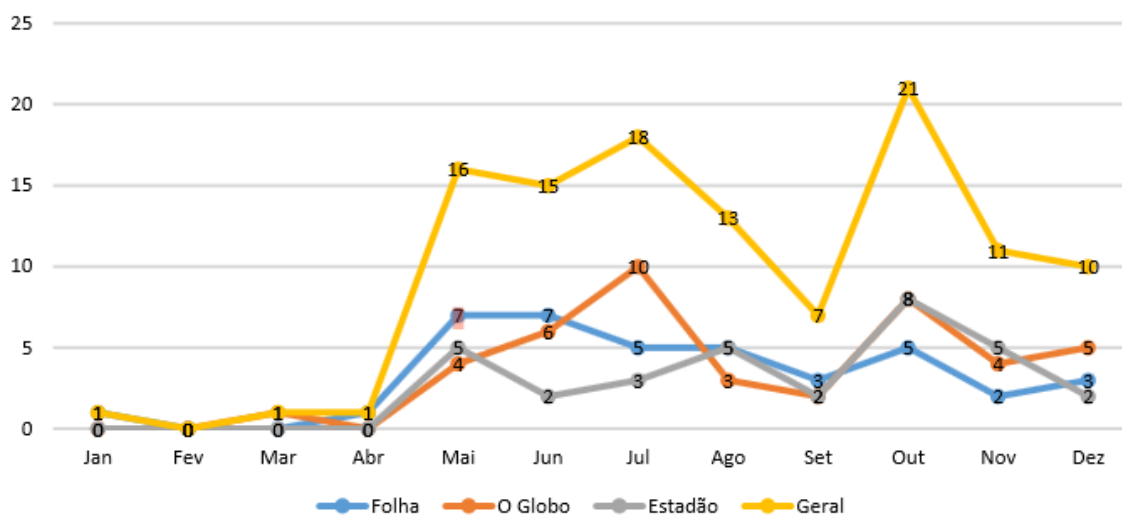
O segundo ponto a ser destacado vai ao encontro do pressuposto de que as matérias desta categoria relacionam de forma negativa o Governo Dilma, o que é, em partes, confirmado através da análise do enquadramento, pois 85% dos conteúdos apresentaram *framing* negativo. Contudo, observa-se divergência na constatação inicial de que O Globo apresentaria o maior quantitativo negativo de enquadramentos, mas em razão da apresentação de um considerável quantitativo de enquadramentos neutros e positivos, este jornal se iguala à Folha, no que diz respeito ao quantitativo de *framing* negativos. Por outro lado, o Estadão destoa dos demais, por apresentar um menor número de matérias de enquadramentos negativos. Porém, o Estadão também destaca os aspectos negativos, com 78%.

Em suma, é possível afirmar que na categoria “Corrupção”, nas publicações de manchetes sobre o Governo Dilma, atribui-se forte presença de aspectos negativos.

### 5.3 Estudo comparativo

Para melhor visualizar o comparativo das manchetes publicadas sobre o Governo Dilma nos três jornais pesquisados e discutir a relação desses conteúdos com os fatos do cotidiano político/administrativo, foi elaborada a Tabela 10, com o quantitativo de chamadas da categoria “Corrupção” divididas por cada mês do ano de 2011. A partir dessas informações, é possível discutir a relação entre os acontecimentos relacionados ao Governo e as publicações dos principais jornais brasileiros.

**Gráfico 10: Manchetes "Corrupção"**



Ao observar a distribuição do quantitativo geral (de todos os jornais) de manchetes sobre “Corrupção” ao longo do ano, é possível observar a concentração de publicações sobre o tema nos meses de maio, junho, julho, agosto, outubro, novembro e dezembro – todos com mais de 10 publicações, que seria a média de manchetes, levando em consideração o número total dessa categoria, que é de 114, dividido por 12 (quantidade de meses do ano). Por outro lado, nos meses de janeiro, fevereiro, março, abril e setembro, observa-se um pequeno quantitativo de matérias – inferior a sete publicações.

Numa observação específica das publicações sobre “Corrupção” na Folha, é possível apontar como meses acima da média dessa categoria, que é de 4 publicações, os meses de maio, junho, julho, outubro, novembro. Por outro lado, observa-se apenas uma publicação sobre corrupção no mês de janeiro e nenhuma

nos meses de fevereiro e março. Logo, já é possível constatar que a Folha apresenta uma maior distribuição das manchetes principais sobre “corrupção” ao longo do ano.

Na análise específica de O Globo, observa-se uma distribuição um pouco menor, sendo que apenas maio, junho, julho, novembro e dezembro apresentam quantitativo de publicações acima da média - um mês a menos que a Folha. Em contrapartida, nos meses de janeiro, fevereiro, março e abril foi publicada apenas uma manchete sobre “Corrupção”.

Já o Estadão, apresenta maior concentração de matérias apenas nos meses de maio, agosto, outubro e novembro – com quantitativo de publicações acima da média. Por outro lado, em janeiro, fevereiro, março e abril não foi publicada nenhuma manchete principal da categoria “Corrupção” no jornal Estadão.

Em suma, os jornais apresentaram quantitativos semelhantes de publicações sobre “Corrupção”, o que permite concluir que compartilharam pautas (assuntos) e que enquadramentos sobre o Governo foram compartilhados entre os diferentes jornais. Essa constatação vai ao encontro do conceito de que os recortes para publicações jornalísticas são compartilhados entre os diversos meios de comunicação, na mídia comercial, atenta à questão da audiência (AZEVEDO, 2004, p. 52).

Ao prosseguir com a análise, a partir do Gráfico 9, é possível observar que os meses de maio, junho, julho, agosto, outubro, novembro e dezembro foram destaques em termos de publicações sobre “Corrupção” no Governo Dilma. Primeiramente, observa-se que nos meses de junho, julho, agosto, setembro, outubro e dezembro ocorreu a saída de seis ministros (membros do primeiro escalão do Governo), envolvidos em alguma denúncia de corrupção noticiada por estes jornais.

O primeiro a deixar o Governo Dilma por envolvimento em escândalo de corrupção foi o então ministro da Casa Civil, Antônio Palocci, no dia 7 de julho. Contudo, a primeira publicação, que denunciou que Palocci teve seu patrimônio aumentado em 20 vezes, entre 2006 e 2010, foi feita no dia 15 de maio, pela Folha: “Palocci multiplica seu patrimônio por 20 em 4 [anos]”. Após essa publicação, os três jornais divulgaram um total de 31 matérias envolvendo o então ministro da Casa Civil,

até a data de sua saída. Deste total, duas apresentaram o enquadramento neutro/outro e uma positivo, enquanto que 28 enquadramentos foram negativos.

O segundo ministro a deixar o Governo foi Alfredo Nascimento, do Ministério dos Transportes, no dia 6 de julho. Antes de sua saída, os jornais publicaram 15 matérias sobre um suposto esquema de cobrança de propina nos órgãos vinculados à pasta. Desse total, foram 13 manchetes negativas, 2 neutras e 1 com enquadramento positivo, como é possível observar na manchete principal do dia 6 de julho de 2011, do Estadão: “Após denúncias, Dilma manda Transportes suspender licitações”.

No dia 17 de agosto é a vez o então ministro da Agricultura Wagner Rossi deixar o cargo, após a publicação de apenas cinco manchetes (uma no Estadão, duas em O Globo e duas na Folha), que destacaram uma viagem que o ministro teria feito com um jatinho de uma empresa particular, que por sua vez teria sido “beneficiada” pelo Ministério da Agricultura, conforme a publicação do dia 16 de agosto de 2011, em O Globo: “Ministro da Agricultura considera normal usar jato de agroempresa”.

Outro ministro que deixou o Governo Dilma em 2011 foi Pedro Novais, acusado de usar dinheiro público para pagar governanta. Os jornais publicaram apenas 4 manchetes principais sobre o caso (uma no Estado, uma em O Globo e duas na Folha), em conformidade com a publicação do dia 13 de setembro, de O Globo: “Ministro pagava governanta com dinheiro público”.

No mês de outubro, saiu o quinto ministro de Dilma envolvido com escândalos de corrupção, Orlando Silva, que deixou o posto no Ministério de Turismo no dia 26 de outubro de 2011. Ao todo, foram 18 manchetes principais sobre “Corrupção” no Governo envolvendo a saída do ministro (5 na Folha, 6 no Estadão e 7 no jornal O Globo). As matérias publicadas abordaram uma série de denúncias, fraudes em convênios entre ONGs e o Ministério, desvio de dinheiro público e cobrança de propina, como na manchete do dia 20 de outubro de 2011 do Estadão: “Ministério do Esporte renova convênio fantasma até 2012”.

Por fim, o último ministro do Governo a “cair” (perder o cargo) em 2011 foi Carlos Lupi, que deixou o Ministério do Trabalho no dia 4 de dezembro por denúncias de cobranças de propina na pasta. Ao todo, foram publicadas 16 manchetes da categoria “Corrupção” envolvendo o caso Lupi, sendo 4 na Folha, 5 do Estadão e 7 em O Globo.

Logo, é possível observar uma evidente relação entre as matérias da categoria corrupção e a quantidade de ministros que deixaram o Governo no primeiro ano. É preciso considerar a dificuldade em evidenciar se a agenda e as movimentações políticas pautam a imprensa ou se é a mídia que pauta as movimentações de políticas no Governo. O que é possível afirmar é a existência da relação.

#### **5.4 Midialização e Governo Dilma**

Por fim, para melhor compreensão dos dados extraídos a partir da pesquisa sobre os enquadramentos do Governo Dilma na mídia impressa brasileira, faz-se necessário retornar à discussão inicial sobre a midialização da política, na qual se enfatiza a importância dos meios de comunicação na rotina da política partidária na atualidade e a mídia como instrumento de reprodução de imaginários (CHAMPAGNE, 2007, p.73). Primeiramente, importa destacar que a temática estudada (o Governo Dilma) esteve presente em 32% das publicações dos principais jornais em 2011 - sendo 36% nas manchetes da Folha, 31% do O Globo e 29% no Estadão – possibilitando assim destacar a importância midiática na avaliação do presente Governo.

Importa incluir nesta análise o destaque do Governo Dilma nas manchetes dos principais jornais, a discussão sobre o papel da mídia no debate político, uma vez que houve um “deslocamento” parcial do debate público dos partidos e dos parlamentos, para os meios de comunicação de massa (AZEVEDO, 2004, p. 46). Logo, é possível observar que a mídia impressa ao enfatizar assuntos relacionados a Dilma, nas manchetes dos jornais, buscar produzir esse espaço para o debate público sobre a atuação do Governo.

Outra discussão imprescindível na finalização desta análise, diz respeito à relação entre a mídia e os agentes políticos, na qual acredita Miguel e Biroli (2010, p.3), esses atores políticos antecipam aquilo que atrai os jornalistas e os profissionais dos meios de comunicação antecipam as reações das suas fontes às histórias noticiadas. Logo, percebe-se que ao tratar sobre a possibilidade de saídas de ministros, após envolvimento de corrupção, os jornais buscaram a antecipação, como é possível observar na matéria publicada no dia 18 de outubro de 2011, em O Globo: “Futuro do ministro do Esporte depende de depoimento hoje”.

A partir das análises da presente pesquisa, foi possível identificar a categoria Corrupção como a principal, em termos de publicações nos três jornais analisados e com quantitativos similares em termos de publicações (32 manchetes no Estadão, 39 na Folha e 43 no O Globo). Além disso, as categorias em destaque geral na pesquisa (articulações políticas, finanças e inflação) também foram os principais assuntos dos três jornais – sendo que o enquadramento negativo foi destaque em ambos. Logo, torna-se possível questionar a perspectiva apontada por Azevedo (2006, p. 109) de que a cobertura política midiática brasileira tenderia para a “diversidade”, em razão da consolidação do jornalismo comercial e da competição entre os veículos.

Por fim, observa-se que os três jornais analisados, possuem destaque nacional e encontra-se em forte disputa comercial, mas apresentaram similaridades no destaque ao Governo Dilma nas publicações, na ênfase maior à categoria Corrupção e no destaque das categorias Articulação Políticas, Finanças e Inflação. Logo, torna-se possível sustentar que a mídia impressa brasileira compartilhou destaques, categorias (assuntos) e enquadramentos em sua cobertura sobre o Governo Dilma no ano de 2011, o que reforça a teoria de pouca diversidade de publicações da mídia brasileira, apesar de um possível fortalecimento dos veículos impressos.



## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível considerar que a cobertura política dos meios de comunicação de abrangência nacional possui uma forte relação com o cotidiano político/administrativo dos agentes que ocupam os principais cargos no Governo Federal. Por esta razão, buscou-se através desta pesquisa analisar os enquadramentos das publicações de manchetes principais relacionadas com o Governo Dilma Rousseff nos três principais jornais impressos do Brasil: Folha de S. Paulo (Folha), O Globo e o Estado de S. Paulo (Estadão).

Para melhor compreensão dos resultados e considerações finais sobre a pesquisa, importa destacar que os jornais impressos (assim como os demais meios de comunicação), ao selecionarem determinados assuntos como recorte para publicações ignoraram outros; assim como, ao enfatizarem determinados aspectos em uma cobertura, adotam enquadramentos positivos e negativos, influenciando diretamente para a compreensão da opinião pública sobre determinado assunto (AZEVEDO, 2004, p. 52). Logo, analisar os enquadramentos do Governo a partir dos principais jornais do País possibilita a construção de uma discussão sobre a relação entre a agenda política e a mídia brasileira.

Primeiramente, faz-se necessário destacar a quantidade significativa de manchetes principais dos três jornais selecionados relacionadas ao Governo Dilma. Esse quantitativo varia um pouco na análise individual de cada jornal, em que a Folha apresenta maior participação, seguida por O Globo e, por fim, o Estadão. Logo, apesar da variação, é possível afirmar que o Governo foi um dos principais, se não o principal, assunto das manchetes das capas dos grandes jornais impressos do Brasil em 2011.

Ao analisar o conteúdo da pesquisa, é possível realizar uma série de observações importantes, como a superioridade numérica de manchetes principais da editoria de Política nos três jornais analisados, seguida de Economia. Por fim, as demais editorias, com menor incidência: Esportes, Cotidiano, Mundo e Ciência. Assim, é possível concluir que os assuntos relacionados ao Governo Dilma foram tratados, em sua maioria, como assuntos de política pelos jornais impressos.

Ao seguir com a discussão descritivo-quantitativa, é possível observar que entre os agentes do texto (nomes de pessoas presentes no noticiário), o mais citado foi “Dilma”, com destaque nos três jornais, mas com ênfase maior no Estadão, com mais da metade das manchetes. Outros agentes citados de forma recorrente foram Palocci, Lula, Lupi e Mantega – três ministros e um ex-presidente e aliado de Dilma.

Na análise da seleção de manchetes por categorias, é preciso apontar o destaque das quatro principais: “Inflação”, “Finanças”, “Articulações Políticas” e “Corrupção” - sendo a última a principal em incidência de manchetes publicadas. Na categoria “Inflação”, jornal O Globo foi o que apresentou maior recorrência de manchetes. Em síntese, é preciso avaliar que esta categoria apresentou um quantitativo majoritário de enquadramentos negativos e um equilíbrio entre neutro e positivo. Logo, é possível destacar “Inflação”, através da atribuição de *framing* negativo ao Governo Dilma.

Um estudo comparativo entre o quantitativo de manchetes sobre “Inflação” e os índices inflacionários, medidos pelo IBGE, revelam uma nítida associação entre a quantidade de publicações e as altas nos índices - concentrados entre janeiro e setembro.

A categoria “Finanças”, terceiro maior grupo, com presença maior no Estadão e na Folha, apresentou um quantitativo mais elevado de matérias sobre o Governo com *framing* neutro, seguido por positivo, o que possibilita destacar, nesse grupo, o enquadramento positivo.

Por outro lado, “Articulações Políticas” abrangeu a maioria das matérias com enquadramento neutro e um equilíbrio de manchetes positivas e negativas, apresentando-se como a categoria mais equilibrada.

Por fim, a categoria “Corrupção”, com quase um terço dos conteúdos da pesquisa, apresentou um destaque ainda maior em O Globo e menor na Folha e no Estadão. Primeiramente, porque esta foi uma categoria que apresentou o maior quantitativo de *framings* negativos, o que possibilita uma clara associação negativa ao Governo. Numa análise mensal, foi possível observar uma maior concentração de publicações dessa categoria nos meses de maio, junho, julho, agosto e outubro, períodos próximos à saída dos cinco ministros que deixaram o Governo após terem

seus nomes envolvidos em denúncias de corrupção veiculadas na mídia, inclusive pelos jornais em estudo.

O estudo a partir das matérias sobre corrupção permitiu constatar um número maior de matérias apresentadas pelos principais veículos de comunicação impressa no Brasil que apresentaram enquadramentos negativos ao Governo Dilma. Levando em consideração o quantitativo de matérias sobre corrupção, o panorama geral da pesquisa tende ao enquadramento negativo, uma vez que nos resultados das três outras categorias analisadas, apenas “Finanças” apresentou um enquadramento que pode ser considerado positivo, sendo que, na categoria “Inflação”, o enquadramento tendeu ao negativo, e em “Articulações Políticas”, ao neutro.

Em suma, torna-se possível concluir que a mídia impressa brasileira, através de suas publicações, apresentara o primeiro ano do Governo Dilma de forma negativa, respondendo o problema da pesquisa: “Os jornais impressos brasileiros noticiaram assuntos (ações e movimentações) relacionados ao primeiro ano do Governo Dilma Rousseff através de enquadramentos negativos?”. Sendo assim, é possível ainda confirmar a hipótese de que os conteúdos publicações pelos principais jornais impressos do Brasil (Folha, O Globo e Estadão), que se referem ao Governo Dilma, apresentam, em sua maioria, enquadramentos negativos em suas manchetes principais.

Contudo, em matéria publicada no jornal O Globo, em 16 de dezembro de 2011 (incluída na base desta pesquisa), a manchete principal ressalta a aprovação do Governo Dilma ao final do seu primeiro ano de governo: “Sobe avaliação positiva do Governo Dilma”. Logo, é preciso observar que, apesar do quantitativo maior de matérias negativas, através de categorias com essência negativa (como corrupção), foram publicadas nos jornais matérias classificadas como positivas, que enfatizaram as ações da presidente Dilma Rousseff, no sentido de resolver, sobretudo, as crises com denúncias de corrupção. Por essa razão, o argumento para justificar a contradição entre a forte presença do enquadramento negativo dos jornais e o crescimento da avaliação positiva no Governo seria que o nome da presidente não esteve ligado diretamente às denúncias.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, F. A. Agendamento Político. In: RUBENS, A. A. C. *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Edufba, Salvador. 2004.

AZEVEDO, F. A. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. *Opinião Publica* v. 12, n. 1, 2006.

AZEVEDO, F. A. CHAIA, V. L. M. O Senado nos editoriais dos jornais paulistas (2003 - 2004). *Opinião Publica*, v. 14, n. 1, 2008.

AZEVEDO, F.A. Eleições Presidenciais, Clivagem de Classe e Declínio da Grande Imprensa. In: Eleventh International Congress of the Brazilian Studies, 2012.

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70. 2011. (Obra original publicada em 1977)

BIROLI, F.; MIGUEL, L. F.; MOTA, F. F. Mídia, eleições e pesquisa de opinião no Brasil (1989-2010): um mapeamento da presença das pesquisas na cobertura eleitoral. *Revista Compolítica*, v.1, n.1, 2011.

BENAZZI, L.A.. Jornalismo e Suicídio: ética e noticiabilidade. Intercom– Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul. 2010.

BOURDIEU, P. *Sobre a Televisão*. Zahar. Editores. 1997.

BOURDIEU, P; CHAMBOREDON, J.C; PASSERON, J.C. *A profissão de sociólogo: preliminares epistemológicos*. Petrópolis: Vozes. 1999.

BOURDIEU, P. O Mercado de bens Simbólicos, *In: A Economia das Trocas Simbólicas. Perspectiva*. 2005.

BOURDIEU, P. Cultura e Política. In: BOURDIEU, P. *A Distinção*. São Paulo: EDUSC/ZOUK, 2007.

BOURDIEU, P. Sobre o Poder Simbólico. In: BOURDIEU, P. *O Poder Simbólico*. Lisboa: Bertrand Brasil, 2010.

BOURDIEU, P. A Gênese do Conceito de Habitus e de Campo. In: BOURDIEU P. *O Poder Simbólico*. Lisboa: Bertrand Brasil, 2010.

BOURDIEU, P. Espaço Social Gênese das classes. In: BOURDIEU P. *O Poder Simbólico*. Lisboa: Bertrand Brasil, 2010.

BOURDIEU, P. A Representação Política. Elementos para uma Teoria do Campo Político. In: BOURDIEU P. *O Poder Simbólico*. Lisboa: Bertrand Brasil, 2010.

BOURDIEU, P. Sobre a teoria da ação, In: BOURDIEU P. *Razões Práticas: sobre a teoria da ação*. Papyrus, 2011.

BRITTOS, V. C. As organizações Globo e a reordenação das comunicações. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, vol. XXIII, n.1, jan./jun. 2000b, p. 57-76.

BUCCI, E. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Editora Abril. 2000.

CALDAS, S. *Jornalismo Econômico*. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

CARVALHO, J. M. *Cidadania no Brasil: o longo caminho*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

CASTILHO, M. de S. O jornalismo na distensão política do regime militar e a autoconstrução do repórter como investigador policial. BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, v. 9, p. 1-13, 2007.

CHAIA, V. T. Democracia e escândalos políticos. CHAIA, M. (org). *Mídia e política*. São Paulo Perspec. v. 15, n. 4, 2001.

CHAMPAGNE, P.. A visão Mediática. In: BOURDIEU P. (org.). *A miséria do mundo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

CHAMPAGNE, P. *Formar a opinião: o novo jogo político*. Editora Vozes. Petrópolis. 1996.

DOUGLAS, M.. *Como as instituições pensam*. São Paulo: EDUSP, 1998.144 p.

GUAZINA, L. O conceito de mídia na comunicação e na ciência política: desafios interdisciplinares. *Revista Debates*, v. 1, n. 1, p. 49-54, jul.- dez. 2007.

GAMSON E MODIGLIANI (1989, p.3) apud ROTHBERG, D. *Enquadramento e metodologia de crítica de mídia*. Aracaju. V SBPJOR. 2007

FERREIRA, J. Mídia, Jornalismo e Sociedade: a Herança Normalizada de Bourdieu. *Estudo em Jornalismo e Mídia*. 2005.

HABERMAS, J. *Direito e Democracia: entre facticidade e validade*. Tradução de Flávio Beno Siebeneichler. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HABERMAS, J. *A Inclusão do Outro: estudos de teoria política*. Loyola, 2007.

HABERMAS, J. *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro. 1984.

IBGE. Histórico do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo. Disponível em: <http://www.portalbrasil.net/ipca.htm>. Acesso em 05 de abr. 2014.

KOVACH, B & ROSENSTIEL, T. *Os Elementos do Jornalismo*. Geração Editorial. 2004.

KUCINSKI, B. *Jornalismo Econômico*. Edusp. São Paulo. 1996.

LAVILLE, C.; DIOONE, J. *A construção do saber*. Porto Alegre: Artes Médicas; Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

LAGE, N. *A Reportagem: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. São Paulo: Editora Brasiliense. 2003.

LUSTOSA, E. *O Texto na Notícia*. Brasília: Editora da UnB, 1996.

MARCONDES, F. C. *Comunicação e Jornalismo. A Saga dos Cães Perdidos*. São Paulo. Hacker Editores, 2000.

MARQUES, M. José. *Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MARTINS, F. *Jornalismo Político*. São Paulo: Editora Contexto. 2005.

MATOS, C. *Jornalismo e política democrática no Brasil*. Publifolha. São Paulo. 2008.

MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. *A produção da imparcialidade: a construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística*. Revista Brasileira de Ciências Sociais (Impresso), v. 73, p. 59-76. 2010

MIGUEL, L. F. *Os Meios de Comunicação e a prática política*. Lua Nova, n. 55-56, 2002.

MIGUEL, L. F; BIROLI, F. *Mídia e Vinculo Eleitoral: a literatura nacional e o caso brasileiro*. Opinião Pública, Campinas, 2004.

MIGUEL, L. F. Coutinho, A. A. *A crise e suas fronteiras oito meses de mensalão nos editoriais dos jornais*. Opinião Pública, Campinas, vol. 13, nº 1, Junho, 2007, p.97-123 2007.

MIGUEL R. A. *A Construção da Notícia*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2009.

MIGUEL, L. F; BIROLI, F. 2010. *Visibilidade na mídia e campo político no Brasil*. Revista de Ciências Sociais. Universidade Cândido Mendes, Rio de Janeiro. 2010.

MOTTA, L.G; ALENCAR, R. P. *Qualidade da informação: a agenda social da mídia em ano eleitoral presidencial*. Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun. [online]. vol.34, n.1 ISSN 1809-5844. 2011.

MOTTA, L. G. *Narratologias – Teoria e análise da narrativa*. Brasília. Ed. Casa das Musas, 2006.

MOTTA, L. G. *Notícias do Fantástico*. Porto Alegre, Ed. Unisinos, 2006.

MOTTA, L. G. F. Narratologia - Análise da narrativa jornalística. 01. ed. Brasília: Casa das musas, 2005. v. 01. 76p.

MOTTA, L.G. *O Trabalho Simbólico da Notícia*. XII COMPÓS: Recife/PE. 2003.

MOTTA, L. G. *Imprensa e Poder*. Imprensa Oficial – São Paulo. 2002

MOTTA, L. G. A PSICANÁLISE DO TEXTO: a mídia e a reprodução do mito na sociedade contemporânea. IX COMPOS: Porto Alegre/RS. 2000.

MORAES, R. Análise de conteúdo. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

MOREIRA, B. L. Mídia, economia e governo: O enquadramento da economia no Jornal Nacional no primeiro governo Lula. Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (Unb). 2007.

NORTH, D. C. Instituições, cambio institucional y desempenho econômico. México: Fundo de Cultura Econômica, 1993.

O GLOBO. Manual de Redação do Jornal O Globo. Rio de Janeiro. 2011.

O ESTADO DE SÃO PAULO. Manual de Redação e Estilo: O Estado de São Paulo. São Paulo. 1997.

ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. Editora Brasiliense. São Paulo. 2009.

PORTO, M. P. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antonio Albino, Canelas (org.) Comunicação e política: conceitos e abordagens. São Paulo: Unesp; Salvador: Edufba, 2004.

PORTO, M. P. Enquadramentos da mídia e política. In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), Salvador, 2002.

PEREIRA J. ; Luiz C. *A apuração da notícia*. Rio de Janeiro (Petrópolis): Ed. Vozes, 2006.

SALAMA, Pierre. "Brasil, balanço econômico, sucessos e limites". Revista Estudos Avançados, vol. 70, abr. 2010, pp. 167-183.

SODRÉ, N. *História da imprensa no Brasil*. Editora Contexto, São Paulo. 1998.

SOUZA, F. O Jornal nacional e as eleições Presidenciais. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (USP), São Paulo. 2007.

THOMPSON, J. *A Mídia e a Modernidade*. Editora Vozes. 1998

TRAQUINA, N. (Org.). *Jornalismo: Questões, teorias e estórias*. Lisboa, Vega, 1997

TRAQUINA, N. *Teorias do Jornalismo*, Vol.1. Florianópolis: Editora Insular, 2004.

WOLTON, D. *Pensar a comunicação*. Brasília: Ed.UNB. 2004.





## APÊNDICE A – DATAS DAS CAPAS DA “FOLHA DE S. PAULO”

<b>Data da Manchete</b>	<b>Categoria</b>	<b>Enquadramento</b>
12/01/2011	Corrupção	Negativo
10/02/2012	Inflação	Neutro
11/03/2011	Finanças	Positivo
05/04/2011	Corrupção	Negativo
07/04/2011	Inflação	Negativo
21/04/2011	Finanças	Neutro
22/04/2011	Inflação	Negativo
26/04/2011	Articulações	Positiva
01/05/2011	Inflação	Negativa
07/05/2011	Inflação	Negativa
15/05/2011	Corrupção	Negativo
17/05/2011	Corrupção	Negativo
18/05/2011	Corrupção	Negativo
20/01/2011	Corrupção	Negativo
21/05/2011	Corrupção	Negativo
24/05/2011	Corrupção	Negativo
26/05/2011	Articulações	Negativo
27/05/2011	Corrupção	Negativo
02/06/2011	Corrupção	Negativo
03/06/2011	Corrupção	Negativo
04/06/2011	Corrupção	Negativo
05/06/2011	Corrupção	Negativo
07/06/2011	Corrupção	Negativo
08/06/2011	Corrupção	Negativo
09/06/2011	Corrupção	Negativo
11/06/2011	Articulações	Neutro
15/06/2011	Articulações	Neutro
03/07/2011	Finanças	Negativo
06/07/2011	Corrupção	Negativo
07/07/2011	Corrupção	Negativo
08/07/2011	Corrupção	Negativo
16/07/2011	Corrupção	Negativo
20/07/2011	Corrupção	Negativo
27/07/2011	Finanças	Positivo
28/07/2011	Finanças	Neutro
07/08/2011	Corrupção	Negativo

10/08/2011	Corrupção	Negativo
12/08/2011	Finanças	Neutro
13/08/2011	Corrupção	Negativo
16/08/2011	Corrupção	Negativo
18/08/2011	Corrupção	Negativo
21/08/2011	Articulações	Neutro
30/08/2011	Finanças	Neutro
04/09/2011	Corrupção	Negativo
07/09/2011	Inflação	Negativo
13/09/2011	Corrupção	Negativo
15/09/2011	Corrupção	Negativo
23/09/2011	Finanças	Neutro
30/09/2011	Inflação	Negativa
08/10/2011	Inflação	Negativa
09/10/2011	Inflação	Neutro
17/10/2011	Corrupção	Positivo
18/10/2011	Corrupção	Negativo
22/10/2011	Corrupção	Negativo
25/10/2011	Corrupção	Negativo
27/10/2011	Corrupção	Negativo
15/11/2011	Corrupção	Negativo
17/11/2011	Articulação	Neutro
18/11/2011	Corrupção	Negativo
01/12/2011	Corrupção	Negativo
04/12/2011	Corrupção	Negativo
05/12/2011	Corrupção	Negativo
07/12/2011	Articulações	Neutro
19/12/2011	Finanças	Positivo

## APÊNDICE B – DATAS DAS CAPAS DO “O GLOBO”

<b>Data da Manchete</b>	<b>Categoria</b>	<b>Enquadramento</b>
03/01/2011	Articulações	Negativo
04/01/2011	Articulações	Neutro
20/01/2011	Finanças	Neutro
24/01/2011	Finanças	Neutro
10/02/2011	Articulações	Neutro
09/03/2011	Articulações	Neutro
02/04/2011	Finanças	Neutro
06/04/2011	Articulações	Neutro
09/04/2011	Inflação	Positivo
16/04/2011	Finanças	Neutro
02/05/2011	Inflação	Neutro
07/05/2011	Articulações	Negativo
12/05/2011	Inflação	Positivo
17/05/2011	Corrupção	Negativo
18/05/2011	Corrupção	Negativo
25/05/2011	Corrupção	Negativo
26/05/2011	Corrupção	Negativo
27/05/2011	Corrupção	Negativo
20/05/2011	Articulações	Neutro
06/06/2011	Corrupção	Negativo
09/06/2011	Articulações	Neutro
11/06/2011	Articulações	Neutro
21/06/2011	Articulações	Neutro
28/06/2011	Articulações	Positivo
30/06/2011	Finanças	Neutro
07/07/2011	Corrupção	Negativo
08/07/2011	Corrupção	Positivo
14/07/2011	Articulações	Neutro
15/07/2011	Articulações	Neutro
16/07/2011	Corrupção	Positivo
19/07/2011	Articulações	Neutro
31/07/2011	Finanças	Positivo
09/08/2011	Finanças	Neutro
10/08/2011	Corrupção	Negativo
11/08/2011	Corrupção	Negativo
12/08/2011	Corrupção	Negativo
16/08/2011	Corrupção	Negativo
18/08/2011	Corrupção	Negativo
20/08/2011	Articulações	Neutro
29/08/2011	Articulações	Positivo

30/08/2011	Finanças	Neutro
15/09/2011	Corrupção	Negativo
25/09/2011	Corrupção	Negativo
01/10/2011	Finanças	Neutro
12/10/2011	Articulações	Neutro
18/10/2011	Corrupção	Negativo
19/10/2011	Corrupção	Neutro
20/10/2011	Corrupção	Negativo
22/10/2011	Corrupção	Negativo
26/10/2011	Corrupção	Negativo
28/10/2011	Corrupção	Negativo
31/10/2011	Corrupção	Negativo
01/11/2011	Corrupção	Negativo
08/11/2011	Corrupção	Negativo
01/11/2011	Corrupção	Negativo
16/11/2011	Corrupção	Positivo
25/11/2011	Corrupção	Negativo
26/11/2011	Corrupção	Negativo
27/11/2011	Corrupção	Negativo
01/12/2011	Corrupção	Negativo
02/12/2011	Corrupção	Negativo
31/12/2011	Articulações	Neutro

## APÊNDICE C – DATAS DAS CAPAS DO “O ESTADO DE S. PAULO”

<b>Data da Manchete</b>	<b>Categoria</b>	<b>Enquadramento</b>
06/01/2011	Articulações	Neutro
10/01/2011	Articulações	Neutro
20/01/2011	Finanças	Positivo
03/03/2011	Finanças	Neutro
23/03/2011	Finanças	Positivo
29/03/2011	Corrupção	Negativo
30/03/2011	Inflação	Negativo
31/03/2011	Inflação	Negativo
07/04/2011	Inflação	Neutro
18/04/2011	Inflação	Negativo
21/04/2011	Inflação	Negativo
07/05/2011	Inflação	Neutro
10/05/2011	Finanças	Negativo
18/05/2011	Corrupção	Negativo
19/05/2011	Corrupção	Negativo
24/05/2011	Corrupção	Negativo
26/05/2011	Articulações	Negativo
27/05/2011	Corrupção	Negativo
28/05/2011	Articulações	Negativo
02/06/2011	Corrupção	Negativo
03/06/2011	Corrupção	Negativo
04/06/2011	Corrupção	Negativo
06/06/2011	Corrupção	Negativo
07/06/2011	Corrupção	Negativo
08/06/2011	Corrupção	Negativo
11/06/2011	Articulações	Neutro
13/06/2011	Articulações	Neutro
05/07/2011	Corrupção	Negativo
07/07/2011	Corrupção	Negativo
08/07/2011	Articulações	Neutro
12/07/2011	Articulações	Positivo
16/07/2011	Corrupção	Positivo
20/07/2011	Corrupção	Negativo
21/07/2011	Corrupção	Negativo
23/07/2011	Corrupção	Negativo
24/07/2011	Corrupção	Negativo
26/07/2011	Corrupção	Negativo
30/07/2011	Corrupção	Negativo
31/07/2011	Corrupção	Negativo
05/08/2011	Articulação	Neutro
15/08/2011	Corrupção	Negativo

17/08/2011	Corrupção	Negativo
18/08/2011	Corrupção	Negativo
31/08/2011	Finanças	Neutro
01/09/2011	Finanças	Neutro
02/09/2011	Corrupção	Negativo
03/09/2011	Articulações	Neutro
07/09/2011	Inflação	Negativo
14/09/2011	Corrupção	Negativo
15/09/2011	Corrupção	Negativo
22/09/2011	Finanças	Neutro
21/09/2011	Inflação	Negativo
23/09/2011	Finanças	Neutro
18/10/2011	Corrupção	Negativo
19/10/2011	Corrupção	Negativo
20/10/2011	Corrupção	Negativo
22/10/2011	Corrupção	Negativo
25/10/2011	Corrupção	Negativo
26/10/2011	Corrupção	Negativo
27/10/2011	Corrupção	Negativo
01/11/2011	Articulações	Neutro
06/11/2011	Corrupção	Negativo
08/11/2011	Corrupção	Negativo
09/11/2011	Corrupção	Negativo
16/11/2011	Corrupção	Negativo
01/12/2011	Corrupção	Negativo
02/12/2011	Corrupção	Negativo
05/12/2011	Corrupção	Negativo
09/12/2011	Inflação	Negativo
17/12/2011	Corrupção	Negativo
26/12/2011	Corrupção	Negativo