

A CORRUPÇÃO NA AGENDA DOS JORNAIS DURANTE AS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2016

CORRUPTION ON THE NEWSPAPERS' AGENDA DURING THE 2016 MUNICIPAL ELECTIONS

Resumo

Os meios de comunicação têm papel central nas democracias contemporâneas, já que tornam públicos os acontecimentos políticos e disponibilizam a informação para as redes interpessoais. No Brasil, os jornais têm papel importante, dada sua capacidade de pautar outros meios e por gozar de credibilidade. Nesse sentido, a agenda desses meios configura-se como um importante objeto de estudo, principalmente em períodos eleitorais, quando a necessidade de informação política é maior. Neste artigo, o objetivo é analisar a agenda temática dos principais jornais em circulação no Brasil: *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* (OESP) com atenção para o tema “corrupção” durante o período eleitoral de 2016.

Palavras-chave: Imprensa. Corrupção. Eleições 2016.

Abstract

The media play a central role in contemporary democracies, since it makes political events public and information available to social media. In Brazil, this role is fulfilled by newspapers due to their ability to guide other media and credibility. Consequently, the agenda of these media constitute an important object of study, especially in electoral periods, when the need for political information is greater. Given this scenario, this study analyzes the thematic agenda of the main newspapers circulating in Brazil: *O Globo*, *Folha de S. Paulo* and *O Estado de S. Paulo* (OESP), focusing on the topic of “corruption” during the 2016 elections.

Keywords: Press. Corruption. 2016 Elections.

1 Doutora em Ciência Política pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). E-mail: merciaallves@gmail.com.

2 Economista (UNICAMP) e mestre em ciência política (UFSCar). bernardo.geraldini@gmail.com

INTRODUÇÃO

O objetivo deste artigo é analisar a agenda temática dos principais jornais em circulação no Brasil. Entre os temas que compõem a agenda, dar-se-á atenção a “corrupção” durante o período de campanha das eleições municipais de 2016. Esse objetivo está embasado em duas premissas teóricas. A primeira é a importância dos meios na ampliação do ambiente informacional, à medida que tornam públicos os assuntos sociais e políticos e criam imagens no imaginário da audiência (LIPPMAN, 2010). A segunda premissa é que os meios influem na percepção da audiência em relação aos temas, aos atores e às imagens destes, o que é ainda mais importante nos períodos eleitorais, quando o debate da agenda pública é mais visível (MANCINI; SWANSON, 1996), aumentando a necessidade de informação política e orientação para decisão do voto. (TRAQUINA, 2001)

A partir disso, colocam-se em questão as notícias sobre “corrupção” como parte dos temas que compõem a agenda dos jornais de maior circulação no Brasil. A escala que essas informações alcançam quando entram na agenda dos meios abala a reputação e a imagem pública dos envolvidos, que sofrem consequências imediatas de tal exposição (CHAIA, 2000; THOMPSON, 2002), sejam esses atores individuais ou coletivos. Isso é extremamente relevante durante as eleições, quando a imagem do candidato é decisiva para alcance de apoio político (MANIN, 1995; 2013), inclusive no Brasil, dada a personalização do processo eleitoral. (AZEVEDO, 2004)

Para atender aos objetivos propostos, serão analisadas as notícias de capa de *O Globo*, da *Folha de S. Paulo* e do *OESP* entre os dias 16 de agosto e 1º de outubro de 2016 – o período oficial de campanha, conforme estabelecido pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Especificamente: 1) a frequência do tema “corrupção” na agenda dos periódicos em relação aos demais temas; 2) a identificação dos casos de corrupção; e 3) a identificação dos atores: a) políticos; b) setor privado; c) setor público; e d) paladinos.³ A análise ainda compreende a comparação entre as agendas dos três periódicos.

Os principais jornais impressos do Brasil são *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *OESP*, com médias de circulação impressa de 115, 100 e 104 mil unidades anuais, segundo Associação Nacional de Jornais (COM CRESCIMENTO..., 2019), respectivamente. *O Globo* pertence ao maior conglomerado de mídia do Brasil, o Grupo Globo, que está também entre os maiores do mundo (GRUPO GLOBO..., 2016) em audiência e investimento em publicidade. O grupo atua em todos os estados brasileiros e em diversos segmentos, como rádio, cinema, música, in-

3 O termo refere-se às instituições públicas e aos atores desse setor.

ternet, TV a cabo, com canais infantis, voltados ao público feminino, esporte, entretenimento e notícias. Em muitos desses segmentos, as empresas do grupo lideraram em audiência, principalmente na TV aberta.

De 1921, a *Folha de S. Paulo* – uma união entre a *Folha da Noite*, a *Folha da Manhã* e a *Folha da Tarde* –, além de ser um dos principais impressos do país, é líder de audiência no seguimento em sua versão digital (NO IMPRESSO..., 2016). Entre as empresas do Grupo Folha de maios destaque estão o UOL, um dos principais portais de notícia *on-line*. Por fim, um dos periódicos mais antigos em circulação no Brasil e o mais antigo da capital paulista, fundado em 1985 como *A Província de São Paulo*, o OESP pertence ao Grupo Estado, que reúne emissoras de rádio, editoras, a Agência Estado e a versão digital do periódico.

Durante os períodos eleitorais, a agenda desses jornais ganha ainda mais relevância. As eleições de 2016 ocorreram em um dos períodos mais críticos da democracia brasileira recente. A crise política e o longo processo de *impeachment*⁴ que afastou a presidenta Dilma Rousseff (Partido dos Trabalhadores – PT) acentuaram a polarização eleitoral que vinha das eleições presidenciais de 2014, principalmente no eleitorado. Além disso, reorganizou as alianças entre os partidos na arena legislativa para a composição de um novo governo liderado pelo então vice-presidente Michel Temer (Partido do Movimento Democrático Brasileiro – PMDB) e por diversos nomes e partidos que fizeram oposição à chapa nas urnas – entre eles o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), partido que polarizou a corrida presidencial junto ao PT nos últimos 20 anos.⁵

Além disso, as eleições municipais de 2016 foram as primeiras a serem realizadas depois de alterações significativas na legislação eleitoral. A chamada “Minirreforma”⁶ promoveu mudanças principalmente em duas frentes (ALVES; LIMA, 2016): a diminuição dos dias de campanha⁷ e a mudança no perfil do financiamento das campanhas com a proibição das doações de recursos financeiri-

4 O processo de *impeachment* da presidenta reeleita Dilma Rousseff (PT) em 2014 teve início em 2 de dezembro de 2015, quando o até então presidente da Câmara dos Deputados (cassado na Câmara dos Deputados em setembro de 2016), Eduardo Cunha (PMDB-RJ), aceitou a denúncia por crime de responsabilidade realizada pelo procurador de justiça Hélio Bicudo e pelos advogados Janaina Pascoal e Miguel Reale Júnior.

5 Trata-se das eleições presidenciais de 1994 e 1998, vencidas em turno único por Fernando Henrique Cardoso (PSDB); de 2002 e 2006, por Luiz Inácio Lula da Silva (PT); e de 2010 e 2014, quando Dilma Rousseff foi eleita e reeleita.

6 Lei nº 13.165/2015.

7 Para as eleições de 2016, os dias de campanha foram reduzidos de 90 para 45, e o horário gratuito de propaganda eleitoral (HGPE), de 45 para 35 dias. O tempo diário de propaganda eleitoral na TV foi reduzido de dois blocos diários de 50 minutos para dois blocos de 10 minutos no rádio e na televisão. Na TV, o HGPE foi exibido das 13h00 às 13h10 e das 20h30 às 20h40, de segunda a sábado. Os partidos também têm direito a 70 minutos diários de *spots* de 30 e 60 segundos, dos quais 60% são para candidatos ao executivo, e 40%, para os candidatos ao legislativo, de segunda a domingo.

ros pelo setor privado. O debate público-privado a respeito do financiamento das campanhas entrou na agenda pública nos últimos anos, sob os argumentos da contenção do encarecimento das campanhas e do combate às práticas de corrupção envolvendo partidos, candidatos e empresas. (SPECK, 2012)

Os casos recentes de corrupção também foram pano de fundo e agravaram o contexto de crise. Primeiro, porque envolvem os partidos políticos mais importantes do Brasil e lideranças conhecidas nacionalmente, o que afeta a imagem dessas instituições e do próprio sistema, colocando-os em descrédito mediante o eleitorado. Também porque esses casos ganharam a agenda dos meios de comunicação, alcançando *status* de escândalo e contribuindo para a falta de interesse do cidadão com relação aos assuntos públicos e ao processo eleitoral. Os altos índices de votos brancos e nulos em 2016 (SEGUNDO TURNO..., 2016)⁸ reforçam esse argumento.

Para entender a construção dessa agenda, é preciso avaliar os seus precedentes (outras agendas e questões públicas, por exemplo) e considerar que essa construção é um processo de natureza sequencial. (KIOUSIS, MCCOMBS, 2004) Teorias mais recentes passaram a explorar diferentes fatores que modelam a agenda de mídia. Nessa linha, a agenda tornou-se uma variável dependente, resultado que precisa ser explicado por meio de um processo (KIOUSIS, MCCOMBS, 2004) no qual se considerem a força, a relevância e o valor social da notícia. Existe, ainda, uma hierarquia espacial entre as notícias, que é relevante principalmente nos jornais.

Como se trata de meio de comunicação impresso e mais estático – se comparado à TV e aos portais *on-line* –, o lugar que a notícia ocupa no jornal é um fator de extrema relevância. Isso está relacionado, também, aos interesses de mercado (CHARRON; DE BONVILE, 2016), que conferem um *status* particular às notícias de capa e ao ordenamento das notícias. Nesse sentido, a relevância das manchetes e das demais notícias de capa é inversamente proporcional ao número de assinantes individuais. (CHARRON; DE BONVILE, 2016) O princípio é de atração do interesse público. Portanto, as capas dos jornais destacam elementos de maior importância e resumem o conteúdo das edições.

Este artigo está dividido em duas seções, além da sua introdução. A primeira é dedicada aos principais conceitos a respeito da agenda dos meios de co-

8 Segundo dados divulgados pelo TSE, o número de abstenções no segundo turno das eleições municipais, somado aos votos brancos e nulos, representa 32,5%, ou aproximadamente 10,7 milhões do eleitorado, um aumento significativo em relação ao pleito anterior, quando esse percentual foi de 26,5%. No primeiro turno, 25 milhões de aptos ao voto não compareceram às urnas, o que representa 17,58%. Na capital paulista, o número de brancos e nulos foi o maior registrado desde a redemocratização, caso que se repetiu em outras grandes cidades.

municação, principalmente os impressos, como eles se caracterizam no Brasil, sua relação com as notícias sobre casos de política e a importância dessa relação em períodos eleitorais. Por fim, analisar-se-á a agenda dos três periódicos durante o período eleitoral de 2016.

BREVE RECAPITULAÇÃO DO TEMA

Entre o fim do século XIX e o início do século XX, o jornalismo brasileiro sofreu profunda reestruturação, passando da fase artesanal para a industrial. Acompanhando o avanço do capitalismo no Brasil, o jornalismo tornou-se, ele próprio, uma atividade à qual agora se dedicam empresas capitalistas. (SODRÉ, 1999) Esse estágio da imprensa escrita, vigente principalmente a partir da década de 1940, é marcado por um jornalismo – teoricamente – isento, substituindo o modelo opinativo e transformando o modo de operação das empresas jornalísticas, que até então se dava literalmente por meio da compra e venda do jornal por parte de figuras políticas e/ou capitalistas. (SODRÉ, 1999) Tentava-se, assim, emular o modelo norte-americano, pautado por neutralidade e objetividade. (SCHUDSON, 2010)

Entretanto, esses atributos são frequentemente questionados: mostrou-se, em diversas ocasiões, o viés conservador dos jornais brasileiros (BIROLI, 2007; AZEVEDO, 2006; 2009; OLIVEIRA, 2017), caracterizado pela concentração e propriedade cruzada dos meios de comunicação (AZEVEDO, 2006; RUBIM; AZEVEDO, 1998), pela pouca pluralidade e diversidade externa e por uma pluralidade interna que reflete a agenda do público específico desses meios – no caso dos impressos, uma elite composta pelas classes A e B – nos artigos, colunas e editoriais, que, por sua vez, podem influenciar o seu conteúdo informativo. (AZEVEDO, 2009)

A questão da neutralidade e da objetividade, entretanto, deve ser entendida levando-se em conta a questão da agenda dos meios de comunicação, que é formada por um conjunto de temas selecionados a partir de critérios específicos de relevância: é por meio desses critérios que se decide quais notícias, personagens e atores políticos receberão visibilidade. (MIGUEL; BIROLI, 2010) Assim, a mídia, “ao selecionar determinados assuntos e ignorar outros define quais são os temas, acontecimentos e atores (objetos) relevantes para a notícia”, uma vez que o espaço dos meios de comunicação, especificamente dos periódicos, é limitado; dessa forma, “ao enfatizar determinados temas, acontecimentos e atores sobre outros [a mídia] estabelece uma escala de proeminências entre esses objetos”. (AZEVEDO, 2004, p. 52)

Segundo McCombs (KIOUSIS, MCCOMBS, 2004; SHAW, 1972; MCCOMBS, 2009), os meios de comunicação de massa em contexto de regime político e de mídia com certo grau de abertura à medida, que selecionam determinados objetos em detrimento de outros, pautam a agenda do público em um processo denominado *agendamento* ou *agenda-setting*. Os efeitos do agendamento da mídia não são unilaterais e, para uma análise da agenda do público, outras variáveis devem ser consideradas, a exemplo do ambiente. Entretanto, a máxima de que a mídia é eficaz em dizer ao público a respeito do que pensar é uma premissa que pauta os estudos sobre a influência dos meios.

Existe uma necessidade inata de entender o ambiente que nos envolve. (KIOUSIS, MCCOMBS, 2004; 2009; TRAQUINA, 2001) A transferência de assuntos da agenda de mídia para a opinião pública ocorre a partir dessa necessidade. Essa transferência não é direta, devendo-se considerar dois elementos fundamentais: relevância e incerteza. (KIOUSIS, MCCOMBS, 2004) A relevância é a condição que define, inicialmente, a necessidade de orientação, que pode variar de acordo com grupos sociais, ambiente etc., e é diretamente proporcional à necessidade de orientação. Quando o grau de relevância do assunto é baixo, a necessidade de orientação é baixa. A incerteza, por sua vez, está ligada ao grau de relevância e à necessidade de orientação. Um fator de incerteza aumenta sobre si o grau de relevância e leva as pessoas a buscarem por maiores informações.

A partir dessas duas condições, os assuntos da agenda da mídia são divididos em: intrusivos e não intrusivos. Por assuntos intrusivos entende-se todo e qualquer assunto que faz parte e/ou é construído de forma direta. Por exemplo, ninguém precisa ler a seção de economia do jornal para saber que aumentou o preço do arroz, pois essa informação é obtida na experiência pessoal. Os assuntos não intrusivos são aqueles que estão fora da nossa convivência e experiência pessoal. (KIOUSIS, MCCOMBS, 2004) No caso do período eleitoral, há maior necessidade de informação política, mesmo que mínima, porque, primeiro, é um período de incerteza e, de maneira geral, é um assunto não intrusivo, ou seja, que requer mediação.

O agendamento – o processo de seleção e ênfase – provoca uma espécie de controle da realidade. (KIOUSIS, MCCOMBS, 2004) Esse argumento está embasado na ideia de pseudoambiente, isto é, um ambiente que é forjado pela propagação de informações e que se situa entre o indivíduo e o ambiente. (LIPPANN, 2010) A partir disso, é possível analisar determinadas situações que entram na agenda de mídia a fim de criar um movimento de comoção nacional, geralmente baseado na ideia de uma crise ou colapso. Ou seja, existem meca-

nismos midiáticos para promover um assunto, sendo este de relevância excepcional ou não. Cria-se um ciclo de atenção sobre o assunto, para que ele se torne parte da pauta da agenda pública. (KIOUSIS, MCCOMBS, 2004) Nessa perspectiva, a mídia não é somente um simples meio de relatos, e sim, de condução de eventos e situações no mundo real.

A teoria do “escândalo” (THOMPSON, 2002) caminha nesse sentido. Para que determinado tema receba esse *status*, ele necessariamente precisa receber atenção permanente dos meios de comunicação, forma pela qual se torna público. (CHAIA; TEIXEIRA, 2001; FILGUEIRAS, 2009; THOMPSON, 2002) Nesses casos, adota-se uma narrativa semelhante à dos folhetins: episódicas e sequenciais, em que é possível identificar as fases da “história” – o auge e a reviravolta, por exemplo – e as principais personagens que compõem a trama: os vilões, os mocinhos e os heróis. Esse formato é tradicional em veículos de entretenimento dedicados a celebridades – o *The Sun*⁹ é o melhor exemplo do formato –, mas também na cobertura de casos de corrupção política.

A corrupção política decorre da sobreposição dos interesses individuais aos coletivos no interior da estrutura do Estado, ou tão somente do mau uso do dinheiro público, e da degradação dos valores éticos relacionados à “coisa pública”. A questão está ligada à legitimidade dos sistemas políticos nas democracias modernas. (SELIGSON, 2002) Casos de corrupção chamam atenção dos meios de comunicação, tornando-se parte da sua agenda, influem na percepção da audiência e na naturalização como coisa própria do Estado, da política e da democracia. (FILGUEIRAS, 2009) Portanto, a corrupção e o “escândalo” como temas frequentes na agenda da mídia, principalmente em períodos eleitorais, são uma questão a ser relevada, uma vez que os meios auxiliam na percepção e na construção da imagem de partidos e candidatos (LANG; LANG, 1950; MCCOMBS, 2009), influenciando na reputação desses atores. (CHAIA, 2000; THOMPSON, 2002)

Essa questão esbarra no já mencionado alinhamento histórico com setores conservadores (AZEVEDO, 2018) e na máxima de um jornalismo orientado pela lógica normativa do *watchdog*. A “campanha anticorrupção” protagonizada nos últimos anos pelos meios de comunicação é pautada por esse discurso da ética e da moral. (ALDÉ; MENDES; FIGUEIREDO, 2007) Exemplo disso é o caso do “mensalão”,¹⁰ explorado desde as primeiras denúncias em 2005 (LO PRETE, 2014),¹¹ passando pela

9 Tabloide inglês de grande circulação.

10 Ação penal 470.

11 Quando, em entrevista dada à *Folha de S. Paulo* em junho de 2005, Roberto Jefferson (Partido Trabalhista Brasileiro – PTB/RJ) confirmou as denúncias da revista *Veja* sobre o pagamento a deputados em troca de votos em projetos de interesse do Governo Federal.

criação da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) pela investigação em 2006 – ano eleitoral –, e culminando nas condenações no Supremo Tribunal Federal (STF) nos anos seguintes – inclusive em 2012, ano de eleições municipais.

O “mensalão” e a crise política foram os temas principais da cobertura da imprensa nos anos de 2005 e 2006 (BIROLI; MANTOVANI, 2014; AZEVEDO, 2009) e das campanhas eleitorais dos candidatos de oposição ao Governo Federal e ao candidato à reeleição, o então presidente Lula, já com a imagem desgastada e associada ao caso, que envolveu pessoas do alto escalão do seu governo. (AZEVEDO, 2009)

Outro caso emblemático de escândalo no qual os meios assumiram protagonismo é o da “Operação Lava Jato”, ação voltada à investigação de desvio e lavagem de dinheiro desviados da Petrobras, envolvendo grandes empresários, empreiteiras, partidos e lideranças partidárias. O caso entrou na agenda da mídia em 2015, sendo explorado sequencialmente por mais de um ano, contribuiu para o descrédito da estatal, do governo da presidenta eleita Dilma Rousseff, e foi plano de fundo de manifestações públicas. (CIOCCARI, 2015) As eleições municipais de 2016 ocorreram na conjuntura de crise política, agravada pelos desdobramentos da operação e por um intenso debate sobre corrupção e mudança institucional.

Diferente da TV e do rádio, a legislação é menos restritiva com os impressos em períodos eleitorais, o que pode provocar desequilíbrio na exposição de candidatos e lideranças partidárias na cobertura de outros temas que compõem o conteúdo noticioso dos periódicos, como nos casos de candidatos citados em esquemas de corrupção política. Nesses casos, dupla exposição: na agenda composta por notícias relacionadas às eleições e a esses casos. Para governistas, essa pode ser uma questão ainda mais relevante, principalmente em períodos de crise econômica, dependendo da avaliação da sua gestão.

Paralelamente a uma legislação menos restritiva, os jornais gozam de alta credibilidade, segundo Pesquisa Brasileira de Mídia (BRASIL, 2015) e da capacidade de pautar a agenda de outros meios de comunicação e a agenda das campanhas eleitorais dos candidatos, principalmente nos temas tratados na propaganda eleitoral veiculada no HGPE. Assim, principalmente durante o período de eleições, a agenda de jornais de grande circulação é central para as agendas dos meios de comunicação de massa – TV e rádio –, da internet – portais e redes –, das campanhas de partidos e candidatos e do público.

“CORRUPÇÃO” NA AGENDA DOS JORNAIS NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2016

O objetivo central deste artigo é analisar a agenda da grande imprensa brasileira, especificamente, como o tema “corrupção” foi tratado nas notícias de capa durante as eleições municipais de 2016 à esteira de Kioussis e McCombs, e McCombs (2004; 2009). Serão analisados, a partir dos pressupostos discutidos na seção anterior: 1) a frequência do tema “corrupção” na agenda dos periódicos em relação aos demais temas; 2) a identificação dos casos de corrupção; e 3) a identificação dos atores: a) Políticos; b) setor privado; c) setor público; e d) paladinos. Por fim, elaborar-se-á uma análise comparativa entre três periódicos, a saber: *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *OESP*.

As notas metodológicas apresentadas a seguir tratam da coleta e da classificação das notícias de capa de cada um dos periódicos, da especificação do *corpus* de análise (número de notícias analisadas), da classificação de cada uma segundo os temas (linhas editoriais) e, por fim, de uma análise preliminar das frequências de cada um desses temas. Seguimos com a análise do tema “corrupção” durante o período eleitoral a partir da identificação e da contextualização dos principais atores e casos.

NOTAS METODOLÓGICAS E CORPUS DE ANÁLISE

Este artigo propõe a análise da agenda dos três jornais de maior tiragem e audiência no Brasil no que tange, principalmente, ao tema “corrupção”. Para tanto, foram coletadas as notícias de capa desses periódicos durante as eleições de 2016. Cada notícia foi classificada como: 1) manchete; ou 2) outras notícias; e relacionada segundo o tema: a) política; b) eleições; c) corrupção; d) economia; e) social; f) internacional; e g) outros.¹² A partir disso, foram coletadas 934 notícias. Divididas por jornal e tipo, como na Tabela 1, e por tema, como na Tabela 2.

Tabela 1 – *Corpus* de análise – número de manchetes e de outras notícias

Tema	Jornais			Total
	<i>O Globo</i>	<i>Folha de S. Paulo</i>	<i>OESP</i>	
Manchetes	47	47	47	141
Outras notícias	261	254	278	793
Total	308	301	325	934

Fonte: *Elaboração própria*.

12 As categorias foram baseadas nas editoriais dos jornais.

As notícias foram coletadas durante o período de campanha eleitoral das eleições municipais de 2016 – entre os dias 16 agosto e 1º de outubro, 47 dias consecutivos. No período, foram classificadas um total de 934 notícias, sendo 141 manchetes e 793 outras notícias de capa. A partir da classificação por categorias segundo os temas da agenda de *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *OESP*, temos:

Tabela 2 – Classificação das notícias por jornal e categoria

Tema	Jornais					
	<i>O Globo</i>		<i>Folha de S. Paulo</i>		<i>OESP</i>	
	N	%	N	%	N	%
Política	61	19,8	74	24,5	65	20
Eleições	33	10,7	40	13,2	21	6,4
Corrupção	31	10	49	16,2	62	19
Economia	32	10	22	7,3	25	7,6
Social	22	7,1	58	19,2	51	15,6
Internacional	31	10	28	9,3	37	11,3
Outros	98	31,8	30	9,9	64	19,6
Total	308	100	301	100	325	100

Fonte: Elaboração própria

As categorias Eleições e Corrupção são desdobramentos da categoria Política. A primeira é contextual e refere-se ao recorte da pesquisa, na qual se reuniram, a respeito das eleições municipais de 2016: números da corrida eleitoral, notícias sobre partidos, candidatos e eventos de campanha, como debates e a propaganda eleitoral na TV. A categoria Corrupção reúne notícias que tratam apenas de casos políticos, investigações e processos, que envolvem algum ator, órgão público, estatal ou empresa privada em relação a alguma gestão, órgão público ou estatal. Ou seja, trata-se de corrupção política (foram excluídas as notícias a respeito de corrupção ou casos ilícitos em outras esferas).

As notícias classificadas como “Política” são aquelas que tratam das atividades cotidianas dos poderes executivo e legislativo, de partidos e das bancadas nos três níveis de governo; as notícias relacionadas ao acesso aos serviços públicos ou a políticas públicas estão alocadas na categoria “Social”; em “Internacional”, encontram-se as notícias internacionais sobre política, economia, encontros, entre outros; em “Outros”, as notícias de entretenimento, personalidades e esportes. Importante ressaltar que dois eventos esportivos – as Olimpíadas¹³ e as Paraolimpíadas do Rio (2016)¹⁴ – ocorreram no mesmo período das eleições municipais de 2016, o que explica o elevado percentual da categoria.

¹³ Entre 5 e 21 de agosto, datas das cerimônias de abertura e encerramento.

¹⁴ Entre 7 e 18 de setembro e encerramento.

Algumas dessas notícias tratam de dois ou mais temas. Estas foram classificadas segundo o seu principal assunto. Por exemplo: “*Processados por crimes concorrem a prefeito em 8 capitais*” (*Folha de S. Paulo*, 30 de agosto de 2016). Nesse caso, a notícia, que trata de corrupção – lideranças políticas que respondem por processos – e eleições – concorrem a prefeito –, compôs a categoria Corrupção. Dessa forma, cada uma das 934 notícias dos três jornais foi classificada segundo uma única categoria.

A respeito do tema “Eleições”, apesar de se tratar de um assunto de extrema importância, dado o período, ocupou um espaço pouco significativo na agenda dos jornais, e grande parte dessas notícias referem-se aos números da corrida eleitoral e, basicamente, sobre a campanha da capital paulista, como já demonstrado em trabalhos anteriores (GERALDINI; ALVES, 2017). A concorrência entre temas é uma das variáveis para tanto, dado que: 1) os temas competem entre si pela atenção dos meios de comunicação; e 2) em um período de tempo determinado, notícias relativas ao contexto competem entre si e com as notícias que compõem a agenda temática cotidiana dos meios (KIOUSIS, MCCOMBS, 2004; 2009; MCQUAIL, 2013), nesse caso, Eleições e Olimpíadas – dentro de Outros – concorrem pela atenção e pela visibilidade com os temas recorrentes: Política, Economia, Social e Internacional.

Como se pôde observar na Tabela 1, as notícias sobre Política são as mais frequentes na *Folha de S. Paulo* e no *OESP*. *N’O Globo*, lidera a categoria Outros, por razões já discutidas. Essa categoria também está consideravelmente representada nos outros jornais, o que não aconteceria caso o recorte temporal fosse alterado, uma vez que as capas dos jornais geralmente apresentam apenas uma chamada sobre o noticiário esportivo e contêm caderno especializado. As notícias sobre as eleições nos três jornais ficam entre 6 e 13% do total de notícias do período, menor percentual quando comparado às notícias sobre Corrupção em dois jornais: a *Folha de S. Paulo* e *OESP*; e o menor percentual *n’O Globo*.

As notícias sobre os casos de corrupção – as investigações em curso que envolvem agentes públicos, lideranças e organizações – ocupam um espaço considerável na agenda dos principais jornais brasileiros quando consideradas as suas capas, ou seja, o resumo do noticiário do dia. Esse “resumo” é essencial dados: 1) os interesses comerciais, porque são notícias que chamam a atenção do consumidor – principalmente não assinante; e 2) o período, já que se trata dos meses de campanha eleitoral. Além disso, há a importância da agenda dos jornais em relação aos demais meios, como já discutido.

Tabela 3 – Manchetes + Corrupção; Outras + Corrupção

Tema	Jornais		
	<i>O Globo</i>	<i>Folha de S.Paulo</i>	<i>OESP</i>
Manchetes	8	10	16
Outras notícias	23	39	46

Fonte: Elaboração própria

A Tabela 3 é a primeira específica sobre Corrupção. O principal nesses dados é o número de manchetes dedicadas ao tema: São 8 n' *O Globo*, 10 na *Folha de S.Paulo* e 16 no *OESP* nos 47 dias de campanha eleitoral. A manchete é uma decisão editorial estratégica de seleção de acontecimentos e personagens específicas e pressupõe, ainda, uma hierarquia (MCQUAIL, 2013): se a capa resume as notícias do dia, a manchete, que é a principal chamada do jornal, reflete a mais importante notícia do dia, segundo critérios editoriais desse meio.

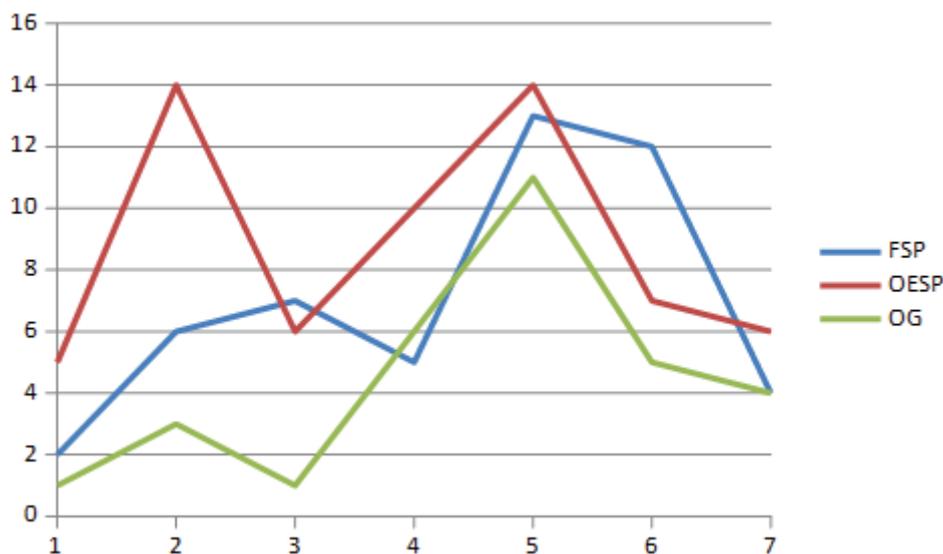
A notícia pressupõe um processo de seleção e ênfase. (MCCOMBS, 2009) Essa ênfase pode ser observada por meio da frequência e na saliência de determinado assunto ou personagem em um período preestabelecido. Nos jornais, uma das formas como a frequência pode ser analisada é pela agenda, e a saliência encontrada nas manchetes. Nesse caso, além de frequentes, as notícias sobre corrupção ocupam as manchetes dos três jornais. A partir disso, serão identificados: 1) a frequência do tema “Corrupção” pelo tempo; 2) os casos; e 3) os atores: a) políticos; b) setor privado; c) setor público; e d) paladinos.

Em cada notícia podem ser identificados: nenhum ator, um ator ou mais de um ator; nenhum caso, um caso, ou mais de um caso de corrupção. Para uma melhor análise dos dados, os 47 dias de campanha foram divididos em sete períodos que correspondem às semanas de campanha. Temos: 1) de 16 a 20 de agosto; 2) de 21 a 27 de agosto; 3) de 28 de agosto a 3 de setembro; 4) de 4 a 10 de setembro; 5) de 11 a 17 de setembro; 6) de 18 a 24 de setembro; e 7) de 25 de setembro a 1º de outubro de 2016. Por fim, a análise ainda compreende a comparação entre as agendas e os principais casos e atores enfatizados pelos jornais a partir da frequência.

CORRUPÇÃO DURANTE O PERÍODO ELEITORAL

As eleições de 2016 foram as mais curtas da história recente, pois foram diminuídos o período de campanha eleitoral, os dias e o tempo diário de HGPE. Em outras palavras, a informação política para fins eleitorais foi reduzida e concentrada em pouco mais de um mês. O primeiro gráfico apresenta a distribuição das notícias sobre Corrupção nas semanas de campanha eleitoral.

Gráfico 1 – Distribuição das notícias sobre Corrupção, nas 7 semanas de campanha eleitoral



Fonte: Elaboração própria.

Em volume de notícias, temos *OESP*, seguido da *Folha de S. Paulo* e d'*O Globo*. O mesmo ocorreu com o número de manchetes. Na primeira semana de campanha, foram duas notícias sobre Corrupção na *Folha*. Ambas citam lideranças políticas: Kassab (Partido Social Democrático – PSD) e Marta (PMDB), então candidatos à prefeitura de São Paulo. Ambas as notícias citam a Odebrecht¹⁵ e casos do chamado “caixa dois”¹⁶ envolvendo essa empresa.

São cinco as notícias sobre Corrupção na primeira semana de campanha no *OESP*, das quais duas são manchetes, ambas citando a presidenta eleita Dilma Rousseff (PT). A primeira notícia uma ordem de investigação contra Dilma, e a segunda, além da petista, cita o seu partido e o ex-presidente Lula (PT), o envolvimento de ambos e do PT na Lava Jato. Já *O Globo*, na primeira semana de campanha, traz apenas uma manchete sobre corrupção, em que cita a autorização do STF sobre o inquérito de Lula e Dilma em investigações da operação.

Se consideradas as sete semanas de campanha, podem ser observados dois picos de notícias sobre corrupção comuns aos três jornais. O primeiro está na segunda semana de campanha – 21 de agosto a 3 de setembro. Naquele período, a *Folha de S. Paulo* gerou seis notícias sobre o tema, sendo duas manchetes, ambas a respeito da Lava Jato. Das outras quatro, três citam a Lava Jato, uma, o

15 Conglomerado brasileiro atuando em diversas áreas, por exemplo, infraestrutura e engenharia.

16 Recursos não oficialmente contabilizados.

PMDB, e outra, Lula e a então esposa¹⁷ no caso do tríplex.¹⁸ Essa concentração de notícias deve-se a um caso específico relacionado à Operação Lava Jato.

No *OESP*, durante a segunda semana, houve 14 notícias sobre Corrupção: duas manchetes a respeito da Lava Jato e uma citando o caso do tríplex. Nas demais, três citam a Lava Jato, e uma cita a condecoração do Juiz Sérgio Moro. Lula é novamente citado em outras duas notícias, além de Gleisi Hoffman (PT) e João Santana, que é ligado ao mesmo partido. Além disso, o PSDB é citado em notícia sobre prisão realizada pela Polícia Federal em Goiás. Russomano (Partido Republicano Brasileiro – PRB), então candidato em São Paulo, é a personagem de uma matéria sobre a máfia da merenda.¹⁹ Naquela semana, *O Globo* trouxe três notícias: uma manchete sobre Lula e o caso do tríplex, e as demais, sobre as relações entre PT e Odebrecht em desdobramentos da Lava Jato e o caso de uma prisão de uma liderança do PSDB.

Nas duas semanas seguintes, a Operação Lava Jato continuou a ser explorada. Na terceira semana, pela *Folha*, com uma manchete a respeito de desvio de dinheiro do Instituto Lula, indiciado pela Receita Federal. Duas outras notícias a respeito da Lava Jato, uma sobre Gleisi Hoffman, quando esta se tornou ré de ação penal, e uma sobre Fernando Haddad (PT), então prefeito e candidato à reeleição em São Paulo. No *Estadão*, houve menção a Dilma e Lula em relação à Operação Lava Jato e à Odebrecht, junto a José Serra (PSDB). A Operação Lava Jato foi menos explorada no *O Globo*, com apenas uma notícia sobre Corrupção, esta a respeito das suspeitas do envolvimento de Lula.

Na quarta semana, a *Folha de S. Paulo* trouxe duas manchetes sobre fraudes em estatais e outras três sobre: corrupção envolvendo empresa pública e sobre a Lava Jato, uma destas envolvendo Lula; no *OESP*, foram dez notícias, uma manchete sobre fraude em estatal e outra sobre a Lava Jato. Duas outras notícias sobre a cassação de Eduardo Cunha (PMDB), e as demais a respeito da Lava Jato, nas quais Lula é citado em duas. Na quarta semana, foram seis notícias, quatro a respeito da Lava Jato, em que o embate entre Moro e Lula é citado em duas delas.

O segundo pico de notícias pôde ser observado na quinta semana de campanha eleitoral – de 11 a 17 de setembro –, o qual foi episódico – em dois dos três casos –, e interfere na “programação normal” dessa agenda: a cassação de Eduardo Cunha (PMDB). Na *Folha*, foram quinze matérias em uma semana, e Cunha é o assunto central de cinco delas. Além disso, seguem a Operação Lava Jato e as

17 Marisa Letícia Lula da Silva faleceu em 2017.

18 O tríplex dado a Lula em troca de benefícios faz parte de uma saga paralela no embate entre o juiz Sérgio Moro e Lula, explorado pelos três periódicos.

19 Esquema de superfaturamento de merenda de escolas públicas do estado de São Paulo.

notícias sobre o envolvimento do PT e de Lula, que é citado em outras seis. O processo do então Presidente da Câmara dos Deputados, responsável pelo processo de *impeachment* da presidenta eleita, não foi explorado apenas n' *O Globo*.

Das catorze notícias sobre Corrupção no OESP na quinta semana de campanha, três são a respeito da cassação de Cunha, e quatro, sobre Lula, Dilma e o envolvimento dessas lideranças e do seu partido com a Lava Jato. Naquela semana, foram dez matérias sobre Corrupção, sendo a metade sobre a Operação Lava Jato, citando Lula e o seu partido; há menção ao trabalho de Moro; e há, ainda, uma notícia sobre uma suspeita de corrupção e crime eleitoral envolvendo Crivella (PRB), candidato eleito à prefeitura do Rio em 2016. Não houve menção a Cunha no período.

Nas duas últimas semanas de campanhas – 18 a 24 de setembro e de 25 de setembro a primeiro de outubro –, a frequência de notícias voltou a diminuir, e novamente nos três jornais, talvez por causa da aproximação do primeiro turno. Na *Folha de S. Paulo* houve um aumento, referente à Operação Lava Jato, que permanece como assunto recorrente nessa agenda. Foram doze notícias na semana, nove delas a respeito da Operação Lava Jato. As principais lideranças citadas foram: Lula, em três das matérias, Temer e Moro, especificamente em uma manchete que noticia que Lula será julgado pelo juiz. Nos últimos dias de setembro, foram três notícias sobre a Lava Jato, e uma em 1º de outubro. Na véspera da eleição, a *Folha de S. Paulo* noticiou que Moro decretou a prisão do ex-ministro Palocci (PT).

Na última semana de setembro, também a última antes das eleições, foram quatro notícias sobre Corrupção no OESP, todas a respeito da Operação Lava Jato. Entre os citados: Palocci e Gleisi, Moro, além do PT e de empresas e pessoas ligadas a empresas investigadas na operação. Na véspera, foram duas notícias, uma delas sobre a condenação de Palocci por Moro. Na sexta semana diminuiu a frequência do tema Corrupção também n' *O Globo*. Foram cinco matérias, três sobre a Lava Jato, sendo duas manchetes. *O Globo* fechou o mês de setembro com quatro notícias sobre Corrupção, todas sobre a Lava Jato, em que são citados PT, Lula, Gleisi e Palocci. E, no primeiro dia de outubro, novamente a condenação de Palocci e a Lava Jato.

LÍDERES, INSTITUIÇÕES E PALADINOS

A frequência é um dos meios para análise da agenda. A Tabela 4 apresenta os principais atores a partir da frequência destes nas notícias sobre Corrupção nos três jornais, divididos em: a) políticos; b) setor privado; c) setor público;

e d) paladinos. São consideradas nesse caso, para fins de classificação, a menção direta aos atores em cada uma das “chamadas”²⁰ – manchetes e outras. Em cada uma dessas notícias pode ter sido registrado mais de um ator. A partir disso:

Tabela 4 – Políticos e partidos políticos citados nas notícias

Políticos	Líderes	Citados	<i>Folha de S.Paulo</i>	<i>OESP</i>	<i>O Globo</i>	
		Lula (PT)	12	11	11	
		Dilma Rousseff (PT)	1	5	1	
		Gleisi Hoffman (PT)	1	2	1	
		Antônio Palocci (PT)		3	1	
		Paulo Bernardo		1		
		Haddad (PT)	1			
		José Dirceu (PT)		1		
		Eduardo Cunha (PMDB)	5	6		
		Renan Calheiros (PMDB)		1		
		Michel Temer (PMDB)		1	1	
		Marta (PMDB)	1			
		Kassab (PSD)	1			
		Crivella (PRB)				
		José Serra (PSDB)		1		
		Aécio Neves (PSDB)		1		
		Russomano (PRB)		1		
		Partidos	PT	2	4	2
			PMDB	3		
	PSDB			1		

Fonte: *Elaboração própria.*

O grande foco na figura do ex-presidente Lula e em outros políticos ligados ao PT é algo digno de nota: o PMDB, por exemplo, teve um número de políticos investigados próximo ao PT e, no entanto, teve número muito menor de citações nesses três jornais. Já o Partido Progressistas (PP), partido com maior número de investigados na operação em questão, sequer foi citado. Ainda, há pouca menção aos próceres do PSDB investigados pela Lava Jato, e isso apesar do fato de o PSDB ter sido, nos últimos vinte anos, o principal adversário do PT em âmbito nacional e de um deles, o senador Aécio Neves, ter rivalizado de maneira acirrada no pleito de 2014 para a presidência.

²⁰ Para tanto, não se consideraram os textos das notícias.

Tabela 5 – Empresas e empresários citados nas notícias

Setor Privado	Empresas	Citados	<i>Folha de S.Paulo</i>	OESP	O Globo
		Odebrecht	2	4	2
		Andrade Gutierrez	1		
		OAS	2	4	
		Mendes Junior		1	
	Queiroz Galvão		2		
	Empresários	Léo Pinheiro (OAS)		1	2
		José Bumlai (Pecuária)		1	2
		Caixa Econômica Federal (CEF)	2		
		Petrobrás	1	1	
		Correios	1		
Banco do Brasil		1			

Fonte: Elaboração própria.

Quanto às empresas e aos empresários citados nas notícias, nota-se que há pouca ênfase nesses atores ao comparar esses dados àqueles relativos a políticos e partidos. Assim, os “corruptores” passam, de certa forma, incólumes pelo crivo da mídia no que diz respeito à corrupção. O fato de não haver menção ao sistema eleitoral de lista aberta com grandes distritos sugere que os jornais enxergam (ou querem fazer enxergar) o problema da corrupção como algo inato aos políticos: não há qualquer crítica, por exemplo, à usurpação do poder político pelo poder econômico. A corrupção é vista, enfim, como algo praticamente genético e intrínseco ao grupo político.

Tabela 6 – Instituições públicas e pessoas públicas citadas nas notícias

Paladinos	Instituições	Citados	<i>Folha de S.Paulo</i>	OESP	O Globo
		STF	4	5	2
		Poder Judiciário	1	1	
		Polícia Federal	3	4	2
		Tribunal de Contas da União (TCU)		1	
		Receita Federal	1	1	
		Procuradoria-Geral da República (PGR)	1	2	
		Advocacia Geral da União (AGU)	2	1	
		Ministério Público Federal (MPF)	3	1	
		Ministério Público (MP)	2		

Continua...

...continuação

Paladinos	Pessoas	Citados	<i>Folha de S.Paulo</i>	<i>OESP</i>	<i>O Globo</i>
		Sérgio Moro	3	6	3
Deltan Dallagnol	1				
Gilmar Mendes	1				
Carmem Lúcia		1			
Rodrigo Janot	2	2			
Ministro Teori Zavascki	1	1	1		

Fonte: Elaboração própria.

Por fim, cabe uma análise no que diz respeito à atuação de instituições públicas. Sobre as principais personagens, pode-se dizer que o juiz Sérgio Moro está para além da instituição que representa. A ideia do embate é ressaltada nas notícias dos três jornais. São quatro os principais cenários que reforçam esse enquadramento: 1) Moro conduz a Operação Lava Jato; 2) Moro contra o PT; 3) Moro contra lideranças petistas; e 4) Moro contra Lula. O nome do juiz não aparece relacionado a nenhum outro partido ou liderança de outro partido nas notícias analisadas nos três jornais, ainda que a Operação Lava Jato envolva outros partidos e outras inúmeras lideranças.

Há a construção da imagem do juiz como combatente do mal, que é a corrupção: ele investiga, questiona e prende. Essas são as principais palavras-chave que compõe esse enquadramento. Além disso, é reconhecido pelo feito, por assumir para si esse “combate”. Alguns exemplos:

Moro diz que Lula é de sua competência

(*OESP*, 17 de agosto)

Moro é condecorado pelo Exército

(*OESP*, 26 de agosto)

Lula vira réu na Lava Jato e será julgado por Moro

(*OESP*, 21 de setembro – manchete)

Lula vira réu pela 2ª vez e será julgado por Moro

(*O Globo*, 21 de setembro – manchete)

Acusado de corrupção, Lula será julgado por Sérgio Moro

(*Folha de S.Paulo*, 21 de setembro – manchete)

Juiz Moro decreta prisão preventiva do ex-ministro Palocci

(*Folha de S.Paulo*, 1º de outubro)

Ainda que o nome do juiz não seja tão frequente, a sua imagem está muito vinculada à investigação, principalmente a esse embate. Logo, o argumen-

to é de que as “novidades relacionadas à trama”, principalmente ao partido em questão e às lideranças desse partido, compõem esse cenário. É relevante, nesse sentido, retomar que: 1) as notícias sobre corrupção resumem-se à Lava Jato; e 2) há uma cobertura sequenciada da operação. Assim, apesar de envolver diversos atores e instâncias, as imagens da Lava Jato e do juiz estão associadas, e isso se deve a um objetivo: combater o inimigo comum. Exemplos:

Terceiro ex-tesoureiro do PT vira réu na Lava Jato
(OESP, 16 de agosto)

Supremo manda investigar Dilma
(OESP, 16 de agosto – manchete)

Delação de Duque avança e deve citar PT, Lula e Dilma
(OESP, 20 de agosto – manchete)

PF indicia Lula por tríplex
(O Globo, 27 de agosto – manchete)

Lava Jato denunciará Lula
(O Globo, 28 de agosto)

Lava Jato não pode isentar expansão do compadrio lulista
(Folha de S. Paulo, 27 de setembro)

Ex-ministro de Lula e Dilma, Palocci é preso na Lava Jato
(Folha de S. Paulo, 27 de setembro)

Da mesma forma, a imagem de Lula está associada à imagem do seu partido. Os jornais referem-se ao ex-presidente como “o petista” por diversas vezes, mesmo que os casos envolvam outras lideranças filiadas à mesma instituição. Uma vez que se trata da maior liderança, fazer referência a Lula é também se referir ao seu partido. Portanto, o embate contra Lula é também é um embate contra o PT. A ambos são atribuídos os mesmos enquadramentos: 1) corrupção – corrupto, criminoso/organização criminosa, suspeito, investigado; e 2) contra investigação – questiona, não confere credibilidade. Exemplos:

Defesa de petista vê ‘peça de ficção’
(OESP, 27 de agosto)

MPF diz que Lula é o ‘comandante máximo da organização criminosa’
(OESP, 15 de setembro – manchete)

Ex-presidente vê ‘truque de ilusionismo’ em denúncia
(OESP, 15 de setembro)

Lula desafia Lava Jato a provar que ele é corrupto
(OESP, 16 de setembro – manchete)

Lava Jato: Lula era ‘comandante máximo’ de esquema criminoso
(O Globo, 15 de setembro – manchete)

do ex-presidente diz que acusação é ‘deplorável espetáculo’
(O Globo, 15 de setembro)

Réu na Lava Jato, Lula tenta salvar aliados
(O Globo, 26 de setembro)

Relator da Lava Jato no STF diz que Lula tenta travar apuração
(Folha de S. Paulo, 9 de setembro)

Provem corrupção e irei a pé ser preso, diz Lula
(Folha de S. Paulo, 16 de setembro)

Dois pontos: dentro do universo analisado, a corrupção resume-se à Lava Jato e à atuação de Moro, principalmente contra Lula e o PT. A frequência do tema corrupção contribui para sua naturalização. Porém, essa frequência não é restrita aos jornais, pois está nos meios de comunicação de massa, nos seus principais noticiários, nos portais e redes – que são meios menos estáticos, alguns deles atualizados quase que instantaneamente. Se há influência entre a agenda da mídia e a agenda do público, devem ser consideradas as agendas dos meios consumidos pelos cidadãos – além de outras variáveis –, que, em períodos eleitorais, escolhem os seus líderes. Por fim, conforme dito anteriormente, pode-se levantar a hipótese da influência – ou não – desse tipo de abordagem da corrupção sobre os cidadãos e os cidadãos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo propôs a análise da agenda dos três jornais de maior tiragem e audiência no Brasil no que tange, principalmente, ao tema “corrupção”. O argumento é que a corrupção – como tema da agenda – fica no entremeio entre as notícias do cotidiano e as contextuais. Primeiro, porque é um derivado do noticiário político, e segundo, porque é recente. Como já discutido, foi apenas nos últimos anos que esse tema passou a ser abordado cotidianamente pelos meios. E a abordagem episódica ajuda a explicar o volume considerável de notícias a respeito: investe-se na propagação de fatos novos e descarta-se uma possível análise mais compreensiva do fenômeno. E, como o surgimento de fatos novos é frequente quando se trata de corrupção (e de investigações de corrupção), há grande quantidade de material para ser publicado de forma episódica, o que pode acarretar grande prejuízo para a imagem dos envolvidos. O problema colocado, nesse sentido, é que esse volume se dá em paralelo ao período eleitoral,

quando aumenta a necessidade de informação acerca de lideranças e partidos políticos. E, por vezes, conforme abordado, as notícias tratam desses mesmos atores, o que pode favorecer o ceticismo por parte do público.

Tendo em mãos os dados dessa pesquisa, pode-se afirmar que os jornais em questão não veem maior importância em promover um debate sobre a legislação e o sistema eleitoral; sobre formas de frear a predação do sistema político por parte do poder econômico; sobre a importância e os limites de cada um dos três poderes da governança; sobre o possível alçamento de um desses poderes a uma condição quase-feudal, sem que este se coloque como responsável (*accountable*) perante a sociedade; sobre a possível imposição forçada de uma ideologia qualquer por parte de um desses poderes sem que haja um debate público sobre ela; sobre a possibilidade de organização da sociedade, por meios políticos e democráticos, a fim de resolver problemas públicos; e, por fim, sobre os riscos, para uma república, de delegar responsabilidades a instituições autoritárias.

Os dados e achados deste artigo corroboram com argumentos apresentados nos trabalhos recentes de Azevedo (2017; 2018). O autor demonstra, a partir de uma análise longitudinal (1994-2014) das manchetes e editoriais, o crescimento, a partir de 2006, ano do mensalão, do tema “corrupção” na agenda da grande imprensa nacional, e a predominância narrativa, plano político, alinhado com as posições liberal-conservadoras (AZEVEDO, 2018), contribuindo para o desgaste da imagem pública de determinadas lideranças. Entretanto, o posicionamento crítico da imprensa, a quem se atribui o papel de “cão de guarda”, a essência da imprensa independente, precede a chegada do PT ao poder e segue após o processo de *impeachment*, que foi plano de fundo das eleições de 2016. Isto posto, ressaltamos a importância de observar a agenda da mídia a partir de outros recortes para um melhor entendimento do fenômeno, o que nos parece uma promissora agenda de pesquisa.

REFERÊNCIAS

ALDÉ, A. As eleições presidenciais de 2002 nos jornais. *ALCEU*, Rio de Janeiro, v. 3. n. 6. p. 93-121, jan./jun. 2003.

ALDÉ, A. Jornalistas e Internet: a rede como fonte de informação política. In: IV ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM, 4., 2004, Porto Alegre. *Anais [...]*. São Paulo: Intercom, 2004.

ALDÉ, A.; MENDES, G.; FIGUEIREDO, M. Tomando partido: imprensa e eleições presidenciais em 2006. *Política e Sociedade*, Florianópolis, v. 6, n. 10, p. 153-172, abr. 2007.

- ALVES, M; LIMA, B. Campanhas e legislação eleitoral: análise da minirreforma no contexto das eleições municipais. In: III SEMINÁRIO MPE, 3., 2016, São Paulo. *Anais [...]*. São Paulo: PUC-SP, 2016. Disponível em: https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/4434/2016_alves_campanhas_legislacao_eleitoral.pdf?sequence=3&isAllowed=y. Acesso em: 27 abr. 2022.
- AZEVEDO, F. A. *A Grande Imprensa e o PT: 1989-2014*. 1. ed. São Carlos: EDUFSCar, 2017.
- AZEVEDO, F. A. A imprensa brasileira e o PT nas eleições presidenciais: as coberturas eleitorais de 1989 a 2006. In: V CONGRESO LATINOAMERICANO DE CIENCIA POLÍTICA, 5., 2010, Buenos Aires. *Anales [...]*. Buenos Aires: Asociación Latinoamericana de Ciencia Política, 2010. Disponível em: <https://cdsa.academica.org/000-036/645.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2022.
- AZEVEDO, F. A. A imprensa brasileira e o PT: um balanço das coberturas das eleições presidenciais (1989-2006). *Revista Eco-Pós*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 41-58, 2009.
- AZEVEDO, F. A. Agendamento da política. In: RUBIM, A. A. C. (org.). *Comunicação & política: conceitos e abordagens*. Salvador: UFBA; São Paulo: Unesp, 2004. p. 41-72.
- AZEVEDO, F. A. Eleições presidenciais, clivagem de classe e declínio da grande imprensa. *REVISTA USP*, São Paulo, n. 90, p. 84-101, jun./ago. 2011.
- AZEVEDO, F. A. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. *Opinião Pública*, Campinas, v. 12, n. 1, p. 88-113, abr./maio 2006.
- AZEVEDO, F. A. PT, eleições e editoriais da grande imprensa (1989-2014). *Opinião Pública*, Campinas, v. 24, n. 2, p. 270-290, maio/ago. 2018.
- BIROLI, F. Técnicas de poder, disciplinas do olhar: aspectos da construção do “jornalismo moderno” no Brasil. *História*, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 118-143, 2007.
- BIROLI, F.; MANTOVANI, D. A parte que me cabe nesse julgamento: a Folha de S. Paulo na cobertura ao processo do “mensalão”. *Opinião Pública*, Campinas, v. 20, n. 2, p. 204-218, ago. 2014.
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. *Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Brasília, DF: Secom, 2014.
- CHAIA, V. L. M. Escândalos políticos: parte do jogo? In: CHAIA, V. L. M.; CHAIA, M. W. (org.). *Mídia e política*. São Paulo: EDUC/Neamp, 2000. p. 13-17.
- CHAIA, V. L. M.; TEIXEIRA, M. Democracia e escândalos políticos. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v. 15, n. 4, p. 62-75, 2001.
- CHARRON, J.; DE BONVILLE, J. *Natureza e transformação do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2016.
- CIOCCARI, D. Operação Lava Jato: escândalo, agendamento e enquadramento. *Revista Alterjor*, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 58-78, 2015.

- COM CRESCIMENTO digital, Folha lidera circulação total entre jornais brasileiros. *ANJ*, 22 abr. 2019. Disponível em: <https://www.anj.org.br/com-crescimento-digital-folha-lidera-circulacao-total-entre-jornais-brasileiros/>. Acesso em: 24 mai. 2022.
- FIGUEIREDO, M. Intenção de voto e propaganda política: efeitos da propaganda eleitoral. *Logos 27, Mídia e Democracia*, Rio de Janeiro, ano 14, p. 9-20, 2007.
- FIGUEIREDO, R. R. Mídia e eleições: cobertura jornalística da campanha presidencial de 1994. *Opinião Pública*, Campinas, v. V, n. 1, p. 72-89, nov. 1998.
- FILGUEIRAS, F. A tolerância à corrupção no Brasil: uma antinomia entre normas morais e prática social. *Opinião Pública*, Campinas, v. 15, n. 2, p. 386-421, nov. 2009.
- GERALDINI, B. F. S.; ALVES, M. Imprensa e cobertura eleitoral: a agenda da fsp durante o primeiro turno das eleições de 2016. *Revista Perspectiva Histórica*, v. 6, p. 117, 2017.
- GRUPO GLOBO sobe no ranking de maiores empresas de mídia do mundo. *Grupo Globo*, 31 mai. 2016. Disponível em: http://186.192.81.98/noticias/grupo_globo_sobe_ranking_empresas_midia_mundo.php. Acesso em: 24 mai. 2022.
- KIOUSIS, Election Spiro; MCCOMBS, M. Agenda-Setting Effects and Attitude Strength: Political Figures during the 1996 Presidential. *Communication Research*. Vol. 31, Issue 1, 2004.
- LANG, K.; LANG, G. E. The mass media and voting. In: BURDICK, E. (ed.). *American voting behavior*. Glencoe: Free Press, 1950. p. 217-235.
- LIPPMAN, W. *Opinião pública*. Petrópolis: Vozes, 2010.
- LO PRETE, Renata. Em entrevista à Folha em 2005, Jefferson revelou o mensalão; leia. *Folha de S. Paulo*, Brasília, 25 fev. 2014. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/02/1417161-em-entrevista-a-folha-em-2005-jefferson-revelou-o-mensalao-leia.shtml>. Acesso em: 24 mai. 2022.
- MANCINI, P.; SWANSON, D. L. *Politics, media and modern democracy: an international study of innovations in electoral campaigning and their consequences*. Westport: Praeger, 1996.
- MANIN, B. As metamorfoses do governo representativo. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 10, n. 29, 1995.
- MANIN, Bernard. A democracia do público reconsiderada. In: *Novos Estudos Cebrap*, n. 97, São Paulo, p. 115-127, 2013.
- MCCOMBS, M. *A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- MCCOMBS, M.; SHAW, D. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, v. 36, n. 2, p. 176-187, 1972.
- MCQUAIL, Denis. *Teorias da comunicação de massa*. Porto Alegre: Penso, 2013.

MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. Visibilidade na mídia e campo político no Brasil. *DADOS – Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, v. 53, n. 3, p. 695-735, 2010.

NO IMPRESSO, internet e celular, Folha é jornal de maior alcance do país. *Folha de S. Paulo*, 27 fev. 2016. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/02/1744085-no-impresso-internet-e-celular-folha-e-jornal-de-maior-alcance-do-pais.shtml>. Acesso em: 27 abr. 2022.

OLIVEIRA, G. *Ripple effect dos ataques: relação entre agenda e enquadramentos da imprensa e da propaganda negativa eleitoral*. 2017. 245 p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-graduação em Ciência Política, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2017.

RUBIM, A. A. C.; AZEVEDO, F. A. Mídia e política no Brasil. *Lua Nova – Revista de Cultura e Política*, São Paulo, n. 43, p. 189-216, 1998. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0102-64451998000100011>.

SCHUDSON, M. *Descobrimos a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Petrópolis: Vozes, 2010.

SEGUNDO TURNO das eleições municipais 2016 registra aumento de abstenções. *TSE*, Brasília, 8 nov. 2016. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2016/Novembro/segundo-turno-das-eleicoes-municipais-2016-registra-aumento-de-abstencoes>. Acesso em: 24 mai. 2022.

SELIGSON, M. The impact of corruption on regime legitimacy: a comparative study of four Latin American countries. *The Journal of Politics*, v. 64, n. 2, p. 408-433, 2002.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SPECK, B. O financiamento político e a corrupção no Brasil. In: BIASON, R. C. (org.). *Temas de corrupção política no Brasil*. v. 1. São Paulo: Balão, 2012. p. 49-97.

THOMPSON, J. B. *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Tradução: Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2002.

TRAQUINA, N. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos, 2001.