

2016

EM DEBATE

OPINIÃO PÚBLICA E CONJUNTURA POLÍTICA

Um periódico do grupo de pesquisa Opinião Pública,
Marketing Político e Comportamento Eleitoral

Ano 8 - N.01
Março de 2016
ISSN: 2176 - 4883



DOSSIÊ
Comunicação Política

Rodolfo Marques

Bruno Conceição

Thiago Moraes

Doacir Quadros

Érica Anita Baptista

Patrícia Contreiras

Romer Mottinha

OPINIÃO

Gláucio Soares

RESENHA

Nerea Ramírez

Noelle Del Giúdice

Paulo Victor Melo



Periódico Eletrônico do Grupo de Pesquisa
Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral
Universidade Federal de Minas Gerais - Av. Presidente Antônio Carlos 6627
Campus Pampulha - CEP 31270-901 - Belo Horizonte - MG - Brasil - Tel (31) 34093823

GRUPO DE PESQUISA OPINIÃO PÚBLICA, MARKETING POLÍTICO E COMPORTAMENTO ELEITORAL

Em Debate

Periódico de Opinião Pública e Conjuntura Política

Missão

Publicar artigos e ensaios que debatam a conjuntura política e temas das áreas de opinião pública, marketing político, comportamento eleitoral e partidos.

Coordenação:

Helcimara de Souza Telles – UFMG

Conselho Editorial

Antônio Lavareda – IPESPE
Aquilles Magide – UFPE
Arthur Leandro – Estácio de Sá
Bruno Dallari – UFPR
Cloves Luiz Pereira Oliveira – UFBA
Denise Paiva Ferreira – UFG
Érica Anita Baptista – UFMG
Gabriela Tarouco - UFPE
Gustavo Venturi Júnior – USP
Helcimara de Souza Telles – UFMG
Heloisa Dias Bezerra – UFG
Julian Borba – UFSC
Letícia Ruiz – Universidad de Salamanca
Luciana Fernandes Veiga – UFPR

Luiz Ademir de Oliveira – UFSJ
Luiz Cláudio Lourenço – UFBA
Malco Braga Camargos– PUC-MINAS
Mathieu Turgeon – UnB
Rubens de Toledo Júnior – UFBA
Paulo Victor Melo - UFMG
Pedro Floriano Ribeiro - UFSCar
Pedro Santos Mundim – UFG
Silvana Krause – UFRGS
Yan de Souza Carreirão – UFSC

Jornalista Responsável

Érica Anita Baptista

Equipe Técnica:

Bárbara Oliveira
Roberto Rocha

Parceria

Instituto de Pesquisas Sociais, Políticas e
Econômicas – IPESPE

Endereço

Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas
Departamento de Ciência Política – DCP
Av. Antônio Carlos, 6.627 - Belo Horizonte
Minas Gerais – Brasil –CEP:31.270-901
+ (55) 31 3409 3823
Email: revista.emdebate@yahoo.com.br
Facebook: Grupo Opinião Pública
Twitter: @OpPublica

As opiniões expressas nos artigos são de
inteira responsabilidade dos autores

EM DEBATE

Periódico de Opinião Pública e Conjuntura Política
Ano VIII, Número I, Março 2016

SUMÁRIO

Editorial 5-6

Dossiê: Comunicação Política

- **O político, o marqueteiro e o partido: quem será o protagonista nas eleições municipais de 2016?** 7-13

Rodolfo Marques e Bruno Conceição

- **A crise do governo Dilma Rousseff em 140 caracteres no twitter: #impeachment ao #foraDilma** 14-21

Thiago Perez B. de Moraes e Doacir G. Quadros

- **Corrupção política e mídia: o caso dos submarinos em 2010** 22-40

Erica Anita Baptista e Patrícia Contreiras

- **Uma metodologia para os estudos da cobertura eleitoral de 2014 no Facebook** 41-48

Romer Mottinha

Opinião

- **A censura política: milhões de livros à espera de analistas** 49-55

Gláucio Soares

Resenha

- **Sistemas de partidos en América Latina: causas y consecuencias de su equilibrio inestable** 56-65

Nerea Ramírez, Noelle Del Giúdice e Paulo Victor Melo

Colaboradores desta edição 66-67

EDITORIAL

Comunicação política

A edição de março o periódico *Em Debate* traz como tema a *Comunicação política*. Na visão de muitos pesquisadores, a mídia e as redes sociais online, de uma forma geral, têm adquirido um papel relevante no campo político e seguem influenciando o comportamento político e eleitoral. Em meio a grande onda de manifestações políticas via internet e sendo 2016 ano de eleições municipais, é necessário debater quem são os sujeitos reprodutores dos discursos e os impactos dessas atitudes no atual cenário político brasileiro.

Na seção *Dossiê*, os autores Rodolfo Marques, professor da Universidade da Amazônia, e Bruno Conceição, doutorando em Ciência Política na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, no artigo “O político, o marqueteiro e o partido: quem será o protagonista nas eleições municipais de 2016?”, discorrem a respeito do desgaste dos políticos e dos partidos, em uma perspectiva geral do cenário brasileiro. Levando em conta o fim do financiamento privado de campanhas, os autores analisam os futuros desdobramentos na dinâmica das campanhas municipais de 2016.

No artigo intitulado “A crise do governo Dilma Rousseff em 140 caracteres no Twitter: do #Impeachment ao #ForaDilma”, Thiago Moraes, professor no Centro Universitário Campos de Andrade, e Doacir Quadros, professor no Centro Universitário Internacional, apresentam um estudo sobre o uso do Twitter como um instrumento de mobilização em 2015, utilizado como ferramenta para participação ativa em manifestações políticas.

Ainda nessa seção, as autoras Érica Anita Baptista, doutoranda em Ciência Política na Universidade Federal de Minas Gerais, e Patrícia Contreiras, pesquisadora do Centro de Investigação Media e Jornalismo de Portugal, fazem uma análise sobre a cobertura jornalística televisiva de um dos emblemáticos casos de corrupção ocorridos em Portugal – o Caso dos Submarinos – e demonstram como a mídia, em grande parte das vezes, acaba por não promover o debate

público sobre as causas e os efeitos da corrupção na sociedade, privilegiando tão somente a visibilidade dos atores políticos envolvidos.

Romer Mottinha, pesquisador na Universidade Federal do Paraná, contribui com os estudos sobre a cobertura jornalística no período eleitoral. No artigo “Uma metodologia para os estudos da cobertura eleitoral de 2014 no Facebook”, o autor utiliza uma metodologia quantitativa de análise de conteúdo para compreender como as postagens no Facebook de alguns jornais de grande circulação do país foram refletidas nas eleições presidenciais de 2014 no Brasil.

Na seção *Opinião*, em “A censura política: milhões de livros à espera de analistas”, Gláucio Soares, professor e pesquisador sênior do Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP) da Universidade Estadual do Rio de Janeiro, afirma que há uma base de dados pouca usada no Brasil que pode servir como base para muitos trabalhos. As influências de fatores políticos sobre a presença de certos temas podem fazer com que eles sejam censurados, tendo em vista que textos que pareciam inatingíveis agora estão disponíveis.

Na seção *Resenha*, Nerea Ramírez, Noelle Del Giúdice e Paulo Victor Melo, doutorandos em Ciência Política na Universidade Federal de Minas Gerais, resenham a obra “Sistemas de partidos en América Latina: causas y consecuencias de su equilibrio inestable”, de autoria de Mariano Torcal professor na Universitat Pompeu Fabra. O livro apresenta uma revisão de aspectos importantes para a ciência política contemporânea como sistema de partidos, e traz novas contribuições a este, com foco, principalmente, na América Latina.

O POLÍTICO, O MARQUETEIRO E O PARTIDO: QUEM SERÁ O PROTAGONISTA NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2016?

Rodolfo Marques

Universidade da Amazônia

✉ rodolfo.smarques@gmail.com

Bruno Conceição

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

✉ brunopolitica@gmail.com

Resumo: O desgaste dos políticos e dos partidos, com os inúmeros escândalos de corrupção no país, coloca maior peso no trabalho dos marqueteiros de campanhas eleitorais. Contudo, o fim do financiamento privado de campanhas, aprovado pelo Supremo Tribunal Federal, irá alterar a dinâmica das campanhas municipais de 2016? Quem sairá fortalecido nesse novo cenário de verbas limitadas?

Palavras-Chave: Eleições Municipais; Marketing Político; Campanhas Eleitorais.

Abstract: The wear of politicians and parties, with the numerous corruption scandals in the country, places greater weight on the work of election campaigns marketers. However, the end of private campaign financing, approved by the Supreme Court, will change the dynamics of the municipal campaign 2016? Who will be strengthened in this new scenario of limited funds?

Keywords: Municipal Elections; Political Marketing; Electoral Campaigns.

A época da gastança em campanhas eleitorais parece ter chegado ao fim. Após muitas discussões, o Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu pelo encerramento das campanhas eleitorais financiadas com dinheiro da iniciativa privada. A decisão tomada em setembro de 2015, com uma votação de 8 a 3 dos ministros do STF, pretende eliminar a corrupção que se espalhou na política nacional. Assim, o poderio econômico das grandes empreiteiras ou dos bancos estará aliado das eleições municipais de 2016.

DOSSIÊ
RODOLFO MARQUES
BRUNO CONCEIÇÃO
O POLÍTICO, O MARQUETEIRO E O PARTIDO: QUEM SERÁ O PROTAGONISTA NAS
ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2016?

A busca do STF em limpar a corrupção na política nacional nos remete ao estopim da luta contra práticas ilícitas quando, em 2005, veio a público o chamado “Escândalo do Mensalão”. Tal evento se refere à maior crise política no primeiro mandato do presidente Luís Inácio Lula da Silva (2003-2006), do Partido dos Trabalhadores (PT), ocorrida, principalmente, nos anos de 2005 e de 2006.

O termo “mensalão” foi cunhado pelo então deputado federal pelo Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), do Rio de Janeiro, Roberto Jefferson, em entrevista à repórter Renata Lo Prette, da *Folha de S.Paulo*, em junho de 2005. O termo era usado para se referir a um pagamento mensal feito a lideranças e aos deputados federais da base governista para que estes votassem a favor de pautas e temas do interesse do Governo Federal. De acordo com Roberto Jefferson, o termo já havia se convertido em clichê nos bastidores políticos do Congresso.

A palavra “mensalão” ganhou contornos mais populares ao ser utilizada, diariamente, pela opinião pública para se referir ao caso de corrupção. Em linhas gerais, de um lado os governistas sempre alegaram que o “mensalão” nunca foi provado, e, de outro lado, os opositores contrapuseram argumentando que não poderia haver “recibo” na prática do “mensalão”. Em que pese à clara absolvição do presidente Lula nesse escândalo, os inúmeros políticos presos envolvidos no esquema de compra de apoio político atestam a ocorrência de corrupção nos governos petistas.

A partir de toda essa crise política, que levou à queda de vários ministros do Governo Lula, inclusive o ministro José Dirceu, então chefe da Casa Civil, foram elaborados vários projetos de lei para tornar mais transparentes as prestações de contas nas campanhas partidárias eleitorais. Outro objetivo foi trazer mais equidade às campanhas partidárias, buscando evitar o chamado “caixa dois”, ou seja, os ditos “recursos não contabilizados”,

DOSSIÊ
RODOLFO MARQUES
BRUNO CONCEIÇÃO
O POLÍTICO, O MARQUETEIRO E O PARTIDO: QUEM SERÁ O PROTAGONISTA NAS
ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2016?

como definiu em certo momento o então tesoureiro do PT, no primeiro governo Lula, Delúbio Soares. O conjunto dessas propostas ficou conhecido como “minirreforma eleitoral”, codificada na Lei 11.300/2006. Depois disso, os processos de comunicação eleitoral, entre representante e representado, se modificaram muito diante das restrições apresentadas.

Indiscutivelmente, o marketing político tem sido muito relevante nas eleições brasileiras desde o êxito de Fernando Collor de Melo na eleição presidencial de 1989. Candidato desconhecido da população, eleito pelo nanico Partido da Reconstrução Nacional (PRN), Collor utilizou um discurso de caça aos corruptos, de renovação da política, uma imagem de político *outsider* – a despeito do fato de estar ligado diretamente às “velhas” oligarquias nordestinas –, e assim construiu sua imagem de político “salvador da pátria”, de “o caçador dos marajás” e de “o defensor dos descamisados”. Dispondo de técnicas de marketing político na sua campanha televisiva, aos moldes norte-americanos, tornou-se o favorito nas eleições presidenciais. A partir daí, cada vez mais, os políticos precisaram contar com grupos de profissionais de mídia e comunicação – os marqueteiros –, para terem sucesso junto ao eleitor.

A consolidação do marketing político na política nacional pode ser ainda derivada de outros dois fatores: o aumento da verba do fundo partidário e a crise de representação política. Em primeiro lugar, a Lei dos Partidos Políticos, de setembro de 1995 (Lei nº 9.096), aumentou consideravelmente as verbas destinadas aos partidos pelo fundo partidário – Fundo Especial de Assistência Financeira aos Partidos Políticos Brasileiros – que reverte aos partidos cotas econômicas proporcionais ao tamanho das bancadas partidárias na Câmara dos Deputados.

Esses recursos financeiros são arrecadados pelo Estado por meio de doações de pessoas físicas ou jurídicas, por valores destinados por lei, ou mesmo por meio de recursos públicos da União. As quantias são repassadas

DOSSIÊ
RODOLFO MARQUES
BRUNO CONCEIÇÃO
O POLÍTICO, O MARQUETEIRO E O PARTIDO: QUEM SERÁ O PROTAGONISTA NAS
ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2016?

observando os resultados eleitorais obtidos na eleição anterior. Segundo dados de Ribeiro (2008), o aporte econômico aumentou em torno de vinte vezes mais para o fundo partidário após a implantação da Lei dos Partidos Políticos. Desse modo, o financiamento misto de campanhas eleitorais, privado e público, propiciou até 2015 uma situação de recursos quase infinitos para os grandes partidos utilizarem nas campanhas eleitorais.

O segundo fator que pode ter contribuído para o protagonismo dos marqueteiros seria a constante crise de representação política. O descrédito com as ações governamentais precárias e com os casos sucessivos de corrupção dos políticos e dos partidos favoreceram que os marqueteiros tivessem uma aura de salvadores de carreiras ameaçadas pela rejeição do eleitorado. Segundo Marques (2010), o marketing político é essencial na conquista de votos em razão da similaridade de agendas políticas entre os partidos. É, portanto, necessário aos políticos destacarem-se dos demais em campanhas políticas tão acirradas como são as brasileiras.

Dessa forma, nomes como os dos publicitários Duda Mendonça e João Santana, por exemplo, tornaram-se conhecidos na política brasileira ao transformarem as campanhas presidenciais do PT em vitória. Em 2002, apesar do evidente esgotamento do governo tucano de Fernando Henrique Cardoso junto à população, o publicitário Duda Mendonça teria sido o grande responsável pela mudança de tom do candidato Lula, fazendo ele se tornar mais palatável às classes médias e ricas do país. A imagem “Paz e Amor” do candidato Lula obteve sucesso frente ao eleitorado, terminando por derrotar o candidato do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) no segundo turno das eleições daquele ano.

Já em 2010, o publicitário João Santana teria feito o “milagre” de eleger um “poste”, que era a forma pejorativa que a imprensa tratava a então candidata Dilma Rousseff do PT. Nessa eleição tivemos também o avanço na

DOSSIÊ
RODOLFO MARQUES
BRUNO CONCEIÇÃO
O POLÍTICO, O MARQUETEIRO E O PARTIDO: QUEM SERÁ O PROTAGONISTA NAS
ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2016?

qualidade da produção técnica da propaganda televisiva. O PT, através da ampla coligação partidária na eleição presidencial, teve tempo suficiente na campanha de rádio e televisão para investir em uma propaganda de alta produção técnica.

Recentemente, o marqueteiro João Santana foi preso por suposto envolvimento com recepção de dinheiro ilegal no exterior. João Santana e sua esposa, Mônica Moura, foram presos no dia 23 de fevereiro de 2016, por suposto envolvimento com esquema de corrupção na Petrobrás, na 23ª etapa da Operação Lava-Jato. No dia 25 de fevereiro de 2016, João Santana informou à Polícia Federal que não sabia que deveria ter feito declaração de que possuía uma conta bancária na Suíça à Receita Federal. Os valores seriam, de acordo com as investigações, oriundos de pagamento de serviços eleitorais prestados ao Partido dos Trabalhadores (PT). Ele coordenou o marketing das últimas candidaturas presidenciais do partido, incluindo a campanha de reeleição da presidenta Dilma Rousseff em 2014.

Os casos de sucesso dos marqueteiros em campanhas eleitorais competitivas, em um cenário de discursos e de conteúdos partidários tão parecidos, tornaram essencial a contratação de equipes de experts em estratégias de campanhas. Contudo, as eleições municipais de 2016 terão uma dinâmica diferente das eleições dos últimos anos. A regra de ouro das eleições municipais de 2016 será a contenção de gastos nas campanhas. O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) reduziu o período de campanha, em relação à eleição anterior, em função da proibição de recursos financeiros privados. O tempo de campanha passa de 90 para 45 dias, na rua, enquanto nos meios de comunicação passa de 45 para 35 dias.

No entanto, isso não significa que o dinheiro sumiu. Ainda em 2015, a presidenta Dilma Rousseff sancionou a Lei Orçamentária Anual (Lei 13.115/05) que continha uma alteração no valor repassado ao fundo

DOSSIÊ
RODOLFO MARQUES
BRUNO CONCEIÇÃO
O POLÍTICO, O MARQUETEIRO E O PARTIDO: QUEM SERÁ O PROTAGONISTA NAS
ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2016?

partidário. Anteriormente, a dotação inicial era de quase R\$ 290 milhões para o fundo partidário, mas este valor foi triplicado, pelos parlamentares, passando para em torno de R\$ 870 milhões. Mesmo com essas limitações de recursos uma dúvida paira no ar: o que isso sinaliza para os políticos, para os partidos e para os experts de campanha? Quem será o protagonista?

Em linhas gerais, se fôssemos fazer uma aposta em quem será o principal protagonista das eleições municipais de 2016, a resposta inequívoca seria os partidos políticos. Tendo a chave do cofre que pode beneficiar, em caso de aporte a um candidato, ou mesmo prejudicar uma campanha, em caso de negativa de aporte para qualquer candidato, os partidos tendem a serem os controladores do sucesso ou do fracasso das campanhas eleitorais. Conforme Conceição e Vasconcelos (2015), os partidos influenciaram no sucesso dos candidatos nas eleições majoritárias na última eleição municipal em 2012. Já na eleição parlamentar, em 2012, os candidatos vitoriosos foram aqueles que captaram mais recurso na iniciativa privada. A incerteza sobre esta nova configuração de financiamento, sem a participação da iniciativa privada, tende a criar uma relação de dependência dos candidatos a suas legendas. Os caciques eleitorais, os políticos mais conhecidos e mais votados das legendas, terão muito poder nas eleições municipais na medida em que as suas escolhas de apoio financeiro podem ajudar ou interromper carreiras políticas.

Segundo Balán (2013), perceber até que ponto os recursos de marketing e os meios de comunicação serão usados positivamente pelos candidatos nas eleições – tanto para os cargos majoritários quanto para os proporcionais – é um argumento relevante no campo da Ciência Política. Imagem, proximidade do eleitor e plano de trabalho são categorias importantes que podem ter um “peso” maior ou menor na decisão do voto. A população está “cansada de políticos” que apontam os problemas, mas que não concebem soluções. Em 02 de outubro de 2016, dia da votação do primeiro turno, será a hora dos

DOSSIÊ
RODOLFO MARQUES
BRUNO CONCEIÇÃO
O POLÍTICO, O MARQUETEIRO E O PARTIDO: QUEM SERÁ O PROTAGONISTA NAS
ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2016?

políticos, dos partidos e dos marqueteiros mostrarem conteúdo ao eleitorado, ao invés de uma boa “imagem”, por vezes, vazia de sentido.

Referências

- BALÁN, M. Polarización y medios a 30 años de democracia. *Revista de la Sociedad Argentina de Análisis Político*, Número Especial, v.7, n.2., p.473-481, 2013.
- CONCEIÇÃO, B; VASCONCELOS, C. Quem paga a conta dos políticos locais? Análise do financiamento das campanhas municipais nas capitais brasileiras em 2012. *Revista Teoria & Sociedade*, n.23.2, p.79-102, jul-dez 2015.
- MARQUES, R. *Mídia e Política na eleição de 2006: Oligarquização da informação e democratização das escolhas*. Tese de Doutorado. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas - Departamento de Ciência Política, Universidade Federal do Pará, 2010.
- RIBEIRO, P. *Dos sindicatos ao governo: a organização nacional do PT de 1980 a 2005*. Tese de Doutorado. Departamento de Ciência Política, Universidade Federal de São Carlos, 2008.

A CRISE DO GOVERNO DILMA ROUSSEFF EM 140 CARACTERES NO TWITTER: DO #IMPEACHMENT AO #FORADILMA

Thiago Perez Bernardes de Moraes
 Centro Universitário Campos de Andrade
 ✉ thiagomoraessp@hotmail.com

Doacir Gonçalves de Quadros
 Centro Universitário Internacional
 ✉ dgquadros2001@yahoo.com.br

Resumo: Neste artigo mensuramos o uso do Twitter como instrumento de mobilização em 2015, ano marcado por várias manifestações nas ruas contra o governo da Presidente Dilma Rousseff. Os resultados coletados sobre as hashtags #ForaDilma e #Impeachment sugerem que a mobilização em favor do "Impeachment" da Presidente Dilma Rousseff mostrou-se um clamor de cunho menos popular do que a mobilização "Fora Dilma". Na hashtag #Impeachment o usuário comum foi do tipo meios de comunicação de massa e na hashtag #ForaDilma o usuário predominante caracterizou-se como um player individual comum.

Palavras-Chave: comportamento político; Dilma Rousseff; escândalo político; opinião pública; Twitter.

Abstract: The year 2015 was marked by protests in the streets against the Government of President Dilma Rousseff and at that point we measure how Twitter was used as an instrument of mobilization. The results collected on the Hashtags #ForaDilma and #Impeachment indicate that the mobilization in favor of the "Impeachment" of President Dilma Rousseff proved a claim less popular than the mobilization of "Fora Dilma". In this tuning fork the predominant user of the hashtag #Impeachment was the kind of mass media while in #ForaDilma the predominant pattern was the common individual player.

Keywords: Political Behavior; Dilma Rousseff; Political Scandal; Public Opinion; Twitter.

Introdução

Um rápido levantamento nas duas últimas décadas mostra uma lista extensa de escândalos políticos divulgados pela imprensa brasileira. Desde o "Caso Celso Daniel" no início da década de 2000 até a Operação Lava Jato, computa-se meia centena de escândalos políticos divulgados no período. A Operação Lava Jato desencadeou tanto vários mandados de busca e apreensão

quanto prisões preventivas. Partidos do governo federal como o Partido Progressista (PP), o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) e o Partido dos Trabalhadores (PT), empresários e outros políticos de diversos partidos foram beneficiados com o esquema.

Uma possível explicação para a alta incidência na “divulgação” dos escândalos políticos e financeiros na imprensa brasileira nos últimos anos é a de que tais escândalos são amplamente noticiáveis nas democracias contemporâneas, já que esses regimes garantem aos meios de comunicação liberdades profissional e investigativa. Os escândalos, ao serem divulgados, têm a capacidade de destruir a reputação e as relações de confiança dos envolvidos, esvaziando a reputação e a confiança, bens simbólicos necessários para que os políticos e os aspirantes a líderes políticos consigam o apoio da opinião pública e consequentemente tenham sucesso político e eleitoral (THOMPSON, 2002, p. 299).

A magnitude do impacto dos escândalos políticos sobre a opinião pública fortaleceu-se com o desenvolvimento dos meios de comunicação; esse desenvolvimento propiciou o aumento do número de pessoas que passaram a receber informações políticas, da mesma forma que os políticos e as autoridades perderam a capacidade de restringir a sua visibilidade política (THOMPSON, 2002, p. 61-70). Tal situação ficou mais delicada a partir do final do século XX, em que a internet se colocou como um meio de comunicação alternativo, dando reais condições para promover acesso (a) a um amplo aumento no volume de informações disponíveis, (b) à difusão de informações de modo mais rápido, (c) à atualização contínua das informações e (d) a informação de maneira fácil e irrestrita. Nesse contexto de ampla informação e de altos índices de divulgação de escândalos políticos, de acordo com as pesquisas de opinião pública realizadas no Brasil, computa-se que há

uma desconfiança generalizada do brasileiro frente aos agentes políticos e a seus governantes.

Neste artigo averiguamos a atuação do Twitter como fórum para mobilizar o internauta-cidadão brasileiro frente às séries de escândalos que o governo da Presidente Dilma Rousseff enfrentou em 2015 a partir do desencadeamento da Operação Lava Jato. Quais foram o volume de publicações e o tipo dos usuários que publicaram as *hashtags* de mobilização contra o governo de Dilma Rousseff? Para tentar responder a essas questões, selecionamos as *hashtags* #Impeachment e #ForaDilma, que, após as primeiras medidas do ajuste fiscal do governo em fevereiro de 2015, mostraram-se as mais ativas entre as *hashtags* contra o governo.

Procedimentos metodológicos

Para mensurar as frequências de publicações das *hashtags* #Impeachment e #ForaDilma, no período de 1º de março de 2015 a 31 de janeiro de 2016 (totalizando 306 dias de análise), utilizamos a ferramenta *Hashtagify* (<http://hashtagify.me/>), que mensura o volume de publicações diárias, os *top influencers*, as *hashtags* mais relacionadas e a distribuição semanal. Primeiramente, mensuramos e comparamos a distribuição temporal (por dia) de publicações das *hashtags* e comparamos os dados relativos a intensidade e volume. Em segundo lugar, classificamos 60 *hashtags* que mais se relacionaram com aquelas investigadas em nosso estudo. Em terceiro lugar, classificamos o *top 10 influencers* de cada uma das duas *hashtags*. Para analisar o padrão de usuário influente consideramos os dez mais influentes de cada uma das *hashtags*, sob o viés da taxonomia que criamos para o presente estudo. A taxonomia denominada “tipo de jogador” é composta de quatro níveis:

(a) políticos e lideranças: twitters de políticos, partidos políticos ou organizações políticas da sociedade civil (como organizações não-

governamentais – ONGs), organizações da sociedade civil de interesse público – oscips), dentre outras;

b) meios de comunicação de massa: twitters de jornais, emissoras de rádio ou TV, canais de notícias;

c) lideranças sociais e formadores de opinião: artistas, comentadores políticos, jornalistas;

d) *players* individuais comuns: a maior parte dos usuários da internet, pessoas comuns.

O volume de publicações diárias e os *top influencers* das *hashtags*

É interessante notar que a *hashtag* #ForaDilma mostrou-se mais popular que #Impeachment, tanto no que diz respeito ao volume total de impressões (mais de dois bilhões) como em qualquer outra variável. A tabela a seguir mostra um resumo de estatísticas relativas às *hashtags* #Impeachment e #ForaDilma.

TABELA 1 – RESUMO DAS *HASHTAGS* (1º.3.2015-31.1.2016)

<i>Hashtag</i>	Total de impressões	Total de Tweets	Tweets por dia	Impressões por dia
#Impeachment	601.586.743	81.850	267	1.965.970
#ForaDilma	2.311.000.000	538.702	1.766	7.580.077

FONTE: elaboração própria.

Os dados mostram que o volume total de impressões da *hashtag* #ForaDilma foi de 2,311 bilhões, contra #*Impeachment* que teve 601.586.743

DOSSIÊ
 THIAGO PEREZ BERNARDES DE MORAES
 DOACIR GOLÇALVES DE QUADROS
 A CRISE DO GOVERNO DILMA ROUSSEFF EM 140 CARACTERES NO TWITTER: DO
 #IMPEACHMENT AO #FORADILMA

durante o período investigado. A *hashtag* #ForaDilma igualmente superou #Impeachment em volume de *tweets* diários e em impressões diárias.

GRÁFICO 1 – DISTRIBUIÇÃO TEMPORAL DAS *HASHTAGS* (1º.3.2015-31.1.2016)



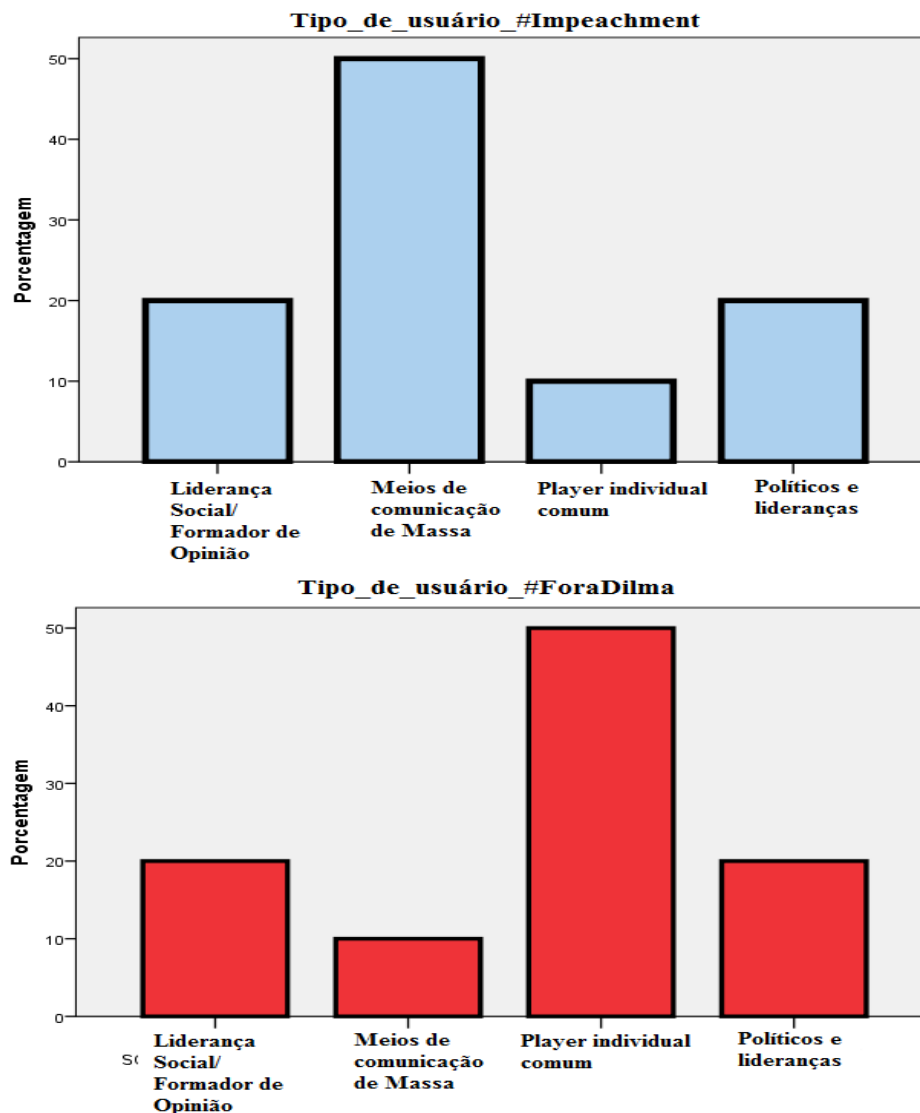
FONTE: elaboração própria.

De acordo com o Gráfico 1, existem dois padrões distintos e observáveis de distribuição temporal de impressão que as *hashtags* investigadas geraram no período monitorado. O primeiro padrão consiste em que o pico de impressões da *hashtag* #ForaDilma localiza-se no mês de agosto de 2015, enquanto a *hashtag* #Impeachment teve o maior número de impressões entre os meses de novembro e dezembro de 2015.

DOSSIÊ
 THIAGO PEREZ BERNARDES DE MORAES
 DOACIR GOLÇALVES DE QUADROS
 A CRISE DO GOVERNO DILMA ROUSSEFF EM 140 CARACTERES NO TWITTER: DO
 #IMPEACHMENT AO #FORADILMA

Para saber o tipo de usuário que publicam nas *hashtags* investigadas separamos os dez usuários mais influentes e classificamo-los de acordo com a taxonomia denominada “tipo de jogador”¹.

GRÁFICO 2 – TIPOS DE USUÁRIOS DAS *HASHTAGS* (1º.3.2015-31.1.2016)



FONTE: elaboração própria.

¹ Para a hashtag #Impeachment, os usuários mais influentes foram: bbcbrasil, veja, lobãoeletrico, g1, gazetadopovo, danilogentili, marisacruz, depeduardocunha, radiobandnewsfm, br45silnocorrupt. Para a hashtag #ForaDilma, elencamos os seguintes usuários: lobãoeletrico, br45silnocorrupt, veja, marisacruz, kmpasso, drangelocarbone, thepatricao, val_ce1, ary_antipt, panichiraphael.

O Gráfico 2 mostra um padrão discrepante entre o tipo de usuário para cada uma das *hashtags* investigada. Em #Impeachment a predominância de usuário é do tipo definido como “meio de comunicação de massa”; em #ForaDilma predomina o usuário do tipo “*player* individual comum”.

Considerações finais

Os resultados coletados a respeito das *hashtags* #ForaDilma e #Impeachment sugerem que a mobilização em favor do “impeachment” da presidente Dilma Rousseff é um ato político de clamor menos popular que a mobilização “Fora Dilma”. Tal suposição decorre da distribuição temporal e do tipo de usuário das *hashtags*.

A *hashtag* #Impeachment teve os picos de impressões entre novembro e dezembro de 2015, período no qual o pedido de impedimento contra a Presidente Dilma Rousseff feito pelo jurista Hélio Bicudo foi analisado e aceito pelo Presidente da Câmara dos Deputados, Deputado Eduardo Cunha. O padrão de impressões da *hashtag* #ForaDilma mostrou o pico no mês de agosto de 2015, período em que ocorreram protestos em 209 cidades brasileiras com 879 mil pessoas ruas e que ficaram conhecidos como as “Manifestações de 16 de agosto”. Esses dados sugerem que a mobilização da *hashtag* #ForaDilma apresentou-se como um apelo político “popular” decorrente das ruas, diferentemente da *hashtag* #Impeachment, em que o maior número das impressões foi reflexo de manifestações institucionais.

Essa conclusão é fortalecida pelos dados que mostram que na *hashtag* #Impeachment o tipo de usuário predominante foi o do tipo “meios de comunicação de massa”, que abrange twitters de jornais, emissoras de rádio e televisão, canais de notícias. Isso sugere que esse canal serviu de instrumento de mobilização usado por formadores de opinião vertical. Por outro lado, na

DOSSIÊ
THIAGO PEREZ BERNARDES DE MORAES
DOACIR GOLÇALVES DE QUADROS
A CRISE DO GOVERNO DILMA ROUSSEFF EM 140 CARACTERES NO TWITTER: DO
#IMPEACHMENT AO #FORADILMA

hashtag #ForaDilma, o usuário predominante foi o “*player* individual comum”, composto por usuários da internet e pessoas comuns.

Referências

RECUERO, R.; ZAGO, G.; BASTOS, M. T., & ARAÚJO, R. *Hashtags: functions in the Protests Across Brazil*. *SAGE Open*, v.5, n.2, p.1-14, 2015.
THOMPSON, J. B. *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2002.

CORRUPÇÃO POLÍTICA E MÍDIA: O CASO DOS SUBMARINOS EM 2010 EM PORTUGAL¹

Érica Anita Baptista
Universidade Federal de Minas Gerais
✉ anitaerica@gmail.com

Patrícia Contreiras
Centro de Investigação Media e Jornalismo – Universidade Nova de Lisboa
✉ patricia.contreiras@gmail.com

Resumo: Pretendemos neste artigo analisar a cobertura jornalística televisiva em prime-time de três emissoras nacionais de sinal aberto – RTP1, SIC e TVI – em 2010 de um dos casos de corrupção ocorridos em Portugal que causou sérios prejuízos financeiros ao Estado: o Caso dos Submarinos. Partimos do pressuposto de que a cobertura da análise jornalística foi tratada pelas emissoras em questão privilegiando o escândalo e a espetacularização em detrimento do debate público sobre as causas e efeitos da corrupção na sociedade. Também trabalhamos com a proposta de sobreposição de atores em relação à análise do próprio caso.

Palavras-chave: Corrupção Política; Televisão; Caso dos Submarinos; Portugal; Agenda-Setting.

Abstract: We intend in this article to analyze the television news coverage in prime-time three national broadcasters - RTP1, SIC and TVI - in 2010 about one of the cases of corruption that took place in Portugal which caused serious financial loss to the state: the case of Submarines. We assume that the coverage of journalistic analysis was treated by broadcasters concerned favoring scandal and spectacle at the expense of the public debate about the causes and effects of corruption in society. We also work with proposal the actors overlay regarding the examination of the case itself.

Keywords: Political corruption, television, Case of Submarines, Portugal, Agenda-setting.

Introdução

A corrupção é um dos problemas que atentam contra a qualidade dos serviços públicos afetando a qualidade de vida dos cidadãos, e também pode ser um entrave para a confiança dos cidadãos na representação política, podendo interferir na legitimidade e consequente estabilidade do regime democrático (MOISÉS, 2010).

¹ Uma primeira versão deste trabalho foi apresentada no IV Congresso Internacional de Comunicação Política e Estratégias de Campanha da ALICE, em Belo Horizonte, em 2015.

Assumimos, aqui, que a corrupção política pode ser entendida como o uso ilícito da autoridade e do abuso ao poder para benefício próprio em detrimento do bem estar da sociedade.

O tema da corrupção tem crescido em termos de visibilidade nos meios de comunicação dos regimes políticos democráticos. E a percepção que os cidadãos têm do fenômeno tem sido mensurada periodicamente por diversas instituições, como a Transparência Internacional. Os meios de comunicação são importantes fontes de informação para os cidadãos e são consideráveis os índices de confiança, e muitas investigações sinalizam que a percepção da corrupção sofre influências da cobertura midiática, ainda que ela seja trabalhada de modo a privilegiar a perspectiva do escândalo - “indústria mediática do escândalo” (HEIDENHEIMER, JOHNSTON, LEVINE, 1999; THOMPSON, 2002). No entanto, é necessário destacar o relevante papel dos *media* no combate à corrupção, ao descortinarem os casos e os tornarem públicos.

A articulação entre os temas dos *media* e a corrupção é comum em vários países, o que motivou o projeto de investigação “*Jornalistic Coverage of Political Corruption: a comparative perspective*”², liderado pelo Centro de Investigação Media e Jornalismo, sediado na Universidade Nova de Lisboa, em parceria com a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e a Universidade de Moçambique. O projeto dedica-se ao estudo da cobertura jornalística de casos de corrupção política nos *media mainstream* e na internet.

Este artigo insere-se nesse projeto e apresenta a análise da cobertura jornalística televisiva em *prime-time* de três emissoras nacionais de sinal aberto – RTP1, SIC e TVI – em 2010 de um dos casos de corrupção ocorridos em Portugal que causou sérios prejuízos financeiros ao Estado: o caso dos Submarinos. Partimos do pressuposto de que a cobertura da jornalística do Caso dos *Submarinos* foi tratada pelas emissoras em

² Projeto com referência: PTDC/IVC-COM/5244/2012 financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia – FCT e alojado no Centro de Investigação Media e Jornalismo.

questão privilegiando o escândalo e a espetacularização em detrimento do debate público sobre as causas e efeitos da corrupção na sociedade. E, ainda, presumimos que houve uma sobreposição de atores em relação à análise do próprio caso.

Corrupção: abordagens teóricas e percepção

De modo amplo, a corrupção trata do uso ilegal do poder ou da influência para enriquecer a si próprio ou obter algum tipo de benefício, contrariando as convenções legais ou leis em vigor. Não se pode dizer, no entanto, da existência de um consenso teórico do que se entende por corrupção no pensamento político ocidental. A construção de uma teoria política da corrupção exigiria não apenas as possibilidades descritivas dos conceitos políticos, mas deveria incluir, ainda, o horizonte normativo expresso por cada teoria (FILGUEIRAS, 2008).

Dentre os estudos que buscam compreender e conceituar a corrupção, destacamos duas vertentes que tiveram início a partir do século XX. Numa delas, a “teoria da modernização”, iniciada no contexto subsequente à Segunda Guerra Mundial, nos Estados Unidos, a intenção é procurar no sistema organizacional dos países industrializados as variáveis sociais que basearam o seu desenvolvimento em grandes mudanças. Em termos gerais, esta corrente observa mudanças sociais em grandes dicotomias, como em nações sub e desenvolvidas. A corrupção representaria o mau funcionamento das organizações, que não se teriam adaptado às mudanças. Outra abordagem tornou-se hegemônica a partir da década de 1990 e aproxima a ocorrência da corrupção dos meandros dos setores públicos e privados, por meio de um favorecimento dos agentes públicos nos modos de suborno e propina (ROSE-ACKERMAN, 1999, 2002). A corrupção estaria relacionada a um comportamento conhecido como *rent-seeking*, no qual os agentes procuram maximizar os seus lucros privados, independente se está fora das regras de conduta estabelecidas.

A dificuldade em definir a corrupção também reside no problema em qualificá-la enquanto crime, o que é agravado, muitas vezes, pelos obstáculos que existem na compreensão do contexto da ocorrência da corrupção. Assim, mensurar a corrupção diretamente torna-se inviável, sendo necessário recorrer a medidas indiretas, como a percepção. Casas e Rojas (2008) alertam que “corrupção” e “percepção da corrupção” são conceitos distintos. A corrupção trata da ocorrência do problema, enquanto a percepção explica a sensação que os cidadãos têm na interpretação do seu entorno.

Tanto a definição do que é a corrupção como a percepção podem ser considerados como um problema cultural, na medida em que dependem de como a sociedade compreende as regras e, ainda, de como esta interpreta os desvios (MELGAR, ROSSI, SMITH, 2010; BAPTISTA, FRAIHA, 2014).

2. Escândalos políticos midiáticos e os efeitos midiáticos

Partimos de algumas premissas, que compreendem a importância da mídia, por meio da cobertura dos casos de corrupção, na formação da percepção dos cidadãos em relação ao fenômeno. Acrescentamos, ainda, que essa cobertura midiática é construída, muitas vezes, sob a ótica dos escândalos. Diversos estudos apontam para a crescente visibilidade dos casos de corrupção, seja na imprensa, rádio, TV ou internet (BAPTISTA, 2015; CUNHA, 2014; TELLES, FRAIHA, LOPES, 2014).

A centralidade dos meios de comunicação alterou as relações entre os campos político e midiático, e os *media* surgem como um recurso de publicização, estimulando o debate e conferindo visibilidade, deixando em relevo os atos do poder. Nesse cenário, um acontecimento que rompe normas, códigos ou valores responsáveis por regular as relações pessoais, políticas, económicas etc., pode ser caracterizado como um escândalo, independente de sua classificação, seja político, midiático, sexual, etc. (THOMPSON, 2002; PAIXÃO, 2010). Quando um caso de corrupção é

descortinado, ganha visibilidade mediática e desaprovação social, pode-se caracterizar o acontecimento como um escândalo político mediático.

O escândalo político envolve agentes e ações dentro do campo político, e os efeitos atingem as relações dentro desse campo. A aquisição e o exercício do poder político estão relacionados, entre outras formas, com o uso do poder simbólico. Thompson (2000) refere-se ao poder simbólico como a capacidade de influenciar no curso dos acontecimentos e das ações, e mesmo de criar acontecimentos. O escândalo político diz respeito à luta pelo poder simbólico e os *media* descortinam os acontecimentos previamente ocultados.

Nesse contexto, é oportuno destacar algumas estratégias de operacionalização dos acontecimentos pelos meios de comunicação, que nortearam nossa análise, como as hipóteses relativas ao *agenda-setting*. Para essa perspectiva, os *media* constroem uma representação da realidade, ao dar destaque a determinados assuntos e a hierarquizar a importância dos acontecimentos e, também, ao apontar ao público os temas sobre os quais é importante e necessário ter uma opinião e uma discussão a respeito.

As hipóteses iniciais sobre o agendamento dos *media* tratavam da sua capacidade em influenciar o comportamento do indivíduo. Ainda em 1922, Walter Lippman propôs que os meios de comunicação participavam ativamente na estruturação da ordem das informações e das imagens, direcionando e “facilitando” a assimilação por parte do público. Em 1958, houve a primeira menção ao *agenda-setting*, quando Norton Long afirmou que os jornais pautavam e influenciavam os leitores, na medida em que agendavam os debates na sociedade. A partir da década de 1970, as investigações acerca da hipótese do agendamento dedicaram-se aos efeitos sociais dos meios de comunicação (MCCOMBS, SHAW, 1972).

Na perspectiva do agendamento, os *media* não teriam capacidade de dizer às pessoas **o que pensar**, porém seria realizável dizer **sobre o que** elas deveriam pensar (PORTO, 2004). O conceito de enquadramento (*framing*) completa, então, a ideia de

agendamento, sendo um “segundo nível de efeitos”; dessa forma, a importância deixa de ser a maneira como a cobertura dos *media* afeta **sobre o que** as pessoas pensam – primeiro nível de agendamento – e, sim, em **como** o público pensa acerca desses temas – enquadramento. Ao dar relevo a alguns aspetos da notícia, os *media* acabam por determinar o seu enquadramento, ou seja, além de dar uma definição particular ou própria ao evento, ele pode orientar também a interpretação.

Scheufele (2000) reforça que o *agenda-setting* é considerado uma hipótese ou uma formulação por ter um carácter mais especulativo do que propriamente teórico. E ele destaca que os estudos avançaram e trabalharam melhor a ideia do agendamento, sugerindo que o enquadramento e o *priming* seriam um complemento, o que tornaria mais compreensível essa proposta.

De acordo com a premissa do *priming*, o conteúdo dos *media* pode ativar certos esquemas mentais que podem, por sua vez, influenciar, por exemplo, a avaliação do público a respeito de figuras públicas ou temas (IYENGAR, KINDER, 1987; WEAVER, 2007). Assim, a variável independente é a notícia mediática, ou seja, a forma como a informação é construída pelos *media*, ao passo que a avaliação que é feita dos temas ou dos atores políticos pode variar em função disso, sendo, portanto, a variável dependente (CHONG, DRUKMAN, 2007).

3. O caso dos *Submarinos*

O “caso dos *Submarinos*” diz respeito a um caso de corrupção em Portugal relativo ao processo de aquisição de dois submarinos pelo XV Governo Constitucional (2002-2004), presidido por Durão Barroso. Com base na análise da cobertura televisiva, que a seguir desenvolveremos, conseguimos traçar algumas linhas fundamentais deste caso mediático. O caso remonta a 1998-1999, quando tem início em Portugal o Programa Relativo à Aquisição de Submarinos publicado na Resolução de Conselho de Ministro de 14/98. Até 2001 processa-se a fase de aceitação de

propostas com os dois candidatos, o consórcio alemão German Submarine Consortium (GSC) e o francês DCN Internacional (DCNI).

Em 2002, Durão Barroso toma posse como Primeiro-Ministro, que retoma as negociações com os alemães. No ano seguinte, o contrato para a construção de dois Submarinos foi adjudicado pelo então ministro da Defesa Paulo Portas, líder do partido Centro Democrático Social (CDS), ao consórcio alemão GSC.

Contudo, foi durante as investigações do Ministério Público (MP) a um outro caso de corrupção – o caso Portucale – que se encontraram associações da empresa Espírito Santo Commerce (ESCOM), do então maior grupo financeiro português, o Grupo Espírito Santo, ao consórcio vencedor do concurso dos dois Submarinos. A ESCOM teria recebido 30 milhões de Euros do consórcio alemão, no entanto, não haveria contrapartida relevante para tal pagamento. Esse dinheiro foi, de acordo com investigadores alemães, circulado por “paraísos” fiscais das Bahamas e Ilhas Cayman. As suspeitas de corrupção surgem nessa altura, em razão da entrada de um milhão de Euros numa conta bancária do partido CDS, sendo que o depósito foi realizado parcelado por vários dias e, em alguns casos, com uso de nomes fictícios. Tal facto levantou suspeitas e as autoridades judiciais relacionaram o caso com escutas realizadas no âmbito das investigações do caso Portucale, entre Paulo Portas, o responsável pelas finanças do CDS, Abel Pinheiro e António Pires de Lima. No período abrangido pela análise, o ano de 2010, as autoridades alemãs detêm um administrador do grupo Man Ferrostaal (que pertence ao consórcio GSC), num caso de corrupção relativo à construção de Submarinos para as marinhas portuguesa e grega. O cônsul honorário de Portugal em Munique, Jürgen Adolff, é afastado do seu cargo por suspeitas de tráfico de influências e corrupção, e por ter recebido subornos de 1,6 milhões de Euros por ter ajudado a Man Ferrostaal a vender os submarinos ao Estado português.

O então primeiro-ministro, Durão Barroso, e presidente da Comissão Europeia em 2010 é mencionado por envolvimento no negócio. É revelada a relação íntima entre uma das procuradoras do processo e o presidente da INTELI que colaborou com o MP na investigação de várias empresas envolvidas nas contrapartidas. Por conseguinte, os advogados dos arguidos contestam a veracidade das perícias feitas. A diretora do Departamento Central de Investigação e Ação Penal (DCIAP), Cândida Almeida considera que a relação não prejudicaria nem comprometia a investigação.

Na Alemanha, dois ex-gestores da Man Ferrostaal admitiram ter distribuído subornos, em Portugal e na Grécia, para obterem as encomendas. Os ex-executivos da Man Ferrostaal foram condenados a dois anos de prisão com pena suspensa e a pesadas multas. Em Portugal, foram a julgamento quatro arguidos que, contudo, vieram a ser absolvidos sendo o caso arquivado em dezembro de 2014.

Cobertura jornalística televisiva da corrupção política

Como já anunciado, o presente artigo trata da análise a cobertura jornalística televisiva em *prime-time* de três emissoras nacionais de sinal aberto – *RTP1*, *SIC* e *TVI* – em 2010 de um dos casos de corrupção ocorridos em Portugal que causou sérios prejuízos financeiros ao Estado: o caso dos *Submarinos*. Salientamos que só a partir dos finais da década de 1980, com a abertura do mercado houve a liberalização do mercado mediático português. Antes desse período os canais que existiam eram os públicos: a *RTP1* e a *RTP2*³. Depois o mercado foi estendido a operadoras privadas de televisão, quando surgiram os canais de sinal aberto *SIC* (1992)⁴ e *TVI* (1993)⁵. Neste processo, os media assumem um papel primordial no processo de democratização das sociedades modernas, sobretudo promovendo a “socialização dos novos valores e

³ A *RTP1* e a *RTP2* integram o grupo Rádio e Televisão de Portugal.

⁴ Sociedade Independente de Comunicação (SIC).

⁵ Televisão Independente (TVI).

padrões de comunicação, que podem ser sintetizados na promoção de uma cultura de debate público” (FIGUEIRAS, 2015, p. 113).

Neste trabalho, observamos como os canais em questão mediatizam o caso de corrupção política do caso dos *Submarinos*. A escolha deste caso deve-se à sua relevância no cenário político e econômico de Portugal, e à sua abrangência, uma vez que foram registadas ocorrências da mesma situação na Alemanha e na Grécia.

Salientamos que em 2010 José Sócrates liderava o seu segundo mandato como primeiro-ministro pertencente ao Partido Socialista (PS) – 2009 a 2011. O país⁶ vivia e enfrentava várias fragilidades económicas, sociais e políticas, e é precisamente nessa altura em que é solicitada a intervenção das instituições de resgate, FMI, Banco Central Europeu e União Europeia.

Metodologia

Como a investigação é parte integrante do projeto “*Jornalistic Coverage of Political Corruption: a comparative perspective*”, os procedimentos metodológicos adotados neste artigo inserem-se na metodologia desenvolvida para o projeto global. A análise de conteúdo manifesto, deu origem a uma base com um total de 32 variáveis. O presente artigo incorpora algumas dessas variáveis:

- 1) Temas: principais assuntos abordados nos três blocos informativos;
- 2) Atores: principais atores incorporados nos três blocos informativos;
- 3) Instituições envolvidas: principais instituições públicas e privadas;
- 4) Ilícitos: variável que caracteriza o ilícito relacionado com o caso de corrupção retratado na peça, mencionado em primeiro lugar na peça;

⁶ O ano de 2010 foi política e economicamente conturbado. Em fevereiro dá-se a queda nas bolsas mundiais derivadas de notícias que a economia portuguesa estaria a ter sérios problemas, iguais aos que afetavam a economia grega. Em abril o Banco Privado Português (BPP) faliu. Em setembro, o Governo apresenta o pacote de medidas de austeridade com o objetivo reduzir o défice público, anunciando cortes nos salários a todos os funcionários públicos com vencimentos acima dos 1.500 Euros. Consequentemente a 24 de novembro ocorre uma das maiores greves gerais em todo o país com a colaboração dos dois sindicatos nacionais, a CGTP e a UGT, na qual os portugueses protestam contra o estado social, económico e político de Portugal.

- 5) Data: variável identifica a data correspondente à edição onde está inserida a unidade de análise;

O *corpus* de análise da televisão deu origem a 106 peças fornecidas pela plataforma *e-telenews* da empresa Marktest/Mediamonitor com a pesquisa em Caso dos *Submarinos* em horário nobre dos canais de televisão de sinal aberto *RTP1*, *SIC* e *TVI* concernentes à cobertura da corrupção política. Dado o volume deste corpus entre 2015 e 2012, optamos por analisar o ano de 2010 por registrar o maior número de peças. Assinalamos que neste estudo não foram contempladas as peças de Opinião/Comentário.

Partimos das teorias e conceitos já tratados que contemplam as noções de percepção da corrupção sob a óptica do escândalo político, bem como as estratégias dos media no tratamento das notícias. Nos interessa observar, sobretudo: os padrões da cobertura jornalística; os atores e as instituições que lograram maior visibilidade; os temas centrais que permearam as notícias; e elencar os ilícitos nomeados no caso em questão.

Resultados e interpretação

No ano abrangido pela análise, 2010, as notícias das três emissoras dão enfoque, sobretudo, a alguns episódios específicos. São eles:

- incumprimento do contrato de contrapartidas do Consórcio Alemão;
- criação de uma Comissão Permanente de Contrapartidas defendida pelo Bloco de Esquerda (BE);
- relação pessoal entre a procuradora-adjunta Carla Dias e o presidente do Inteli José Rui Felizardo, que coloca a investigação em causa;
- acusações/críticas entre o Partido Socialista (PS) e os partidos da oposição, Partido Social Democrata (PSD) e Centro Democrático Social (CDS), anteriormente

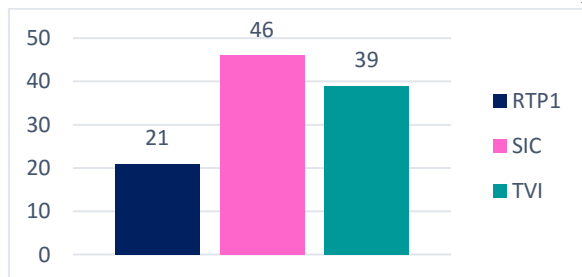
em funções governativas e com responsabilidade nas adjudicações com investimentos que originaram o processo judicial;

- acusações entre governo e oposição a propósito das implicações dos custos dos Submarinos no défice nacional;
- apresentação de uma queixa ao Parlamento Europeu pela eurodeputada Ana Gomes (PS), defendendo a anulação do contrato de aquisição e de contrapartidas;
- suspensão do ex-cônsul honorário, Jürgen Adolff, em Munique;
- aquisição de submarinos associada a financiamentos ao CDS;
- desaparecimento dos documentos da Ata da Comissão das Contrapartidas.

O Procurador-Geral da República, Pinto Monteiro, tem visibilidade quando a relação íntima entre a magistrada Carla Dias e o perito da Inteli começa a levantar dúvidas de ordem ética. Em declarações, Monteiro ordena a abertura de um inquérito para julgar se o DCIAP agiu corretamente em manter Carla Dias no processo.

Os Gráficos 1 e 2 mostram a visibilidade do caso dos *Submarinos*. O mês com um maior número de peças foi o mês de abril (33 peças), seguido de maio (13 peças) e março (12 peças). Em abril, a *TVI* emite um total de 15 peças, a *SIC* 11 peças e a *RTP* 7 peças. Em março, 7 peças da *TVI*, 3 peças da *SIC* e 2 peças da *RTP*.

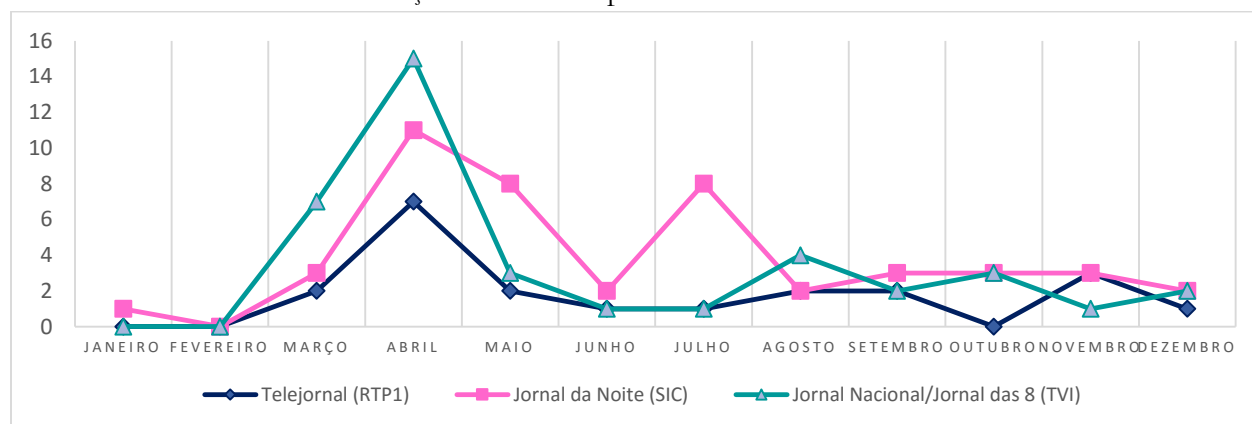
Gráfico 1. Visibilidade do Caso dos *Submarinos* – número de peças/ano 2010



“Telejornal (RTP1)” 21 peças (20%); “Jornal da Noite (SIC)” 46 peças (43%); “Jornal Nacional/Jornal das 8 (TVI)” 39 peças (37%) . N= 106 peças

Fonte: Projeto “Cobertura Jornalística da Corrupção Política: uma perspectiva comparada”

Gráfico 2. Peças distribuídas por meses do Caso dos *Submarinos*



N= 106 peças

Fonte: Projeto “Cobertura Jornalística da Corrupção Política: uma perspectiva comparada”

Uma das primeiras observações a serem feitas na caracterização política do caso é que ela revela o papel das rotinas televisivas na cobertura de fenômenos de corrupção política (CUNHA, 2015). As rotinas são concebidas para ocupar o tempo, apoiando-se muitas vezes em repetições de informações, através de figuras públicas e cenários facilmente reconhecíveis pelo público e que, neste caso, estão presentes na maior parte das “declarações” (Gráfico 3). Estas estão preferencialmente associadas ao Ministro da Defesa, Augusto Santos Silva, e ao líder do partido CDS, Paulo Portas.

Santos Silva assume-se como o ator principal deste caso (Gráfico 4). O ministro da Defesa surge associado a “declarações”, em tom neutro, proferidas no âmbito do incumprimento do contrato das contrapartidas do consórcio alemão. Segue-se Paulo Portas, líder do CDS, responsável pela adjudicação do contrato para a construção dos dois Submarinos em 2004 e, ainda, o principal implicado nas irregularidades dos contratos, quando estava em funções como ministro da Defesa do governo liderado por Durão Barroso. Os custos dos Submarinos ao Estado são um dos motivos de troca de “Acusações/ críticas” entre o governo e a oposição.

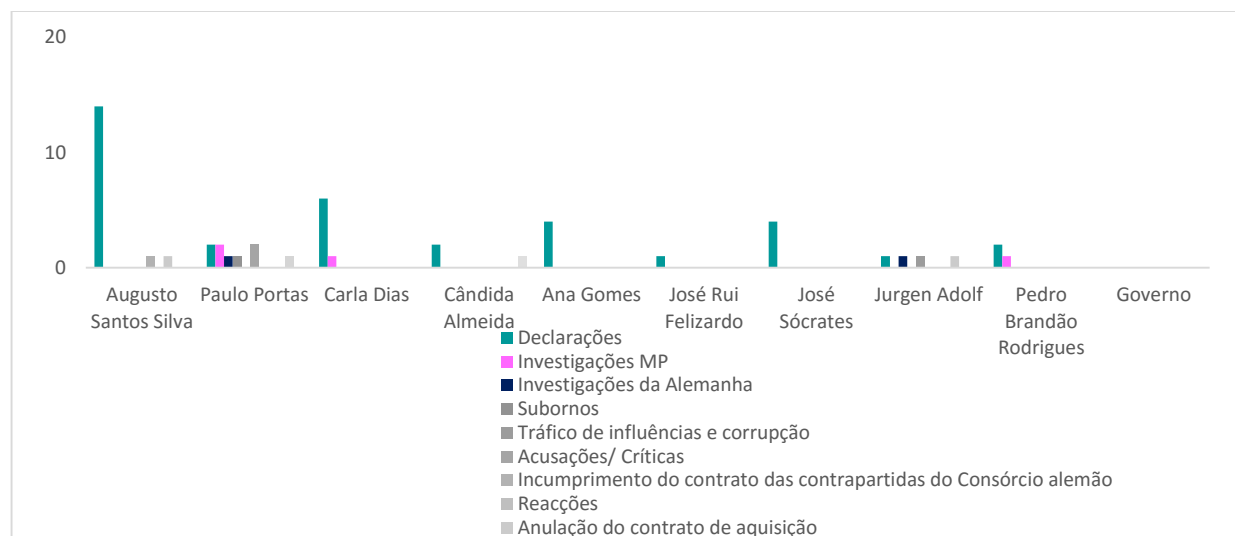
O terceiro ator com mais visibilidade é a procuradora-adjunta do DCIAP e responsável pelo processo dos Submarinos, Carla Dias. Esta exposição mediática explicar-se-á, não só pelas suas funções no Ministério Público, no âmbito das ações de investigação do caso Submarinos, mas também pelo relacionamento amoroso, tornado público, com o perito da Inteli – empresa que realizava as peritagens relativas ao processo das contrapartidas do caso em questão. Esse envolvimento, no parecer dos advogados de defesa, João Perry da Câmara e Rogério Alves, comprometeu o processo das contrapartidas, por questões de ordem ética.

A Eurodeputada do PS, Ana Gomes, tem grande visibilidade em dezembro de 2010 nas três emissoras. Em declarações, a Eurodeputada faz uma queixa na Comissão Europeia porque defende que o contrato de aquisição e contrapartidas dos submarinos deve ser anulado.

Observamos que não houve nenhuma posição do Presidente da República, Cavaco Silva, em relação a este caso de investigação criminal. Igualmente, o vice-presidente da Man Ferrostaal, Horst Weretecki, não aparece no “top ten” dos principais atores mencionados.

DOSSIÊ
ÉRICA ANITA BAPTISTA
PATRÍCIA CONTREIRAS
CORRUPÇÃO E MÍDIA: O CASO DOS SUBMARINOS EM 2010

Gráfico 3. Top 10 dos Atores e temas principais com maior visibilidade



N= 106

Indicadores referentes aos dois principais atores: Augusto Santos Silva (Total 17) – “Declarações” 14 peças (39%), “Incumprimento do contrato das contrapartidas do Consórcio alemão” 1 peça (100%), “Anulação do contrato de aquisição” 1 peça (50%); Paulo Portas (Total 9) – “Declarações” 2 peças (6%), “Acusações/ Críticas” 2 peças (100%), “Investigações MP” 2 peças (50%), “Investigações da Alemanha” 1 peças (50%); “Subornos” 1 peça (100%), “Renegociação do contrato das contrapartidas” 1 peça (100%)

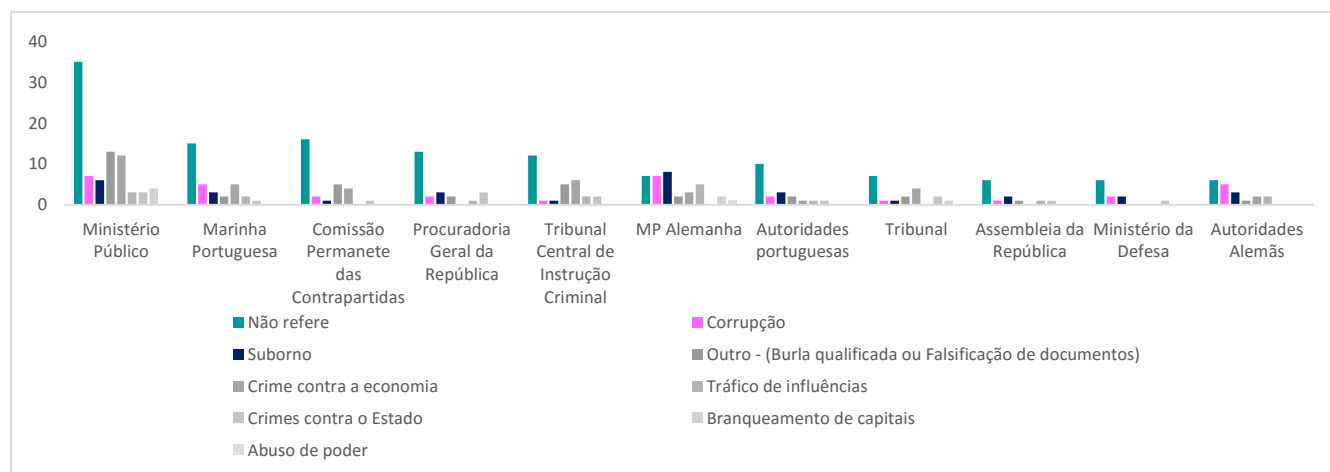
Fonte: Projeto “Cobertura Jornalística da Corrupção Política: uma perspectiva comparada”

Na análise das instituições, públicas e privadas, que surgem associadas aos principais ilícitos, observamos que a maior parte das instituições públicas não têm ilícitos associados. A instituição pública mais referida é o “Ministério Público” (MP) português, o que é justificável, não só pela natureza do seu papel em investigar os ilícitos, como também pelo papel da diretora do DCIAP, em relação ao caso amoroso posto em causa. O MP está associado aos ilícitos “Burla e Falsificação de documentos”, “Crimes contra a Economia” e “Corrupção”.

A segunda instituição em destaque é a “Marinha Portuguesa”, associada aos ilícitos “Corrupção” e “Crimes contra a Economia”. A Marinha assume essa posição pelo envolvimento de altos quadros, nomeadamente o ex-contralmeirante, Rogério d'Oliveira, que teria recebido subornos após a assinatura do contrato entre Portugal e

o consórcio alemão. A Marinha foi favorável à aquisição destes submarinos, considerando-os importantes no sistema de defesa nacional.

Gráfico 4. Instituições públicas e ilícitos com maior visibilidade



Indicadores referentes às duas principais instituições públicas associadas a ilícitos: “Ministério Público” (Total 40 peças) – “Burla e Falsificação de documentos” 13 peças (18%), “Crimes contra o Estado” 12 peças (19%), “Corrupção” 7 peças (12%), “Suborno” 6 peças (10%); “Branqueamento de Capitais” 4 peças (22%), “Crimes contra o Estado” 3 peças (12%), “Tráfico de Influências” 3 peças (12%); “Marinha Portuguesa” (Total 18 peças) – “Corrupção” 5 peças (8%), “Crime contra a Economia” 5 peças (8%), “Suborno” 3 peças (5%), “Burla e Falsificação de documentos” 2 peças (3%), “Tráfico de Influências” 2 peças (8%), “Crimes contra a Estado” 1 peça (4%). N= 106.

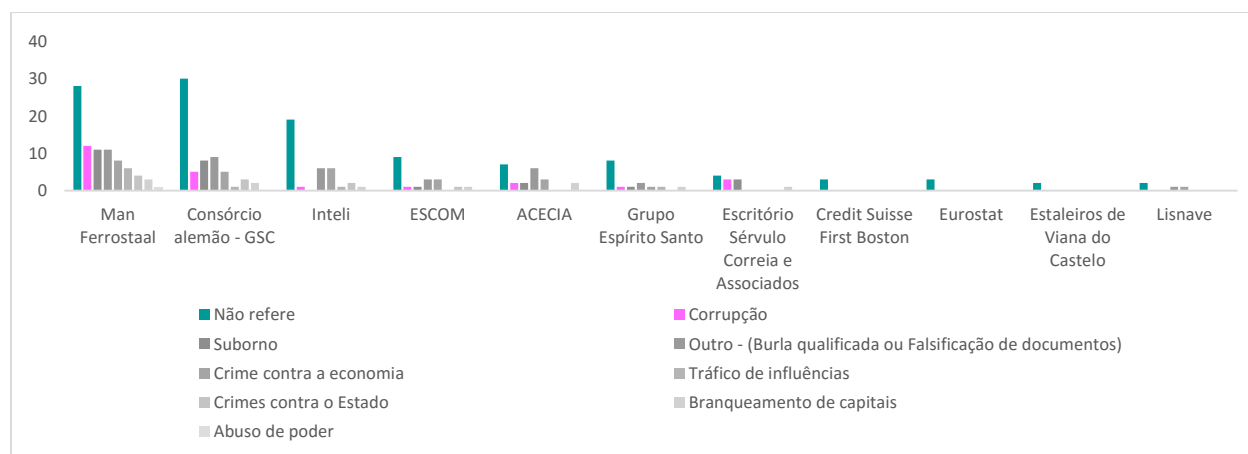
Fonte: Projeto “Cobertura Jornalística da Corrupção Política: uma perspectiva comparada”

Relativamente às empresas privadas podemos averiguar que estas, na sua maior parte, não são referenciadas nas notícias que tratam de ilícitos. Verifica-se que a proeminência é da empresa Man Ferrostaal, uma das três empresas que faz parte do consórcio alemão e que está associada aos ilícitos “Corrupção”, “Suborno” e “Burla qualificada e Falsificação de documentos”. Em 2010 Horst Weretecki, vice-presidente da Man Ferrostaal, é um dos arguidos na Alemanha.

O Consórcio alemão é a segunda instituição mais referida em 2010 por não ter cumprido o contrato de contrapartidas, seguido da Inteli. Destacamos que esta instituição tem grande visibilidade em 2010, pelo facto de, como já frisámos, o seu presidente manter uma relação amorosa com um das procuradoras do MP, e de estar

no centro de todas as instituições envolvidas no contrato de aquisição e contrapartidas dos submarinos, sejam elas o Ministério Público, a Comissão Permanente das Contrapartidas (CPC), o Agrupamento Complementar de Empresas para a Indústria Automóvel (ACECIA), a Man Ferrostral ou a Espírito Santo Commerce (ESCOM).

Gráfico 5. Instituições privadas e ilícitos com maior visibilidade



Indicadores referentes às duas principais instituições privadas associadas a ilícitos: “Man Ferrostaal” (Total 38 peças) – “Corrupção” 12 peças (20%), “Suborno” 11 peças (19%), “Burla e Falsificação de Documentos” 11 peças (15%), “Crimes contra a Economia” 8 peças (13%), “Tráfico de Influências” 6 peças (23%); “Crimes contra o Estado” 4 peças (16%), “Branqueamento de Capitais” 3 peças (17%), “Abuso de Poder” 1 peça (50%); “Consórcio alemão” (Total 34 peças) – “Burla e Falsificação de Documentos” 9 peças (13%), “Suborno” 8 peças (14%), “Corrupção” 5 peças (8%), “Crimes contra a Economia” 5 peças (8%), “Crimes contra o Estado” 3 peças (12%), “Branqueamento de Capitais” 2 peças (11%), “Tráfico de Influências” 1 peça (4%). N= 106

Fonte: Projeto “Cobertura Jornalística da Corrupção Política: uma perspectiva comparada”

A análise dos dados permitiu-nos, também, traçar um percurso do caso dos *Submarinos* no ano de 2010, de forma a identificarmos as mudanças na visibilidade dos atores e das instituições no decorrer dos acontecimentos, colaborando para melhor compreensão das questões de partida deste trabalho. Assim, observamos que as emissoras conferiram visibilidade ao caso e, conforme o esperado, privilegiaram os atores em detrimento de análises mais aprofundadas sobre o caso. Também ficou evidente a perspectiva do escândalo, sobretudo, quando se revelou o relacionamento

amoroso entre a Procuradora-adjunta, Carla Dias, e o perito da Inteli, José Rui Felizardo.

Breves conclusões

A abordagem teórica mostra-nos que a corrupção não é exclusividade de países considerados de economia em desenvolvimento ou de democracia não consolidada. A ocorrência, ainda que em maior ou menor grau, é registrada em várias sociedades. As origens da corrupção nas sociedades também é uma questão amplamente debatida, assim como a procura pela definição de um conceito que seja suficiente em toda a sua dimensão. No entanto, muitos esforços são feitos na tentativa de analisar e medir a ocorrência da corrupção. As dificuldades estruturais na avaliação dos fenômenos de corrupção obrigam ao recurso a medidas indiretas como a percepção, que é talvez a mais utilizada pelos investigadores na atualidade. Neste trabalho também recorreremos às noções de percepção da corrupção, a partir da análise da cobertura jornalística televisiva ao caso dos Submarinos.

Ao longo deste trabalho analisamos os principais temas noticiados, os atores intervenientes, instituições (públicas e privadas) e tipos de ilícitos. Ficou evidente que a cobertura jornalística do caso dos *Submarinos* foi tratada pelas emissoras privilegiando o escândalo e a espetacularização em detrimento do debate público sobre as causas e efeitos da corrupção na sociedade, e que houve uma sobreposição de atores em relação à análise do próprio caso. Vimos como as rotinas jornalísticas se justapõem, muitas vezes, à substância e à complexidade dos temas abordados pelos *media*. Verificamos que os órgãos televisivos se cingiram, genericamente, à captação de declarações e contra-declarações, mais ou menos previstas, preterindo o debate e o esclarecimento da opinião pública.

Outra nota conclusiva que gostaríamos de salientar é que os três canais de televisão de sinal aberto reproduziram e serviram de palco para as práticas,

representações e lutas das esferas políticas implicadas no caso. Os noticiários televisivos alimentam o confronto partidário entre os partido de governo e a oposição, quase reduzindo o caso dos Submarinos a essa dimensão de vida interna partidária.

Sabendo que os *media* são uma das principais fontes de percepção da realidade dos cidadãos, seria útil que este caso tivesse sido abordado em profundidade por *stakeholders* da área, como acadêmicos e outros especialistas, que, no episódio concreto, estiveram à margem do “debate” político-partidário que se tornou dominante. A polarização do assunto em torno dos atores partidários que se repetem e se tornam circulares, retiram espaço àquilo que é a essência deste caso: a questão da corrupção, a contaminação de interesses político-privados e a descredibilização da justiça e da política.

Referências

- BAPTISTA, E. A. Internet e escândalos políticos: a corrupção e as eleições municipais de 2012. In: A. Aldé, & F. J. P. Marques (Orgs.), *Internet e poder local*. Salvador: Edufba, 2015.
- BAPTISTA, E. A., & FRAIHA, P. Exposição e confiança nos meios de comunicação: efeitos sobre a percepção da corrupção. *38º Encontro Anual da Anpocs*, Caxambu (Minas Gerais, Brasil), 2014.
- CASAS, D. P. M., & ROJAS, H. Percepciones de corrupción y confianza institucional. In H. Rojas *et al.* (Eds.) *Comunicacion y cidadania*. Bogotá: Universidade de Externado, 2011.
- CHONG, D., & DRUCKMAN, J. N. Theory of Framing and Opinion Formation in Competitive Elite Environments. *Journal of Communication* (57): 99–118, 2007.
- COLLINS, A. M., & LOFTUS, E. F. A spreading activation theory of semantic processing. *Psychological Review* 82: 407-28, 1975.
- CUNHA, I. F. Crise, corrupção política e media In: A. Sá et al. (Orgs.) *Aprofundar a crise*. Olhares multidisciplinares. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- CUNHA, I. F. Visibilidade da cobertura jornalística da corrupção política e indicadores de opinião pública In: Cunha, I.F. & Serrano, E. (Orgs.) *A cobertura jornalística da corrupção política: sistemas políticos, sistemas mediáticos e enquadramentos legais*. Lisboa: Alêtheia, 2014.
- FIGUEIRAS, R. Anatomia do comentário: Corrupção, noticiários e destinatários. *Revista Media & Jornalismo*, 14 (26): 11-132, 2015.
- FILGUEIRAS, F. *Corrupção, democracia e legitimidade*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.
- HEIDENHEIMER, A., JOHNSTON, A. J., & LEVINE, V. *Political Corruption*. New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers, 1999.
- IYENGAR, S., & KINDER, D. *News that matters: television and American opinion*. University of Chicago Press, 2010.

DOSSIÊ
 ÉRICA ANITA BAPTISTA
 PATRÍCIA CONTREIRAS
 CORRUPÇÃO E MÍDIA: O CASO DOS SUBMARINOS EM 2010

- JOHNSTON, M. *Syndromes of Corruption: Wealth, Power and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
- LONG, N. Local community as an ecology of games. *American Journal of Sociology*, 64: 251-261, 1958.
- LOPES, F. *Jornalista - Profissão ameaçada*. Lisboa: Alêtheia, 2015.
- MCCOMBS, M., & SHAW, D. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36 (49): 51-78, 1972.
- MELGAR, N., ROSSI, M., & SMITH, T. The perception of corruption in a cross-country perspective: Why are some individuals more perceptive than others? *Economia Aplicada*, 14(2):183-198, 2010.
- MOISÉS, J. A. A corrupção afeta a qualidade da democracia? *Em Debate*, Belo Horizonte, 2 (5): 27-37, 2010.
- PAIXÃO, B. *O Escândalo Político em Portugal – 1991-1993 e 2002-2004*. Coimbra: Minerva, 2010.
- PORTO, M. Enquadramentos da mídia e política. *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Salvador: EDUFBA/Unesp, 2004.
- ROSE-ACKERMANN, S. *Corruption and Government*. New York: Cambridge University Press, 1999.
- SCHEUFELE, D. Agenda-setting, priming, and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication & Society*, 3, (2&3): 297-316, 2000.
- SOUSA, L. *Corrupção*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2010.
- TELLES, H., FRAIHA, P., & LOPES, N. Meios de Comunicação, corrupção e redes sociais nas eleições para prefeito no Brasil. In: I. F. Cunha, & E. Serrano (Orgs.) *Cobertura jornalística da corrupção política: sistemas políticos, sistemas midiáticos e enquadramentos legais*. Lisboa: Alêtheia: 421-457, 2014.
- THOMPSON, J. B. *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- WEAVER, D. Thoughts on Agenda Setting. Framing, and priming. *Journal of Communication* 57: 142-147, 2007.

UMA METODOLOGIA PARA OS ESTUDOS DA COBERTURA ELEITORAL DE 2014 NO FACEBOOK

Romer Mottinha Santos

Centro Universitário Internacional Uninter

✉ romermottinha@gmail.com

Resumo: Este texto tem por objetivo contribuir com os estudos sobre a cobertura jornalística nos períodos eleitorais. As eleições presidenciais de 2014 no Brasil apresentam-se como um bom objeto de estudo, principalmente por meio da observação da participação dos eleitores por meio das redes sociais digitais. Para esta análise foi utilizada a metodologia quantitativa de análise de conteúdo.

Palavras-chave: Facebook, eleições, cobertura jornalística, metodologia quantitativa.

Abstract: This text aims to contribute to studies on the press coverage in the election periods. The presidential elections of 2014 in Brazil are a good subject of study, mainly through the observation of voter participation through on-line social networks. For this analysis was used the quantitative content analysis methodology.

Keywords: Facebook; elections; press coverage, quantitative methodology.

Introdução

Tendo em vista atualmente a cotidiana utilização das redes sociais digitais para a divulgação de notícias, o estudo tem por objetivo uma breve análise da cobertura das eleições presidenciais nas páginas do Facebook de doze jornais brasileiros. As páginas selecionadas foram dos seguintes jornais: *Folha de S. Paulo* (SP), *O Estado de S. Paulo* (SP), *O Globo* (RJ), *A Tarde* (BA), *Correio Brasiliense* (DF), *Correio do Estado* (MS), *Diário do Pará* (PA), *Gazeta do Povo* (PR), *Jornal da Manhã* (PR), *O Estado de Minas* (MG), *O Povo* (CE) e *Zero Hora* (RS). As eleições presidenciais brasileiras de 2014 apresentam-se como um bom objeto de estudo, principalmente por meio da observação da participação dos internautas por meio das redes sociais digitais. Para o estudo, foram selecionados como dados empíricos os *posts* no Facebook e os comentários a eles atribuídos. Os comentários foram os que citavam

ao menos um dos principais presidenciáveis, no caso: Dilma Rousseff (PT); Aécio Neves (PSDB); Marina Silva / Eduardo Campos (PSB).

Esta pesquisa sobre a cobertura jornalística no Facebook é um trabalho de continuidade de pesquisas com a metodologia sobre a cobertura de jornais impressos (PORTO, 2001; BEZERRA, 2005; ALDÉ, MENDES, FIGUEIREDO, 2007; JAKOBESSEN, 2007; QUADROS, 2010; QUADROS, SANTOS, 2013; CERVI, MASSUCHIN, 2013) que nos últimos anos tem incentivado os estudos de cobertura jornalística em eleições no Brasil.

Assim, foi verificada a cobertura na *timeline* dos jornais e como se deu a interação entre os internautas. A metodologia utilizada é quantitativa de análise de conteúdo (BABBIE, 2005) que permite testes a fim de observar as relações entre as variáveis em estudo. A pesquisa com uso do método quantitativo seleciona a variável como categoria para descrevê-la em grandes populações, buscando regularidades e generalizações teóricas para determinado universo (LINHARES, ALVES, 2014, p. 29). A análise de conteúdo é somente um método de análise de texto desenvolvido dentro das ciências sociais empíricas. Esta análise de texto faz uma ponte entre um formalismo estatístico e a análise qualitativa dos materiais (BAUER, 2003, p. 190). A pesquisa conta com os dados obtidos por meio do aplicativo *netviz* do Facebook, onde é selecionado o conteúdo dos *posts* e de seus respectivos comentários em arquivo que são convertidos em planilhas para a categorização das variáveis posteriormente. É importante ressaltar que este trabalho se insere nas pesquisas atualmente desenvolvidas pelos integrantes do Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política & Opinião Pública (CPOP) da UFPR. A análise dos dados foi realizada por meio do software estatístico SPSS. O recorte temporal é referente ao período eleitoral entre 01 de julho e 31 de outubro de 2014.

Antes da análise deste trabalho é importante demonstrar como foi a utilização do Facebook no cotidiano dos brasileiros em 2014. Conforme pesquisa aplicada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, entre os brasileiros 95% afirmam que veem TV, 55% ouvem rádio, 48% utilizam a

internet, 21% leem jornais impressos e 7% leem jornais impressos diariamente (BRASIL, 2014, p. 7-8). Ou seja, praticamente metade dos brasileiros (48%) utilizaram a internet em 2014.

A utilização do Facebook

Entre as redes sociais e os programas de trocas de mensagens instantâneas mais usadas estão o Facebook (83%), o WhatsApp (58%), o Youtube (17%), o Instagram (12%) e o Google+ (8%). O Twitter, popular entre as elites políticas e formadores de opinião, foi mencionado apenas por 5% dos entrevistados (BRASIL, 2014, p. 50). Então, conforme os resultados de utilização de redes sociais pelos internautas brasileiros a pesquisa de acompanhamento da cobertura eleitoral sobre os jornais no Facebook pode ser considerada pertinente, visto que é uma rede social com grande preferência de acesso pelos internautas.

O uso do Facebook tornou-se comum e cotidiano entre determinados segmentos da população, mesmo que sua cobertura ainda seja limitada, não se pode negar que podem exercer uma influência bastante importante entre os usuários (MORENO, MENDIZÁBAL, 2013, p. 399-400).

Para uma porcentagem cada vez maior de pessoas, *feeds* de notícias como o Facebook estão se transformando em sua fonte principal de informações. E a popularidade do Facebook está disparando em todo o mundo. Seu fundador, Mark Zuckerberg, costuma se vangloriar dizendo que o Facebook talvez seja a maior fonte de notícias do mundo (pelo menos segundo algumas definições de “notícia”) (PARISER, 2012, p. 13-14).

Pesquisadores têm abordado a questão do significado da ascensão das mídias digitais com relação aos processos de comunicação política de formas distintas. Quando se trata de compreender as implicações das maneiras específicas de comunicação digital em web sites, redes sociais e plataformas de compartilhamento de vídeo, alguns pesquisadores têm se direcionado quanto a forma como os políticos utilizam essas ferramentas e argumentam que elas facilitam a comunicação

direta em larga escala com os cidadãos; outros estudiosos têm se direcionado sobre o comportamento político real dos indivíduos online e advertido contra o pressuposto de que as campanhas alcançariam grandes audiências na web (NIELSEN, VACCARI, 2014, p. 233). Esta pesquisa sobre as eleições de 2014 é direcionada para o aspecto da comunicação política e do comportamento online dos indivíduos.

As postagens e os comentários no Facebook na cobertura eleitoral de 2014

As eleições presidenciais brasileiras de 2014 foram centralizadas em três candidatos. A candidata à reeleição Dilma Rousseff disputou também o quarto mandato do Partido dos Trabalhadores no Governo Federal. Como oposição, o candidato Aécio Neves representava, no segundo turno, a maior ameaça à vitória petista. Aécio exercia mandato de senador pelo estado de Minas Gerais, após ter sido governador do mesmo estado. Concorria pela primeira vez ao cargo. A candidata Marina Silva já concorreu à Presidência em 2010 pelo Partido Verde, e ficou em terceiro lugar no primeiro turno. Em 2014, Marina assumiu a candidatura pelo PSB após o falecimento em 13 de agosto de 2014 do seu cabeça de chapa, Eduardo Campos.

A coleta dos dados foi realizada em duas etapas. A primeira para todos os *posts* dos jornais no Facebook durante o período eleitoral. Nesta foram selecionadas as seguintes variáveis: I) tema geral (para todos os *posts*); II) valência positiva, negativa, neutra ou equilibrada (DOXA, 2008) sempre que há citação de um candidato. A segunda parte para todos os comentários sobre os *posts* em que foram mencionados ao menos um dos candidatos à Presidência da República. As variáveis selecionadas foram: I) destinatário do comentário; II) forma do comentário (elogio ou crítica); e III) reflexividade do comentário.

Este trabalho, como já mencionado anteriormente, analisou os *posts* e comentários no Facebook de jornais brasileiros. Ao todo foram analisados 34.618 *posts* distribuídos na seguinte ordem os temas gerais nos jornais: 1)

Variedades/Cultura – 8821 (25,48%); 2) *Esportes* – 4158 (12,01%); 3) *Político Institucional* – 3928 (11,35%); 4) *Outro* – 3212 (9,28%); 5) *Campanha Eleitoral* – 2597 (7,5%); 6) *Violência/Segurança* – 2276 (6,57%); 7) *Economia* – 1979 (5,72%); 8) *Internacional* – 1904 (5,50%); 9) *Infraestrutura urbana* – 1636 (4,73%); 10) *Saúde* – 1402 (4,05%); 11) *Ético-moral* – 878 (2,54%); 12) *Meio ambiente* – 757 (2,19%); 13) *Educação* – 651 (1,88%); 14) *Carentes e minorias* – 419 (1,21%). O destaque para o resultado obtido desta coleta de *posts* é com relação ao tema *Campanha Eleitoral*, com 7,5% de total, que foi o 5º tema com maior número de postagens pelos jornais no Facebook. Todavia é importante observar também que há um alto volume de *posts* dos temas *Variedades/Cultura* e de *Esportes*, que somados concentram 37,49% dos *posts*.

Com relação ao número de postagens por jornal verifica-se que os jornais *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S.Paulo* e *O Globo* (considerados nacionais) foram os que apresentaram o maior número de publicações, junto com o jornal *Zero Hora*, de Porto Alegre, conforme demonstrado na Tabela 1. Este resultado demonstra que há uma significativa diferença de volume de publicações no Facebook ao comparar os jornais regionais com os nacionais:

Tabela 1. *Posts* no Facebook dos jornais no período eleitoral de 2014

JORNAL	Frequência	Percentual
Jornal da Manhã (PR)	467	1,35%
A Tarde (BA)	1319	3,81%
Correio do Estado (MS)	1383	4,00%
O Estado de Minas (MG)	1899	5,49%
Correio Brasiliense (DF)	2207	6,38%
O Povo (CE)	2691	7,77%
Diário do Pará (PA)	2778	8,02%
Gazeta do Povo (PR)	2891	8,35%
O Globo (RJ)	4028	11,64%
Zero Hora (RS)	4189	12,10%
O Estado de S. Paulo (SP)	5091	14,71%
Folha de S. Paulo (SP)	5675	16,39%

Fonte: Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política & Opinião Pública (CPOP/UFPR)

Um dos objetivos deste trabalho é verificar como se deu a visibilidade aos principais candidatos à presidência da República no período de campanha eleitoral. Os resultados obtidos com relação aos *posts* indicam que a candidata petista Dilma Rousseff teve citações em 1311 *posts*, com as seguintes atribuições de valência: 242 positivas, 285 negativas, 43 equilibradas e 741 neutras. O candidato tucano Aécio Neves apresentou uma menor visibilidade nos *posts*, com 933 citações, tendo as seguintes valências: 177 positivas, 191 negativas, 33 equilibradas e 532 neutras. Os candidatos Eduardo Campos / Marina Silva (PSB) apresentaram o segundo maior número de citação em *posts* no período eleitoral, com 1058 citações. Todavia, o falecimento do candidato Eduardo Campos, em 13-08-2014 foi um dos motivos da

alta visibilidade. As atribuições de valência para os candidatos Eduardo Campos / Marina Silva foram: 144 positivas, 200 negativas, 17 equilibradas e 696 neutras. Vale observar que há maior valência neutra para todos os candidatos, só que mais significativo ainda é que todos os candidatos tiveram mais citações de valência negativa com relação ao número de citações positivas nos *posts*.

Por fim apresenta-se os resultados da coleta dos comentários dos internautas aos *posts* desta pesquisa, que foram no total de 628.057. A distribuição de comentários apresentados por mês foi: julho, 41.972 (6,68%); agosto, 94.140 (14,99%); setembro, 125.905 (20,05%); e outubro 366.040 (58,28%). Um resultado encontrado importante nesta análise de comentários é que o número de comentários sobre *posts* que citaram os candidatos aumentou progressivamente durante o período eleitoral.

Em relação aos destinatários e formatos dos comentários foram obtidos os seguintes resultados: 1) elogio ao portal, 153 (0,02%); 2) elogio aos internautas, 298 (0,05%); 3) elogio ao autor, 603 (0,10%); 4)elogio ao governo, 3.178 (0,51%); 5) crítica ao autor 5.596 (0,89%); 6) crítica aos internautas 13.286 (2,12%); 7) crítica ao portal 15.167 (2,41%); 8) crítica ao governo 15.651 (2,49%); 9) formato indefinido 85.831 (13,67%); 10) crítica ao candidato, 221.507 (35,27%); 11) elogio ao candidato 266.787 (42,48%). Observa-se que os comentários foram centralizados no direcionamento aos candidatos (77,75%) e que prevaleceu um maior volume de comentários elogiando os candidatos em comparação à crítica.

Considerações Finais

Ao final desta análise podemos concluir que há uma grande concentração de postagens e comentários nos jornais considerados nacionais, o que indica uma preferência dos internautas brasileiros por busca de informações e notícias no Facebook. A visibilidade dos candidatos foi distinta e a valência positiva e negativa teve um padrão similar para os candidatos. Já com relação aos comentários verifica-se que a crítica não foi predominante, visto que os elogios aos candidatos

apresentaram o maior volume de frequências. No entanto, estes resultados ainda podem ter outras análises pormenorizadas obtendo novas interpretações sobre estes dados, permitindo novos debates, visto que a amplitude do banco de dados permite diversos testes estatísticos.

Referências

- ALDÉ, A.; MENDES, G. G.; FIGUEIREDO, M. Imprensa e eleições presidenciais: natureza e consequências da cobertura das eleições de 2002 e 2006. In: Lima, V. A. de. (Org.). *A mídia e as eleições de 2006*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, v.1, p.65-87, 2007.
- BABBIE, E. *Métodos de Pesquisa de Survey*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.
- BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: Bauer, M.; Gaskel, G. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- BEZERRA, H. D. *Cobertura Jornalística e Eleições Majoritárias: Proposta de um Modelo Analítico*. 341 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. *Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Brasília: Secom, 2014.
- CERVI, E. U.; MASSUCHIN, M. G. Metodologia quantitativa em pesquisas sobre cobertura jornalística: análise da eleição municipal de 2012 na Folha de S. Paulo. *Revista FAMECOS* (Online), v.20, p.840-845, 2013.
- DOXA. *Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública*. Rio de Janeiro 2008. Rio de Janeiro, RJ: 2008.
- JAKOBSEN, K. A. A cobertura da Mídia Impressa aos Candidatos nas Eleições Presidenciais de 2006. In: Lima, Venício A. de. (Org.). *A mídia nas eleições de 2006*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, p.31-64, 2007.
- LINHARES, B. F.; ALVES, D. S. Metodologia de ensino em pesquisa social quantitativa. *Pensamento Plural*, Pelotas, v.7, n.14, p.23-39, 2014.
- MORENO, A.; MENDIZÁBAL, K. Y. O uso das redes sociais e o comportamento político no México. In: Telles, H.; Moreno, A. (Orgs.). *Comportamento eleitoral e comunicação política na América Latina: o eleitor latino-americano*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.
- NIELSEN, R. K.; VACCARI, C. 2014: As pessoas curtem os políticos no Facebook? Não mesmo! A comunicação direta em larga escala entre candidatos e eleitores como um fenômeno outlier. *Revista Eletrônica de Ciência Política*, v.5, n.2, p.227-256, 2014.
- PARISER, E. *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- PORTO, M. A mídia brasileira e a eleição presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal *Folha de S. Paulo*. *Cadernos do CEAM* (UnB), Brasília, v.II, n.6, p.11-32, 2001.
- QUADROS, D. G. Mídia impressa e as eleições em Curitiba: Convergências e discrepâncias entre a cobertura eleitoral da Gazeta do Povo e a de O Estado do Paraná nas eleições de 2008. In: Cervi, E. U. (Org.). *Eleições e mídia local: desvendando a democracia de massa em disputas municipais*. Ponta Grossa: Todapalavra, p.117-140, 2010.
- QUADROS, D. G.; SANTOS, R. M. Jornal impresso e eleições 2012: A campanha eleitoral nas primeiras páginas dos jornais Gazeta do Povo e Folha de Londrina. *Aurora* (PUCSP. Online), v.6, p.32-50, 2013.

A CENSURA POLÍTICA: MILHÕES DE LIVROS À ESPERA DE ANALISTAS

Gláucio Soares

Pesquisador do IESP/UERJ

✉ soares.glaucio@gmail.com

Resumo: *Análise da frequência da ocorrência do ngram Троцкий mostra alguns efeitos bibliométricos da perseguição que Stalin promoveu contra Trotsky e que culminou no seu assassinato no México; mostra, também, os efeitos da perseguição a Gramsci na Itália fascista.*

Palavras-chave: *censura, literatura, Books, Google N-gram Viewer, Trotsky, Gramsci.*

Abstract: *The frequency analysis of the n-grams Троцкий in the Russian corpus and of Gramsci in the Italian corpus show the powerful effects of censorship and political persecution in dictatorial regimes over references to the name of the victims.*

Keywords: *censorship, literature, Books, Google N-gram Viewer, Trotsky, Gramsci.*

Há uma base de dados pouca usada no Brasil que pode servir como base para trabalhos muito criativos. É o conjunto de livros escaneados pela Google em vários idiomas: Inglês Americano, Inglês Britânico, Alemão, Chinês, Espanhol, Francês, Hebraico, Italiano e Russo. Cada conjunto é um *corpus*. São milhões de livros publicados entre 1500 e 2012.

Eu comecei a usá-lo quando estudava dois temas: ditaduras, *inclusive a censura*, e a pequena história do pensamento teórico nas Ciências Humanas.

N-Grams

Uma das definições formais de n-gram é incompreensível para leigos: “uma sequência de caracteres variáveis que compõem uma palavra ou conjunto de palavras em um corpus. O “n” do n-gram é o número de

palavras. Lula, por exemplo, é um onegram, mas quase todos se referem a ele como ngram; Fernando Henrique é um bigram.

E, depois de contar todas as menções a Freud num corpus (no caso, todos os livros publicados e escaneados em um idioma, alemão, mas poderiam ser outros corpora, como outros idiomas, ou um conjunto de artigos sobre psicanálise, ou um livro de texto sobre psicologia etc.), qual é a base usada como denominador? No caso de Freud, são todos os 5 dígitos num corpus e no de Mahler todos os seis, e de Trotsky (em russo), todos os oito. Dando um exemplo de ABCDEF, o 6-gram é apenas um (ABCDEF), mas os 5-grams são dois (ABCDE e BCDEF), sempre numa única direção. Assim, quando dizemos que o n-gram de Mahler em 1921 foi 0,000026, significa que as vezes em que a palavra Mahler (que tem seis dígitos) foi encontrada foi dividida pelo total de sequências de seis caracteres no mesmo corpus, no caso o total dos livros publicados no mesmo ano em alemão (e que foram escaneados, obviamente). É assim que entendo os n-grams e posso estar errado...

Stalin e Trotsky

Passando ao conteúdo substantivo deste artigo: um caso interessante de censura e perseguição é a de Stalin contra Trotsky. Em russo, a análise de Троцкому, usa médias trienais e o que surge é uma acusação ao déspota: por seus méritos, Trotsky ascendeu rapidamente entre 1915 e 1923, quando começou a perseguição que se reflete na queda acelerada das referências a Trotsky: o valor do 8-gram, que era de 0,00022282%, em 1923, caiu a 0,0000839255%, em 1936, cerca de 18% do que era antes. Stalin morreu em 5 de março de 1953, mas a recuperação do nome e da obra de Trotsky só começou trinta anos mais tarde, em 1983. Dez anos mais tarde, o n-gram Троцкому voltou ao nível de 1920.^{1 2}

¹ André Zanetic me lembrou de “O homem que amava os cachorros” do cubano Leonardo Padura, que descreve a trama. O livro pode ser lido na internet.



Mussolini e Gramsci

Uma forma comum e extrema da repressão política é a prisão. O exílio, a prisão arbitrária e o assassinato de opositores são recursos usados por regimes ditatoriais. Todas têm implicações para a produção intelectual, para o escrever e divulgar textos políticos. O n-gram, parte do programa Google Books, pode captar os efeitos dessas medidas.

Em novembro de 1926 os fascistas promulgaram uma série de leis de exceção. Gramsci foi preso em flagrante desrespeito à sua imunidade de parlamentar, e internado na prisão ironicamente chamada de Regina Coeli, em Roma. Durante o julgamento, numa postura típica do nazismo e do fascismo, o promotor afirmou que tinham que impedir que aquele cérebro (o de Gramsci) funcionasse durante vinte anos. Gramsci foi inicialmente condenado a passar cinco anos em Ustica, uma ilha. Mas não bastava: no ano seguinte, nova sentença, desta vez de vinte anos, a ser cumprida perto de Bari.

A constituição física frágil de Gramsci, aliada às condições lamentáveis da prisão, decretaram o deterioro da sua saúde em poucos anos. Em 1934,

² Disponível em:

[</ifram](https://books.google.com/ngrams/interactive_chart?content=%D0%A2%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83&case_insensitive=on&year_start=1880&year_end=2000&corpus=12&smoothing=3&share=&direct_url=t1%3B%2C%D0%A2%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%3B%2C0)

após vários laudos médicos que mostravam a precariedade da sua saúde, Gramsci recebeu liberdade condicional. Morreu em 1937, aos 46 anos de idade.

Como parte importante da sua produção foi produzida na prisão, a despeito das condições precárias, houve demora até que o mundo pudesse entrar em contato com elas, independentemente da língua e do país. Nos livros publicados em Italiano, o crescimento de Gramsci foi post-mortem, atingindo o ápice em 1975, decrescendo a partir de então até meados da década de 80, quando entrou em um *plateau*; em Inglês, o 7-dígitos “Gramsci” também teve que esperar o fim do fascismo, e um tempo adicional, para as necessárias traduções, edições etc. Em 1950, esse indicador era 0,00000341, subindo vertiginosamente até 1979, quando atingiu 0,0001686, quase cinquenta vezes o nível de 1950, subindo ainda mais em 1999, para ter uma redução a partir desse ano. As referências a Gramsci em livros publicados - analisando os publicados também em outros *corpora* - foi condicionada pela censura e pela repressão típicas do fascismo.³ A censura em um idioma tem reflexos sobre o que é publicado em outros.



³ Disponível em:

https://books.google.com/ngrams/graph?content=Gramsci&year_start=1900&year_end=2008&corpus=15&smoothing=3&share=&direct_url=t1%3B%2CGramsci%3B%2Cc0

É uma situação diferente das demais que estudamos, pois Gramsci foi preso, fisicamente, e escreveu muito na prisão, inclusive uma de suas obras mais importantes, os *Quaderni del carcere*.⁴



Gramsci escreveu mais de trinta cadernos (e três mil páginas), combinando seu conhecimento de história com suas perspicazes análises políticas. Os *Quaderni* tratam de muitos assuntos, vários de relevância para a Itália, como esperado (História Italiana, nacionalismo italiano, fascismo) mas cobrindo outros tópicos como folclore, cultura popular e religião.

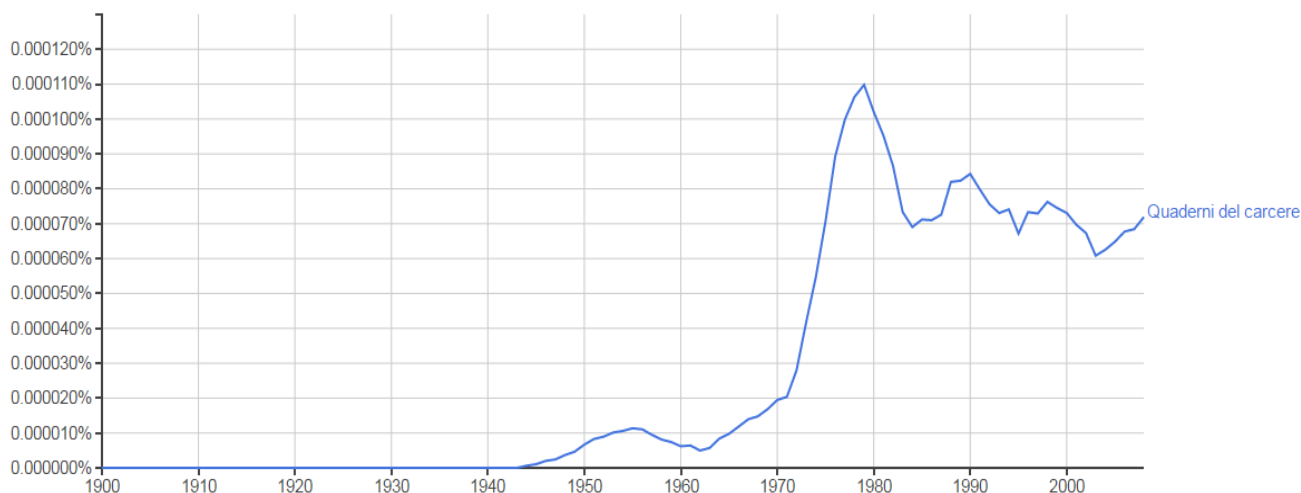
Gramsci, os *Quaderni* e outros escritos tiveram que esperar a resolução favorável dos acontecimentos políticos na Itália: em 1943, Mussolini saiu do poder e o país saiu do Eixo. Em 1944, apareceu a primeira menção aos *Quaderni*, em Italiano (embora os amigos e correligionários houvessem tirado da prisão vários escritos de Gramsci). O percurso numérico das referências aos *Quaderni* acompanhou o das referências a Gramsci, mas num nível mais baixo.⁵

⁴ Disponível em:

https://books.google.com/ngrams/graph?content=Gramsci&year_start=1900&year_end=2008&corpus=22&smoothing=3&share=&direct_url=t1%3B%2CGramsci%3B%2Cc0

⁵ Disponível em:

https://books.google.com/ngrams/graph?content=Quaderni+del+carcere&year_start=1900&year_end=2008&corpus=22&smoothing=3&share=&direct_url=t1%3B%2CQuaderni%20del%20carcere%3B%2Cc0



Brinquei com esses dados, mas foi suficiente para notar que o poder político pode ser usado para promover autores – como exemplo, Stalin promoveu Lysenko; o poder político através da censura foi usado em vários países e momentos, o mais evidente sendo a perseguição dos nazistas contra autores judeus, inclusive cientistas como Einstein e Freud e músicos como Mahler.

Em outro artigo, usei esses dados de maneira mais sistemática para acompanhar o crescimento do Marxismo, sua longa permanência (e de alguns de seus conceitos, como burguesia, proletariado e luta de classes) e seu declínio que foi quase simultâneo em vários idiomas. Esse estudo, publicado na Insight Inteligência, pode ser visto em forma revista colocando na linha de comando do seu browser ou pode buscar na forma original, com uma rica arte, em *Insight-Inteligência*.⁶

À guisa de pequena conclusão

O projeto *Google Books* e sua disponibilização pela internet possibilitaram conhecer um pouco mais a respeito da influência de fatores políticos sobre a presença de temas, teorias e conceitos, e as referências a

⁶ Disponível em: <http://psacontrol.blogspot.com.br/2013/01/ascensao-e-queda-do-marxismo-os-dados.html>

pessoas, autores ou não, nos livros escritos em vários idiomas. Essa base de informações bibliográficas, que parecia inatingível há duas décadas, com todas as suas deficiências é um instrumento que estimula muitas aventuras no mundo da pesquisa. É uma lástima que não tenhamos um *corpus* em Português. Este artigo é um pequeno exercício (não é mais do que isso), que junta dados bibliométricos a outros, de natureza política, para iluminar alguns efeitos de regimes autoritários e totalitários sobre o conhecimento humano.

SISTEMAS DE PARTIDOS EN AMÉRICA LATINA: CAUSAS Y CONSECUENCIAS DE SU EQUILIBRIO INESTABLE

Nerea Ramírez

Universidade Federal de Minas Gerais

✉ nramirb@gmail.com

Noelle Del Giúdice

Universidade Federal de Minas Gerais

✉ noellecg@yahoo.com.br

Paulo Victor Melo

Universidade Federal de Minas Gerais

✉ paulovictormelo@gmail.com

A teoria da institucionalização do sistema de partidos é uma das mais estudadas pela Ciência Política. Isso se deve à sua capacidade de buscar compreender o sistema de partidos nas novas democracias. O trabalho seminal de Mainwaring e Scully (1995) foi seguido pelos muitos trabalhos de Mainwaring (1999), Payne, Zovatto, Carrillo e Allamand (2003; 2006), Jones (2005), Mainwaring e Torcal (2006) que expandiram as análises e os enfoques da terminologia com base na América Latina. A teoria também ganhou maiores projeções geográficas com os trabalhos de Bielasiak (2002), Tavits (2008), Casal Bértoa e Mair (2012), Casal Bértoa (2014), Powell e Tucker (2013), Beatty (2007), Kuhonta, (2007), Thames e Robbins (2007), Hicken e Kuhonta (2011; 2013) e Beatty e Dickovick (2013), que expandiram o uso para a Europa central e oriental, bem como para a África e Ásia.

Como demonstrado pelos estudos citados, a teoria possibilita estudar os sistemas partidários nos mais diferentes contextos devido à sua

multidimensionalidade. Mainwaring e Scully (1995) apresentam as quatro dimensões da institucionalização de um sistema de partidos: (i) a estabilidade e regularidade dos padrões de competição entre os partidos; (ii) a presença de raízes dos partidos na sociedade; (iii) um maior grau de legitimidade dos partidos na sociedade; e (iv) a existência de máquinas partidárias bem desenvolvidas, em contraste às que existem apenas como veículos eleitorais de lideranças personalistas.

Mainwaring e Scully (1995) definem institucionalização como

(...) o processo pelo qual um sistema e as suas práticas convertem-se em estáveis e bem conhecidas, ou seja, universalmente aceitas. Os atores desse sistema desenvolvem expectativas, atitudes e comportamentos baseados na premissa de que os sistemas e as suas dinâmicas permaneceram iguais no futuro (apud TORCAL, 2015, p. 9 - Tradução dos autores)¹.

Nesse processo, a busca por um equilíbrio entre a oferta (atuação das lideranças) e a demanda (ação dos cidadãos) é o ponto desejado. Esse equilíbrio possibilitaria que os cidadãos possuam elementos de referência para avaliar os políticos entre as eleições, o que facilitaria o *accountability*, e as elites políticas poderiam exercer um mandato de forma a não se preocupar em alterar as suas falas para que estas estejam de acordo apenas com a disputa eleitoral e o reforço da existência de um candidato – o que exacerba o personalismo na política.

A operacionalização da teoria sempre foi um problema. Apesar de ser multidimensional, não se possui dados suficientes para o teste, o que levou a literatura a operar com a teoria de forma linear. Essa opção, entretanto, possibilitou a exploração incompleta das nuances levantadas pelo modelo teórico. As primeiras medidas sobre a institucionalização focam seus estudos na

¹ (...) proceso por el cual un sistema y sus prácticas llega a ser estable y bien conocido, sino universalmente aceptado. Los actores de ese sistema desarrollan expectativas, actitudes y comportamientos basados en la premisa de que eses sistema y sus dinámicas permanecerán en un futuro (apud TORCAL, 2015, p. 9).

volatilidade dos eleitores, em que a baixa volatilidade seria um demonstrativo de que o sistema partidário é institucionalizado. Porém, os novos estudos sobre a institucionalização evidenciaram que tanto a teoria como as propostas de medição empírica devem ser revisadas e reformuladas para tratar de completar as lacunas.

O livro, organizado por Mariano Torcal, intitulado “*Sistemas de Partidos en América Latina: Causas y Consecuencias de su Equilibrio Inestable. Barcelona: Anthropol Editorial*” (2015), faz uma revisão dessa importante teoria para ciência política contemporânea, trazendo novas contribuições e interessantes inovações. Foca-se na região latino-americana, e os argumentos e discussões teóricas são seguidas de estudos empíricos. A coletânea organiza os capítulos de forma a cobrir as três questões centrais nas atuais discussões sobre a Institucionalização Partidária, a saber, (i) a discussão sobre o conceito e as formas de se medir; (ii) os processos que explicam a institucionalização e; (iii) e as consequências da institucionalização. Em seguida, expõe-se brevemente cada um dos capítulos, para finalmente ressaltar as principais contribuições desta compilação de textos.

No primeiro bloco trabalha-se sobre o conceito e as formas de medição. No capítulo 1 escrito pelo organizador do livro, Mariano Torcal, é feita uma revisão dos conceitos, das metodologias utilizadas até o momento e das consequências desta teoria para a ciência política contemporânea. O segundo capítulo escrito por Juan Pablo Luna foca na primeira questão apontada acima. O autor reforça a necessidade de se rever os indicadores utilizados para a mensuração da Institucionalização Partidária, dado que trabalhar de forma linear, como tem sido feito, limita muito o conceito. Ao mesmo tempo é demonstrado que a relação entre Volatilidade (o indicador mais utilizado para medir a estabilidade de um sistema de partido) e a adesão dos cidadãos aos partidos seja influenciada pelas suas posições programáticas (um indicador de presença de vínculos programáticos). Como salienta Luna

(2015, p. 37), “deberiam considerar-se como dimensões diferentes, pois a correlação é apenas residual, evoluindo de forma distinta (até em direções contrárias) no tempo, e poderiam ser causadas por fatores diversos”² (Tradução dos autores).

O capítulo seguinte, escrito por Crisp, Olivella e Potter, ressalta a importância de se buscar indicadores de ancoragem social dos partidos fora do período eleitoral, de forma a explorar a multidisciplinariedade do conceito. Todavia, ressaltam a dificuldade que a bibliografia apresentou até hoje para essa utilização. Os autores fazem uma revisão dos indicadores mais usados pela literatura e apresentam uma junção dos mesmos de uma forma bidimensional na qual estas duas novas variáveis são formadas das seguintes maneiras: (1) “Volatilidade na Oferta” (que surge da fusão da volatilidade, da substituição de cadeiras e a variação do Número Efetivos de Partidos - NEP); (2) “Coordenação dos votantes” (que reflete o percentual de votos que não são usados para a conquista de cadeiras). Os autores classificam os países latino-americanos neste novo enquadramento bidimensional, o que possibilita explorar com mais detalhe a riqueza do conceito de institucionalização. Já no capítulo quarto, Torcal e Lago focam-se na relevância da volatilidade nos estudos da institucionalização e na necessidade de melhorar este indicador nestes estudos. Partem do pressuposto de que a institucionalização não deve ser considerada como a estabilidade da competição eleitoral, mas sim da volatilidade. Distinguem entre volatilidade endógena e exógena, ou seja, entre a volatilidade produzida dentro do equilíbrio (entre os partidos que em eleições consecutivas conseguem cadeiras) e fora do equilíbrio (a produzida pelos partidos que nas eleições consecutivas não conseguem cadeiras), sendo esta última indicadora da falta de institucionalização do sistema. Enquanto o uso da

² (...) deberían considerarse como dimensiones diferentes, ya que su correlación es solo marginal, evolucionan de forma distinta (y a menudo en direcciones contrarias) en el tiempo, y podrían ser causadas por factores diferentes (apud TORCAL, 2015, p. 37).

volatilidade como índice propõe calcular o peso relativo da volatilidade exógena sobre a total.

No seguinte bloco, realizam-se estudos de caso e comparados sobre os fatores responsáveis da institucionalização. No capítulo 5, Zucco utiliza o caso do Brasil para expor como podem existir sistemas de partidos estáveis sem raízes dos partidos. De maneira que os quatro indicadores clássicos não teriam porque estar presentes no mesmo nível para um sistema ser estável e governável. O Brasil conta com um sistema estável, uma legitimidade de partidos e eleições aceitáveis, e os partidos estão mais estruturados, ainda que continuem sem raízes na sociedade. Pelo que afirma, a institucionalização é incompleta do Brasil. Curiosamente, afirma que essa falta de raízes dos partidos na sociedade é a característica essencial que tornou possível a existência de um sistema estável.

No capítulo 6, Daniel Chasqueti analisa a relação causal existente entre nível de institucionalização dos partidos e desenvolvimento de carreiras legislativas. Afirma que, na literatura teórica sobre a institucionalização dos sistemas de partidos utilizada pela maior parte da ciência política atual, não são levadas em conta as regras do jogo como um fator explicativo destes processos. O artigo traça um paralelo entre os Congressos de Brasil, Chile e Uruguai e analisa três dimensões para saber quanto pode influenciar a institucionalização dos congressos na configuração dos partidos: i) diferenciação, ou seja, porcentagem de deputados novatos e a antiguidade no cargo; ii) complexidade, é dizer, análise dos sistemas de comissões e a existência de agências de liderança partidária; e iii) critérios não discricionários de acesso a cargos. O autor conclui que, se existe uma relação entre a institucionalização dos parlamentos e a estabilidade de seus membros, certas instituições favorecem o desenvolvimento de representantes políticos estáveis e, portanto, partidos mais fortes e institucionalizados.

O seguinte capítulo, de autoria de Felipe Botero, estuda a relação entre a institucionalização do sistema partidário e a carreira política dos políticos a partir dos casos do Chile e Colômbia. Comprova que os políticos desenvolvem suas carreiras com base nos sucessos eleitorais, em que os partidos políticos podem facilitar ou atrapalhar o desenvolvimento destas. Enquanto o sistema chileno possui um sistema de partido organizado e funcional, não se observa interferência no desenvolvimento da carreira do político. Ao contrário do sistema colombiano, em que os partidos não possuem peso, o que leva os políticos a agirem de forma personalista se deseja manter a sua carreira.

O oitavo capítulo, elaborado por Daniel Buquet, analisa algumas variáveis utilizadas para medir a dinâmica dos sistemas de partidos: a fragmentação, a polarização e a institucionalização. O autor questiona o impacto das duas primeiras para obter bons resultados democráticos. Mostra que nem a fragmentação nem a polarização estão associadas significativamente nem à institucionalização nem a seus desempenhos democráticos. Analisando os sistemas políticos e de partidos no Chile, Argentina e Uruguai, o trabalho afirma que a institucionalização de um sistema de partidos é um processo a longo prazo e, para compreendê-lo, requer-se observar a evolução histórico-política do sistema e de seus integrantes. Neste sentido, a explicação da institucionalização vem da análise da evolução a médio e longo prazo da ação de elites e votantes dos respectivos sistemas políticos, partido a análise do ponto de vista do *path dependency*.

Uma análise dos países andinos feita por Martín Tanaka no capítulo nono sugere que o colapso dos sistemas de partidos nestes países se deu tanto por fatores estruturais, institucionais, quanto os que ressaltam a agência dos atores e fatores contingentes. Nenhum deles alcança por si só explicar o fenômeno. A presença comum em todos os países, com exceção da Colômbia, que foi capaz de evitar a ruptura, demonstra que o colapso no sistema de

partido dos países andinos pode ser explicado com base no debate entre agência e estrutura.

No capítulo 10, Noam Lupu centra-se na institucionalização dos partidos como elemento relevante para a institucionalização do sistema. Para mensurar o nível de institucionalização dos partidos, propõe utilizar a nacionalização, entendendo-se como a capacidade deste de penetrar em todo o território. Aprofunda nas teorias e definições sobre a nacionalização assim como as diversas formas de medição para, finalmente, mensurar a nacionalização dos partidos, concluindo que alguns partidos contribuem mais a institucionalização do sistema do que outros.

O capítulo 11, de Altman e Luna, analisa o caso chileno, que costuma ser considerado um exemplo de institucionalização elevada e uma exceção à regra em relação aos seus vizinhos. Os autores ressaltam que esta ideia não está correta, e demonstram que a estabilidade eleitoral – medida como nível de volatilidade eleitoral a nível nacional – coexiste com vários sintomas típicos de sistemas de partidos não institucionalizados, como no caso brasileiro descrito por Zucco. Os autores afirmam que tanto os casos do Chile como do Brasil, constituem o que denominam de sistemas de partidos hidropônicos: sistemas com uma estabilidade crescente sem raízes desenvolvidas com os eleitores.

Já no último bloco, reflete-se sobre as consequências da institucionalização e da sua ausência. No capítulo 12, Molina Vega tenta comprovar até que ponto está associado a personificação da política à institucionalização. Distingue entre liderança moderada e os líderes dominantes, aqueles cujo êxito depende do líder e não do partido ao que pertence. A personificação da política, em que pese ser uma tendência cada dia mais presente na região latino-americana, para Molina Vega, México, Uruguai, Honduras, El Salvador, Chile e Brasil caracterizam-se pela ausência deste tipo de lideranças dominantes. Conclui que a desinstitucionalização precede a

personalização radical da política, de maneira que os países mais institucionalizados tendem a desenvolver unicamente lideranças moderadas.

Daniella Campello no capítulo 13 estuda se os ataques especulativos são inferiores nos sistemas institucionalizados. Para isso mede o efeito mediador dos partidos nesta relação, analisando como respondem os governos de esquerdas aos ataques especulativos e se isto os leva a estabelecer políticas neoliberais, como sugere a priori os casos de Brasil, Equador ou Venezuela. Comprova que a maior institucionalização do sistema é o que faz mais provável as mudanças nas políticas econômicas, o que poderia dever-se a que os partidos unicamente se arriscam a quebrar suas promessas quando contam com lealdades fieis do eleitorado.

Gerardo Maldonado, no último, capítulo discute como a volatilidade influência na ligação do eleitor com o sistema de partidos. O autor afirma que essa alta volatilidade no voto não se dá apenas pela democracia ser jovem ou velha e sim pelo grau de desinstitucionalização do sistema partidário. Por isso, ele explica seu argumento em duas partes:

(...) sistemas de partidos altamente institucionalizados caracterizam-se por ter fortes enraizamentos sociais, identitários ou ideológicos do voto, o qual evita a volatilidade das preferências. Porém, os sistemas com uma baixa institucionalidade caracterizam-se pela ausência dessas raízes (...) nos sistemas de baixa institucionalização, o desacordo e a heterogeneidade na intermediação aumentam a probabilidade da mudança eleitoral. Dito efeito de intermediação não tem lugar nos sistemas altamente institucionalizados, caracterizados pelo enraizamento³ (MALDONADO, 2015, p. 261 – Tradução dos autores).

Portanto, evidencia-se no presente volume que a institucionalização dos sistemas de partidos é um conceito complexo e multidimensional que requer

³ “sistemas de partidos bien institucionalizados se caracterizan por tener fuertes anclajes sociales, identitarios o ideológicos del voto, lo cual previene la volatilidad de preferencias, los sistemas con baja institucionalidad, en cambio, lo hacen por la debilidad o incluso ausencia de tales elementos de anclaje electoral. (...) Sistemas de baja institucionalización, el desacuerdo o heterogeneidad en la intermediación (discusión) aumenta la probabilidad de cambio electoral: mientras que este efecto de intermediación no ocurre en sistemas de alta institucionalización que se caracterizan, como se ha dicho, por el fuerte anclaje electoral” (MALDONADO, 2015, p. 261).

indicadores próprios para cada uma de suas dimensões. Indicadores que ainda precisam ser trabalhados. Este livro supõe uma obra necessária para se aproximar ao estudo da institucionalização do sistema de partidos por se tratar de uma compilação dos últimos avanços nesta área, e apresenta propostas de novas linhas de investigação, destacando as seguintes conclusões. Primeiro, não existe uma relação direta e linear entre as distintas dimensões que configuram o conceito. Pode haver sistemas de partidos que podem mostrar certa estabilidade eleitoral e, no entanto, evidenciar problemas severos em outras dimensões. Portanto, é clara a necessidade de se utilizar distintos indicadores para as distintas dimensões do conceito, além de se optar por indicadores que operacionalizem melhor as distintas dimensões. Ademais, destaca a necessidade de compreender melhor a existência dos denominados sistemas hidropônicos.

Dentre as várias hipóteses que explicaram os níveis de institucionalização dos sistemas de partidos, o trabalho aposta fundamentalmente em dois grupos: o papel das instituições e o papel da agência política, sem descartar a presença de certos elementos estruturais das sociedades. Portanto, todos os autores reconhecem o papel equilibrador fundamental da rede institucional, e a importância das decisões adotadas pelos líderes partidários em determinados contextos. Por outro lado, também destaca a relevância atribuída aos atores políticos, especialmente aos partidos, ressaltando que estes não são unidades homogêneas, de forma que os estudos sobre a institucionalização não deveriam tratar estes como elementos iguais. Dessa forma, aprofunda nas consequências da institucionalização e a sua ausência, um campo menos trabalhado na ciência política. Porém, este trabalho deve ser continuado por outros livros que aprofundem nas contribuições deste livro, ajudando a entender e mensurar melhor a institucionalização assim como as suas consequências na democracia.

NEREA RAMÍREZ, NOELLE DEL GIÚDICE E PAULO VICTOR MELO
SISTEMAS DE PARTIDOS EN AMÉRICA LATINA: CAUSAS Y CONSECUENCIAS DE SU
EQUILIBRIO INESTABLE

Referências

TORCAL, M. *Sistemas de partidos en América Latina. Causas y consecuencias de su equilibrio inestable*. Barcelona: Anthropos Editorial; Santa Fe, Argentina: Ediciones Universidad Nacional del Litoral, Siglo XXI, 2015. 335 pp. ISBN: 978-84-15.

COLABORADORES DESTA EDIÇÃO

Bruno Conceição é doutorando em Ciência Política no departamento de Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Pesquisador com interesse na temática de estudos sobre o sistema eleitoral e partidos políticos.

Doacir Gonçalves de Quadros é doutor em Sociologia pela Universidade Federal do Paraná. Atualmente é professor de Ciência Política e do Programa de Mestrado Acadêmico em Direito do Centro Universitário Internacional (Uninter).

Gláucio Ary Dillon Soares possui mestrado em Direito na Tulane University e doutorado em Sociologia pela Washington University, EUA. Atualmente é pesquisador sênior do Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Nerea Ramírez é doutoranda em Ciência Política no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política na Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCP-UFGM) e membro do Grupo Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral, sediado na mesma instituição.

Noelle Del Giúdice é doutoranda em Ciência Política no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política na Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCP-UFGM) e membro do Grupo Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral, sediado na mesma instituição.

Paulo Victor Melo é mestre e doutorando em Ciência Política no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política na Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCP-UFGM) e membro do Grupo Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral, sediado na mesma instituição.

Rodolfo Marques é doutorando em Ciência Política no departamento de Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Especialista em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas. Professor Universitário da Universidade da Amazônia (UNAMA) e da Faculdade de Estudos Avançados do Pará (FEAPA).

Romer Mottinha Santos é mestre em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná. Pesquisador do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Elites do Centro Universitário Internacional Uninter.

Thiago Perez Bernardes de Moraes é doutor em Psicologia Social pela Universidad Argentina John Fitzgerald Kennedy. Atualmente é professor em cursos de graduação no Centro Universitário Campos de Andrade (Uniandrade).