

**Corrupção na agenda dos jornais brasileiros durante o período eleitoral  
de 2016<sup>1</sup>**

Bernardo Geraldini<sup>2</sup>  
Mércia Alves<sup>3</sup>

Área temática: 11. Opinião Pública e Comunicação Política

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no 9º Congresso Latino-americano de Ciência Política, organizado pela Associação Latino-americana de Ciência Política (ALACIP). Montevideu, 26 a 28 de julho de 2017.

<sup>2</sup> Mestrando em Ciência Política (PPGPOL/UFSCar); membro do grupo de pesquisa Comunicação Política, Partidos e Eleições da UFSCar; CAPES; e-mail: bernardo.geraldini@gmail.com.

<sup>3</sup> Doutoranda em Ciência Política (PPGPOL/UFSCar); membro do grupo de pesquisa Comunicação Política, Partidos e Eleições da UFSCar; FAPESP; e-mail: mercia\_f.alves@hotmail.com.

**Resumo:** Os meios de comunicação têm papel central nas democracias contemporâneas, já que torna públicos os acontecimentos políticos e disponibiliza a informação para as redes interpessoais. No Brasil os jornais têm papel importante pela sua capacidade de pautar outros meios, e por gozar de credibilidade. Nesse sentido, a agenda desses meios se configura 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, FSP e Estadão, com atenção para o tema “Corrupção” durante o período eleitoral de 2016.

**Palavras-Chave:** Imprensa; Corrupção; Eleições 2016.

## 1. Introdução

O objetivo do artigo é analisar a agenda temática dos principais jornais em circulação no Brasil. Entre os temas que compõe a agenda será dada atenção à “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 [1922]). Segundo, que os meios influem na percepção da audiência em relação aos temas, atores e às imagens desses. O que é ainda mais importante nos períodos eleitorais, quando o debate da agenda pública é mais visível (Swanson e Mancini, 1996), e cresce a necessidade de informação política e orientação para decisão do voto (Traquina, 2001).

A partir disso, se coloca em questão as notícias sobre “Corrupção” como parte dos temas que compõe a agenda dos jornais de maior circulação no Brasil. A escala que essas informações atingem 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), quer sejam esses atores individuais ou coletivos. O que é extremamente relevante durante as eleições, onde 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 do O Globo, da FSP e do Estadão entre os dias 16 de agosto e primeiro de outubro de 2016 – o período oficial de campanha, conforme estabelecido pelo TSE<sup>4</sup>. Especificamente: 1) a frequência do tema “Corrupção” na agenda dos periódicos em relação aos demais temas; 2) a identificação dos casos de corrupção; 3) Identificação dos atores: a) Políticos; b) Setor privado; c) Setor Público; d) Paladinos<sup>5</sup>. A análise ainda compreende a comparação entre as agendas dos três periódicos.

Os principais jornais impressos do Brasil são O Globo, a FSP e OESP, com médias de circulação impressa de 193, 198 e 157 mil unidades anuais

---

<sup>4</sup> Tribunal Superior Eleitoral.

<sup>5</sup> Refere-se às instituições públicas e atores desse setor.

(ANJ, 2015). O Globo pertence ao maior conglomerado de mídia do Brasil: O Grupo Globo, que está também entre os maiores do mundo (Zenith Optimedia, 2015), em audiência e investimento em publicidade. O grupo atua em todos os estados brasileiros e em diversos segmentos, como rádio, cinema, música, internet, TV a cabo, com canais infantis, voltados para o público feminino, de esporte, entretenimento e notícias. Em muitos desses segmentos, as empresas do grupo lideram em audiência, principalmente na TV aberta.

De 1921 a FSP – uma união da “Folha da Noite”, “Folha da Manhã” e da “Folha da Tarde” – além de ser um dos principais impressos do país, é líder de audiência no seguimento na sua versão digital (Folha de S. Paulo, 2016). Entre as empresas do Grupo Folha de maios destaque estão o UOL, um dos principais portais de notícia *online*, e o Valor, jornal especializado em economia. Por fim, um dos periódicos mais antigos em circulação no Brasil e o mais antigo da capital paulista, fundado em 1985 como 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 ocorrem em um dos períodos mais críticos da democracia brasileira recente. A crise política e longo processo de impeachment<sup>6</sup> que afastou a presidenta eleita Dilma Rousseff (PT)<sup>7</sup> 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 (PMDB)<sup>8</sup> e por diversos nomes e partidos que fizeram oposição à chapa nas urnas — entre eles o PSDB, partido que polarizou a corrida presidencial junto ao PT nos últimos 20 anos<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> O processo de Impeachment da presidenta reeleita Dilma Rousseff (Partido dos Trabalhadores - PT) em 2014 teve início em 2 de dezembro de 2015 quando o até então presidente da Câmara dos Deputados (caçado 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.

<sup>7</sup> Partido dos Trabalhadores

<sup>8</sup> Partido do Movimento Democrático Brasileiro.

<sup>9</sup> Trata-se das eleições presidenciais de 1994 e 1998, vencidas em turno único por Fernando Henrique Cardoso do PSDB, 2002 e 2006 por Luiz Inácio Lula da Silva do PT, e 2010 e 2014 quando Dilma Rousseff é eleita e reeleita.

Além disso, as eleições municipais de 2016 foram as primeiras a serem realizadas depois de alterações significativas na legislação eleitoral. A chamada “Minirreforma”<sup>10</sup> promoveu mudanças principalmente em duas frentes (Alves e Lima, 2016): a diminuição dos dias de campanha<sup>11</sup> e a mudança no perfil do financiamento das campanhas com a proibição das doações de recursos financeiros 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 combate às práticas de corrupção envolvendo partidos, candidatos e empresas (Ribeiro, 2006; 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, e os colocam em descrédito frente ao eleitorado. Também porque esses casos ganharam a agenda dos meios de comunicação, atingindo *status* de escândalo, contribuindo para a falta de interesse do cidadão em relação aos assuntos públicos e pelo processo eleitoral. Os altos índices de votos brancos e nulos em 2016<sup>12</sup> 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 (McCombs, 2004). Teorias mais recentes passaram a explorar diferentes fatores que modelam a agenda de mídia. Nessa linha, a agenda se tornou uma variável dependente, resultado que precisa ser explicado por meio de um processo (McCombs,

---

<sup>10</sup> Lei nº 13.165/2015.

<sup>11</sup> Para as eleições de 2016, os dias de campanha foram reduzidos de 90 para 45, o HGPE de 45 para 35 dias. O tempo diário de propaganda eleitoral na TV foi reduzido de dois blocos diários de 50 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 tem direito a 70 minutos diários de spots de 30 e 60 segundos, dos quais 60% para candidatos ao executivo e 40% para os candidatos ao legislativo, de segunda a\* domingo.

<sup>12</sup> Segundo dados divulgados pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral), 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.

2004), no qual são consideradas a força, 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 os portais online – o lugar que a notícia ocupa no jornal é um fator de extrema relevância. Isso está relacionado também aos interesses de mercado (Charron e de Bonville, 2016), que confere 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 e de Bonville, 2016). O princípio é de atração o interesse público. Portanto, as capas dos jornais destacam elementos de maior importância e resumem o conteúdo das edições.

O artigo está dividido em três seções, além da sua introdução. Na segunda é dedicada aos principais conceitos a respeito da agenda dos meios de comunicação, principalmente os impressos, como eles se caracterizam no Brasil, a sua relação com as notícias sobre casos de política, e a importância dessa relação em períodos eleitorais. Finalmente, é analisada a agenda dos três periódicos durante o período eleitoral de 2016.

## **2. Breve recapitulação do tema**

Entre o final do século XIX e 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 se torna, ele próprio, uma atividade a 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: 277). 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, 2012; Oliveira, 2017), caracterizado pela concentração e propriedade cruzada dos meios de comunicação (Azevedo, 2006; Rubin e Azevedo, 1998), pela pouca pluralidade e diversidade externa, e 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 e 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: 52).

Segundo McCombs (McCombs e 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 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 em entender o ambiente que nos envolve, (McCombs, 2004, 2009; Traquina, 2001). A transferência de assuntos da agenda de mídia para a opinião pública se dá nessa necessidade. Essa transferência não é direta e devem ser considerados dois elementos fundamentais: relevância e incerteza (McCombs, 2004). A relevância é a condição que refine inicialmente a necessidade de orientação, que pode variar

de acordo com grupos sociais, ambiente e etc, e é diretamente proporcional a 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 a 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 através de forma direta. Por exemplo, ninguém precisa ler a seção de economia do jornal para saber que aumentou o preço do arroz, essa informação é obtida na experiência pessoal. Os assuntos não intrusivos são aqueles que estão fora da nossa convivência e experiência pessoal (McCombs, 2004: 98). No caso do período eleitoral há maior a necessidade de informação política, mesmo que mínima, porque, primeiro é um período de incerteza, e porque de forma 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 (McCombs, 2004). Esse argumento está embasado na ideia de pseudo ambiente, isto é, um ambiente que é forjado pela propagação de informações e que se situa entre o indivíduo e o ambiente (Lippmann, 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 mecanismos midiáticos para promover um assunto, sendo esse de relevância excepcional ou não. É criado um ciclo de atenção sobre o assunto, para que ele se torne parte da pauta da agenda pública (McCombs, 2004). Sob essa 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, 2000) 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 e Teixeira, 2001; Filgueiras, 2013; Thompson, 2000). Nesses casos é adotada uma narrativa semelhante a dos folhetins: episódicas e sequenciais, onde é possível identificar as fases da “história” – o auge e a

reviravolta, por exemplo – e as principais personagens que compõe a trama: os vilões, mocinhos e os heróis. Esse formato é tradicional em veículos de entretenimento dedicados a celebridades – o *The Sun*<sup>13</sup> 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 quando atenção dos meios de comunicação tornando-se parte sua da agenda, influem na percepção da audiência, a na naturalização como coisa própria do Estado, da política e da democracia (Filgueiras, 2013). Portanto, a corrupção e o “escândalo” como tema frequente na agenda da mídia, principalmente em períodos eleitorais, é 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, 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 e Figueiredo, 2007). Exemplo disso é o caso do “mensalão”<sup>14</sup>, explorado desde as primeiras denúncias em 2005<sup>15</sup>, passando pela criação da CPI<sup>16</sup>, pela investigação em 2006 – ano eleitoral – e culminando nas condenações no STF<sup>17</sup> 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 e Mantovani, 2014; Rubim e Colling, 2007; Azevedo, 2009), e principal tema das campanhas eleitorais dos

---

<sup>13</sup> Tablóide inglês de grande circulação.

<sup>14</sup> Ação penal 470.

<sup>15</sup> Quando em entrevista dada à Folha de São 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.

<sup>16</sup> Cessão Parlamentar de Inquérito.

<sup>17</sup> Supremo Tribunal Federal.

candidatos de oposição ao governo federal e ao candidato a 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, 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 (Cioccarri, 2015). As eleições municipais de 2016 ocorreram sob a conjuntura de crise política, agravada pelos desdobramentos da Operação, e 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 compõe 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, esse pode ser uma questão ainda mais relevante, principalmente em períodos de crise econômica dependendo da avaliação da sua gestão.

Paralelo a uma legislação menos restritiva os jornais gozam de alta credibilidade (PBM, 2015), da capacidade de pautar a agenda de outros meios de comunicação (Mundim, 2010), e a agenda das campanhas eleitorais dos candidatos, principalmente nos temas tratados na propaganda eleitoral veiculada no HGPE, uma vez que dialogar com o contexto (Telles; Pires, 2015) é essencial para as candidaturas. 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 – para as agendas de campanha de partidos e candidatos, e do público.

### 3. “Corrupção” na agenda dos jornais nas eleições municipais de 2016

O artigo propõe a análise da agenda dos três jornais de maior tiragem e audiência no Brasil no que trata principalmente do 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 tema: a) Política; b) Eleições; c) Corrupção; d) Economia; e) Social; f) Internacional; g) Outros<sup>18</sup>. A partir disso, foram coletadas 934 notícias. Divididas por jornal e tipo, como na tabela 1, e por tema, como na tabela 2.

**Tabela 01: Número de manchetes e de outras notícias**

Tema	Jornais			Total
	O Globo	FSP	OESP	
Manchetes	47	47	47	141
Outras Notícias	261	254	278	793
Total	308	301	325	934

*Fonte: Elaboração Própria*

As notícias foram coletadas durante o período de campanha eleitoral das eleições municipais de 2016 – entre os dias 16 agosto e primeiro 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, FSP e OESP, temos:

---

<sup>18</sup> As categorias foram baseadas nas editorias dos jornais.

**Tabela 02: Classificação das notícias por jornal e categoria**

Tema	Jornais					
	O Globo		FSP		OESP	
	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. Nela foram reunidas 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 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, as notícias sobre política, economia, encontros, entre outros, internacionais; em “Outros” as notícias de entretenimentos, personalidades, esportes. Importante ressaltar que dois eventos esportivos – as Olimpíadas<sup>19</sup> e

<sup>19</sup> Entre 5 e 21 de Agosto, datas das cerimônias de abertura e encerramento.

as Paraolimpíadas Rio 2016<sup>20</sup> – ocorreram no mesmo período das eleições municipais de 2016, o que explica o elevado percentual da Categoria.

Algumas dessas notícias tratam de dois ou mais temas. Essas foram classificadas segundo o seu principal assunto. Por exemplo: “*Processados por crimes concorrem a prefeito em 8 capitais*” (FSP, 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 período, ocupa 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 e Alves, 2017). A concorrência entre temas é uma das variáveis para tanto. Isso dado que: 1) temas competem entre si pela atenção dos meios de comunicação; 2) em um período de tempo determinado, notícias relativas ao contexto competem entre si, e com as notícias que compõe a agenda temática cotidiana dos meios (McCombs, 2004, 2009; McQUAIL, 2012.). Nesse caso: Eleições – e Olimpíadas dentro de Outros – concorrem pela atenção e pela visibilidade com os temas recorrentes: Política, Economia, Social e internacional.

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

---

<sup>20</sup> Entre 7 e 18 de Setembro, datas das cerimônias de abertura e encerramento.

volume se dá em paralelo ao período eleitoral, quando aumenta a necessidade de informação acerca de lideranças e partidos políticos. E por vezes, como será abordado, as notícias tratam desses mesmos atores, o que pode favorecer o ceticismo por parte do público.

Como pode ser observado na primeira tabela, as notícias sobre “Política” são as mais frequências na FSP 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 contém 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 FSP e OESP; e o menos 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; 2) o período, já que se trata dos meses de campanha eleitoral. Além disso, a importância da agenda dos jornais em relação aos demais meios, como já discutido.

**Tabela 03: Manchetes+ Corrupção; Outras + Corrupção**

Tema	Jornais		
	O Globo	FSP	OESP
Manchetes	8	10	16
Outras Notícias	23	39	46

*Fonte: Elaboração Própria*

A tabela 03 é primeira específica sobre Corrupção. O principal nesses dados é o número de manchetes dedicadas ao tema: São oito n’O Globo, 10 na FSP 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, 2012): 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.

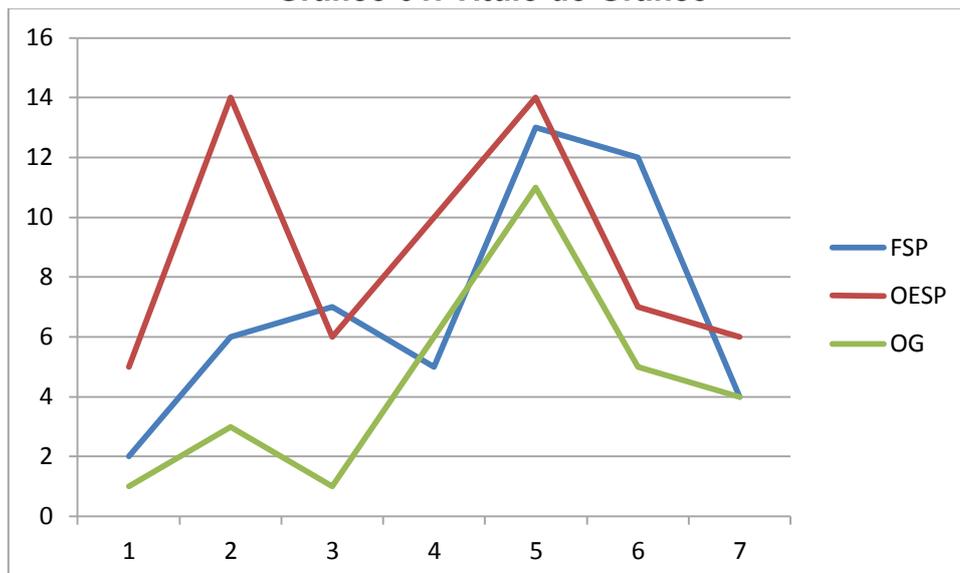
A notícia pressupõe um processo de seleção e ênfase (McCombs, 2009). Essa ênfase pode ser observada através da frequência e na saliência de determinado assunto ou personagem em um período de tempo pré-estabelecido. Nos jornais, uma das formas que a frequência pode ser analisada é a pela agenda, e a saliência pelas encontrada nas manchetes. Nesse caso, além de frequente, as notícias sobre corrupção também ocupam as manchetes dos três jornais. A partir disso, serão identificados: 1) a frequência do tema “Corrupção” pelo tempo; 2) os casos; 3) os atores: a) Políticos; b) Setor privado; c) Setor Público; 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) 21 a 27 de agosto; 3) 28 de agosto a três de setembro; 4) quatro a 10 de setembro; 5) 11 a 17 de setembro; 6) 18 a 24 de setembro; 7) 25 de setembro a primeiro 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.

### **3.1. Corrupção durante o período eleitoral**

As eleições de 2016 foram as mais curtas da história recente. Foram diminuídos o período de campanha eleitoral, os dias e 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, distribuídas nas sete semanas de campanha eleitoral.

**Gráfico 01: Título do Gráfico**



Fonte: Elaboração Própria

Em volume de notícias temos OESP, seguido da FSP e d'O Globo. O mesmo ocorreu para o número de manchetes. Na primeira semana de campanha foram duas notícias sobre Corrupção na Folha. As duas citam lideranças políticas: Kassab (PDD), e Marta (PMDB), então candidata a prefeitura de São Paulo. Ambas as notícias citam a Odebrecht<sup>21</sup>, e casos de do chamado "caixa dois"<sup>22</sup>, envolvendo essa empresa.

São cinco as notícias sobre Corrupção na primeira semana de campanha no OESP. Das quais, duas são manchetes e ambas citam a presidenta eleita Dilma Rousseff (PT). A primeira noticia 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 três de setembro. Nesse

<sup>21</sup> Conglomerado brasileiro atuando em diversas áreas, como por exemplo infraestrutura e engenharia.

<sup>22</sup> Recursos não oficialmente contabilizados.

período, a FSP 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 PMDB e outra Lula e a então esposa<sup>23</sup> no caso do triplex<sup>24</sup>. 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, uma delas citando o caso do triplex. Nas demais, três citam a Lava-Jato, e uma cita 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 (PRB), então candidato em São Paulo, é a personagem de uma matéria sobre a máfia da merenda<sup>25</sup>. Nessa semana O Globo traz três notícias: uma manchete sobre Lula e o caso do triplex; as demais citam 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 OLJ continua a ser explorada. Na terceira semana, pela Folha, com uma manchete a respeito de desvio de dinheiro do Instituto Lula, indicado pela Receita Federal. Duas outras notícias a respeito da Lava-Jato, uma sobre Gleisi Hoffman quando se torna ré de ação penal, e uma sobre Fernando Haddad (PT), então prefeito e candidato à reeleição em São Paulo. Pelo Estadão, há menção a Dilma e Lula em relação à OLJ e a Odebrecht, junto a José Serra (PSDB). A OLJ foi menos explorada no Globo, com apenas uma notícia sobre Corrupção, essa a respeito das suspeitas do envolvimento de Lula.

Na FSP na quarta semana são duas manchetes sobre fraudes em estatais. Outras três matérias sobre: corrupção envolvendo empresa pública, e duas sobre a Lava-Jato, uma envolvendo Lula; no OESP são 10 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 são seis

---

<sup>23</sup> Marisa Letícia Lula da Silva faleceu em 2017.

<sup>24</sup> O triplex 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.

<sup>25</sup> Esquema de superfaturamento de merenda de escolas públicas do estado de São Paulo.

notícias, quatro a respeito da Lava-Jato, onde o embate entre Moro e Lula é citado em duas delas.

O segundo pico de notícias pode ser observado na quinta semana de campanha eleitoral – 11 a 17 de setembro – que é episódico – em dois dos três casos – e interfere na “programação normal” dessa agenda: a cassação de Eduardo Cunha (PMDB). Na Folha são 15 matérias em uma semana, e Cunha é o assunto central de cinco delas. Além disso, seguem a OLJ e as 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 é explorado apenas n’O Globo.

Das 14 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. Nessa semana foram 10 matérias sobre Corrupção, a metade sobre a Operação Lava-Jato, citando Lula e o seu partido; há menção ao trabalho de Moro; há ainda uma notícia sobre uma suspeita de corrupção e crime eleitoral envolvendo Crivella (PRB), candidato eleito à prefeitura do Rio em 2016. Não há 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 volta a diminuir, e novamente nos três jornais, talvez por conta da aproximação do primeiro turno. Na FSP existe um aumento, referente à OLJ que permanece como assunto recorrente nessa agenda. São 12 notícias na semana, nove a respeito da OLJ. As principais lideranças citadas são: Lula, em três das matérias, Temer, e Moro, especificamente 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 primeiro de Outubro. Na véspera da eleição, a FSP noticia que Moro decretou a prisão do ex-ministro Palocci (PT).

Na última semana de setembro, também a última antes das eleições, são 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 são duas notícias, uma sobre a condenação de Palocci por Moro. Na sexta semana há diminuição da frequência do tema Corrupção também n’O Globo. São cinco

matérias, três sobre a Lava-Jato, sendo duas manchetes. O Globo fecha o mês de setembro com quatro notícias sobre Corrupção, todas sobre a Lava-Jato, onde são citados PT, Lula, Gleisi e Palocci. E no primeiro dia de outubro, novamente a condenação de Palocci e a Lava-Jato.

### 3.2. Líderes, instituições e paladinos

A frequência é um dos meios para análise da agenda. Na tabela quatro são apresentados os principais atores a partir da frequência dos mesmos nas notícias sobre Corrupção nos três jornais. Divididos em: a) Políticos; b) Setor privado; c) Setor Público; d) Paladinos. São consideradas nesse caso, para fins de classificação, a menção direta aos atores em cada uma das “chamadas<sup>26</sup>” – Manchetes e outras. Em cada uma dessas notícias pode ter sido registrado mais de um ator. A partir disso:

---

<sup>26</sup> Para tanto, não foi considerado os textos das notícias.

**Tabela 04: Políticos e partidos políticos citados nas notícias**

		Citados	FSP	OESP	O Globo
		Políticos	Líderes	Lula (PT)	12
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
	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 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 a) do fato de que o PSDB tenha sido, nos últimos vinte anos, o adversário principal do PT em âmbito nacional; e b) de que um deles, o senador Aécio Neves, tenha rivalizado de maneira acirrada no pleito de 2014 para a presidência.

**Tabela 05: Empresas e empresários citados nas notícias**

Setor Privado	Empresas	Citados	FSP	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
		CEF <sup>27</sup>	2		
		Petrobrás	1	1	
		Correios	1		
		Banco do Brasil	1		

*Fonte: Elaboração Própria*

Em se tratando de empresas e empresários citados nas notícias, nota-se que há pouca ênfase nesses atores, se se compara esses dados com os dados 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.

<sup>27</sup> Caixa Econômica Federal.

**Tabela 06: Instituições públicas e pessoas públicas citadas nas notícias**

Paladinos	Instituições	Citados	FSP	OESP	O Globo
		STF <sup>28</sup>	4	5	2
	Poder Judiciário	1	1		
	Polícia Federal	3	4	2	
	TCU <sup>29</sup>		1		
	Receita Federal	1	1		
	PGR <sup>30</sup>	1	2		
	AGU <sup>31</sup>	2	1		
	MPF <sup>32</sup>	3	1		
	MP <sup>33</sup>	2			
	Pessoas	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 pública. 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 três os principais cenários que reforçam esse enquadramento: 1) Moro conduz a Operação Lava-Jato; 2) Moro contra o PT; 3) Moro contra lideranças petistas; 3) 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 OLJ envolva outros partidos e outras inúmeras lideranças.

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

<sup>28</sup> Supremo Tribunal Federal.

<sup>29</sup> Tribunal de Contas da União.

<sup>30</sup> Procuradoria-Geral da República.

<sup>31</sup> Advocacia Geral da União.

<sup>32</sup> Ministério Público Federal.

<sup>33</sup> Ministério Público.

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  
(FSP, 21 de Setembro - Manchete)

Juiz Moro decreta prisão preventiva do ex-ministro Palocci  
(FSP, primeiro 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 argumento é 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 se resumem a Lava-Jato; 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 dá por um objetivo – combater o inimigo comum.

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  
(FSP, 27 de Setembro)

Ex-ministro de Lula e Dilma, Palocci é preso na Lava Jato  
(FSP, 27 de Setembro)

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

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)

Defesa 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  
(FSP, nove de Setembro)

Provem corrupção e irei a pé ser preso, diz Lula  
(FSP, 16 de Setembro)

Dois pontos: dentro do universo analisado a corrupção se resume à Lava Jato e a atuação de Moro, principalmente contra Lula e o PT. A frequência do tema Corrupção contribui para a sua naturalização. Porém, essa frequência não é restrita aos jornais, está nos meios de comunicação de massa, nos seus principais noticiários, nos portais e redes — que são meios menos estáticos, e alguns desses, atualizados quase que de forma instantânea. 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 as cidadãs e os cidadãos. 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 quasi-feudal, sem que esse 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.

## Referências

ALDÉ, A. Jornalistas e Internet: a rede como fonte de informação política. Trabalho apresentado no IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2004.

\_\_\_\_\_. As eleições presidenciais de 2002 nos jornais. ALCEU - v.3 - n.6 - p. 93 a 121 - jan./jun. 2003.

\_\_\_\_\_; MENDES, G; FIGUEIREDO, M. Tomando partido: imprensa e eleições presidenciais em 2006. *Política e Sociedade*, n 10, 2007

ALVES, M; LIMA, B. Campanhas e legislação eleitoral: Análise da minirreforma no contexto das eleições municipais. Trabalho apresentado no III Seminário MPE, PUC, São Paulo, 2016.

AZEVEDO, Fernando Antônio. Agendamento da Política. In. *Comunicação & Política: conceitos e abordagens*. UNESP, 2004.

\_\_\_\_\_. A imprensa brasileira e o PT: um balanço das coberturas das eleições presidenciais (1989-2006). *Revista Eco-Pós*, v.12, p.41- 58, 2009.

\_\_\_\_\_. Eleições presidenciais, clivagem de classe e declínio da grande imprensa. *REVISTA USP*, São Paulo, n.90, p. 84-101, junho/agosto 2011.

\_\_\_\_\_. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político”. *Opinião Pública*. Vol. 12, nº 1., 2006

\_\_\_\_\_. A imprensa brasileira e o PT nas eleições presidenciais: as coberturas eleitorais de 1989 a 2006. V Congreso Latinoamericano de Ciencia Política. Asociación Latinoamericana de Ciencia Política, Buenos Aires, 2010.

\_\_\_\_\_. Mídia e Democracia no Brasil: relações e entre o sistema de mídia e o sistema político. *Opinião Pública*, Campinas, vol.12, nº1, Abril/Maio, 2006, p. 88-113.

BIROLI, F. “Técnicas de poder, disciplinas do olhar: aspectos da construção do "jornalismo moderno" no Brasil”. *História* (São Paulo). Vol. 6, nº 2, 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*. Vol. 20, nº 2, 2014.

BRASIL. 2014. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília: Secom, 2014.

CIOCCARI, Deysi. Operação Lava Jato: Escândalo, Agendamento e Enquadramento. *Revista Alterjor*. 12, n. 2. 2015.

CHAIA, Vera. Escândalos Políticos: parte do jogo? – em CHAIA, V. E CHAIA, M. (org.) – *Mídia e Política*, EDUC/ Neamp, São Paulo, 2000.

\_\_\_\_\_; TEIXEIRA, M. Democracia e escândalos políticos. São Paulo em *Perspectiva*, 15(4) 2001.

CHARRON, Jean; DE BONVILLE, Jean. “Natureza e transformação do jornalismo”. Jean Charron e Jean de Bonville. Florianópolis/Brasília: Editora Insular. 2016.

FILGUEIRAS, Fernando. A tolerância à corrupção no Brasil: uma antinomia entre normas morais e prática social. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 15, nº 2, Novembro, 2009, p.386-421.

FIGUEIREDO, M. Intenção de Voto e Propaganda Política: Efeitos da Propaganda Eleitoral”, in *Logos 27, Mídia e Democracia*, Ano 14, 2o semestre/2007, pp. 9-20.

FIGUEIREDO, Rosali Rossi. Mídia e eleições: cobertura jornalística da campanha presidencial de 1994. *Opinião Pública*, Campinas, vol. V, nº 1, Novembro, 1998, p.72-89.

FOLHA DE S. PAULO. 2016. “No impresso, internet e celular, Folha é jornal de maior alcance do país”. 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>.

LANG, K.; LANG, G. E. The mass media and voting. In: BURDICK, E. (Ed.). *American voting behavior*. Glencoe, IL: Free Press, 1950. p. 217-235.

LIPPMAN, Walter. *Opinião Pública*. Petrópolis, Editora Vozes, 2010.

MCCOMBS, Maxwell. *A teoria da agenda – a mídia e a opinião pública*. Petrópolis, Vozes, 2009.

\_\_\_\_\_; SHAW, D. The Agenda-Setting Function of Mass Media. In. *The Public Opinion Quarterly*, vol. 36, nº 2, 1972, 176-187.

MANIN, Bernard. 1995. As metamorfoses do governo representativo. *Rev. Bras. Ci. Soc.* V10, nº29, outubro.

MIGUEL, Luis Felipe e BIROLI, Flávia. Visibilidade na Mídia e Campo Político no Brasil. *DADOS – Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, vol. 53, no 3, pp. 695-735, 2010.

MANCINI, P.; SWANSON, D. L. *Politics, Media and Modern Democracy: an International Study of Innovations in Electoral Campaigning and their Consequences*. Westport, London: Praeger, 1996.

MUNDIM, Pedro. “Imprensa e Voto nas Eleições Presidenciais Brasileiras de 2002 e 2006”. Rio de Janeiro. Tese (Doutorado em Ciência Política). 2010.

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 da Universidade Federal de São Carlos.

RIBEIRO, Renato Janine. Financiamento de Campanha (público versus privado). In. AVRITZER, L; ANASTASIA, F. (orgs) *Reforma política no Brasil. Belo Horizonte*: Ed. UFMG, 2006.

AZEVEDO, F. A.; RUBIM, A. A. C. Mídia e política no Brasil. Lua Nova – Revista de Cultura e Política, São Paulo, n. 43, p. 189-216, 1998.

ROTHBERG, D. “Enquadramentos midiáticos e sua influência sobre a consolidação de direitos de crianças e adolescentes”. Opinião Pública. Vol. 20, nº 3, 2014.

RUBIM, A.; COLLING, L. Mídia e eleições presidenciais no Brasil pós-ditadura. In: *Comunicação e política*, v 22, nº 3, set-dez, 2004. p. 169 a 190.

SELIGSON, M. The Impacto of Corruption on Regime Legitimacy: a comparative Study of four latin American Countries. *The Journal of Politics*, v 64, n 2, 2002.

SPECK, Bruno. O financiamento político e a corrupção no Brasil. In: Rita de Cassia Biason. (Org.). *Temas de corrupção política no Brasil*. 1ed. São Paulo: Balão Editorial, 2012, v. 1, p. 49-97.

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

TELLES, Helcimara; Pires, Teresinha Maria de Carvalho. A comunicação política para o “terceiro mandato” de Lula: A transferência de prestígio nas eleições presidenciais de 2010. In. TELLES, Helcimara; LAVAREDA, Antônio. (orgs). *Voto e estratégias de comunicação política na América Latina*. 1ª ed. Curitiba, Appris, 2015.

TRAQUINA, Nelson. O estudo do jornalismo no século XX. Ed. Unisinos, São Leopoldo, 2001.

THOMPSON, John B. – O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia. Trad. de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2002.