

35º Encontro Anual da Anpocs

GT01

Ciberpolítica, ciberativismo e cibercultura

As enquetes na blogosfera e a agenda de debates na ciberpolítica

Rosemary Segurado*
Silvana Gobbi Martinho*

* Rosemary Segurado – Professora do Departamento de Política da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e da Escola de Sociologia e Política de São Paulo, pesquisadora do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política da PUC/SP.

* Silvana Martinho – Mestre em Ciências Sociais, editora da Revista Aurora e pesquisadora do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política da PUC/SP.

As enquetes na blogosfera e a agenda de debates na ciberpolítica

Rosemary Segurado*
Silvana Gobbi Martinho*

Resumo: A presente comunicação tem como objetivo analisar o papel das enquetes utilizadas na mídia digital na promoção dos debates relacionados à agenda da política. Para isso, analisamos os resultados das enquetes do site da Revista Carta Capital, fazendo relação com os temas abordados nas editoriais de Opinião e Poder do Jornal Folha de São Paulo, durante o primeiro trimestre do governo Dilma Rousseff no Brasil.

Introdução

Atualmente, vários estudos a respeito do papel das novas tecnologias no debate da política apontam para a necessidade de verificarmos a formação da opinião pública a partir do cruzamento de informações entre os grandes meios de comunicação e os debates realizados nas diversas ferramentas da mídia digital. Nesse sentido, analisaremos o debate que transborda na internet sobre temas da agenda da grande mídia, verificando a interatividade dos internautas por meio das enquetes da Carta Capital entre maio e junho de 2011, período em que ocorreu a primeira crise política do governo de Dilma Rousseff, com a saída do Ministro da Casa Civil, Antonio Pallocci Filho.

A discussão a respeito do papel das pesquisas de opinião pública é bastante frequente entre os estudiosos da comunicação política, porém ainda não se encontram estudos que abordem a relação das enquetes na internet. Diferentemente da pesquisa de opinião pública, a enquete não é estruturada como a pesquisa científica, significa dizer que não utiliza procedimentos estatísticos e não adota uma amostra do universo de entrevistados.

A enquete possui caráter aleatório e não tem como postulado verificar a opinião em diversos estratos sociais, como a pesquisa de opinião pública

* Rosemary Segurado – Professora do Departamento de Política da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e da Escola de Sociologia e Política de São Paulo, pesquisadora do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política da PUC/SP.

* Silvana Martinho – Mestre em Ciências Sociais, editora da Revista Aurora e pesquisadora do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política da PUC/SP.

estruturada, e parte da realização de uma pergunta direta sobre um tema que esteja no centro de um debate travado publicamente. Portanto, quer identificar uma opinião simples no “calor” do momento.

As enquetes são amplamente utilizadas por sites e blogs jornalísticos, como ferramenta importante para estabelecer a interatividade com seus leitores. Alguns sites ou blogs possuem enquetes diárias que são empregadas para captar a opinião dos internautas sobre diversos temas que estejam em destaque no respectivo momento.

Considerando a velocidade da comunicação exercida na blogosfera, a enquete funciona para ajudar a potencializar o debate em torno de determinado tema sem perder o momento da discussão. Portanto, a partir da divulgação de uma informação, a enquete pode ser colocada no ar e passa a contabilizar automaticamente as manifestações dos internautas, distanciando-se da preocupação de ser uma “radiografia” da opinião pública contemplando todos os segmentos sociais.

Metodologia

Para realizar o estudo proposto, selecionamos as enquetes publicadas na página da web da revista Carta Capital e os cadernos de Opinião e Poder do Jornal Folha de São Paulo, relacionando-os e analisando-os durante os meses de maio e junho de 2011, período em que ocorreu a primeira crise política do governo de Dilma Roussef, que resultou na saída do então ministro da Casa Civil, Antonio Palocci Filho.

O objetivo é entender as relações entre o enquadramento da pergunta dirigida aos internautas e a agenda de debates do período correspondente, verificando as relações entre o resultado da pesquisa realizada no site e os principais temas em discussão na ciberpolítica. Para tanto, realizamos uma análise quantitativa e qualitativa das enquetes e artigos presentes nos canais de comunicação estudados.

Foi desenvolvida uma planilha de análise e aplicada nos artigos presentes nos cadernos Opinião e Poder, correspondentes ao período do primeiro trimestre do governo Dilma Roussef, selecionados aqueles publicados

na semana anterior da divulgação da enquete. Atrelado a uma descrição qualitativa das mesmas.

As enquetes divulgadas em um veículo de comunicação como a internet impulsionam a interatividade, podendo representar a opinião pública da ciberpolítica.

A chamada grande mídia (jornal, revista e tv) transmite a representação da realidade que chega aos cidadãos em uma leitura secundária, isto é, uma realidade estruturada pelos jornalistas. *“A mídia constrói e apresenta ao público um pseudoambiente que significativamente condiciona como o público vê o mundo”* (McCombs, 2009: 47)

A seleção de assuntos a serem transmitidos e a forma como eles serão apresentados ao público é resultado de uma seleção diária realizada pelos editores e diretores de redação, que têm como consequência o fato de que são eles quem direcionam a atenção e o pensamento do público a determinados assuntos.

A hipótese de que a produção de notícias demanda uma operação de enquadramento, que se realiza na rotina produtiva da imprensa através da adoção de critérios de relevância para organizar acontecimentos, temas, aspectos e problemas é definida como agenda setting ou agendamento da notícia.

O agendamento da notícia é um termo construído por McCombs (2009) a partir do estudo das eleições presidenciais norte-americanas nos anos 1970, que visavam discutir os efeitos da comunicação de massa nas escolhas políticas dos eleitores. As conclusões correspondem ao fato de que a ênfase dada a determinado tópico da agenda pública fará com que conseqüentemente ela se torne foco da atenção e do pensamento do público, o que com o tempo faz com que os temas enfatizados nas notícias passem a ser considerados como os assuntos mais importantes pelo público.

O agendamento da notícia, segundo McCombs (2009), não é deliberado e premeditado, mas sim inadvertido. O que o jornalista faz não é de todo intencional; o fato de a agenda da mídia pautar a agenda pública é uma consequência da estrutura jornalística, que precisa sintetizar determinados fatos e acontecimentos políticos.

Essa afirmação não retira a forte responsabilidade ética que os jornalistas devem ter para selecionar cuidadosamente os temas em suas agendas, uma vez que o agendamento aponta para onde a atenção pública irá se dirigir quando os temas são apresentados.

Fernando Azevedo (2004) esquematizou as pesquisas realizadas desde os anos 70, que visavam discutir os efeitos da comunicação de massa nas escolhas políticas do cidadão-eleitor e considera que a ideia força implícita na noção de agenda setting é a de que:

a) a mídia, ao selecionar determinados assuntos e ignorar outros, define quais são os temas, acontecimentos e atores relevantes para a notícia; b) ao enfatizar determinados temas, acontecimentos e atores sobre outros, estabelece uma escala de proeminências entre esses objetos; c) ao adotar enquadramentos positivos e negativos sobre temas, acontecimentos e atores, constrói atributos (positivos ou negativos) sobre esses objetos; d) há uma relação direta e causal entre as proeminências dos tópicos da mídia e a percepção pública de quais são os temas importantes num determinado período de tempo. (AZEVEDO, 2004: 52)

Os especialistas em comunicação política vão afirmar que analisar só a agenda da mídia não é o suficiente (HACKETT, 1993; TANKARD, 2001). Deve-se analisar também o *enquadramento*, que, segundo Porto (2004), a partir da leitura de estudiosos como Goffman (1986), Kahneman e Tversky (1986), Tuchman (1978), Gitlin (1980), e da consideração com relação à abrangência do conceito e a impossibilidade de defini-lo como uma teoria única, corresponde ao princípio de seleção, ênfase e apresentação usada pelos jornalistas, no caso também desenhistas, para organizarem a realidade e o noticiário levando à construção de uma determinada interpretação dos fatos. Isto é, a forma como são apresentadas as matérias na mídia é importante, pois pode atuar como um instrumento de poder político, visto que envolve uma escolha deliberada dos jornalistas na construção da forma como a notícia irá se apresentar ao receptor da mensagem.

O enquadramento envolve essencialmente seleção e audiência. Enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito. (ENTMAN, 1994:294 in PORTO, 2004:82, tradução do autor).

Nesse sentido, a mídia pode influenciar os cidadãos com relação ao que pensar – *agenda setting* – e no como pensar – *enquadramento*.

O agendamento e o enquadramento dos artigos presentes no JFCP são importantes em sua relação com as enquetes divulgadas na revista Carta Capital, pois ao enfatizarem certos temas pode influenciar a opinião dos leitores, medida pela enquete.

Análise quantitativa:

A estrutura da planilha 01 é composta por elementos que possibilitam a identificação como:

- a) Pergunta: identificação da questão elaborada;
- b) Período: semana na qual a enquete ficou disponível no site;
- c) Número de usuários participantes.

Realizada a identificação, pretendeu-se perceber os principais temas abordados.

d) Temas e subtemas: as enquetes foram separadas em 3 categorias temáticas: (a) regional; (b) nacional e (c) internacional. Cada uma dessas categorias podia apresentar os mesmos subtemas.

Subtemas:

- 1) Política: enquetes cujo assunto corresponde à área política, abrangendo questões como escândalos; críticas e posicionamentos dos governantes.
- 2) Economia: enquetes que abordam assuntos relacionados à área econômica, relacionados principalmente a privatização, desemprego e crescimento econômico.
- 3) Valores morais: enquetes relacionadas a questões de âmbito moral como homossexualismo e aborto.
- 4) Sociedade: enquetes que abordam assuntos referentes às questões sociais do país como saúde, educação, política compensatória e questões agrárias.

Após essa primeira identificação das enquetes, estabelecemos a relação das mesmas com o debate travado na mídia de massa a partir do jornal Folha de São Paulo.

Selecionamos as matérias publicadas nas editorias Opinião e Poder durante os meses de maio e junho de 2011 na semana correspondente à divulgação das enquetes. O conteúdo do jornal também foi colocado em uma planilha para, posteriormente, estabelecer a relação entre ela e a enquete.

A planilha 02 se estruturou da seguinte maneira:

- a) título: identificação do artigo;
- b) data: dia, mês e ano em que o artigo foi divulgado.
- c) sessão: caderno no qual o artigo foi divulgado (opinião ou poder).

A partir dessa primeira identificação, selecionamos os artigos que possuíam temáticas iguais ou relacionadas aos assuntos abordados nas enquetes e analisamos como eles foram enquadrados, visando compreender como as informações foram apresentadas. Foram abordadas 4 categorias: (a) avaliativa; (b) propositiva; (c) informativa; (d) opinativa.

- (a) **Avaliativa:** os artigos e notícias podem passar por avaliações a partir de determinado ponto de vista com relação às forças políticas em confronto, produzindo distintas histórias. A avaliação foi aqui dividida em duas diferentes abordagens: (1) avaliação moral, quando reforça certos posicionamentos e verdades pré-estabelecidas sem considerar criticamente o assunto. (2) avaliação crítica: coloca em questão as verdades pré-estabelecida avaliando suas implicações em um determinado tipo de sociedade e política.
- (b) **Propositiva:** propõe uma reflexão com relação à situação política vigente.
- (c) **Informativa:** quando a intencionalidade está restrita à informação de um fato, sem a emissão de juízos ou reflexões.
- (d) **Opinativa:** fortalece as verdades pré-estabelecidas e o senso comum. É diferente da avaliação moral, pois não utiliza de argumentos para justificar seu posicionamento.

Após a identificação dos principais assuntos abordados nas enquetes presentes no site da revista Carta Capital, e como esses assuntos foram abordados no jornal Folha de São Paulo, estabelecemos a relação entre a pergunta dirigida aos internautas e a agenda de debates do período correspondente.

Opinião pública

A opinião pública na política brasileira possui um papel relevante tanto nos períodos de normalidade democrática, como em momentos de crise política. As realizações de pesquisas de opinião pública, que são uma constante na nossa vida política, sempre estão preocupadas em saber o que os cidadãos pensam sobre determinados temas.

O debate em torno da questão da opinião pública é extenso e heterogêneo, sendo compreendido de diferentes maneiras por diferentes abordagens, podendo ser definido como um agregado de opiniões individuais ou como reflexo das opiniões da maioria.

É, sobretudo, a partir de meados do século XX que o conceito começou a ser amplamente trabalhado. Lippmann (1960) afirma que a opinião pública é o principal motor nas democracias e por isso seria razoável esperar encontrar uma literatura vasta. Mas não, segundo o autor, a existência da força chamada opinião pública é um dado adquirido (Lippmann, 1960, p. 253, apud Silveirinha, 2004, P. 2004, P. 410).

Silveirinha (2004) irá trabalhar a questão da opinião pública e, para isso, recupera autores que abordam o tema, percorrendo desde J. Bentham e J. Mill, passando por Kant, Hegel, Tocqueville e Habermas. Na avaliação de John Stuart Mill, a opinião pública seria o grande problema das modernas democracias, pois dentro dessa visão a maioria conduziria o governo e os indivíduos se perderiam nas massas: *“Atualmente os indivíduos estão perdidos na multidão. Em política é quase uma trivialidade dizer que agora a opinião pública governa o mundo. O único poder digno desse nome é o poder das massas e dos governos que se tornam o órgão das tendências e dos instintos das massas”* (MILL, 1997, p. 68-69 apud SILVEIRINHA, 2004, p. 421).

Os autores estudados por Silveirinha remetem a discussão sobre opinião pública à Imprensa, como um dado fundamental que dá sustentação à sua constituição. Tanto Tocqueville como James Bryce expressam uma preocupação com a opinião pública, muitas vezes identificada com a “tirania da

maioria”, visto que prevalece a opinião da “maioria silenciosa” e não dos indivíduos e o predomínio da diversidade.

Bryce, por exemplo, reforça a presença dos meios de comunicação de massa como poderosos e “os jornais como os órgãos mais importantes e mesmo cruciais, pois refletem a opinião pública” (SILVEIRINHA, 2004, p. 424).

Na avaliação da autora, Gabriel Tarde considera que *“a opinião é para o público moderno o que a alma é para o corpo”* (TARDE, 1986, p.79 apud SILVEIRINHA, 2004, p. 425). E complementa: *“a opinião é definida como um grupo de juízos, momentâneo e mais ou menos lógico, responde a problemas reais e se encontra reproduzida em numerosas pessoas do mesmo país, do mesmo tempo e da mesma sociedade”* (SILVEIRINHA, 2004, p. 426).

Tönnies avalia os jornais como fundamentais para expressão de ideias e como veículos de informação para a formação da opinião pública. Na avaliação de Silveirinha, Lippmann afirma que *“a democracia está, pois, em perigo, porque os modernos mass media servem apenas para reforçar as opiniões estereotipadas, sendo que a opinião pública é simplesmente a agregação de opiniões privadas informadas pelos media.”* (SILVEIRINHA, 2004, p.432).

Não se pode falar de uma opinião pública, e nem de uma somatória de opiniões, pois existem vários públicos e a própria opinião pública não pode ser pensada fora dos *media*. O trabalho de Stuart Hall levanta a questão de que *“os media têm um papel fundamental no moldar da opinião pública, mas os autores reconhecem que há um nível de experiência pública que existe fora dos media”* (SILVEIRINHA, 2004, p. 438).

“O objetivo da política mediada é usar a comunicação de massa para mobilizar o apoio público necessário para ganhar eleições e implementar os seus programas, a opinião pública sofre uma tecnificação e objectificação, passando a ser medida e ‘contabilizada’ sob a forma numérica, constituindo-se como um barômetro permanente... que ‘aquece’ ou ‘arrefece’ a acção política institucionalizada” (SILVEIRINHA, 2004, p. 441).

Na avaliação de Ortega, *“a proliferação de toda espécie de sondagens nos meios de comunicação é algo mais que um desejo de precisão social. É também um eficaz instrumento de dirigir a atenção da sociedade e dos políticos para certos temas”* (ORTEGA, 2000, P. 77 apud SILVEIRINHA, 2004, p. 441).

O conceito de opinião pública é visto por Pierre Bourdieu (BOURDIEU, 1982) como tendo *“um valor quase puramente empírico de validade*

questionável” (SILVEIRINHA, 2004, p. 442). Bourdieu considera a opinião pública como ficção e produzida como produto de uma retórica, sendo reduzida a sondagens de opinião e a instauração do que se poderia chamar de ‘sondocracia’. As pesquisas de opinião não possuem fundamento crítico, reflexivo ou comunicativo.

Bourdieu afirma que *“a opinião pública não existe. Primeiramente, toda pesquisa de opinião supõe que todo mundo pode ter uma opinião; ou, em outras palavras, que a produção de uma opinião está ao alcance de todos”* (BOURDIEU, 1982, p. 137). O autor não parte da crítica à representatividade das amostras para problematizar as pesquisas de opinião pública, mas identifica um caráter político nas problemáticas propostas aos entrevistados. Nesse sentido, afirma que *“a sondagem de opinião pública, no contexto atual, é um instrumento de ação política; sua função mais importante consiste talvez em impor a ilusão de que existe uma opinião pública como pura adição de opiniões individuais”* (BOURDIEU, 1982, p. 139-140).

As pesquisas informam o que os outros pensam sobre determinados assuntos e a publicização nos meios de comunicação pode auxiliar os indivíduos a compreenderem determinadas questões e, a partir desse conhecimento, atuarem de uma maneira ou de outra.

“Los sondeos pueden revelar hasta qué punto el público está informado acerca de cualquier tema, y si tiene opiniones firmes sobre el mismo; al mismo tiempo, pueden dar a conocer qué hace la gente y a qué medios de comunicación está expuesta” (BLUTLER y ROSE, 1960 apud WORCESTER, 1995, p. 188).

Sampedro (2010) afirma que atualmente o principal debate em torno da questão da opinião pública corresponde ao caráter transnacional da mesma, caráter esse potencializado pelas Novas Tecnologias da Informação e Comunicação, que possibilitam um leque de informações e discursos e diálogos, criando, segundo o autor, uma esfera pública, cujos atores gerariam a opinião pública com a intenção de influenciar a tomada de decisão dos agentes políticos.

As sondagens, quando realizadas pelos meios de comunicação, servem para informar, instruir e entreter, daí a propagação de pesquisas

encomendadas pelos diferentes meios. Também são utilizadas pelos partidos políticos e por grupos de pressão, que querem influenciar a opinião pública, problematizando assuntos políticos.

No caso brasileiro, as pesquisas de opinião pública servem como legitimadoras das ações governamentais, como ator importante na condução dos processos políticos e como instrumento para a elaboração e condução das políticas públicas e políticas governamentais.

As pesquisas de opinião pública também são utilizadas para legitimar políticas adotadas pelos governantes e auxiliam na elaboração de políticas públicas e programas partidários. Todos querem saber o que a chamada opinião pública pensa a respeito de certos assuntos.

Breve histórico da Carta Capital e do Jornal Folha de São Paulo

Carta Capital

A Carta Capital é uma revista semanal que trata de assuntos de âmbito político, econômico, negócios e cultura. Ela é editada por uma pequena editora (Confiança), que tem como sócios jornalistas da própria publicação e pequenos investidores. É comandada por Mino Carta, italiano de nascimento e um dos mais importantes jornalistas brasileiros, que já dirigiu grandes redações de jornais e revistas. Mino Carta foi o fundador do Jornal da Tarde, das revistas Quatro Rodas, IstoÉ e Veja, que dirigiu entre os anos de 1968 a 1977. Sua saída da direção da revista foi resultado da pressão do regime militar e por desentendimentos com Robert Civita, principal acionista da Editora Abril, que edita a Veja.

Depois de várias tentativas infrutíferas de montar veículos de comunicação próprios, como alternativa aos conservadores conglomerados de mídia de propriedade familiar, Mino criou em 1994 a Carta Capital — primeiro mensal, depois quinzenal e, há dez anos, semanal.

Carta Capital possui a tiragem de aproximadamente 100.000 mil, é dirigida a executivos e formadores de opinião. Seus textos são mais aprofundados, analíticos e contextualizados, num esforço de ir à essência dos fatos — ao contrário da superficialidade de outras revistas semanais. Carta

Capital tem uma postura progressista, claramente antineoliberal, de apoio a políticas de desenvolvimento econômico e de inclusão social, e de inserção soberana do Brasil na economia globalizada.

A partir de 2004 a Carta Capital passou a ter um site na Internet, atuando com o diferencial da interatividade, característico da rede mundial de computadores. A interatividade corresponde a recursos que possibilitam a participação dos usuários a debates e discussões que envolvem a dinâmica dos assuntos abordados pela revista por meio de enquete, comentários de notícias, diferenciando-se do modelo tradicional de comunicação e possibilitando a participação e a emissão de opinião, se consolidando como um novo modelo do jornalismo, pois atua de maneira ágil, instantânea e exploradora da potencialidade da internet.

O site da revista Carta Capital se estrutura da seguinte maneira: há no topo da página três linhas informativas contendo (a) a logomarca da revista Carta Capital e a possibilidade de cadastro para assinar a revista impressa; (b) links para a página inicial; os colunistas; as edições anteriores; fale conosco; carta digital e um mecanismo de busca interno e externo; (c) links por assuntos de política, econômica, cultura, internacional, saúde, sociedade, tecnologia, Carta na Escola, Carta Fundamental (publicações dirigidas para professores do Ensino Médio e Fundamental II, respectivamente) e Carta Verde, que apresenta notícias e informações sobre o meio ambiente. E ainda links para compartilhar o conteúdo da página da web em redes sociais.

No centro da página aparecem slides com imagens de âmbito cultural versando sobre filmes; livros e assuntos históricos; ao lado desses slides e também no centro aparece a lista com os nomes dos colunistas que ao clicar o leitor é encaminhado para seus principais artigos, entre eles estão Delfim Netto, Luiz Gonzaga Belluzzo, Celso Amorim, Wálter Maierovitch, Thomaz Wood, Sócrates, Marcos Coimbra, Drauzio Varela, Riad Younes e Rogério Tuma. Ao lado direito da página e ainda no centro, aparece a capa da revista semanal impressa, abaixo da capa pode-se observar um link da Petrobras (Petróleo Brasileiro S/A) que direciona a página da empresa e na sequência a enquete da semana, que corresponde ao objeto de estudo deste artigo. O resultado da enquete é divulgado também na revista impressa, sempre com

uma semana de diferença. Ainda na página da revista aparecem as últimas notícias e as mais lidas, com destaque para aquelas com assuntos da política.

Jornal Folha de São Paulo

O jornal Folha de São Paulo é um dos principais jornais brasileiros, editado na cidade de São Paulo com circulação nacional, líder absoluto de tiragem diária, inserido em um mercado altamente segmentado e competitivo. Possui forte impacto junto a diferentes segmentos da sociedade, versando sobre diversos assuntos do Brasil e do mundo. A análise do jornal se faz importante na medida em que possui considerável importância como agente formador de opinião junto ao público principalmente paulista.

O início do jornal ocorreu em 1960 a partir da fusão de dois importantes títulos da empresa (Folha da Manhã e Folha da Noite). Presente em importantes períodos da história política, social e cultural do Brasil, aparecendo em 1983 como o primeiro órgão da imprensa a definir sua posição a favor das eleições diretas para presidente da República e, em 1991, a favor do impeachment do então presidente Fernando Collor de Mello. No ano de 2005 publicou uma entrevista com o deputado federal Roberto Jefferson, dando origem ao chamado escândalo do “mensalão”, na instauração de uma Comissão Parlamentar de Inquérito e na cassação de mandatos e afastamento de parlamentares. Em 2009 o jornal usou o termo “ditabranda” para se referir à ditadura brasileira em um editorial criticando o governo de Hugo Chávez na Venezuela, gerando importante debate e sendo capa da revista Carta Capital. A Campanha eleitoral de 2010, ano em que ocorreram campanhas para Presidente da República, renovação do Congresso Nacional e de governantes, teve forte atuação do jornal Folha de São Paulo na cobertura dos candidatos, atuando de forma parcial. Análises da cobertura dos principais veículos de comunicação impressos do Brasil com relação à campanha eleitoral¹ demonstraram, a partir da análise das manchetes da primeira página do jornal em um período correspondente a semana anterior a votação do primeiro turno, que a Folha veiculou apenas duas manchetes positivas à campanha petista

¹ Ver em <http://www.brasildefato.com.br/node/3320> acesso em 30/06/2011

("Lula vai à TV e afirma que Serra partiu para baixaria", no dia 8, e "Desemprego é o menor, e renda é a maior em 8 anos", no dia 24). E destacou um total de dezoito manchetes desfavoráveis. Esses breves apontamentos com relação à JFSP reafirmam a importância desse veículo de comunicação principalmente no estado de São Paulo.

Nessa pesquisa analisamos as editorias de Opinião e Poder da Folha de São Paulo. A editoria de Opinião tem espaço e layout fixo, ocupando a segunda e terceira páginas do jornal. Nele estão presentes dois editoriais; artigos de colunistas (fixos) dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília; Charge; há também o painel do leitor acompanhado pela sessão Erramos e Tendências e Debates (esta aberta a opiniões externas ao quadro de jornalistas do jornal), que aos fins de semana apresentam posições contrárias entre si.

Já o caderno Poder, antigo caderno Brasil, passou a ter essa denominação após uma reforma visual da Folha realizada seis meses antes do início da campanha eleitoral de 2010. Recebeu esse nome para justificar que, no âmbito da política institucional ou da sociedade civil, o que une todos esses grupos é justamente a disputa pelo poder. Esse caderno é caracterizado por questões de conjuntura política do Brasil com cobertura dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, seja nos assuntos relacionados à religião, aos movimentos sociais e às organizações da sociedade civil brasileira.

Enquetes

As enquetes são mecanismos bastante utilizados por veículos de comunicação presentes na internet como os blogs e sites de mídias alternativas. Nesse contexto o debate que se abre corresponde à diferenciação entre enquete e pesquisa de opinião pública. Essa conceituação é importante, pois, em muitos casos, enquete e opinião pública são tratadas como sinônimos.

De forma geral, a pesquisa de opinião pública pode ser compreendida pelo uso de procedimentos científicos para mensurar a opinião dos indivíduos em um universo previamente estabelecido. A partir da escolha do universo temos várias etapas, como, por exemplo, o tamanho da amostra de

entrevistados, a elaboração de questionário estruturado ou semi-estruturado, classificação socioeconômica dos informantes, entre outros aspectos.

Essas pesquisas vêm adquirindo um papel cada vez mais fundamental nas decisões políticas e são amplamente utilizadas nos processos eleitorais ou nos momentos decisivos da realidade social e política e pode contribuir para a tomada de decisões. Governantes, partidos políticos, personalidades públicas fazem essas consultas para orientar suas ações, corrigir rotas ou, ainda, para compreender os humores da população.

Desse modo, nota-se que a divulgação dos resultados é utilizada como se fosse a radiografia da opinião pública, principalmente pela cientificidade dos procedimentos estatísticos usados nas várias etapas de coleta e tratamento dos dados. A enquete não é estruturada como a pesquisa científica, não utiliza procedimentos estatísticos e não adota uma amostra do universo de entrevistados. Possui caráter aleatório e não tem como postulado verificar a opinião em diversos estratos sociais como a pesquisa de opinião pública estruturada. A enquete faz uma pergunta direta sobre um tema que esteja no centro de um debate travado publicamente, portanto quer identificar uma opinião simples no “calor” do momento.

As enquetes são amplamente utilizadas por sites e blogs jornalísticos. Alguns sites ou blogs possuem enquetes diárias que são empregadas para captar a opinião dos internautas, mas também funcionam como aspecto que impulsiona a interatividade. Nossa hipótese provisória é que a enquete está para a ciberpolítica assim como a pesquisa de opinião pública está para a mídia impressa.

Considerando a velocidade da comunicação exercida na blogsfera, a enquete funciona para ajudar a potencializar o debate em torno de determinado tema sem perder o ‘calor’ da discussão; portanto, a partir da divulgação de uma informação, a enquete pode ser colocada no ar e passa a contabilizar automaticamente as manifestações dos internautas. Mesmo que ela não tenha a preocupação de ‘representar’ a opinião pública contemplando todos os segmentos sociais.

Por outro lado, temos as pesquisas de opinião divulgadas pela mídia impressa. A elaboração de uma pesquisa pressupõe um conjunto de etapas que vão desde a elaboração do questionário, definição da amostra,

organização do trabalho de campo, tabulação dos questionários e a análise dos resultados obtidos. Após o cumprimento dessas etapas são publicados os resultados da pesquisa. É a partir deles que se inicia o debate sobre o tema abordado.

Análise:

Selecionamos as enquetes realizadas em maio e de junho de 2011. Ao todo foram 9 enquetes sobre temas variados da agenda política regional, nacional e internacional.

As perguntas foram formuladas com base em temas diversificados que envolvem aspectos políticos, morais e éticos.

Agrupamos as enquetes com base em eixos temáticos que expressavam certa proximidade.

No primeiro bloco: *Política Regional*

- (1) A posição dos moradores de Higienópolis a respeito da construção de uma estação de metrô no bairro;
- (2) Realização de plebiscito sobre a divisão do estado do Pará;
- (3) Protestos dos bombeiros do Rio de Janeiro
- (4) Manifestações organizadas pela Internet em São Paulo e Natal.

No segundo bloco: *Política Nacional*

- (1) Duas enquetes com temáticas relacionadas à homossexualidade;
- (2) Aprovação da união estável entre pessoas do mesmo sexo pelo STF;
- (3) Veto da presidenta Dilma Russeff à distribuição do kit anti-homofobia nas escolas públicas.
- (4) aumento do patrimônio de então ministro da casa civil Antonio Palocci Filho

No terceiro bloco: *Política Internacional*

- (1) Morte de Bin Laden

Política Regional:

Enquete sobre a posição dos moradores de Higienópolis a respeito da construção de uma estação de metrô no bairro.

Moradores de Higienópolis rejeitam uma estação de metrô no bairro paulistano. O que você pensa a respeito?

A reação demonstra o preconceito, numa postura elitista de quem não quer se misturar com outras classes sociais. 69%

Se eles não querem, coloque uma estação perto da minha casa! 21%

Eles estão certos. Como diz a associação Defenda Higienópolis, a estação atrairia ocorrências indesejáveis e transformaria a região em um camelódromo. 5%

É um sinônimo do culto do carro existente na maioria das capitais brasileiras. 5%

1.884 pessoas responderam a consulta realizada entre os dias 13 e 19 de maio

O jornal FSP abordou o tema da enquete no período da votação, publicando um artigo no caderno opinião e uma matéria no caderno Poder. O primeiro artigo utilizou o debate em torno da estação de metrô em Higienópolis para propor um debate em torno da extensão do metrô na superfície atrelado a uma crítica às relações estabelecidas entre o governo de São Paulo e as empreiteiras no governo atual de Geraldo Alckmin. Já a matéria do caderno Poder aborda o tema a partir da potencialidade de articulação juvenil pela internet como mobilizadora social a partir de pesquisa com 1.200 entrevistados citando a questão do metro como exemplo.

Enquete sobre a divisão do Pará em dois novos estados

O Senado aprovou na semana passada a realização de um plebiscito para que a população decida sobre a divisão do Pará em dois novos estados: Carajás e Tapajós. Na sua opinião:

A mudança vai apenas beneficiar caciques locais, que poderão se apoderar de estruturas burocráticas e recursos 52%

a serem destinados para administrar os territórios:

Não adianta criar novos estados: os problemas das regiões e a violência no campo continuarão existindo nas áreas mais sensíveis do Norte do País. 27%

A criação de novos estados dentro do atual Pará vai ser importante para levar segurança e desenvolvimento para áreas onde o estado não consegue chegar: 21%

1.654 pessoas responderam à consulta realizada entre os dias 3 a 9 de junho

A Folha de São Paulo publicou no editorial do dia 06 de junho de 2011 um editorial com a temática da divisão do Pará intitulado de “Plebiscito equivocado”, no qual o plebiscito é avaliado como controverso uma vez que o Pará não será dividido em dois estados, e sim três. O editorial afirma que o plebiscito deveria discutir a distribuição dos recursos do governo do Pará. Ao encerrar o texto conclui que a divisão trará desdobramento danoso para o estado do Pará e para o resto do país, alinhando-se ao resultado final da enquete, na qual 52% afirmam que A mudança vai apenas beneficiar caciques locais, que poderão se apoderar de estruturas burocráticas e recursos a serem destinados para administrar os territórios.

Enquete sobre os protestos dos bombeiros do Rio de Janeiro

Após quase uma semana, os bombeiros que protestavam por melhores salários no Rio foram soltos por determinação na Justiça. Na sua opinião:

Os bombeiros devem ser anistiados imediatamente, pois apenas expuseram as condições precárias de trabalho a que estão submetidos: 63%

Todos devem ser punidos, até mesmo o governador Sérgio Cabral, que chamou os bombeiros de vândalos e mostrou que não tem jogo de cintura para resolver a situação sem que ela fosse levada ao extremo: 28%

Os manifestantes devem ser punidos com expulsão, já que não poderiam ocupar prédio público nem promover o motim: 9%

1.409 pessoas responderam a consulta realizada entre os dias 9 e 15 de junho

O editorial do jornal abordou o tema partir de uma temática maior que envolvia o salário dos servidores policiais e se a aprovação de um piso salarial poderá conciliar-se com a realidade orçamentária dos Estados.

Enquete sobre as manifestações organizadas por estudantes na internet e na cidade de São Paulo

Nos últimos meses, uma série de manifestações organizadas por estudantes na internet tomou as ruas de cidades como São Paulo e Natal em protestos contra decisões políticas. Na sua opinião:

Os protestos mostram como as pessoas, em geral, estão cansadas das instituições como partidos políticos, o que não significa que estejam realmente dispostas a participar mais, e melhor, da política: 43%

Essas manifestações mostram que os jovens estão realmente preocupados com os rumos da sociedade e decidiram finalmente lutar por um mundo mais justo: 35%

A juventude não sabe o que está pedindo. Inspirada pelos protestos nos países árabes e na Europa, querem apenas fazer barulho, mas não buscam soluções concretas para a realidade: 17%

1.097 pessoas responderam a consulta realizada entre os dias 16 e 23 de junho

Política Nacional:

Enquete sobre a união estável entre pessoas do mesmo sexo

O STF reconheceu por unanimidade a união estável de pessoas com o mesmo sexo. Como você avalia essa decisão?

Foi correta mas o congresso precisa atuar de forma mais incisiva para assegurar outros direitos e coibir o preconceito. 66%

Não concordo com a equiparação jurídica de casais heteros e homossexuais. 21%

Mesmo diante da omissão do Legislativo, os ministros da corte asseguram os direitos dos homossexuais. 13%

1986 pessoas responderam a consulta realizada entre os dias 6 e 12 de maio

Os artigos e editoriais presentes no jornal no período da realização da consulta corroboram com o resultado final da enquete, afirmando que a decisão do STF é histórica e reconheceu a laicidade do Estado brasileiro. E que uma democracia, para ser completa precisa ter mecanismos como esse para impedir que grupos sociais, mesmo que majoritários, impeçam a garantia de direitos fundamentais de minorias.

Enquete sobre atitude de Dilma com relação ao Kit anti-homofobia

A presidenta Dilma Rousseff vetou a distribuição do polêmico Kit anti-homofobia nas escolas públicas. Na sua opinião:

- | | |
|--|-----|
| Ela está certa ao dizer que o material é inadequado para as escolas e faria "propaganda da opção sexual": | 37% |
| Foi um equívoco. O material contribuiria para combater o preconceito ao alertar professores sobre a homofobia no ambiente escolar: | 24% |
| Dilma teve de ceder a apelos de lideranças religiosas em um momento delicado para o governo. Mas a decisão pode ser revista: | 22% |
| O governo errou ao propor esse material e deve reembolsar os custos do projeto aos cofres públicos: | 17% |

2.801 pessoas responderam à consulta realizada entre os dias 27 de maio e 2 de junho-2011

Não apareceram artigos e matérias nos cadernos estudados durante o período de consulta da enquete.

Enquete sobre o aumento do patrimônio de então ministro da casa civil Antonio Palocci Filho

Em quatro anos, o patrimônio pessoal do ex-deputado e atual ministro da Casa Civil, Antônio Palocci, aumentou ao menos 20 vezes. Na sua opinião, o que isso representa?

- | | |
|--|-----|
| Pode até ser legal, mas não é correto que um político com informações privilegiadas do governo preste consultoria para empresas com eventuais contratos públicos. O conflito de interesses é evidente: | 61% |
| É, no mínimo, suspeito. E merece uma investigação criteriosa das autoridades para saber a origem do dinheiro: | 28% |
| Nada impede um político que ocupou cargos públicos importantes de | 11% |

exercer atividade de consultoria e, graças à sua experiência, atrair muitos clientes e enriquecer:

2.686 pessoas responderam à consulta realizada entre os dias 20 e 26 de maio

FSP NO PERÍODO DA ENQUETE:

Total: 12 editoriais

1 editorial sobre escândalos envolvendo o ex-ministro Palocci

Total: 24 colunas na parte de Opinião

12 colunas sobre escândalos envolvendo o ex-ministro Palocci

Caderno Poder: 2 colunas sobre Palocci

Caderno Poder: 1 entrevista

Total de matérias caderno Poder = 135

Total de matérias caderno Poder sobre Escândalos envolvendo o ex-ministro Palocci = 35

Entre 20 e 26 de maio, a Revista Carta Capital realizou uma enquete a respeito dos escândalos envolvendo o então Ministro da Casa Civil, Antonio Palocci Filho. No mesmo período, pesquisamos as notícias divulgadas no Editorial e nas colunas de Opinião, além das matérias do caderno Poder da Folha de São Paulo. Do total 12 editoriais, 1 abordou o caso Palocci, entre as 24 colunas de Opinião 12 discutiram diretamente o tema e, entre as 135 matérias, 35 trataram a crise no governo Dilma em face às denúncias do aumento do patrimônio de Palocci. Ou seja, aproximadamente 26% se dedicaram ao tema. Isso mostra a centralidade desse escândalo na agenda midiática do período e é possível afirmar que essa exposição refletiu na configuração da opinião pública dos internautas que votaram na enquete.

Com base na análise do sociólogo John B. Thompson em seu estudo sobre os escândalos políticos, podemos analisar alguns aspectos do cruzamento das notícias divulgadas pelo FSP no período em que foram realizadas as enquetes da Carta Capital.

No livro *Escândalos Políticos – Poder e Visibilidade*, Thompson desenvolve uma tipologia para explicar esse fenômeno da política moderna.

Para o autor, os escândalos políticos podem estar relacionados a corrupção, a quebra de decoro parlamentar ou, ainda, escândalos sexuais.

Para o autor, o escândalo político é fenômeno típico da sociedade moderna, embora não seja sua “invenção”. A idéia de escândalo já pode ser encontrada na era clássica grega. Na literatura panfletária dos séculos XVII e XVIII os escândalos estavam relacionados às formas de blasfêmia contra os monarcas. Porém, para Thompson a grande mudança dessa noção surge com o deslocamento do sentido de blasfêmia e passa a se associar à imprensa. A partir desse momento passamos a analisar o escândalo como um fenômeno tipicamente moderno, como um evento midiático.

Nesse sentido, Thompson ressalta que o escândalo político ocorre a partir do momento em que algum tipo de atividade, algum tipo de transgressão é revelado pela mídia. Para o autor, um marco importante para compreendermos o escândalo político é a Inglaterra do século XIX, momento em que ocorreu uma série de escândalos.

O século XX pode ser considerado o “lar do escândalo político”, considerando que ele passaria a ser uma espécie de gênero narrativo e uma arma de luta política das mais poderosas. Com o desenvolvimento da mídia eletrônica, primeiro a televisão, e mais recentemente as tecnologias digitais, a visibilidade na política passa a ser um aspecto cada vez mais central.

Aquilo que ficava oculto, circunscrito aos bastidores da ação política, ganha a cena pública e coloca em xeque a fronteira entre os eventos públicos e privados. Nesse contexto, o escândalo ganha um papel de destaque por colocar em discussão a credibilidade das lideranças política. No caso das denúncias envolvendo o ex-ministro Antonio Palocci, as acusações sobre o abuso de poder foram usadas por seus opositores para questionar a ação do ministro e retirá-lo do cargo de articulação política no governo, e desse modo provocando uma fissura no governo da presidenta Dilma Rousseff.

Ao relacionarmos as enquetes da Carta Capital com as notícias divulgadas pela Folha de São Paulo vemos que o grau de conhecimento público sobre as formas de aumento do patrimônio do ministro afetaram diretamente sua reputação. A ação dos meios de comunicação foi fundamental na publicização do escândalo envolvendo Palocci e afetando sua imagem

pública, até aquele momento inabalável, à medida que gozava de grande apoio político em setores internos e externos do governo e fora dele.

O poder simbólico do ministro era o seu maior capital político, considerando a facilidade com que ele transitava em alguns setores fundamentais para a governabilidade do governo Dilma Rousseff. A reputação de Palocci, conhecido no ambiente político por sua habilidade como negociador e articulador e, principalmente, por representar para o mercado financeiro para a continuidade da política econômica.

Nota-se que a pergunta central da enquete realizada pela Carta Capital entre os dias 20 e 26 de maio de 2011 se pautava na necessidade de esclarecimentos sobre o aumento do patrimônio do ministro. Em 20 de maio, o colunista Fernando de Barros e Silva, da FSP, questionava o silêncio do então Ministro Antonio Palocci Filho diante das denúncias do aumento expressivo de seu patrimônio em um curto período. No mesmo dia Eliane Catanhêde também escreveu na sua coluna sobre a atuação de Palocci no mercado imobiliário, questionando o aumento do patrimônio e a aquisição de dois imóveis no valor de 7,5 milhões. Já no caderno Poder, verifica-se que das 12 matérias dessa edição 6 abordavam centralmente as denúncias sobre o enriquecimento do ex-ministro.

Um dos questionamentos era sobre o aumento da receita da empresa do ex-ministro que no ano de 2010, justamente no ano das eleições presidenciais, período em que seu patrimônio aumentou aproximadamente em 20 milhões de reais. As matérias sugerem que o enriquecimento do ministro em sua empresa de consultoria ocorreu devido ao fornecimento de informações privilegiadas para setores do mercado imobiliário.

Em 21 de maio, o jornalista Fernando Rodrigues escreveu em sua coluna problematizando as atividades de consultoria realizadas por Palocci durante o ano de 2010, período em que exercia o mandato de deputado federal e também atuava na campanha da presidenta Dilma Rousseff. As matérias sugerem que o enriquecimento do ministro em sua empresa de consultoria ocorreu possivelmente pelas informações privilegiadas por ele utilizadas na prestação de consultoria às empresas para as quais ele prestava serviços naquele momento.

Sabe-se que legalmente não há impedimento para o exercício das atividades de consultoria paralelamente ao mandato parlamentar, mas a atividade é questionada por 61% dos internautas que consideram conflito de interesses o exercício simultâneo das atividades parlamentares e de consultoria à iniciativa privada.

Do total de 14 reportagens publicadas no caderno Poder, 8 abordavam a crise política no governo federal com as denúncias envolvendo o então Ministro da Casa Civil e garantia que o tema continuasse monopolizando a agenda política do período.

Um dos aspectos centrais das matérias questionou o aumento do patrimônio do ex-ministro no final da campanha. Ele teria recebido 10 milhões de reais nos dois últimos meses da campanha de Dilma Rousseff, na qual era um dos principais articuladores.

As matérias questionavam a evolução do patrimônio de ocupantes de cargos públicos utilizando a opinião de especialistas sobre crimes administrativos, consideravam que a incompatibilidade da renda com o patrimônio declarado pode ser considerado crime de improbidade administrativa. Na mesma edição as reportagens abordam a articulação da oposição para a instalação de um CPI para investigar a evolução patrimonial do ministro e a estratégia do governo para diminuir efeitos negativos da crise que estariam levando o governo a uma paralisia nas suas ações.

Na edição de 22 de maio, três dos quatro colunistas do caderno Opinião abordaram a crise política em face às denúncias sobre o aumento do patrimônio do ex-ministro.

Na coluna de Clóvis Rossi, o jornalista utiliza trecho de carta publicada no Painel do Leitor da própria FSP na qual uma leitora levantou o seguinte questionamento: *"O importante não é saber quanto Palocci enriqueceu com sua empresa de consultoria, mas saber quanto as empresas, seus clientes, enriqueceram com negócios ligados ao governo"*. (ROSSI, Clovis, Quem comprou Palocci? Folha de São Paulo, 22 de maio de 2011)

A colunista Eliane Catanhêde retoma os escândalos do "mensalão" ocorridos durante o governo Lula que resultaram na saída de Antonio Palocci do Ministério da Fazenda em 2006. Ao retomar o escândalo do "mensalão", a colunista aponta para a fragilidade no núcleo do poder político. O então

ministro identificado como o principal responsável da negociação política do governo e peça-chave da engrenagem burocrática era uma espécie de “reincidente”, ou seja, trazia mais um escândalo político à tona comprometendo a imagem de membros do governo ligados ao seu partido, o PT. Catenhêde e Carlos Heitor Cony mencionam em suas colunas uma espécie de “blindagem” a Palocci, fazendo alusão à forma como o governo tentava preservar a imagem do ministro e tentar mantê-lo no poder.

Das quatorze matérias publicadas e duas colunas do caderno Poder, 7 matérias e as duas colunas abordaram as denúncias envolvendo o ex-ministro Antonio Palocci. Jânio de Freitas se refere ao ministro como “homem-bomba” e questiona as explicações dadas sobre o aumento de seu patrimônio. Na coluna de Elio Gaspari, o jornalista também recuperou antigas denúncias nas quais Palocci esteve envolvido desde o mandato na prefeitura de Ribeirão Preto.

Na edição de 24 de maio o destaque foi a tentativa de algumas lideranças políticas do PT tentarem esvaziar as denúncias contra o ex-ministro, buscando minimizar o impacto das informações veiculadas pelos meios de comunicação. Verifica-se também uma cobrança de posicionamento da presidenta Dilma Rouseff, que até esse momento não havia se pronunciado claramente sobre o caso Palocci.

Outra questão apontada no caderno Poder problematiza a falta de regulamentação da atividade de lobby no Brasil e que casos como os que envolvem o ex-ministro Palocci poderiam ser evitados se houvesse regras claras que regulamentem essa atividade.

Nos EUA o lobby é regulamentado e a matéria afirma que a regulamentação do lobby poderia garantir maior transparência, conforme podemos observar na declaração do professor de Relações Internacionais do Ibmec, publicada nessa edição:

“O fato é que a não regulamentação abre espaço para ações que se colocam no limiar da legalidade e da ética, tais como as que são observadas com infeliz frequência nos noticiários nacionais. A única saída plausível a esse processo seria a criação de regras claras de ação e a possibilidade de a sociedade civil entender quem defende quais interesses perante a nação. Isso porque transparência é fundamental em todos os âmbitos da vida democrática”. (SOUZA, Creomar L.C. de, Falta de regra para lobby leva a limiar da ética, Folha de São Paulo, 24 de maio de 2011)

O destaque para a edição de 25 de maio foi a publicação da entrevista da professora aposentada da Unicamp, Maria Sylvia de Carvalho Franco, na qual ela ressalta a importância de se refletir sobre as relações entre o público e o privado, conforme podemos observar abaixo:

O caso reitera a velha simbiose entre o público e o privado no Brasil. Essa prática alicerça a exploração dos altos cargos do Estado como forma de poder pessoal e enriquecimento. A declaração imprudente dos que desejavam defender Palocci o incrimina. Afirmar que os ex-ocupantes de posições chave no governo "têm grande valor no mercado" é dizer que tais funcionários usam, de modo lucrativo, informações acumuladas e relações estabelecidas no exercício da função pública. No caso de Palocci, essa conversão dos privilégios do cargo em benesses pessoais pode ser mais direta e grave. Deixando de ser ministro da, tornou-se deputado, duplicando poderio. Ao acervo passado, os laços estabelecidos com agentes do mercado, somaram-se as vias abertas por seu mandato, acrescidas pela estratégica posição da Casa Civil, instituição marcada pelo "é dando que se recebe" em sua história. O ministro tem um histórico de prepotência e impunidade desde a Prefeitura de Ribeirão Preto. A mácula Francenildo [Costa, caseiro que teve o sigilo bancário quebrado] ainda está aberta" (entrevista realizada por LUCENA, Eleonora, Os negócios do ministro, Folha de São Paulo, 25 de maio de 2011

Outra matéria importante divulga informações de nota divulgada pela direção da Caixa Econômica Federal confirmando denúncias desde o período do "mensalão". A matéria informa que pela primeira vez desde 2006 a Caixa Econômica se pronunciou confirmando a ordem para a quebra do sigilo do caseiro da casa alugada por políticos de Ribeirão Preto, entre eles Palocci.

Fica clara a intenção da FSP em resgatar os escândalos do mensalão para demonstrar que os mesmos mecanismos de improbidade administrativa cometidos durante o governo Lula agora eram praticados no governo de Dilma Rousseff e tinha no centro das denúncias a figura do ex-ministro Palocci

Em 26 de maio as matérias começavam a mostrar o desconforto do governo em relação ao silêncio do ex-ministro Palocci frente às denúncias de seu enriquecimento. As matérias analisam a preocupação de setores do

governo preocupados com o desgaste gerado por essa crise política nos primeiros meses do governo Dilma.

No dia 8 de junho, após a queda de popularidade apontada pelas pesquisas de opinião pública, a presidenta Dilma Rousseff afastou seu mais importante auxiliar e o episódio demonstra a vulnerabilidade de importantes lideranças políticas que não conseguem se manter no poder frente à visibilidade de um escândalo político.

POLÍTICA INTERNACIONAL

Enquete sobre a morte de Bin Laden

Com quais afirmações abaixo vc mais se identifica após a notícia da morte de Bin Laden?

O fortalecimento de Obama é apenas temporário e o 66%
terrorismo não vai retroceder com o ocorrido.

Obama se fortalece, mas o perigo de retaliação é muito 32%
grande

Obama fica fortalecido e os EUA intimidam os terroristas do 2%
mundo todo.

1.622 Pessoas responderam a consulta realizada entre os
dias 2 a 4 de maio

A morte de Bin Laden foi o tema da sessão Tendências e Debates com Jorge Zaverucha (Dr. em Ciência Política de Universidade de Chicago) afirmando que a operação norte-americana foi correta pois havia base legal e moral para matá-lo, e José Rodrigo Rodrigues afirmando que não foi questão de justiça e sim de vingança na questão envolvendo a morte de Bin Laden, uma vez que considera que não é razoável que o presidente dos EUA tenha o poder de decidir unilateralmente quem deve viver e quem deve morrer ao redor do mundo.

A questão trabalhada na enquete não foi semelhante ao debate presente nessa sessão, aparecendo com mais ênfase na editoria Mundo que demonstrará inclusive o aumento de 6 pontos no apoio popular do presidente

dos EUA.

Considerações finais:

No presente estudo buscamos articular o debate desenvolvido na ciberpolítica por meio das enquetes realizadas pela Revista Carta Capital entre os meses de maio e junho de 2005 e as colunas e matérias publicadas no jornal Folha de São Paulo no mesmo período.

Encontramos nas enquetes temas variados da agenda política do período. Em alguns momentos as opiniões dos internautas que votaram no site da Carta Capital se articulam com o enquadramento das informações veiculadas pela Folha de São Paulo, em outros momentos o tema central da enquete é abordado de forma periférica no jornal.

Nota-se que no caso do jornal a ênfase do período foi a cobertura dos escândalos políticos envolvendo o ex-ministro Antonio Palocci, afastado da Casa Civil após a divulgação de denúncias que questionam o aumento do seu patrimônio financeiro. A partir da análise de JB. Thompson, concluímos que quanto maior a visibilidade dos escândalos políticos maior é a perda do poder simbólico de lideranças políticas, e no caso do ex-ministro Palocci a reputação foi abalada de maneira irreversível.

Bibliografia Utilizada

AZEVEDO, Fernando Antônio (2001). Imprensa, Cobertura Eleitoral Objetividade: a Eleição de 2000 na capital paulista, Opinião Pública. Revista do CESOP, Volume 7, número 2.

_____. Agendamento da Política, in Rubim, A. A. Comunicação e Política: conceitos e abordagens, São Paulo, Editora Unesp, 2004.

BOURDIEU, Pierre A opinião pública não existe in: Thiollent, Michel J. M. – Crítica metodológica e investigação social e enquête operária, São Paulo: Editora Polis, 1982).

CORREIA, Genira Chagas - Legislação adequada reforça a Comunicação Social, em www.pucsp.br/neamp , 2009.

MANIN, Bernard – As metamorfoses do governo representativo, em Revista Brasileira de Ciências Sociais, nº 29, ano 10, outubro de 1995, São Paulo.

McCOMBS, M. A Teoria da Agenda, trad: Waynberg, São Paulo; Vozes. 2009

PORTO, Mauro P. Enquadramento da Mídia e Política, in Rubim, A. A. Comunicação e Política: conceitos e abordagens, Editora Unesp, São Paulo, 2004.

SAMPEDRO BLANCO, Victor – Opinión pública y democracia deliberativa – médios, sondeos y urnas, Ediciones Istmo, A.A., Madrid/Es, 2000.

SILVEIRINHA, Maria João - Opinião Pública, em RUBIM, A.A.C. –Comunicação e Política – conceitos e abordagens. EDUFBA e UNESP, Salvador, 2004.

THOMPSON, John B. - O Escândalo Político – poder e visibilidade na era da mídia, Editora Vozes, Petrópolis, 2002.

_____. A Mídia e a Modernidade, uma teoria social da mídia. Petrópolis, Editora Vozes. 1998.

WORCESTER, R. Los sondeos políticos electorales, em MUÑOZ-ALONSO Y ROSPIR (directores de la edición), Madrid/es, 1995.

YOUNG, K. y otros – La Opinión Pública y la Propaganda, Paidos Studio, México, 1995.

Sites:

Jornal Folha de São Paulo: <http://www1.folhauol.com.br>

Publicações:

Revista Carta Capital: Edições dos meses de maio e junho de 2011

Anexo 01 – Planilha de Análise das Enquetes

- a) Pergunta:
- b) Período:
- c) Número de usuários participantes.
- d) Temas e subtemas: as enquetes foram separadas em 3 categorias temáticas e cada uma dessas categorias podiam apresentar os mesmos subtemas.

Temas:

regional nacional internacional

Subtemas:

- política
- Economia
- Valores morais
- sociedade

Anexo 02 – Planilha de Análise dos artigos e notícias

- a) Título:
- b) Período:
- c) sessão: opinião poder.
- d) enquadramento:

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> avaliativo<input type="checkbox"/> propositiva<input type="checkbox"/> informativa<input type="checkbox"/> opinativa |
|--|