

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO**

**PUC-SP**

**ADRIANA BARILARI BIBINI**

**A MÍDIA COMO ATOR NO PROCESSO DE CRIMINALIZAÇÃO DO PARTIDO  
DOS TRABALHADORES NAS ELEIÇÕES DE 2014**

**MESTRADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS**

**São Paulo**

**2016**

**ADRIANA BARILARI BIBINI**

**A MÍDIA COMO ATOR NO PROCESSO DE CRIMINALIZAÇÃO  
DO PARTIDO DOS TRABALHADORES NAS ELEIÇÕES DE 2014**

Dissertação de mestrado apresentada à banca examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais, sob orientação da Professora Doutora Rosemary Segurado.

**São Paulo**

**2016**

Banca Examinadora

---

---

---

**À Marina, claro.**

## **Agradecimentos**

Agradeço ao corpo de professores da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo que foi tão importante no desenvolvimento da pesquisa. Reproduzo aqui um agradecimento especial à professora doutora Rosemary Segurado pela paciência na orientação, pelo convívio, apoio, compreensão, pela amizade e incentivo tornando possível a conclusão desta dissertação.

À Felipe Teixeira Hudson, pessoa especial com quem amo compartilhar a vida. Obrigada pelo carinho, paciência e apoio oferecido para que eu chegasse a esta etapa.

Agradeço a todos os amigos e familiares que de alguma forma estiveram e estão próximos de mim, incentivando e apoiando constantemente no aprimoramento da minha formação acadêmica. Não posso deixar de agradecer de forma grandiosa à minha professora, amiga e incentivadora, Elke Renate Natascha Kurmeier, minha sincera gratidão pelos textos traduzidos, ensinamentos e dedicação em ajudar-me.

*Nem todas as verdades são para todos os ouvidos.*

**Umberto Eco**

## **RESUMO**

A intenção desta pesquisa é, a partir de análise da cobertura midiática das eleições presidenciais de 2014, por meios de veículos de comunicação como os jornais Folha de S. Paulo, O Estado de São Paulo, os de maior circulação do país, além do Manchetômetro, que é um website do Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública (LEMEP), no qual o mesmo dedica-se em acompanhar a cobertura midiática das eleições 2014 produzir um diário da cobertura política na grande mídia e com esta análise, vinculada ao termo de Cenário de Representação da Política - CRP, identificar a abordagem midiática e se a mesma teve peso relevante na imagem de negativa e de criminalização do PT no período eleitoral.

**Palavras-chave:** Mídia; Cenário; Política; Partido dos Trabalhadores; Inimigo.

## **ABSTRACT**

The intention of this paper is that based on an analysis of the media coverage of the 2014 presidential elections, by means of communication vehicles such as the newspapers *Folha de S. Paulo*, *O Estado de São Paulo* Which is a website of the Laboratory of Media and Public Sphere Studies (LEMEP), in which the same is dedicated to accompanying the media coverage of the 2014 elections produce a journal of political coverage in the mainstream media and with this analysis, linked to the term Of the Policy Representation Scenario - CRP, to identify the media approach and whether it had a relevant weight in the image of negative and criminalization of the PT in the electoral period.

**Keywords:** Media; Scenery; Politics; Partido dos Trabalhadores; Labour Party, Enemy.



## Sumário

<b>Introdução.....</b>	<b>9</b>
<b>1. A produção do inimigo .....</b>	<b>17</b>
1.1. A dinâmica do conflito .....	17
1.2. Uma nova teoria do conflito .....	20
1.3. Uma breve descrição de cultura política .....	32
1.4. Cultura política no Brasil .....	34
<b>2. Análise teórica .....</b>	<b>40</b>
2.1. Papel do conceito de Cenário de Representação da Política CR-P na configuração da Opinião Pública .....	40
2.2. As bases do conceito de enquadramento e agendamento.....	46
<b>3. Panorama eleitoral das eleições presidenciais de 2014.....</b>	<b>57</b>
3.1 Contexto das eleições presidenciais de 2014 .....	57
3.1.1. As duas fases das Manifestações de Junho de 2013 .....	58
Primeira fase.....	59
3.1.2. Cobertura do <i>Estadão</i> e <i>Folha</i> sobre as Manifestações de Junho 2013 .....	63
3.1.3. Análise das duas fases das Manifestações de Junho de 2013.....	65
3.2 Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública (LEMEP) – Manchetômetro .....	69
3.2.1. Construção da imagem negativa de Dilma Rousseff e do PT.....	73
3.3 A mídia como ator político.....	75
3.4 Opinião Pública – <i>DataFolha</i> e <i>Ibope</i> .....	76
3.5 Cobertura da mídia nas eleições presidenciais de 2014 .....	81
3.6 Valência manchete <i>Folha de S. Paulo</i> e <i>O Estado de São Paulo</i> – 2013/2014 (Ano eleitoral) ...	82
<b>Considerações Finais.....</b>	<b>93</b>
<b>Referências Bibliográficas.....</b>	<b>102</b>

## Introdução

Antes mesmo de saber quem ganharia as eleições presidenciais de 2014 já havia um vencedor. As eleições ocorreram em 5 de outubro de 2014 quando haveria eleição para Presidente da República. Entretanto, antes mesmo de saber quem ganharia as eleições presidenciais de 2014, a concepção política tradicionalista, marca da cultura brasileira, foi eleita sem precisar de campanha ou marketing político. A vitória foi do tradicionalismo e conservadorismo brasileiro. O eterno antagonismo entre o Partido da Social Democracia Brasileiro (PSDB) e Partido dos Trabalhadores (PT) prevaleceu.

O confronto entre os partidos é hábito do cenário eleitoral brasileiro. Contabiliza-se duas décadas de embate entre os partidos. Em 1994, Fernando Henrique Cardoso (FHC), correligionário do PSDB, derrotou Luiz Inácio Lula da Silva (PT). Quatro anos depois FHC volta a repetir a conquista. O tucano se reelege em 1998 sobre o mesmo oponente. Em 2002 Lula (PT) derrota José Serra (PSDB), e nas eleições de 2006 Lula vence Geraldo Alckmin (PSDB) conquistando sua reeleição. No ano de 2010 Dilma Rousseff (PT) impõe a segunda derrota perante um petista à Serra (PSDB), e nas eleições de 2014 o quadro seria o mesmo; Dilma Rousseff derrota Aécio Neves (PSDB) conquistando sua reeleição com pouco mais de 54 milhões de votos.

A eleição não ficou assinalada somente pelo fato do tradicional embate presidencial entre os Partidos dos Trabalhadores e o Partido da Social Democracia Brasileiro, uma polarização dominante que monopoliza a pauta política engessando qualquer agenda alternativa, mas ficou marcado, principalmente, por ser a eleição mais acirrada, provocativa e acalorada da história do país.

A dissertação “**A mídia como ator no processo de criminalização do Partido dos Trabalhadores nas eleições de 2014**” convida a analisar a eleição presidencial que qualificou a disputa como um período que “rachou” o país. O clima de disputa e radicalismo mostrou um país claramente com opostos e em confronto. Uma campanha marcada pela agressividade, pelo ódio e pelo preconceito, apoiada por parte da mídia, levou a uma separação entre ricos e pobres e nordestinos e paulistanos. A dissertação se propõe a fornecer uma espécie de análise desse clima de disputa eleitoral acirrada instituído nas eleições presidenciais de 2014.

A pesquisa tem o objetivo de analisar o papel da mídia no julgamento e criminalização da atuação do Partido dos Trabalhadores durante as eleições. Por acreditarmos que a divulgação e enquadramento negativo da mídia tiveram peso relevante na imagem de criminalização do PT na cobertura das eleições de 2014 é que escolhemos o tema para análise. A marcação de um comportamento da mídia na eleição de 2014 foi marcada por uma propaganda de voto anti-PT onde a mídia enfatizou uma imagem negativa do partido, construindo e produzindo uma criminalização do mesmo.

O conceito de “cenários de representação da política”, ou CR-P, narrativa estrutural desta pesquisa, foi cunhado por Venício de Lima (2004). A definição de CR-P do autor pode ser compreendida em como se estruturam os imaginários sociais (representação global e totalizante da sociedade) e em como os meios de comunicação de massa fabricam e propagam estes imaginários sociais. Embasado pela compreensão de como funciona o conceito de hegemonia e contra hegemonia de Gramsci, podemos entender como operam, através da mídia, os elementos de discurso quando a intenção é disputar um espaço simbólico no imaginário social.

O conceito se desenvolve em “cenário como espaço onde a ação se desenvolve” em “representação, significando não só representar a realidade, mas também constituir-la” (LIMA, 2004, p.181-182). Segue o autor:

Nesse plano, em que são constituídas significações, um cenário de representação é o espaço específico de representação da política nas democracias representativas” contemporâneas, constituído e constituidor, lugar e objeto da articulação hegemônica total, construído em processos de longo prazo, na mídia e pela mídia, sobretudo na televisão. Como a hegemonia, o CR-P não pode nunca ser singular. Temos portanto de acrescentar o conceito de contra CR-P ou de CR-P alternativo (LIMA, 2004,p.182-183).

O universo dos meios de comunicação, deflagrado por um processo social, tem uma grande influência na população, apesar de atuar diferentemente entre os sujeitos. Este universo, devido a sua força e capacidade de atingir um grande público se transforma em um palco de disputas políticas, conforme defende o autor Venício A. de Lima:

Enquanto filósofos, historiadores, economistas, sociólogos e antropólogos – reconhecendo a centralidade da mídia – buscam compreender a dinâmica da nova realidade, no Brasil as análises oriundas da ciência política e da comunicação (ou, pelo menos, a grande maioria das que se tornam públicas) continuam resistindo a inscrever a mídia entre as instituições merecedoras de estudo e pesquisa na análise da política. (2004, p.176)

Nosso objetivo com esta pesquisa é justamente incorporar a mídia em uma análise política, como ator essencial no processo de disseminação de julgamentos que construíram uma imagem de criminalização do Partido dos Trabalhadores nas últimas eleições presidenciais de 2014. Para nos auxiliar nesta análise iremos nos apoiar no conceito de Cenário de Representação Política (CR-P) do autor Venício A. de Lima, pois tal conceito esboçou o “reconhecimento da mídia como objeto fundamental de análise para a compreensão do poder político no mundo contemporâneo” (2004, p. 176).

Em síntese, esta abordagem tem a intenção de discutir a influência política que a mídia exerce sobre a sociedade. Segundo Venício A. De Lima, quem elabora o conceito de CRP busca compreender as interpretações da realidade da mídia, ou seja, o autor busca com o conceito compreender a construção que a mídia estrutura e produz da realidade política, qual o cenário e leitura que ela cria em relação a um determinado fato ou realidade. Procuramos com estas teorias explicar a relação do discurso da mídia no período eleitoral de 2014 e a recepção e interpretação midiática de parte da sociedade vinculada aos estudos de cultura política brasileira.

Este estudo da cultura política brasileira relacionado a esta polarização eleitoral conta com o apoio da obra do antropólogo político Günther Schlee. Na obra *“How enemies are made”* o autor defende que certas ferramentas são necessárias para se criar o inimigo, e a principal delas é fazer uso do aspecto emocional e cultural da sociedade. Assim, a mídia, para criar este inimigo utiliza-se de registros culturais presentes na sociedade brasileira. O propósito é que a mídia, detentora do poder da informação e formadora de opinião pública, construa a imagem e o cenário em que as pessoas fazem política. Com um enquadramento e agendamento dado pela mídia, a mensagem é editada e por muitas vezes suprimida, estabelecendo o que a sociedade compreenderá do cenário político e seus personagens. A intenção da pesquisa é comprovar empiricamente que as mensagens midiáticas foram usadas na construção de explicações permanentes sobre o mundo político, principalmente sobre a criminalização do Partido dos Trabalhadores e seus candidatos.

Se estas mensagens de ódio que vimos no período pré-eleitoral e eleitoral foram uma resposta a este inimigo, e este inimigo, segundo Günther Schlee, é uma produção dos nossos registros culturais, o raciocínio aqui é entender o que estas mensagens de ódio revelam da nossa cultura. A verdade dos fatos encontra-se enterrada na locução hostil produzida pela sociedade, a cultura da dissidência e a intolerância do brasileiro surgiram assim que despontou a ameaça a

grandeza da desigualdade social. O fato de ter estes assuntos em debate no período eleitoral auxiliou a opinião de defesa contra uma “agressão” interna, e a este agressor a mídia vinculou um personagem e um partido político que já é um incômodo para uma parte da sociedade não é de hoje.

Para entendermos tal cenário, buscamos analisar a cobertura política do ano eleitoral de 2014 para colher informações do ambiente de clima e tensão transmitido pelas mídias de grande circulação como os jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de São Paulo*. Também buscamos problematizar a relação ao enquadramento da mídia ao Partido dos Trabalhadores no ano de 2014 e como este foi vetor na construção do cenário de representação política e de uma possível criminalização do partido.

O procedimento metodológico escolhido para a elaboração dessa pesquisa reúne uma série de conceitos e autores que seguem caminho na compreensão do papel da mídia no cenário de representação política a partir de um método analítico interessado em analisar a cobertura da mídia as eleições de 2014. Os meios de comunicação utilizados para a construção desta pesquisa serão os jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de São Paulo*, principais veículos da informação brasileira. Iniciaremos as análises a partir de jornais publicados em novembro de 2013 e finalizaremos com as publicações dos resultados das eleições em novembro de 2014. A escolha do período se dá para identificar como antes das eleições já havia a disseminação de informações negativas relacionadas ao PT. Além das manchetes serão analisadas as primeiras páginas como um todo e utilizaremos a metodologia das valências, designando como favorável, contrária ou neutra.

A escolha de estabelecer as capas de jornais para análise foi devido ao poder comunicativo que as mesmas carregam. As fotos de capa e manchetes são o difusor de uma mensagem, sua publicidade é reconhecida por chamar a atenção do leitor. Nossa intenção ao analisar a manchete dos jornais é enxergar a mensagem que faz parte do íntimo da mesma e seus aspectos de comunicação.

Como fonte de pesquisa utilizamos o website Manchetômetro. A ferramenta é uma continuidade à metodologia utilizada pelo atual Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública o antigo IUPERJ (LEMEP / Instituto de Pesquisa do Rio de Janeiro). A pesquisa foi implementada pelo cientista político Marcus Faria Figueiredo, um dos pioneiros na área de pesquisas sobre comportamento eleitoral.

A contemporaneidade traz consigo o debate sobre o fenômeno da intervenção da mídia no cenário político e como este passa a ganhar destaque cada vez maior no pensamento político. A comunicação de massa está no palco do cenário político, juntamente com os agentes. A mídia, por ser a principal fornecedora de informação, alimenta os cidadãos e faz com que estes se situem no mundo social.

A metodologia utilizada para este estudo foi embasada na pesquisa bibliográfica, onde a nossa intenção é que a mesma ofereça meios que irão auxiliar na definição e resolução da pesquisa, a bibliografia auxiliará também para explorar novas áreas onde os mesmos ainda não se cristalizaram suficientemente.

O primeiro capítulo, **Produção do inimigo**, é uma apresentação do autor Günther Schlee e sua obra. Uma breve abordagem sobre seu trabalho e seu argumento sobre a necessidade de produzir uma nova teoria sobre a produção do inimigo. Os subcapítulos **A dinâmica do conflito; Uma nova teoria do conflito; Uma breve descrição de cultura política e Cultura política no Brasil** sugerem uma análise metodológica a observação da teoria com o objeto e a sociedade brasileira no período das eleições presidenciais de 2014.

Este capítulo central da pesquisa está apoiado na obra de Schlee, pois este manifesta de forma nítida a dinâmica da construção de um inimigo condicionado por este sentimento de medo e ódio. Podemos sustentar nossa análise embasada na leitura da obra “*How Enemies are Made*”, na qual o antropólogo e professor do *Max Planck Institute for Social Anthropology*, na Alemanha realiza suas pesquisas. O Instituto foi criado em 1999 e é conhecido pela qualidade nas pesquisas envolvendo temas de Antropologia, Política e conflitos.

A obra oferece uma contribuição interessante do campo da antropologia política para a compreensão do processo de construção do inimigo, além da intenção de Schlee em “dar um passo em direção a uma nova teoria do conflito” (SCHLEE, 2008 p. 22). A construção da pesquisa do autor veio da sua experiência como consultor de resolução de conflito no nordeste da África desde 1974. A obra compila a experiência de Schlee como consultor da Organização das Nações Unidas - ONU e agências de auxílio na resolução de conflitos.

Schlee defende que por meio de suas deduções teóricas foi possível analisar que as diferenças culturais e “etnicidades” seriam a causa do conflito. Ele defende também que o choque entre grupos divergentes tem alicerces construídos em oposições historicamente fincadas e enraizadas, além de ligadas a necessidade universal de pertencimento étnico, no qual é

compreendido que a etnicidade é um forte marcador e não poderia ser roubada por nenhum grupo. Portanto, para o autor, diferenças étnicas, que até então não seriam consideradas como relevantes no momento do conflito, passam a ser resgatadas como uma articulação política, fazendo com o conflito torne-se um jogo violento de produção da diferença: “A fronteira entre o “nós” e o “outro” está constantemente sendo negociada” (SCHLEE, 2008, p.6).

Segundo a avaliação do autor, as diferenças que até então não seriam consideradas relevantes, especialmente de ordem linguística – à qual dedica um capítulo –, são resgatadas como bandeiras de luta, o que vai ao encontro de uma série de evidências de frequentes conflitos de alta intensidade em que as diferenças são aparentemente pequenas. Poder-se-ia constatar, antes, que os conflitos ocorrem de modo surpreendente entre grupos semelhantes e que homogeneidade cultural não é garantia de harmonia. Tal raciocínio estaria diretamente relacionado a nossa percepção das relações sociais no Brasil, onde percebe-se que o sentimento de medo espalha-se em uma determinada faixa da sociedade paulistana, este, de repente, relacionado a um responsável, uma imagem, um partido, uma classe social cria sua identidade e sustenta-se a partir da versão da mesma história onde ao se propagar toma a forma e se concretiza em um inimigo. Ou seja, a exacerbada propaganda midiática aos escândalos políticos, que são ferramentas auxiliadoras na construção de um oposto ao CR-P, seriam resgatados como suposta bandeira de luta para uma criminalização do PT nas últimas eleições presidenciais. Nesse sentido, acreditamos que a cobertura midiática desfavorável à imagem do Partido dos Trabalhadores atua no sentido de transformá-lo em inimigo da sociedade, portanto, o partido deveria ser afastado das esferas políticas de poder. Desse modo, o anti-petismo vai atuando na polaridade amigo-inimigo, típica em situações políticas de extrema polarização.

Partindo dos estudos sobre criação de inimigo e conflito, Gunther Schlee defende em sua teoria que a guerra é um acervo de aspectos sociais, políticos, étnicos, econômicos, religiosos e ideológicos. Tais aspectos, segundo o autor, estariam relacionados a uma armação prévia, ou seja, existe uma manipulação dentro destes aspectos para atender a determinados interesses na disputa. O autor apresenta uma oposição embasado no pensamento de “escolha racional, pois na manipulação estas racionalidades são optativas e condicionadas rompendo com “forças emocionais”.

A contribuição do autor Gunther Schlee pode ser confirmada em discursos que sobreviveram e amadureceram ao longo da história, que podem ser vistas nos termos citados pelos americanos como “luta contra o comunismo”, “o império do mal”, “guerra prolongada contra o terrorismo” e o famoso termo “ou você está conosco ou está contra nós”. A guerra contra o Afeganistão, por exemplo, reforçou a ideia de um poder imperialista americano para promover seus interesses racionais no cenário internacional.

Afirma o autor Günther Schlee (2008) que nós esperamos que a ciência nos forneça o conhecimento que não conseguimos obter a partir da mera observação das coisas comuns do dia-a-dia. Uma compreensão conceitual sistemática, um processo metodológico, uma informação obtida de uma maneira padronizada ou ao menos de forma intencional e com senso de propósito têm supostamente a capacidade de aguçar nossa percepção sobre conexões escondidas. Diferenciar a ciência do entendimento comum normalmente não é um problema para os cientistas naturais, entretanto, o problema deles está na tradução da língua científica para a linguagem coloquial. Contudo, o autor defende que alguns cientistas sociais conseguiram reverter este processo e conseguem a partir de uma observação do cotidiano encontrar uma relação oculta e traduzi-la de forma a tornar-se pública e informal.

Buscamos com esta discussão justamente expor uma particularidade que nos chamou a atenção durante nossa percepção do processo eleitoral. O caminho das eleições nos saltou aos olhos sobre o fato de que o sentimento de medo espalha-se em uma determinada parte da sociedade paulistana, principalmente quando esta depara-se com um processo relacionado a igualdade social ou a qualquer tipo de incentivo ao compromisso social. O sentimento de medo é expresso de forma padronizada. Diante de tal situação tivemos a percepção que este sentimento de medo não só se espalha por esta determinada parte da sociedade como produz e desponta um ódio, um rancor que podem ser testemunhados na expressão do pensamento desta determinada porção da sociedade. Nossa hipótese com a referente pesquisa seria investigar um possível auxílio e incentivo da mídia, com seu discurso negativado, em assistir, legitimar e quem sabe até, ser responsável pela produção desta produção da criminalização do Partido dos Trabalhadores.

O segundo capítulo da dissertação, **Análise Teórica**, tem um enfoque especulativo. Os subcapítulos intitulados **Definição do conceito de cenário de representação da política CR-P** e **As bases do conceito de enquadramento e agendamento** têm a intenção de refletir sobre a



influência do comportamento eleitoral analisando os cenários de representação da política, além dos conceitos de enquadramento e o agendamento, pois a intenção com o ensaio metodológico é revelar se a forma como as mensagens midiáticas foram divulgadas tiveram influência na formação da opinião pública do eleitor, além da proliferação e legitimização desta manifestação de divergência e contradição produzida por parte do público eleitor.

No terceiro e último capítulo, **Panorâma eleitoral eleições presidenciais 2014** tratamos de mostrar a atuação da mídia no período eleitoral (estipulado pelo autor Venício de Lima) com o intuito de investigar o apelo da mídia na produção de manchete sobre o Partido dos Trabalhadores e sua candidata Dilma Rousseff, tendo em vista o cenário de representação da política construídos. Optou-se por produzir uma análise de abordagem qualitativa investigando as valências atreladas aos partidos e seus candidatos em referência. A seleção das capas dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo* dentro do período proposto a ser analisado, e o website Manchetômetro, nos ajudam a avaliar a cobertura jornalística na eleição presidencial no Brasil em 2014, a intenção com a pesquisa é comprovar empiricamente a imparcialidade jornalística.

## 1. A produção do inimigo

### 1.1. A dinâmica do conflito

Segundo Norberto Bobbio, a humanidade tem duas formas de interagir, sendo uma o conflito e outra, a cooperação. “Qualquer grupo social, qualquer sociedade histórica pode ser definida em qualquer momento de acordo com as formas de conflito e de cooperação entre os diversos atores que nela surgem” (BOBBIO, 1998, p. 314). Tal tema já produziu um certo número de pareceres entre diversos autores que se dedicam a examinar e estudar o conflito. Para Bobbio, o objetivo do conflito é a busca por controle sobre os recursos escassos. Estes recursos são representados no poder, na riqueza e no prestígio. Para Bobbio, a base da análise do conflito é defendida pela distribuição desigual da autoridade e pelo seu acesso e a distribuição de forma deficiente é o que incita o conflito.

Seguindo com autores que se dedicam a tais considerações, Karl Marx (2008) defendeu que existe, na natureza humana, a característica de ser contraditório. Focado nesta análise o autor despende com a teoria do conflito ou sociologia do conflito. Para o autor, indiferente da época a ser avaliada, a sociedade é o palco de conflito, aberto ou velado, entre opressores e oprimidos. Segundo Marx, a desigualdade da distribuição de meios de produção e concentração de capitais nas mãos de poucos salienta um conflito entre aqueles que detêm tais privilégios e aqueles que detêm somente a força de trabalho, tornando o ambiente incitante para se organizar um conflito.

Este parecer do autor pode ser sustentado pela Teoria das Elites, onde o filósofo italiano Gaetano Mosca, em seu livro *Elementi di Scienza Política* (1896), apresenta a premissa do elitismo, defendendo que toda sociedade, arcaica ou contemporânea, está estruturalmente fundada em uma minoria portadora do poder, e a outra parte destituída da mesma. Segundo a teoria de Gaetano Mosca, as sociedades estão abrigadas em dois grupos: governantes e governados. Do grupo dos governantes vigora um número inferior de integrantes que controlam e detêm o poder, impondo aos governados atender suas necessidades de forma legítima diante da sociedade. Consiste deste poder, segundo o autor, além de forças econômicas e ideológicas, a força política, o que acaba por intensificar a legitimação do poder da elite.

A ambígua estrutura de grupos dos governantes e governados não é uma teoria desconhecida. Tal conceito constava das pesquisas de Maquiavel, Montesquieu, Karl Marx, entre

outros autores. A singularidade da *Teoria das Elites* proposta pelo autor Gaetano Mosca institui o cuidado em destacar que a classe detentora do poder, isto é, os governantes, mantém o poder pelo fato de serem um grupo organizado. Tal fator colabora para a solidificação de um grupo homogêneo e coeso. Já ao seu oposto, mesmo fundado na maior parte da sociedade, atribui-se um grupo fragmentado, fator substancial que colabora para a desorganização do grupo dos governados.

Nossa intenção com a exposição da *Teoria das Elites* é mencionar que o termo "elite" usado para se especificar aos grupos enunciados como hierarquicamente superiores dentro de uma organização burocrática e política possuem uma forma eficaz de consolidar, determinar e instituir sua ideologia em conformidade com seus interesses. Ou seja, tais grupos possuem total poder e competência de manipular e sustentar um conflito, se assim lhe for interessante.

O conflito seria uma característica anterior à própria política, e a política quando se apresenta no conflito impõe sua consequência. Uma é resultado da outra. Tal argumento parte de um grande estrategista militar e teórico da guerra, *Carl von Clausewitz*. O filósofo defende o vínculo entre guerra e política: "A guerra é a continuação da política por outros meios" (CLAUSEWITZ, 1984, p. 68). Singularmente, Clausewitz considerava essencial enfatizar em sua teoria que a guerra estaria sempre resignada à política, ou seja, a política surge antes da guerra, e esta, seria seu produto, sua consequência.

Partindo desta hipótese, Michel Foucault esforça-se para manifestar sua compreensão inversa ao tema, o filósofo e professor defende que a guerra é precedente da política, consolidando, mesmo que a partir de perspectivas analíticas diferentes, a teoria política *hobbesiana* da qual estabelece que a guerra faz parte da natureza humana. Existe um impulso em fazer a morte para garantir e defender a vida.

Na aula final de "*Em defesa da sociedade*", Foucault refere-se a Hobbes quando este aplica a guerra como princípio das relações políticas. Para Foucault, no estado de natureza de Hobbes não há batalhas, mas sim, representações, atuações e interpretações. Esta prática é calculada buscando uma defesa da sociedade. O que nelas está em jogo, portanto, é a análise de um discurso histórico-político que expõe "a guerra como traço permanente das relações sociais, como trama e segredo das instituições e dos sistemas de poder" (FOUCAULT, 1998, p.132).

O que o autor quer dizer com tal exposição é que na modernidade o direito à vida e morte dos indivíduos não está mais em jogo se analisarmos a teoria clássica de soberania, que oferece o

poder ao soberano em "fazer morrer e deixar viver". A modernidade tornou a "vida" como objeto de agenciamento do poder. À época moderna opõe-se o clássico direito de vida e morte da soberania reciclando-o como um poder de "fazer viver e deixar morrer".

Para elucidar tal hipótese, novamente nos amparamos em Michael Foucault visto, que o mesmo defende que: "Por milênios, o homem permaneceu o que era para Aristóteles: um animal vivente e, além disso, capaz de existência política; o homem moderno é um animal em cuja política está em questão a sua vida de ser vivente" (FOUCAULT, 2005, p.134). Este homem vivente que o autor menciona faz referência à teoria política de Aristóteles, onde o homem, como qualquer outro ser existente é denominado *zoé* (vida nua = mera existência biológica). Contudo, com a exceção de uma qualidade que outros seres não têm, que é a linguagem, a este é possível uma alternância de *zoé* para um animal político – *politikòn zôon*. Firmado desta condição específica de *politikòn zôon*, que Michel Foucault cunha o termo da biopolítica. Deste termo denota-se à execução dos estados modernos de "explorar numerosas e diversas técnicas para subjugar os corpos e controlar a população". A biopolítica ameaça a morte com a finalidade de controlar a vida, pois a vida faz parte do campo do poder.

O contexto contemporâneo defende a vida, e para isso extingue o que lhe atrapalha. Esta lógica de abolir determinados grupos e inimigos para garantir a "bio" é o que Foucault intitula de racismo de Estado. Tal raciocínio nos submete automaticamente ao entendimento de *Homo Sacer*, que marcará o pensamento do filósofo Giorgio Agamben, onde o mesmo elabora uma crítica do aparelho político admitido por uma leitura da modernidade. O *Homo Sacer* corresponde a uma figura do Direito arcaico, considerada a pior forma de castigar, repreender e punir um indivíduo. Na antiguidade, um cidadão que produzia um delito grave passava a ser um indivíduo "matável", e perderia o direito a uma vida religiosa como também perderia seu direito material, espiritual e subjetivo.

Agamben olha para os homens da atualidade e identifica este indivíduo como alguém matável, como o elemento do ancestral direito romano, sujeito a pior condenação jurídica. Se ele é o inimigo ele está passível de morte. Perdemos, segundo o autor, no nosso cotidiano, o direito à espiritualidade, ao material, somos um estado de exceção absoluto. A nossa realidade tem um controle tão áspero e consolidado que fica difícil olhar para a análise do autor e não as relacionar com a atualidade, existem diversas amostras e confirmações que somos *Homo Sacer*, como por exemplo, a Prisão de Guantánamo, a caça ao comunismo tão vigente na história da humanidade,

o atentado em 11 de setembro de 2001, a guerra ao terror, em suma, conforme os autores buscam expor, a vida se transformou em uma oportunidade de controle, algo como um discurso construído de preservação a vida.

O inimigo é uma alegoria da biopolítica, a criação do facínora, malfeitor, que precisa ser aniquilado para a garantia da minha *zoé*. Em tal defesa cria-se um ordenamento jurídico que associa o *Homo Sacer* como um infortúnio que precisa ser destruído. A busca e perseguição deste designado infortúnio sempre esteve presente na história da humanidade. A narrativa da barbárie sempre esteve atrelada ao locomover da sociedade, no entanto, após uma análise da obra de Foucault, o que podemos ver hoje é o apoio da ciência em defender tal anomalia. Este controle impelido pelas instituições é amparado cientificamente conforme defende o antropólogo Gunther Schlee, professor do *Max Planck Institute for Social Anthropology*, na Alemanha. Essa teoria é defendida na composição de seu livro “*How Enemies are Made*”.

## **1.2. Uma nova teoria do conflito**

O autor Günther Schlee afirma que esperamos que a ciência nos forneça o conhecimento que não conseguimos obter a partir da mera observação das coisas comuns do dia a dia. Uma compreensão conceitual sistemática, um processo metodológico, uma informação obtida através de maneira padronizada ou ao menos de forma intencional e com senso de propósito, têm supostamente a capacidade de aguçar nossa percepção sobre conexões escondidas.

Segundo o autor, diferenciar a ciência do entendimento comum normalmente não é um problema para os cientistas naturais. Simplesmente ao se preocuparem com escalas de fenômenos diferentes daquelas acessíveis aos sentidos humanos sem suporte técnico – como, por exemplo, falar sobre moléculas ou galáxias – eles conseguem marcar seu conhecimento como claramente distinto do conhecimento comum. Eles não têm dificuldade em definir a ciência como uma forma especial de conhecimento. Ao contrário, a dificuldade está em conseguir fazer do conhecimento deles algo inteligível ao público em geral: explicar para leigos em seus campos de estudo o que é exatamente o que eles fazem – e isto inclui explicar aos políticos que fornecem os meios financeiros para suas pesquisas. O problema deles está, portanto, na tradução da língua científica para a língua do dia a dia.

Um grande problema das Ciências Sociais é que, ao contrário das ciências naturais, seus objetos de interesse não são diferentes daqueles dos ambientes não-científicos. Cientistas sociais se preocupam com a riqueza e a pobreza, guerra e paz, amor e morte e muitas outras coisas que são de interesse da humanidade em geral, e dos quais os não-cientistas também discutem a respeito. O problema aqui é, segundo Günther Schlee, transformar algo do cotidiano em uma ciência.

Neste sentido, o que Schlee pretende mostrar é que uma análise sistemática de um conflito pode levar à conclusões diferentes das alcançadas pela percepção popular. Em sua obra, o autor começa demonstrando que pode haver algo de errado com a percepção popular em relação ao processo de construção do inimigo. “Este não é meramente meu ponto de vista pessoal; particularmente na área de ‘etnia’ as opiniões científicas e populares têm diferido significativamente a bastante tempo”. (SCHLEE, 2008, p.03)

Em capítulo no qual o autor explica o porquê precisamos de uma nova teoria para o conflito. Günther Schlee defende que a expressão “conflitos étnicos” tem sido usada quase que como um fato certo, particularmente desde o fim do socialismo e da rejeição do panorama de luta de classes.

Ninguém se pergunta o que realmente significa ‘etnia’ dentro do contexto de conflitos étnicos. Supõe-se que etnia (e, de acordo com este modelo, toda forma de diferença – principalmente religiosa) represente a causa dos conflitos. Todo consumidor de mídia aprende constantemente que o fator étnico é responsável pela fragmentação política, seja na ex União Soviética ou Iugoslávia, onde aparentemente nos confrontamos com uma continuidade do processo que uma vez levou à dissolução dos estados precursores, conhecidos como impérios Otomano e Habsburgo. Então, a etnia é percebida como uma constante ou fator recorrente que, resistente ao tempo, gera conflitos. (SCHLEE, 2008, p.4)

Segundo o autor, esta é também uma visão adotada pelas elites políticas que, por sua vez, têm dificuldade em lidar de forma construtiva com as etnias ou religiões.

Schlee define que as convicções populares nas quais esta opinião sobre etnia se baseiam podem ser resumidas em seis pontos:

- 1) Diferenças culturais, ou seja, etnias são as causas de conflitos;
- 2) O choque de diferenças culturais se baseia em oposições historicamente enraizadas (herdadas e antigas);

- 3) Etnia é universal: isto significa que todo ser humano pertence a um grupo étnico, existe uma necessidade universal de pertencimento étnico;
- 4 ) Etnia é atributiva: isto significa que, como regra, ninguém pode mudar a relação étnica de ninguém, esta é um ícone, um marcador imutável;
- 5) Se entende por povo uma comunidade que compartilha da mesma linhagem;
- 6) Grupos étnicos são territoriais. Eles lutam por um território único e, eventualmente, por soberania nacional.

Para cada suposição popular Schlee apresenta sua réplica. O autor contrapõe com diversos exemplos etnográficos, como ferramenta analítica, colecionada com sua vasta experiência como consultor da ONU (Organização das Nações Unidas) e agências de auxílio na resolução de conflitos.

Subdividindo seus países em repúblicas principalmente em homenagem a um grupo étnico titular, Iugoslávia e União Soviética contribuíram ativamente para preservar a consciência de filiação étnica, como parte de identificação nas mentes de seus cidadãos. Se de fato a etnia foi o fator que prejudicou essas estruturas, o poder central teve sua parte nela. Nos censos nacionais os cidadãos eram regularmente convidados a responder a qual grupo étnico pertenciam, e em caso de dúvida, tinham que tomar uma decisão. Apesar disto, cerca de 5% das pessoas interrogadas se recusou a identificar-se com uma ou outra nacionalidade e se declararam iugoslavos. Onde estão esses 5% agora? Em meados de 1970 um antropólogo americano escreveu um livro sobre os bósnios muçulmanos chamados *European Muslims* (LCKWOOD, 1975). Um dos temas na obra foi a descoberta de que, em um contexto urbano, identificações étnicas e religiosas foram desaparecendo. Seu prognóstico era de que as etnias da Iugoslávia se dissolveriam e no final não seria uma nação iugoslava. Suas subdivisões étnicas anteriores seriam reduzidas a reminiscências históricas ou reconhecidas como de interesse folclórico na melhor das hipóteses (SCHLEE, 2008, p.5).

Segundo análise do autor, aparentemente em 1970 a etnia desempenhou um papel de menor ímpeto em comparação com realidades anteriores. Para exemplificar tal definição o autor revisita a guerra de independência da Bósnia e Herzegovina, um conflito armado que ocorreu entre os anos de 1992 até 1995. A guerra envolveu diversos territórios como a Bósnia e a República Federal da Iugoslávia (Sérvia e Montenegro, mais tarde), além da Croácia. O conflito foi causado por uma combinação múltipla de fatores, sendo estes basicamente políticos e

religiosos, além de crise econômica, políticas, sociais e de segurança que se seguiram ao fim da Guerra Fria com a queda do comunismo na antiga Iugoslávia.

A grande maioria dos bósnios estavam até 1990 determinados para manter o significado do fator étnico. Entretanto, este interesse era contestado em face ao desenvolvimento na Eslovênia e Croácia, que desejavam preservar o caráter pluralista da sua república como a Iugoslávia em pequena escala.

Um grande número de pessoas demonstrou nas ruas de Sarajevo seu apoio à preservação de sua comunidade multicultural. Esta demonstração foi denunciada por alguns franco-atiradores, e a espiral de violência e contraviolência resultante desta já nos é muito bem conhecida. Contudo, a população foi forçada a escolher uma identificação étnica. Ser iugoslava não poderia proteger as pessoas de serem mortas ou exiladas como um croata, sérvio, muçulmano, ou, em uma fase posterior, como um albanês do Kosovo. A fim de escapar desse destino onde tinha que se unir com aqueles apresentados como o próprio tipo de acordo com o princípio ético - um desenvolvimento chamado a tornar-se reféns das milícias.

O que Günther Schlee quer enfatizar com o tema é que, um exame das diferenças culturais reais ou alegadas entre os grupos étnicos da Bósnia, mostra que as diferenças linguísticas entre eles não são significativas para uma hegemonia ou harmonia entre os povos. Todos falam servo-croata, com apenas pequenas variações. O esloveno, por outro lado, é uma língua eslava distinta e marcadamente diferente do servo-croata. A discussão do autor aqui é trazer à luz que, se olharmos para os níveis de violência que acompanham o processo de separação em diferentes casos, é impressionante que os linguisticamente distintos eslovenos conseguiram se separar de uma forma relativamente pacífica do Estado Federal da Jugoslávia, enquanto que, entre os linguisticamente distinguíveis sérvios, croatas e os muçulmanos da Bósnia, há o sofrimento de atrocidades em uma escala que já não se acreditava ocorrer na Europa.

Concluindo, as diferenças de dialetos dentro do idioma servo-croata são muito menores do que os entre os diferentes dialetos alemães, que, obviamente, não impedem os seus falantes de viver em paz, num único e mesmo estado federal. No entanto, em casos em que um baixo nível de diferenças coincide com uma elevada intensidade de conflito são frequentes somos quase tentados a postular uma correlação negativa entre as diferenças culturais e linguísticas por um lado, e os níveis de violência, por outro.



Um elemento de diferenciação entre sérvios, croatas e muçulmanos, que também parece desempenhar um papel político, é a religião, defende o autor. No caso da Somália, um nível extremamente elevado de partidarismo e violência coincidem igualmente com pouco ou praticamente nenhuma diferença cultural. A Somália é um Estado com uma população culturalmente, linguisticamente e religiosamente homogênea, que foi muitas vezes chamada de o único estado nacional de África. É bem conhecido dos meios de comunicação a notícia de que o partidarismo na região tem lugar em um nível sub clã. Em termos concretos, isto significa que os respectivos adversários pertencem à linha de descendência de um e do mesmo clã que se separaram por apenas algumas gerações e cujos fundadores são conhecidos pelo nome. “Homogeneidade cultural não é uma garantia de coexistência pacífica” (KENNY, 2002, p.6). O autor traz um outro exemplo empírico sobre o tema, que são os grupos de oposição na Irlanda do Norte. Estes cultivam simbolismos que são muito semelhantes, mesmo em seus detalhes: as bandas de música, desfiles ou as iconografias de violência pintadas nas paredes. Entre estes grupos existe um conflito que se desenrolava em um único sistema cultural de signos. Os inimigos se entendem muito bem, defende Günther Schlee.

No entanto, o autor nos apresenta uma segunda posição, quando afirma que em conflitos étnicos, as oposições antigas e arraigadas entram em erupção. Quando estes temas não vêm à tona em um primeiro momento, o autor defende que foram submersos por outras forças, digamos, um regime comunista ou colonialismo. Este efeito pode ocorrer pois a “ etnia é constantemente redefinida não só em relação aos seus conteúdos culturais, mas também no que diz respeito à coletividade de pessoas que definem a respectiva etnia” (BARTH, 1969, p.6). “A fronteira entre nós e o outro está constantemente sendo negociada” (SCHLEE, 2008, p.6) Em relação à idade do conflito, Schlee constata que encontrou um grau muito elevado de variação empírica. Para exemplificar tal argumento o autor enuncia o conflito dos Armênios e Azeri, pois a disputa entre estes grupos étnicos data de mil anos atrás, entretanto, as razões e formas históricas para tal sofreram mutações ao longo do tempo.

Na verdade, esses conflitos antigos que reconhecidamente existem, mudam seus motivos em diferentes formas históricas. O autor constata que divergências entre etnias podem ser antigas ou recentes, a idade não tem relação com a coalizão étnica ou com a intensidade do conflito. Frequentemente a antítese das diferenças étnicas e do etnonacionalismo é, naturalmente, uma

influência do passado. O autor constata que divergências entre etnias podem ser antigas ou recentes, a idade não tem relação com a coalizão étnica ou com a intensidade do conflito.

Cada nacionalismo tende a referir-se a oposições e diferenças antigas. É um recurso virtual dos nacionalismos que assumem vulnerabilidade e sempre afirmam suas raízes históricas, que são muitas vezes conduzidas para o passado apenas através desse ato de afirmação, como uma árvore leva suas raízes no solo e não cresce fora de suas raízes. A idade de etno-nacionalismo, segundo Schlee, pode ser uma questão discutida, mas isso não tem nada a ver com a intensidade dos conflitos étnicos. Não há evidência, defende o autor, em apoiar a afirmação de que os antagonismos e divergências mais velhas são mais intensas do que conflitos mais novos. A terceira posição em discussão diz respeito à universalidade da etnia e à afirmação de que todo ser humano pertence a um povo. De acordo com o autor, o contrário desta afirmação é de que a etnia é de modo nenhum um princípio estrutural singular ou universal da humanidade. Na África pré-colonial, por exemplo, pôde-se observar que um grupo de doação com um nome auto-escolhido consideraria a vila um pouco para o leste ou um pouco para o oeste ainda filiado ao seu próprio grupo. Duas ou três aldeias mais longe, no entanto, os habitantes seriam percebidos como estrangeiros. Mudando o ponto de referência e mudando para uma das aldeias vizinhas, a pesquisa de Schlee constata que este grupo também considera-se o centro de distribuição de características semelhantes. Em outras palavras, nenhum grupo étnico possui um fixo fora de fronteiras, o que significa que não estamos lidando com o grupo todo, mas sim com um *continuum* em que a fronteira entre o *nós* e os *outros* muda, dependendo do ponto de vista do observador.

Não é preciso dizer que não podemos ter grupos étnicos ou etnia em seu sentido próprio. Aqui, etnia frequentemente surge como resultado da administração colonial, quando os distritos foram divididos segundo as tribos supostamente se instalaram. Além disso, etnia não pode ser vista separadamente da ciência e da educação moderna, defende o autor. Onde, se não na escola, devemos ouvir sobre o Alasca ou sobre o extremo nordeste da Sibéria? Desta forma, as ideias científicas - corretas, bem como as incorretas - temas de semelhanças e diferenças são ocasionalmente importados para discursos políticos locais, e influenciam as fronteiras modernas do sentimento da comunidade criando a necessidade universal de um pertencimento étnico.

No ponto número quatro, Günther Schlee aponta que a etnia é um ícone, um atributo irreversível do ponto de vista do indivíduo, e que via de regra não pode ser alterada. Como

exemplo o autor traz a região do norte árido do Quênia, região em que vários grupos nômades pastoris falam línguas diferentes, como *cushtic*. Na região, encontram-se muitas formas regulares de transição entre os grupos étnicos, que são abertos, pelo menos aos portadores mais competentes das culturas locais e àqueles que conhecem as relações e oportunidades de transição e sabem usá-los manipulativamente.

Em épocas de seca, por exemplo, ou quando todos os animais são perdidos como resultado de conflitos de violência, membros de um clã específico em um determinado grupo étnico podem apelar para os seus irmãos de clã em um grupo étnico vizinho para pedir ajuda, ou eles podem encontrá-los como imigrantes ou refugiados e fazerem reivindicações para o pasto e os direitos da água. Podemos concluir que a sua filiação étnica irá ajustar-se ao novo ambiente. Através da ponte do clã a etnia pode ser alterada, embora este processo possa demorar algumas gerações.

Podem haver pontes institucionalizadas entre grupos étnicos como os descritos para o Quênia em outras partes do mundo, e as características culturais percebidas como distintivo para os grupos étnicos envolvidos não irão necessariamente mudar quando os membros se deslocam de um grupo para outro. Isso é nivelado pelo fato de que a etnicidade é constantemente redefinida não apenas em relação aos seus conteúdos culturais, mas também no que se refere à uma coletividade de pessoas que definem uma etnia (BARCH, 1969).

Por exemplo, no curso inferior de Oma, no sul da Etiópia, Turton também observou que os grupos políticos-territoriais, como a Mursi e Surna, consistem dos clãs, que são, em parte as mesmas em ambos os grupos étnicos e parecem ter existido antes do surgimento da atual configuração étnica. O fato de que as tribos - que se estabeleceram durante os tempos coloniais - tem compartilhado em subgrupos ainda mais notáveis entre os Madi e Acholi, no norte do Uganda, porque as línguas desses dois grupos pertencem às línguas de famílias muito diferentes. Em todos esses casos, a existência de clãs comuns não descarta a possibilidade de conflitos militares entre esses grupos.

A quinta proposição apresentada pelo autor é de que um grupo étnico é uma comunidade de descendência comum. Mas, mesmo sem pontes institucionais da transição, as conexões entre as fronteiras étnicas e de grupos de descendência são extremamente soltas. Ou seja, o autor defende que um povo seria uma comunidade de gerações partilhadas.

Em alguns aspectos *etnogêneses humano*<sup>1</sup> é comparável à formação de espécies, a formação de novas espécies de animais, entre outras. Frequentemente as populações de animais que estão prestes a se transformar em subespécies separadas e espécies eventualmente separadas mostram as características mais distintas na fronteira com o outro. Mas, enquanto as características distintivas de animais são muitas vezes ligadas a sua fisicalidade e geneticamente determinadas, para os seres humanos - provavelmente mais do que para qualquer outra espécie – existe um processo semelhante na área de comportamento adquirido.

A sexta e última proposição contestada pelo autor foi a de que os grupos étnicos são territoriais. Eles se esforçam para um território unido e, eventualmente, para a soberania nacional. Existe a teoria de que haveria uma equivalência entre um grupo étnico e um território específico (ou sua reivindicação) – o que supostamente explicaria as lutas por independência e soberania nacionais.

No entanto, muitos grupos étnicos apresentam uma especialização profissional que não poderia ter desenvolvido na sua forma atual, se não coabitaram com outros grupos étnicos. O estado territorial, particularmente o chamado Estado-nação, é originário do desenvolvimento nomeadamente moderno na Europa Ocidental. Não representa uma tendência de desenvolvimento universal. Em muitos lugares, é apenas uma estrutura externa imposta a um conjunto completamente diferente de autoidentificações populares.

O autor retoma que todas as formas acima enumeradas, de lidar com diferença, dividem a característica comum de que são o fato dos indivíduos terem direitos e obrigações concedidos pelo sistema político não com base no seu mérito, mas na base de pertença a um dos grupos, que constituem o sistema. O indivíduo é constantemente remetido à sua filiação a um grupo, mesmo que isso aconteça por meio de bem intencionadas medidas para a proteção das minorias e a promoção administrativa de um grupo multicultural. Liberdade e direitos são concedidos para o coletivo, e não à indivíduos.

Günter Schlee defende que o primeiro dos seis pontos da teoria popular que apresentamos acima foi de que a etnia é a causa do conflito. As outras cinco proposições corroboram a primeira e adiciona peso a etnia como um fator que causa ou agrava os conflitos. Contra essa visão

---

<sup>1</sup> Conceito antropológico que trata do processo de necessidade de novas identidades étnicas da mesma forma que o ressurgimento de etnias já reconhecidas. O conceito busca tratar também de processos de transformação social pelos quais passa determinada etnia, não apenas politicamente, mas também em termos de definição de identidade, seleção entre outros aspectos.

popular, o autor define que a etnia não é a causa do conflito, mas sim, algo que emerge no curso de conflito ou adquire novas formas e funções no curso de tais eventos.

Nos capítulos que seguem o livro, o autor defende que existe sim a produção de um inimigo, e uma nova teoria deveria surgir para debater tal assunto. O conflito é uma batalha por recursos naturais como água, petróleo ou até mesmo uma batalha de poder. Estes são, por vezes, as causas profundas do conflito, mas estes fatores estão borrados. Para conquistar estes recursos, e principalmente fazê-los dialogar com os interesses econômicos calculados pela elite, esta precisa considerar como monopolizar as pessoas para conquistar estes recursos de próprio interesse. E como atingir este objetivo? Fazendo com que língua, apelo religioso, étnico ou cultural entrem de forma manipulada no jogo da disputa. Estes motivos são vibrados, seguidos de uma lógica em que a não vinculação a esta propaganda é perigosa, pois poderá ocorrer uma expulsão ou até mesmo converter-se em mortes pelo “outro”.

Schlee defende que por meio de suas deduções teóricas é possível analisar que as diferenças culturais e “etnicidades” seriam a causa do conflito em um primeiro momento. Argumenta também que o choque entre grupos divergentes tem alicerces construídos em oposições historicamente enraizadas, além de ligados a necessidade universal de pertencimento étnico, no qual é compreendido que a etnicidade é um forte marcador e não poderia ser roubada por nenhum grupo. Portanto, após a construção de sua pesquisa o autor defende que diferenças étnicas, que até então não seriam consideradas como relevantes no momento do conflito, passam a ser resgatadas como uma articulação política, fazendo com o conflito torne-se um jogo violento de produção da diferença: “A fronteira entre o ‘nós’ e o ‘outro’ está constantemente sendo negociada” (SCHLEE, 2008, p.6).

Partindo dos estudos sobre conflito, Günther Schlee defende em sua teoria que a guerra é um acervo de aspectos sociais, políticos, étnicos, econômicos, religiosos, ideológicos, entre outros. Estes, segundo o autor, estariam relacionados a uma combinação prévia, ou seja, existe uma manipulação dentro destes aspectos para atender a determinados interesses na disputa.

A contribuição da obra de Schlee pode ser confirmada em discursos que sobreviveram e amadureceram ao longo da história e que podem ser vistos nos termos citados, como por exemplo, “luta contra o comunismo”, “o império do mal”, “guerra prolongada contra o terrorismo” e o famoso termo “ou você está conosco ou está contra nós”. Mas será que tal implicação e manipulação se sustentam até hoje?

O início do século XXI não é semelhante ao período entre 1945 e 1990, onde existia uma nítida divisão de blocos antagonistas no mundo. É exatamente o que analisam Michael Hardt e Antonio Negri em *Império - a nova ordem política da globalização*. Não que os dias de hoje nos façam cogitar se seria possível uma organização mundial igualitária, uma reconciliação e harmonia em escala global. Segundo os autores, “entramos na era dos conflitos menores e internos, o fim da crise da modernidade deu origem a uma proliferação de crises menores e indefinidas, ou, como preferimos, a uma onicrise” (HARDT, NEGRI 2005, p. 209). Existe certa verdade nesta afirmação?

Os atores sociais, grupos e indivíduos, são integrados em sistemas sociais. Esta integração pode acontecer pela identificação com os outros ou, sublinhando as diferenças com eles e desenvolvendo assim as relações complementares. Conflitos violentos também podem ser considerados como tais sistemas sociais. Os opositores competem entre si com estratégias e símbolos ou respondendo uns aos outros com novas estratégias improvisadas, podendo ignorar as regras de conduta com a qual a outra parte não pode lidar. Em ambos os casos se pode falar de integração e conflito.

Os conceitos-chave para a abordagem da integração e conflito são, portanto, a construção da identidade e da diferença, conforme defende o autor Günther Schlee. Estes processos de construção podem ser observados em diversos domínios como, por exemplo, a língua e a história mesclados usualmente a várias formas de etnicidade.

Segundo os autores Michael Hardt e Antonio Negri, na obra *Multidão*, a globalização não quer tornar todos iguais no mundo, muito pelo contrário, a relação com os diversos proporciona uma relação em rede rica e comunitária.

A multidão, em contrapartida, é múltipla. A multidão é composta de inúmeras diferenças internas que nunca poderão ser reduzidas a uma unidade ou identidade única – diferentes culturas, raças, etnias, gêneros e orientações sexuais; diferentes formas de trabalho; diferentes maneiras de viver; diferentes visões de mundo; e diferentes desejos. A multidão é uma multiplicidade de todas essas diferenças singulares (HARDT, NEGRI, 2005, p.12).

O que podemos esboçar é que os autores buscam avaliar a dinâmica do conflito e a produção do inimigo neste início de século XXI. Quais as ferramentas são utilizadas para sua manipulação? As diferenças étnicas continuam sendo sublinhadas como uma articulação política e ainda são eficazes? O aproximar das obras aqui expostas nos faz questionar, de um aspecto

extremamente introdutório, sobre a forma que este inimigo está revestido nos dias de hoje, como aplica, regulamenta e manipula-se a dinâmica do conflito e a produção do inimigo.

Considerando a investigação do autor, absorvemos que as diferenças, que até então não seriam consideradas relevantes, especialmente de ordem linguística, à qual dedica um capítulo, são resgatadas como bandeiras de luta, o que vai ao encontro de uma série de evidências de frequentes conflitos de alta intensidade em que as diferenças são aparentemente pequenas. Poder-se-ia constatar, antes, que os conflitos ocorrem de modo surpreendente entre grupos semelhantes e que homogeneidade cultural não é garantia de harmonia.

Nossa hipótese com esta pesquisa seria identificar se esta elite brasileira composta por representantes da política tradicional, pelo mercado financeiro e pelas empresas midiáticas, busca monopolizar um grupo criando um inimigo para atingir seus interesses, utiliza-se dos grandes meios de comunicação regulados por oligopólios e grupos conservadores para elaborar e reproduzir uma criminalização do Partido dos Trabalhadores (PT) por meio de mensagens negativas ao partido e a seus respectivos candidatos, buscando assim criar um inimigo. Ou seja, a suposição é examinar como esta elite cria este inimigo e com quais atores políticos ela se articula.

Para atender esta lógica seria necessário, de acordo com Günther Schlee, identificar uma diferença que até então estaria escondida e resgatá-la na disputa como uma bandeira de luta. Os meios de comunicação com sua arte de compor um enquadramento das informações dos dados, no chamado enquadramento da mídia, estruturam sua conduta de valorizar uma parte, o que acaba por, camuflar e beneficiar outra cumprindo com um papel decisivo no incentivo deste ódio e preconceito propagado no eleitorado de São Paulo. O fato de vermos em manchetes notícias tão negativas que nutriam a criminalização do PT provocaram um ódio e instalaram um medo no eleitorado.

A mídia orquestrada por uma elite só consegue propagar a percepção negativa do Partido dos Trabalhadores associando-o a uma personificação de inimigo. E se acompanharmos a lógica do autor, captamos que a produção deste inimigo se utiliza da cultura política brasileira como ferramenta para manipular o jogo de disputa.

A questão é como este inimigo é criado? Como a criminalização do Partido dos Trabalhadores foi propagada? A mídia vincula a informação desejada pela elite dominante conforme seu interesse de poder, e assim manipula uma narrativa, alimenta boatos, um escândalo

puxa outro escândalo, e basta aludir alguns comentários e pronto, a mídia é capaz de ter uma matéria com estes impulsos negativos onde faíscas se tornam em incêndio alimentando esta ideia de inimigo.

Existe uma ligação entre o que esta elite deseja que a população saiba e o que a mídia pública. Esta mídia utiliza o controle do pensamento que dá à população uma percepção tendenciosa da política brasileira e a construção da opinião pública. A questão é como esta manipulação é legitimada? A um grosso modo, um sistema de símbolos que fazem parte do imaginário e cultura política do brasileiro de acordo com o autoritarismo hierárquico e arbitrário, identificado por Marilena Chauí, e a “cultura política da dádiva” e o “fetiche da igualdade”, estudados por Tereza Sales, são libertos e recuperados pela mídia em suas matérias.

Esta divergência presente na cultura política brasileira, conforme analisamos no Cenário de Representação Política, onde uma determinada parte da opinião pública, quando deparada com o risco da desconstrução hierárquica de mando e obediência, além de um processo relacionado à igualdade social ou a qualquer tipo de incentivo ao compromisso social exteriorizou um sentimento de medo, intolerância, preconceito e ódio expressos de forma padronizada na última eleição presidencial. Contudo, esta antipatia e animosidade presente em grande parte do eleitorado já são intrínsecas da cultura política brasileira, tornando assim possível a criação de um inimigo. A classe conservadora da direita se viu com medo da esquerda, medo de perder seu *status quo*. Estavam com medo, pois viam-se diante um conflito de classe com estas políticas assistencialistas aplicadas desde o governo Lula.

Em suma, a mídia e os grandes meios de comunicação lideram a utilização de discursos, imagens e argumentos. Personagens com uma entonação negativa buscam “criar” um problema, e a reação do público seria pedir por segurança comprometimento, conforme vimos nos ciclos de protestos ocorridos nas principais capitais do país. Esta concepção é aplicada gradualmente, por um tempo consecutivo, conforme explica Venício Lima, buscando obter uma aceitação pública que leve a população crer que são eles os responsáveis por exigir mudança. Esta contestação se valida na exposição da opinião pública com o índice de popularidade do governo Dilma caindo gradualmente, uma vez que este Governo compromete com a ordem neoliberal prescrita pela elite política e econômica brasileira. Esta elite utiliza-se do cenário midiático, conforme conferimos no gráfico, buscando bombardear o público com informações negativas e ambíguas ao governo, criando assim, um inimigo.



A estratégia de se criar este adversário como elemento primordial de controle social consiste em desviar a atenção do público para o real interesse da elite política e econômica, que seria conter a vontade de mudança e defender os equilíbrios tradicionais. Conforme defende o autor Günther Schlee, utiliza-se destas ferramentas para se criar o inimigo, mas para legitimar e ratificar esta prática é necessário fazer uso do aspecto emocional e cultural, utilizando-se dos registros culturais para se criar este inimigo.

O sentimento de ódio foi manifestado de forma latente na campanha presidencial de 2014. Impressionou o fato de não haver constrangimento algum em expor um ódio, um preconceito ao Partido dos Trabalhadores e seus candidatos. Este sentimento de aversão disseminado espalhou-se por uma parte considerável do eleitorado, onde vimos manifestações de ojeriza política como “Nordestinos não sabem votar”, “Abaixo Bolsa Esmola”, “Vão pra Cuba”, “Deveríamos nos separar do resto do país”, entre tantas outras formas até mais negativas de expressão.

Alguns destes argumentos vexatórios podem ser vistos na mídia, como as mensagens negativas, que são frutos desta histeria, servem como lenha na fogueira, incitando o ódio e alimentando a criação de um inimigo. Mas estas declarações do eleitorado, conforme vimos na teoria de Günther Schlee, só poderiam ter explicações antecedentes aos termos sociais, estes argumentos carregados de intolerância, hostilidade e rejeição estão embutidos na cultura brasileira. O que a mídia, controlada por uma elite, fez foi aflorar este ódio à igualdade, ao compromisso social que se encontra na raiz da cultura política brasileira e fazê-lo se espalharem no processo eleitoral. Do medo também brota o ódio a um Governo que abriu espaço para políticas de democracia como isenção de planos econômicos e sociais, que mostra a desigualdade e busca melhorias como financiamentos sociais só poderia ser um inimigo, uma vez que a expansão da democracia incomoda. Em síntese, a sociedade que saiu as ruas vociferando por mudanças possui nela mesma a semente da destruição, ela mesma é seu inimigo.

### **1.3. Uma breve descrição de cultura política**

Para uma explanação mais intensa sobre o tema incluímos uma interrupção sobre o conceito de cultura política. Revisitando os clássicos que abordaram o assunto, os que se destacam são a análise dos americanos Gabriel Almond e Sidney Verba (1963), segundo salienta

Bobbio no *Dicionário de Política* (2000, p.306) quando este menciona que cultura política significa “conjunto de atividades, normas, crenças, mais ou menos largamente partilhados pelos membros de uma determinada unidade social e tendo como objetos fenômenos políticos”. O conceito é removido da pesquisa dos autores. Estes elucidam o termo cultura política como o “conjunto de tendências psicológicas dos membros de uma sociedade em relação à política” (BOBBIO, 2000, p. 306) e seguem:

...existe quando os membros da sociedade estão voltados essencialmente para o sistema político em seu conjunto, mas atentos principalmente aos aspectos de *out put*, ou de saída, do sistema, isto é, na prática, ao aparelho administrativo incubido da execução das decisões. Aqui as tendências são do tipo acentuadamente passivo e esta cultura corresponderia principalmente aos regimes políticos autoritários” (Ibdem).

A partir do primeiro estudo político comparativo, intitulado *The civic culture: political attitudes and democracy in five countries*, escrito pelos cientistas sociais Gabriel Almond e Sidney Verba, de 1963, os autores especificaram três tipos de orientação política, segundo os quais o indivíduo podem “encarar os fatos ou as relações sociais”. A primeira, "orientação cognitiva" seria o grau de conhecimento que os cidadãos têm do sistema político e a crença nesse sistema. A segunda linha trata-se da "orientação cognitiva" que se traduz pelos sentimentos a organização do sistema político, e a terceira é cunhada pelos autores de "orientação avaliativa", que se refere ao julgamento e às opiniões sobre o sistema político.

Entretanto, os autores defendem também que há três tipos de cultura cívica, que seriam a paroquial, a súdita e a participante, no qual a cultura paroquial é harmônica às estruturas políticas tradicionais; a súdita refere-se as estruturas políticas autoritárias e centralizadas; e a participante, tem uma estrutura política democrática.

Todavia, segundo admite Bobbio, a definição de uma cultura política é a combinação destas três tendências clássicas. A definição de Moisés (1995) reforça o conceito quando o autor defende o entendimento mais usual e vigente do termo na opinião da Ciência Política “ o foco que unifica essa literatura é a ideia de que existe uma configuração particular de valores, crença e práticas que, resultantes de características inatas e de atributos naturais de cada povo ou raça constituem a cultura de cada nação” (MOISÉS, 1995, p.87) A intenção é trazer à luz a definição e a discussão teórica sobre “caráter nacional”. Uma abordagem mais clássica ao tema é tratada

por Gramsci quando este introduz o conceito de hegemonia, definição que trataremos á fundo posteriormente nesta pesquisa.

#### **1.4. Cultura política no Brasil**

Alguns autores olham para o Brasil com o intuito de diagnosticar a corrente de pensamento, símbolos e mecanismos comuns que constituem a cultura política da sociedade brasileira. Lima (1996) explica o descontentamento, a falta de patriotismo e a disposição de obscurecer as fronteiras entre público e privado como traços centrais da cultura política brasileira. Atrelado a esta, o antropólogo Roberto DaMatta (1981) enfatiza o “jeitinho” e a “cidadania brasileira”. A expressão “jeitinho brasileiro” cunhada pelo autor faz referência à maneira que o povo brasileiro tem, supostamente, de improvisar soluções formais, por exemplo, não adotando procedimentos ou técnicas estipuladas previamente. Esta característica faria relação a soberba e insolência tão praticadas nas relações sociais cotidianas do Brasil.

Não poderia faltar à análise da obra que é tão relevante para o entendimento da formação do pensamento político e social brasileiro, Sérgio Buarque de Holanda, autor de “Raízes do Brasil”. A discussão é embasada no patrimonialismo e burocracia de Max Weber. A definição cunhada pelo autor expõe o Estado patrimonialista como aquele que surge a partir do aumento intenso do poder patriarcal e seria um alargamento da dominação doméstica sobre territórios e pessoas. Estes passam a administrá-lo como propriedade ou patrimônio.

O patrimonialismo tem como sua característica, conforme defende o autor, um Estado que não possui divisão entre o público e o privado. Foi uma prática comum em praticamente todos os governos absolutistas, quando os monarcas gastavam as rendas pessoais e as do governo e se beneficiavam desta receita para destiná-la a uso estritamente pessoal. O termo em si resume o fato do governante usar o Estado como seu patrimônio.

Na obra “Raízes do Brasil”, Sérgio Buarque concebe o brasileiro analisando a colonização da América e suas raízes ibéricas precedentes que influenciaram, segundo o autor, o tradicional personalismo, de que provém a “frouxidão das instituições e a falta de coesão social no Brasil”. Tal afirmação pode ser encontrada no prefácio da obra que foi produzido pelo sociólogo Antônio Cândido. “Para o funcionário patrimonial, própria gestão política apresenta-se como assunto de seu interesse particular; as funções, os empregos e os benefícios que deles

auferem relacionam-se a direitos pessoais do funcionário e não a interesses objetivos” (HOLANDA, 1995, p.146).

Na atualidade, o conceito seria o de fazer o uso do Estado e da coisa pública para impor a dinâmica da dominação. Detentores de um poder político significativo buscam garantir projetos pessoais e burocráticos, como enriquecimento, conquistando apoio político e troca de vantagens com o intuito de dar continuidade aos benefícios próprios. O patrimonialismo é um conceito essencial para a interpretação do “Homem Cordial”, definição exposta pelo autor Sérgio Buarque de Holanda na obra *Raízes do Brasil*.

Na obra, Sérgio Buarque de Holanda expõe no primeiro capítulo, “Fronteiras da Europa” o fato da Espanha e Portugal serem o ponto de influência das formas de colonização da América, como por exemplo o tradicional personalismo e a consequente frouxidão das instituições e dificuldade em se construir uma coesão, uma harmonia social.

A carência de uma hierarquia e a ênfase de um prestígio pessoal que implica em privilégio é outra característica ibérica marcante e de grande influência na colônia, segundo defende Sergio Buarque de Holanda. A consequência deste perfil social fez com que a nobreza ocupasse o lugar de mando por “competência”, o que instituiu e legitimou o costume de fidalguia, conforme podemos comprovar em citação: “A vontade de mandar e a disposição para cumprir ordens são-lhes igualmente peculiares [aos ibéricos]” (1995 p. 39). É de característica do povo ibérico não renunciar às suas vontades e desejos em benefício do grupo. A nobreza permaneceu exercendo sua aristocracia, ainda mais com a presença da sociedade escravocrata praticada no Brasil. O fato impediu de uma vez a necessidade do homem livre de cooperar e organizar-se.

Outras obras são centrais para se compreender o Brasil e a formação do pensamento político e social. Autores como Oliveira Viana em “O Idealismo na Evolução Política do Império e da República” (1922) e Gilberto Freire (1978), com a obra “Casa Grande & Senzala” contribuem para esta reflexão na qual a cultura política é a causa e consequência do mecanismo do sistema político.

Em suma, conforme defendem os autores, ainda podemos compreender com o auxílio da história, que a sociedade brasileira tem marcas da sociedade colonial escravocrata na qual a estrutura hierárquica é interiorizada nos corações e mentes da sociedade. Nesta, as relações sociais são embasadas na relação entre um superior que manda, e um inferior que obedece. A

desigualdade reforça essa relação de mando e obediência, de micropoderes, conforme defende Michael Foucault em sua teoria. Para o autor, o poder não é algo que se tem, mas sim que se exerce. A pesquisa é dedicada ao surgimento das instituições, como a clínica, por exemplo, além de instituições como as Igreja, escola etc. Para o autor existe um “micropoder” e todos se unem em “microesferas” que exercem poder sobre os indivíduos, influenciando assim sua autonomia, tornando-os mansos e subexistentes.

As manifestações de junho de 2013 foram o fator fundamental para se compreender o processo de criminalização do Partido dos Trabalhadores e sua candidata à reeleição para presidência nas eleições de 2014, Dilma Rousseff. Todo o investimento que o Governo Federal fez em meados de 2003 com o mandato do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) com o intuito de combater a miséria e diminuir a pobreza deu acesso cultural e de capital a uma grande faixa da sociedade brasileira, uma faixa condicionada a ocupar um setor de excluído. Esta classe teve possibilidade de ingressar em uma universidade, sendo esta pública ou particular, além de ter, ainda que muito tímido e precário, um acesso melhor a classe trabalhadora.

Segundo os dados do Banco Mundial<sup>2</sup>, o Brasil conseguiu praticamente eliminar a pobreza extrema e alcançou este feito de forma mais rápida que seus vizinhos. O relatório ainda destaca os números: registrou-se uma queda de 10% para 4% no período entre 2001 e 2013, bem como o número de brasileiros vivendo com menos de 2,5 dólares por dia (equivalente a 7,5 reais). A pesquisa intitulada “Prosperidade Compartilhada e Erradicação da Pobreza na América Latina e Caribe”, inclui os dados da renda do brasileiro e cita que “o Brasil é um dos exemplos mais brilhantes de redução da pobreza” pois a renda de 60% dos brasileiros aumentou entre 1990 e 2009.

Em síntese, estas manifestações populares que inicialmente questionavam questões municipais, foram federalizadas com o auxílio da mídia, conforme avaliamos nas manchetes de jornal do período em referência, com o intuito de atingir a gestão de governo da presidenta Dilma Rousseff (PT). Estes manifestantes que primeiramente foram denominados pela mídia como vândalos no começo dos protestos e sofreram uma alternância não só de tratamento pela

---

<sup>2</sup> Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2015/04/brasil-lidera-erradicacao-da-extrema-pobreza-na-america-latina> Acesso em: 31 de set de 2016.

mídia como de público. Uma pesquisa realizada pelo Ibope<sup>3</sup> apresenta um público totalmente distinto e homogêneo no segundo período das Manifestações de junho de 2013. O perfil dos participantes destes protestos foi de uma classe média branca, de um bom nível cultural e de capital, uma classe conservadora que estava extremamente incomodada com essa pequena ascensão principalmente do estrato de mais baixa renda da sociedade.

Via-se nas ruas questionamentos e palavras de ódio e ressentimento que comprovam este medo irracional (infundado ou baseado no ódio de classe) de parte da sociedade. Esta classe média está desgostosa com o fato de dividir espaços em universidades, postos de trabalho, *shopping centers*, aeroportos (como o caso advogado ironizado por professora no Rio de Janeiro<sup>45</sup>). Uma nova forma de sociedade se desenhava com estas mudanças e ações sociais, propostas pelo partido e seus representantes, o que gerou um medo irracional em parte da sociedade que colocava em risco o tradicional personalismo o costume de fidalguia. Esta tentativa de mudança abalava principalmente o *status quo* da estrutura hierárquica das relações sociais embasadas na relação entre um superior que manda, e um inferior que obedece, conforme vimos nas teorias defendidas pelos autores que buscam entender a cultura política e a formação do pensamento político e social brasileiro. Ou seja, existe um medo irracional de parte da sociedade de perda de privilégios que sempre lhe foram dados.

A filósofa Marilena Chauí nos convida a observar a mutação sofrida pelo conceito e pelo sentimento do medo além da discussão filosófico-poética sobre os direitos do homem do ponto de vista histórico. Se fazia presente nas sociedades aristocráticas uma associação do medo sempre à covardia, diante dos perigos da guerra; o seu oposto, à coragem, aparecia como uma

---

<sup>3</sup> Disponível em: (<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/75-dos-brasileiros-sao-favoraveis-as-manifestacoes-publicas.aspx>) Acesso em: 10 fev de 2015.

<sup>4</sup> Em 5 de fevereiro de 2014 a internauta Rosa Marina Meyer, professora, docente do Departamento de Letras da Pontifícia Universidade Católica do Rio (PUC-Rio) e diretora da Coordenação Central de Cooperação Internacional da universidade, publicou em seu perfil da página de rede social Facebook uma foto ironizando um homem pelo fato de estar vestido de camiseta regata e bermuda no Aeroporto Santos Dumont, no Rio de Janeiro. No título da foto divulgada a professora questiona: 'Rodoviária ou aeroporto?'

Para internautas o post foi preconceituoso e gerou uma grande manifestação nas redes sociais. Na conjuntura da foto, o advogado Marcelo Santos explicou que voltava de um cruzeiro internacional e teve o Rio de Janeiro como destino final e passou o dia conhecendo a cidade, vestindo trajes casuais. Dirigiu-se direto ao aeroporto pouco antes de embarcar em um voo para Minas Gerais. Foi o momento que foi questionado pela professora e a imagem propagou rapidamente na internet.

virtude própria dos guerreiros, ou seja, da aristocracia. O medo, que tinham os covardes, era relacionado à vergonha pelos aristocratas, mas entre a plebe era um sentimento natural e essencial.

Defende a filósofa que junto às mudanças sócio-econômicas da sociedade, com o advento da sociedade burguesa introduziu-se também uma mudança dos valores éticos e sociais, transformando também a maneira de definir e de localizar o medo. Este deixou de ser um vício característico da plebe para tornar-se um sentimento comum a todos os homens.

Sendo assim, Marilena Chauí, ao embasar-se no pensamento de Espinosa, afirma a emergência de uma figura que, prometendo a paz e a segurança, vibra o rebanho amedrontado. “A permanência das explicações antigas, apesar de seus enganos agora percebidos, não resulta da obstinação, mas indica a emergência de uma figura que, prometendo a paz e a segurança, tangerá o rebanho amedrontado (CHAUÍ, 1999, p.58).

Ou seja, os que são movidos por ambição, a mídia, influenciam aqueles que são movidos pelo medo, uma parte da população. Essa cultura do medo, apresentada por Marilena Chauí, vem desenhar um desejo pela segurança, fomentando o pavor quanto a tudo que pareça capaz de destruí-la internamente. No caso da mídia representaria e incitaria este medo do Partido dos Trabalhadores e da sua candidata. Produzindo este cenário seria possível vender perigos imaginários como reais.

A teoria dos micropoderes de Michel Foucault, esboçada em *Microfísica do Poder* (1982), apresenta vários micropoderes. Entretanto é importante salientar os chamados poderes difusos, destacados pelo autor. Poderes que são exercidos através da persuasão e pela sedução. Deve-se procurar qual a intenção do poder nas práticas sociais reais, “em sua face externa” (FOUCAULT, 1979, p. 182).

É o caso do poder dos meios de comunicação, dos *mass media*, da difusão da comunicação, como a imprensa, o rádio e a televisão, ao que já é intitulado por teóricos e pensadores de o quarto poder. A atividade de todos estes grupos não se processa no vazio, mas sim dentro de um quadro estrutural e de acordo com certas regras que lhe interessem e beneficiam. Existe uma estrutura de rede, uma relação de trato e ligação, uma rede de micropoderes, um macrocosmo social. Encontra-se no poder político um campo concentrado, que tem por objetivo coordenar o processo de relação entre estes grupos, procurando um ponto de equilíbrio entre as tensões. Neste sentido, o Estado é a base que relaciona a sociedade civil, ou

comunidade, e o aparelho de poder, como o mero quadro estrutural de um jogo entre forças que constituiriam uma rede de micropoderes locais, regionais, familiares, econômicos e culturais, ou seja, toda uma infinidade de poderes periféricos, não necessariamente hierarquizados que se encaixam de forma complexa.

Este medo irracional de perda de privilégios imprimiu no PT e na sua candidata Dilma Rousseff a responsabilidade. Estes tornaram-se a personificação do medo por parte da população. A propaganda deste ocorrido pode ser confirmada de forma empírica nas análises das manchetes dos jornais *Folha de S. Paulo* e *Estado de S. Paulo* conforme será exposto em capítulo nesta pesquisa. De uma forma muito elegante e requintada, diga-se de passagem, a mídia, em prol de certos interesses, auxilia esta produção incitando em “seu público” mensagens negativas que produziriam e legitimariam qualquer tipo de ojeriza e aversão ao partido, tornando seus candidatos e principalmente ao que estes representam, um inimigo que coloca em risco a estrutura hierárquica das relações sociais brasileiras, escravocrata, embasadas na dependência e no vínculo de um superior que manda, e um inferior que obedece.



## **2. Análise teórica**

### **2.1. Papel do conceito de Cenário de Representação da Política CR-P na configuração da Opinião Pública**

Venício Arthur de Lima foi um dos primeiros pesquisadores a propor uma reflexão no âmbito da mídia e política no Brasil, por isso tornou-se uma referência no assunto. O autor foi um precursor no que se refere a uma análise multidisciplinar do tema, além de elaborar o conceito de Cenário de Representação da Política (CRP). Sua pesquisa “Mídia: teoria e política”, favorece uma ilustração da prática da mídia no Brasil na qual o autor concentra uma vasta produção de textos produzidos ao longo de sua carreira acadêmica, comentando basicamente sobre as teorias da comunicação, mídia e política; além de observações sobre o telejornalismo.

O início da obra de Lima dedica-se em trabalhar com as teorias das comunicações, resgatando aspectos teóricos e metodológicos, com o intuito de organizar um melhor entendimento do assunto. Na segunda parte do livro o autor apresenta um panorama da comunicação no Brasil, buscando trazer à luz uma discussão sobre a democratização da mídia e liberdade de expressão. Lima expõe um debate sobre o poder de determinadas famílias do meio de comunicação, além da prática do poder político e grandes empresas proprietárias dos meios de comunicação no país. Na terceira parte do livro o autor faz um recorte temporal de análise, que inicia-se em 1982 e vai até 1985, momento de transição da política brasileira. A intenção com a pesquisa do autor é avaliar o papel desempenhado pela Rede Globo no período em referência.

Um ponto nevrálgico, tanto para a obra de Lima quanto para esta pesquisa, é a interpretação do autor para a questão do significado do Cenário de Representação da Política (CR-P). O conceito de CR-P desenvolvido pelo autor apoia-se na formulação de hegemonia produzida por Antonio Gramsci, um filósofo marxista, jornalista, crítico literário e político italiano, que expõe que "o conceito de hegemonia tem que ser entendido no contexto de sua teoria política como sendo o complemento fundamental que sustenta um bloco histórico determinado na medida em que, tendo como base material a sociedade civil, articula o consenso indispensável, ao lado da coerção, para a manutenção do poder" (LIMA, 2003 p. 02).

O termo *hegemonia* foi introduzido no vocabulário político do século XX por Antonio Gramsci. Inspirado por Lenin, autor que alicerça o conceito, o termo é difundido até hoje em diversas redes de pensamento. Gramsci, foi um marxista que reavaliou os fundamentos da teoria pela concepção dos elementos que afetam a política com maior eficiência.

O pensador italiano encontra, na história universal, diversos padrões que após serem avaliados por ele guiaram sua pesquisa. Estes padrões, estas fontes pertencentes a um processo histórico são a relação entre cultura e povo, o próprio processo de formação do Estado italiano, a história dos intelectuais e sua relação com a massa, que estão irremediavelmente ligados à questão da hegemonia.

Por hegemonia o autor defende ser um equilíbrio entre o domínio e a liderança. A hegemonia prega uma supremacia ou poder, um domínio de uma classe social sobre as outras. Ideologicamente falando seria a burguesia dominando as classes dos trabalhadores. Entretanto, a burguesia não se vale da violência ao exercer este domínio, mas sim, de ferramentas culturais e ideológicas, típicas dos intelectuais, formando então o consentimento geral.

Se restituirmos os princípios de Marx podemos ver que o mesmo defendia que todos os eventos políticos são integralmente predeterminados por eventos e características da economia, ou seja, a infraestrutura determina a superestrutura. A base econômica, a estrutura, que é de usufruto da burguesia, define uma complexa superestrutura política, moral e ideológica. Gramsci usa desta base para compreender que esta relação de produção e troca indica o processo pela qual se formam as ideias e as concepções do mundo.

Gramsci nota que a concepção de mundo do homem não é um fenômeno autônomo e soberano, mas sim, influenciado pelo ambiente em que o mesmo vive. Resumindo, a compreensão do homem é o resultado de uma relação social e é a partir deste processo social que ele irá construir sua consciência. Portanto, não temos a alma entendida como essência autônoma, aristotelicamente, mas sim a consciência, como resultado de um processo social. (GRUPPI, 1978, p. 67)

Sendo assim, as classes sociais dominadas, conforme denota o autor, têm uma compreensão do mundo que lhes é prescrita pela classe dominante. E a ideologia das classes dominantes correspondem à função histórica delas, e não aos interesses e à função histórica – ainda inconsciente – das classes subalternas (GRUPPI, 1978, p. 68). Vemos assim que a ideologia das classes dominantes atinge as classes subalternas, como intitula o autor, por meio de

diversos canais, sendo um destes a mídia, canal com importante influência e capaz de moldar e esculpir a consciência de toda um público, ou seja, exercer a hegemonia sobre ele.

A dedução deste, basicamente é, segundo Gramsci, um equilíbrio entre o domínio e a liderança. Em sentido figurado seria o poder de um elemento, pessoas e coisas, sobre o outro. Seria a combinação de dominação e liderança, uma condução moral, política e intelectual que é obedecida por uma lógica de força, imposição tolerada e legitimada entre as classes. Tudo isso mostra que a constituição de cenários e sua integração é codificada e edificada em base da hegemonia.

São nestes “cenários de representação” que são construídas publicamente as significações relativas aos gêneros (masculino/feminino), às etnias (branco/negro/amarelo), às gerações (novo/velho), à estética (feio/bonito) à violência a modernidade, etc. Desta forma, podemos ter o CR-G, cenário de representação dos Gêneros, o CR-E, Cenário de Representação das Etnias e assim por diante. O que nos interessa, em particular, é a construção pública das significações relativas à política, vale dizer, o CR-P, Cenário de Representação da Política” (LIMA, 2001, p.180).

A partir daí, da posse do conhecimento em como funciona o conceito de hegemonia e contra-hegemonia de Gramsci, que absorvemos como trabalha, essencialmente pela mídia, o discurso na disputa por um espaço simbólico no imaginário social. Se destrincharmos o conceito então podemos compreender por “cenário como aquele espaço onde a ação se desenvolve” em “representação, significando não só representar a realidade, mas também constituir-la” (LIMA, 2001, p.181-182). Nestas anotações, defende Lima, são construídas significações, um cenário de representação: é o espaço específico de representação da política nas “democracias representativas” contemporâneas, constituído e constituidor, lugar e objeto da articulação hegemônica total, construído em processos de longo prazo, na mídia e pela mídia, sobretudo na televisão.

Sintetizando, o cenário de representação específico da política é um sistema regulamentado de significados e valores construídos pelos sujeitos sociais, ou seja, a construção pública equivalente à política. A hegemonia é um sistema construído a partir de significados e valores e manifesta-se nos espaços de representação. Nosso foco nesta pesquisa é compreender o papel da mídia na construção da exposição (vamos discutir: valores, ideias, lideranças, correntes/partidos etc ).

Para Venício Lima (1996), o CR-P é “constituído e constituidor, lugar e objeto da articulação hegemônica total”. Considerando as representações que a mídia faz da realidade política, estas passam a enquadrar e formalizar a própria realidade, e o CR-P “construído nos e pela mídia, define e delimita o próprio espaço na realidade política no mundo contemporâneo” (ALMEIDA, 2001, p. 245).

A composição teórica citada até o momento nos atesta que o universo dos meios de comunicação deflagrado por um processo social exerce uma grande influência na população, apesar de atuar diferentemente entre os sujeitos. Este universo, devido sua força e capacidade de atingir um grande público, se transforma em um palco de disputas políticas, conforme defende o autor Venício Lima, portanto é fundamental na configuração da opinião pública.

A mídia possui esta hegemonia, uma ferramenta essencial e de grande valia para dar veracidade e legitimar a construção destes significados e valores, fazendo com que o ponto de vista oferecido por estes meios de difusão de informação legitime sua verdade ao fato descrito e ao significado que damos ao mesmo, solidificando assim a construção do cenário de representação política, que influencia na configuração do imaginário social.

Fazendo um adendo à definição de Cenário de Representação Política (CR-P), o autor defende que deve ser considerado o imaginário social e a cultura política como as duas vertentes mais importantes para compreensão do conceito. Portanto, para prosseguirmos com esta avaliação, é necessária a apresentação dos pressupostos mencionados.

O preceito de imaginário social, conforme explica Lima, representa uma espécie de pensamento coletivo, ideias que permeiam na mente dos vários indivíduos que vivem sob uma mesma lógica. Pode ser classificado como coercitivo, uma vez que é uma construção conjunta que suprime os pensamentos individuais. O “imaginário” é uma estrutura simbólica de uma sociedade, formada por fundamentos, normas, e referências que são aplicadas em certos grupos humanos. Por esta definição podemos associar ao senso comum o fato de implementar a mesma estrutura para todos os agentes sociais dentro dessa sociedade. Conforme defende o autor, os *mass media* são colocados como principais formadores desse imaginário social, pois estes têm ferramentas e instrumentos de persuasão e pressão social necessários para alcançar tal objetivo. Por preceito de *Cultura Política* o autor defende que seria uma orientação política de um grupo pré-determinado. Ou seja, seria o mesmo que dizer que o acúmulo dos valores políticos adquiridos a partir de experiências próprias do indivíduo ou

grupo social originam convicções que ocorrem através de acontecimentos relevantes para a situação política específica.

O imaginário social e a nossa cultura política são construídos antes mesmo da centralidade da mídia brasileira. “São elementos estruturais que constituem traços persistentes de nossa formação cultural e que tem sido identificado em estudos ligados ou não à interpretação política, como, por exemplo, o autoritarismo hierárquico e arbitrário” (CHAUÍ, 1986, p. 196). Abrindo um parêntese de preceito étnico, vemos de extrema importância o parecer de Marilena Chauí no que se refere à sociedade brasileira como uma sociedade de característica autoritária. A autora defende que, particularmente, um grupo social enxerga que os deveres e direitos do cidadão estão sustentados, amparados em uma distinção, como um privilégio de classe. Uma sociedade onde a relação social é marcada pela desigualdade e esta é ferramenta essencial para assinalar a prerrogativa de mando e obediência. Conforme destaca a autora, os indivíduos são, a partir desta característica, divididos entre superiores e inferiores e a desigualdade é ferramenta essencial para se decifrar os códigos de hierarquização das relações sociais e pessoais no Brasil. “É uma sociedade na qual as diferenças e assimetrias sociais e pessoais são imediatamente transformadas em desigualdades, e estas, em relação de hierarquia, mando e obediência (situação que vai de família ao Estado, atravessa as instituições públicas e privadas, permeia a cultura e as relações interpessoais)” (CHAUÍ, 1986, p. 54).

O autoritarismo arbitrário também é citado pela autora como uma característica do preceito étnico da sociedade brasileira, onde leis são criadas para resguardar privilégios e tornam-se instrumento para repressão e opressão. Defende a autora que os direitos, no caso das camadas populares, são ostentados como permissão e estas dependem da opinião e capricho do governo vigente.

Outra característica marcante de nossa cultura política é a “cultura política da dádiva” e o “fetiche da igualdade” (SALES, 1994) na qual a autora Teresa Sales defende que cultura da dádiva seria um complemento a uma cidadania concedida; aquele que tem o poder concede algo a alguém. Para exemplificar, a autora chama a atenção para o coronel que tem o prestígio, não por meio de posses ou recursos econômicos, mas detinha o monopólio da violência, no período da República Velha. Este coronel atuava para as elites políticas usando da sua força para controlar e dirigir os votos conforme sua intenção. A elite controlava os coronéis e estes controlavam os votos, assim ele deixava de ser um “falido” e passava a ter benefícios monetários

das elites, muitas vezes com dádivas ( um médico, um alimento, um vestuário). Tal prática contribui para o não exercício de uma cidadania, pois esta tem o costume de receber a dádiva em troca do voto. Segundo Sales, este é um problema estrutural para a nossa cultura. Esta cordialidade travestida gera uma total incapacidade do brasileiro de seguir as regras. São pontos, defende a autora, que inviabilizam a sociedade brasileira, nos colocando na posição de um dos países mais corruptos, devido ao fato de não seguirmos a lei e termos um dos maiores índices de desigualdade social.

E com esta análise podemos associar o que o autor José Álvaro Moisés cita por “desconfiança política” e “insatisfação com o governo” (MOISÉS,1995). O livro organizado por Moisés (2010), *Democracia e Confiança – Por que os Cidadãos Desconfiam das Instituições Públicas?* é uma contribuição importante para a compreensão das pesquisas empíricas da democracia brasileira. O autor buscou avaliar o papel efetivo da confiança política para a legitimidade democrática. Complacência, submissão e confiança em regras e normas de funcionamento de instituições públicas dependeriam, nessa concepção, da sinalização e da realização prática de valores como universalismo, reciprocidade e participação, sem os quais os cidadãos tenderiam a perceber o jogo político como uma fraude ou como algo em que a diversidade de interesses envolvida não estaria devidamente garantida, e em que os eventuais infratores de regras universais não sofreriam quaisquer restrições ou punições de parte do sistema político; daí o fenômeno da desconfiança política (OFFE, 1999; LEVI, 1998).

A junção destes elementos compõe os traços culturais que edificados na tradição do nosso imaginário social e da nossa cultura política dão hegemonia à construção da excelência do CR-P, ou seu inverso, sua desestabilização. Ou seja, a aplicabilidade deste conceito, conforme defende o autor, está em verificar quanto um candidato consegue ajustar sua imagem a estes traços culturais construído por meio do nosso imaginário social e da nossa cultura política, pois, conseguindo se aproximar ao CR-P o candidato tem mais chances de derrotar aquele que não alcançar o “tipo ideal”.

Em síntese, para Venício de Lima, essa hegemonia pode ser analisada em vários "cenários", ou seja, espaços onde as ações acontecem além de ser um sistema constituído e constituidor de significados. O CR-P representa um "cenário de representação" que é específico da "política". Apesar da pesquisa de Lima (2001), ter um foco de análise na televisão, o que seria para o autor o papel central onde se cria a hegemonia, ele não descarta o peso dos outros meios

de comunicação na formação desse processo. Defende o autor que para identificar o CR-P hegemônico ou o CR-P contra-hegemônico (termo que o autor também utiliza com sentido de alternativo) é preciso que primeiramente identifique-se os CR-P's por meio de seus elementos típicos que são entendidos como as representações, ou os temas, apresentados no conteúdo das mensagens das matérias impressas pela mídia.

O autor parte do princípio que os meios de comunicação têm um papel central na construção da hegemonia. Resumindo, a representação que a mídia faz da realidade passa a construir a própria realidade, ou seja, o CR-P é construído *no e pela* mídia, esta que acaba por definir e delimitar o que será realidade política no mundo contemporâneo. O autor defende também que a mídia é responsável pelas mudanças ocorridas no processo político. Tal afirmação provém de uma análise do período eleitoral. Entretanto, o período eleitoral ideal, julgado pelo autor, em termos práticos, seria a partir não do período oficial das candidaturas em eleições (que seriam de seis meses antes do pleito) mas o período das candidaturas para a mídia, que seria o ano eleitoral.

O período de análise: considerando que a construção das imagens públicas dos candidatos é um processo cultural de longo prazo, as análises não podem ser reduzidas ao que normalmente se considera o período das campanhas eleitorais, isto é, espaços de tempo nunca superiores a seis meses. As análises terão que ser feitas por um período mínimo de 12 meses” (LIMA, 2001, p. 205).

A intenção é compreender este cenário no espaço que a mídia utiliza-se para produção de mensagens e eventos relacionados ao contexto que podem construir ou influenciar temporariamente o CR-P.

## **2.2. As bases do conceito de enquadramento e agendamento**

O conceito de enquadramento da mídia é um tema em constante pesquisa, no entanto, sua aplicação tem contribuído para uma nova perspectiva e compreensão do papel da mídia no campo da comunicação política.

A concepção do termo *enquadramento* pode ser compreendida como uma ferramenta que auxilia as pessoas a fazerem uma interpretação de delimitado fato. No campo da comunicação a autora referência relacionada ao tema é a socióloga Gaye Tuchman (1978), que embasada na

teoria de Goffman define que “as notícias impõem um enquadramento que definem e constroem a realidade” (TUCHMAN, 1978).

Baseada no enfoque desenvolvido por Goffman (1986), Tuchman argumenta que se a mídia tem por objetivo informar, a mesma deve preocupar-se em passar para o público esta informação da forma mais objetiva e imparcial possível, buscando relatar os fatos sem carregá-los de valores e ideologia, atendendo assim aos valores da democracia. No entanto, a crítica que se faz é justamente a apresentação não neutra na relação da mídia com a política. A ocorrência de mensagens subjetivas e imparciais é latente. Para exemplificar tal argumento, o autor cita a análise das eleições, onde pesquisadores fazem uma conjectura do espaço dado a cada candidato ou o caráter das matérias relacionadas aos mesmos, avaliando se positivo ou negativo.

Segundo Robert Hackett (2001, p.120-122 citado por Mauro Porto, 2004, p. 2): “... um dos fatores mais importantes da “estrutura profunda” que rege a produção do noticiário são os “enquadramentos” aplicados pelos jornalistas em seus relatos” isso porque, em decorrência da análise do argumento presente no conceito de enquadramento é inegável a forma como o mesmo propicia, de forma empírica, a presença da mídia na construção hegemônica, na lógica gramsciana de uma direção intelectual e da personalidade da sociedade civil. O jornalismo conta com uma soberania capaz de influenciar a construção social da realidade, por meio de uma linguagem que estrutura as relações sociais a comunicação midiática compõe a esfera pública. Dessa forma, a imprensa atua como um ator que a partir de recortes da organização social tem capacidade de criar versões da realidade.

No conceito de *agenda-setting* defende o autor que a imprensa não diz ao eleitor como ele deve pensar, mas tem a capacidade de influenciar sobre o que ele deve pensar. O conceito de enquadramento da mídia incorpora a esta teoria que a cobertura da mídia afeta tanto “sobre o que” o público pensa e também *como* ele pensa sobre os temas propostos pelos meios de comunicação criando um “pensamento único”, conforme descreve o jornalista franco-espanhol Ignacio Ramonet.

Pensamento único expõe o aprisionamento do indivíduo, uma vez que este, segundo o autor, está paralisado em um conjunto de doutrinas de força econômica que detém autorização exclusiva de uma operação mercadológica legítima e onipresente propagada pela mídia. A economia impõe seus interesses sobre o político como um sistema de valores que deve ser seguido. A “tradução” do conceito em termos ideológicos significaria os interesses de um



conjunto de forças econômicas, seria uma ferramenta ideológica que tinha como objetivo impor universalmente o domínio absoluto da economia e do mercado sobre os rumos políticos, sociais e culturais do mundo uma vez que o mundo se tornava globalizado após a derrocada soviética. Resumindo, a mídia não exerce o princípio básico do jornalismo que é dar mais de uma versão dos fatos o mesmo espaço e tratamento.

Para propagar a doutrina do pensamento único, Ramonet defende que o catecismo é propagado de forma repetitiva através dos grandes meios de comunicação. A mídia destaca-se por ser uma grande competição por legitimidade da informação, assume o papel de guardião da moral buscando ser a palmatória do mundo com seu discurso liberal de direita afinado ao pensamento único, que está aprisionando e manipulando o indivíduo. Esta “arma de controle” conforme descreve o autor impede um raciocínio contrário sufocando e paralisando este indivíduo em um pensamento único. Com o intuito de definir o conceito de enquadramento, o autor Mauro P. Porto faz uma investigação da literatura sobre enquadramento e depara-se com definições oriundas de diversas áreas, como da comunicação, psicologia, além da investigação de sociólogos, jornalistas e politólogos. Dentre tais definições, a que acreditamos ser a mais emblemática para a nossa pesquisa, seria a exposição do livro *Frame Analysis* do sociólogo Erving Goffman (1986). Na obra o autor define como nós damos sentido as coisas.

Como podemos entender "o que está acontecendo"? Neste processo, que envolve o enquadramento, que é a aplicação de certos procedimentos cognitivos, intelectuais, em determinadas situações, Goffman usa uma análise metafórica sobre a cognição e experiência, concentrando o tema em um método de pesquisa em ciências sociais multidisciplinar usada para analisar como as pessoas entendem situações e atividades. O conceito do enquadramento é uma abordagem teórica ampla que tem sido utilizada em estudos de comunicação, notícias, política e movimentos sociais, entre outras aplicações. O enquadramento é o processo pelo qual uma fonte de comunicação, como uma organização de notícias, define e constrói uma questão política ou uma impugnação pública definindo e construindo a realidade. Goffman busca empregar o conceito nestas relações cotidianas, nas relações que organizam o conhecimento dos sujeitos no mundo. Para o autor, o enquadramento é justamente o que permite responder à interrogação: “O que está acontecendo aqui?”.

Uma importante referência a este tema é a pesquisa de Robert Entman, pois o autor defende que “enquadrar é selecionar alguns aspectos da realidade percebida e ressaltá-los em um

texto comunicativo, promovendo uma definição particular de um problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou um tratamento recomendado” (1993, p. 52).

Em suma, de acordo com Entman (1994, p.294) “o enquadramento envolve essencialmente seleção e saliência. Enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-lo mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação casual, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito”.

A classificação sugerida por Mauro Porto (2004) enfatiza a existência de enquadramentos noticiosos e de enquadramentos interpretativos. O enquadramento noticioso trata de ângulos centrados nas notícias, geralmente construído pelos jornalistas. Os enquadramentos interpretativos referem-se às avaliações de temas e eventos realizadas por diferentes atores sociais. A intenção com a produção do conceito de enquadramento é analisar enunciados e discursos variáveis, captando o modo como a realidade é recordada e enquadrada por eles. A base deste aparelho está em compreender o modo como discursos estabelecem sentido e pontos de vista. Enquadrando diversos temas no mundo por meio de uma perspectiva específica, o enquadramento acaba por influenciar os interlocutores a seguir certa trilha interpretativa.

Entman (1991), citado em Mauro Porto (2001), lembra que os enquadramentos fazem parte da edificação da hipótese do *agenda-setting*. Segundo o autor, o conceito não reconhece que quem recebe a notícia sejam, na sua maioria, sujeitos passivos e apáticos no processo de receber as informações. No entanto, existem *agenda-settings* e enquadramentos dominantes que, na falta de outras versões sobre os assuntos, podem sim tornar-se referência e orientar a interpretação dos fatos. “A hipótese de Entman é de que quando um simples frame domina inteiramente a narrativa, uma expressiva maioria deverá chegar a ter o mesmo entendimento sobre o assunto noticiado” (COLLING, 2001, p. 96).

O que nos leva a questionar o efeito que este enquadramento da mídia causa, pois a mesma, segundo a súmula apresentada pelos autores, é como um instrumento para organizar o mundo e as informações, não somente dos jornalistas, mas também da audiência. Conforme constatam estudos, o enquadramento da mídia afeta o entendimento das pessoas sobre assuntos políticos, por exemplo.

Alguns autores e sociólogos como Gittlin e William Gamson constituíram outra tradição de pesquisa importante sobre o conceito de enquadramento (GMASON, LASCH, 1983;

GAMSON, MODIGLIANI, 1987, 1989; GAMSON, MEYER, 1996). O grupo liderado por Gamson analisou o discurso da mídia sobre diversos assuntos, incluindo as políticas de assistência social, de ação afirmativa e de energia nuclear, oferecendo relatos sofisticados sobre a relação entre os enquadramentos da mídia e a cultura política. O grupo tem argumentado que todo tema político tem uma cultura, ou seja, um discurso que se modifica no decorrer do tempo e que apresenta interpretações e significados sobre os fatos relevantes. Na maioria destes temas, existem "pacotes interpretativos" que competem entre si. No centro de cada pacote está o enquadramento, definido como "uma ideia central organizadora" que atribui significados específicos aos eventos, tecendo uma conexão entre eles e definindo o caráter das controvérsias políticas (GAMSON, MODIGLIANI, 1987, p. 143). De acordo com esta perspectiva, os temas políticos são caracterizados por uma disputa simbólica sobre qual interpretação irá prevalecer. Para analisar os enquadramentos da mídia, os autores propõem o método da "matriz de assinatura" (*signature matrix*). Esta matriz inclui as práticas de enquadramento que caracterizam cada "pacote interpretativo", tais como as metáforas, *slogans* e imagens presentes nos discursos dos diversos agentes. Posteriormente, o método foi aplicado por outros autores para identificar como a mídia enquadra assuntos e eventos políticos (BECKETT, 1995; WOLFSFELD, 1997).

A composição teórica citada até o momento nos atesta que o universo dos meios de comunicação, deflagrado por um processo social, tem uma grande influência na população, apesar de atuar diferentemente entre os sujeitos. Este universo, devido à sua força e capacidade de atingir um grande público, se transforma em um palco de disputas políticas, conforme defende o autor Venício A. de Lima.

Enquanto filósofos, historiadores, economistas, sociólogos e antropólogos – reconhecendo a centralidade da mídia – buscam compreender a dinâmica da nova realidade, no Brasil as análises oriundas da ciência política e da comunicação (ou, pelo menos, a grande maioria das que se tornam públicas) continuam resistindo a inscrever a mídia entre as instituições merecedoras de estudo e pesquisa na análise da política. (LIMA, 2004 p. 176)

O conceito de agenda-setting evidenciada pelos pesquisadores americanos McCombs e Shaw (1972) refere-se à capacidade da mídia de massa em transferir para o público a importância dada às notícias. A idealização do conceito veio por meio de uma obra intitulada *The press and foreign policy de Bernard Cohen* (1963, p. 120-121) onde o autor afirma que “ a imprensa geralmente não diz ao leitor como deve pensar, possui, contudo, uma grande capacidade em

sugerir sobre o que pensar”. A composição de tal raciocínio traz à luz a discussão de que a mídia, em sua realidade produtiva, publica em sua rotina, temas, fatos e personagens considerados relevantes na disputa da atenção da mídia e de sua audiência, esclarecendo o porquê a mesma escolhe certos temas em relação a outros por um tempo delimitado, conforme veremos adiante, o período eleitoral.

Esta configuração da mídia em evidenciar temas discutidos e considerados importantes foram definidas por McCombs e Shaw como “agenda da mídia” já o tema apontado como relevante pela audiência foi denominado pelos autores como “agenda do público”. O mecanismo do *agenda-setting* configurado por diversas pesquisas ao longo dos anos reforça o argumento que “a mídia de massa é capaz de estruturar e organizar imagens, ao mesmo tempo contingentes e permanentes, tanto no plano sociológico (construção social da realidade e padrões de sociabilidade), como político (formação da opinião pública e escolha eleitoral)” (AZEVEDO, 2004, p. 44). Podemos, mediante apresentação, constatar que o modelo de *agenda-setting* reforça o poder do jornalismo e defende a predisposição da mídia em nos oferecer uma leitura do mundo.

O modelo de *agenda-setting* em sociedades midiaticizadas como o Brasil, conforme defende o autor Fernando Antonio Azevedo, é fundamental para entender como se define o tema das agendas e as questões públicas pertinentes para aquela realidade, naquele espaço de tempo, uma vez que a mídia de massa exerce grande influência no processo de formação da opinião pública, comportamento e crença dos cidadãos.

O paradigma do agendamento da mídia relaciona-se com aquela clássica preocupação iniciada a partir do século XIX, com uma fase mais consolidada da imprensa impressa em compreender quais os efeitos que a imprensa produz na configuração da opinião pública além de preocupar-se em abranger como a imprensa produz e se produz uma formação de opinião. Antes de partirmos para tal reflexão, uma preliminar análise da formação da opinião pública e como a mesma se estrutura se faz necessário.

Conforme informações dos estudiosos de opinião pública, o conceito essencialmente interdisciplinar envolvendo Sociologia, Psicologia Social e Ciência Política sofre transformações ao longo dos anos. Podemos supor seu momento introdutório junto à primeira Revolução Industrial, pois ligado à mesma, desponta a imprensa que aflora na discussão da sociedade, não

somente com reivindicações de um grupo dominante mas abrangendo assuntos de caráter político, social e econômico da época.

O senso comum compartilha que opinião pública é a expressão da participação popular na formação, controle, realização, desempenho e crítica das diretrizes da sociedade. O termo pode ser compreendido como a opinião da maioria, como uma opinião majoritária.

O conceito foi estudado por diversos pensadores importantes que contribuíram para a compreensão do mesmo, entretanto, para ancorá-lo nos delimitaremos somente em alguns autores.

Tal opinião sobre a produção da opinião pública pode ser atestada na obra *Opinião Pública*, de Walter Lippmann. A obra oferece uma reflexão pessimista e negativa sobre a legitimidade da opinião pública nas sociedades de massa, onde está estabelecida na impossibilidade de conhecimento direto e total da realidade sofre uma separação entre “O mundo exterior e as imagens em nossas cabeças”, título do primeiro capítulo da obra. Lippman constata que os homens, mesmo em sua experiência individual, não têm acesso direto à realidade, para exemplificar tal defesa o autor cita o Mito da Caverna<sup>6</sup>, de Platão, onde os homens veem apenas sombras. Este mecanismo seria uma condição da humanidade para acessar o mundo exterior.

Ao longo do livro Lippmann destaca uma série de elementos que influenciam a “imagem nas nossas cabeças”, a atenção e o interesse limitado frente ao universo de informações sobre os acontecimentos; a limitação do potencial de comunicação das palavras e dos meios técnicos para transportá-las; os estereótipos; os interesses particulares e as formas de construção dos interesses comuns; a censura e a restrição a algumas informações; a falta de contato com os acontecimentos ou a oportunidade de conhecê-los; e, mesmo, o tempo em que a experiência humana ocorre. Com base nestas condições o autor defende o seguinte conceito:

Aqueles aspectos do mundo que têm a ver com o comportamento de outros seres humanos, na medida em que o comportamento cruza com o nosso, que é dependente do nosso, ou que nos é interessante, podemos chamar rudemente de opinião. As imagens na cabeça destes seres humanos, a imagem de si próprios, dos outros, de suas necessidades, propósitos e relacionamentos, são suas opiniões públicas (LIPPMANN, 2008, p.40).

---

<sup>6</sup> A Alegoria da Caverna, também conhecida como Mito da Caverna entre outros títulos escrita pelo autor e filósofo grego Platão encontra-se incorporada na obra *A República*, especificamente no Livro VII. A O tema discorre sobre a possibilidade de nos livrarmos da condição de escuridão que nos aprisiona através da luz da verdade, onde Platão debate sobre teoria do conhecimento, linguagem e educação na formação do Estado ideal.

O ambiente midiático exerce grande influência na formação da opinião pública. Lippmann defende que na democracia de massa a opinião pública do cidadão comum é regido predominantemente pelas opiniões e *slogans* retratados pelos jornais, provocando a discussão o debate crítico e racional dos cidadãos.

A autora Monique Augras, por exemplo, buscou sistematizar os questionamentos que surgiam sobre o tema e realizou uma pesquisa partindo da seguinte problemática: "No nível individual, opinião confunde-se com atitude. No nível coletivo, aparece como entidade mítica: a opinião pública é o sentimento do povo" (AUGRAS, 1970, p.12).

Augras (1970) faz um resgate histórico do termo, inicialmente demarcado pela Grécia antiga, final do século V a.C. onde despontam os líderes de opinião, que seriam os homens políticos. Estes teriam a capacidade de coordenar o povo, exceto por mulheres e escravos, por não fazerem parte do grupo no período mencionado. A ordenação no período romano seguia a mesma lógica. Já no período da Idade Média, com as Cruzadas que ocorriam na Europa, despontam as propagandas que tinham o interesse de recrutar homens para batalhas e coletar fundos para os ataques. Neste período opiniões contrárias eram reprimidas além de serem consideradas heresia. Surge o Renascimento e junto, o exercício a diversidade de opinião. Entretanto, no âmbito político, este período destaca-se pela demagogia e ilusão, uma vez que o representante procura conquistar a opinião do povo e para isso acaba por manipulá-lo. A autora faz uma comparação com a Revolução Francesa, no qual a opinião proclamada como sendo do povo pertencia, genuinamente, a um pequeno grupo que estava no poder. Passando ao século XIX, com a primeira Revolução Industrial e o surgimento da imprensa, a essência das discussões passa para os problemas sociais e econômicos. O século XX, grifado pela democracia, lança novas técnicas de manipulação de opiniões. A opinião pública no momento presente serve para avaliar os atos governamentais. Conforme expressa a autora: "Na era das comunicações de massa, a massa teria condições de informar o governo sobre as repercussões de seus atos, num processo continuo de feedback" (AUGRAS, 1970, 15).

A autora vale-se de Alfred Sauvy (1956 *apud* AUGRAS, 1970, p. 46) para entender as variações que a informação sofre ao ser exposta à opinião, e segundo sua análise estas deformações ocorrem se há interesse material na disputa. A distorção faz-se no sentido que os favorece; se há emoção ou fanatismo em jogo, o desvio vai no sentido de justificar ou reforçar-

las; se há fatos que sejam de interesse a uma causa coletiva, reforça-se a coesão do grupo; e, por último, as interferências verdadeiras e confiáveis são as mesmas que as desejadas.

Desta forma, defende a autora, podemos concluir que os fatores emocionais e irracionais influenciam uma corrente de opinião, e por tal motivo, são ferramentas utilizadas para manipular a opinião, por meio da persuasão e da propaganda.

Em sua obra, a autora argumenta que atualmente, a informação do indivíduo não depende exclusivamente da relação que estabelece com os seus grupos, uma vez que ele se apoia na cultura de massa, na comunicação de massa. Estes meios de comunicação de massa são a imprensa, o rádio, o cinema e a televisão e a mídia impressa, entre outros. Em todos estes meios é possível notar os três objetivos da comunicação – divertir, formar e informar. Para Augras (1970, 52) a propaganda – formação de opinião – mais eficaz é aquela utilizada nos jornais "para divertir".

Sintetizando, o indivíduo acaba por tornar-se objeto de destaque destas técnicas de manipulação de opinião e atitude. Estas técnicas são difundidas pelos meios de comunicação, que são dirigidos por grupos restritos e poderosos. Utilizando-se desta estrutura, os meios de comunicação podem reforçar, criar ou remover atitudes e opiniões conforme lhes interessa. Sobre a conquista pelo inconsciente, Augras (1970, p. 78) argumenta:

Com efeito, na medida em que se propõe a atuar através da utilização dos mecanismos inconscientes, a propaganda aparece como um conjunto de técnicas para difundir mitos. Desse ponto de vista, há pouca diferença entre a propaganda religiosa e a política. Até mesmo a publicidade – que se enquadra, como a propaganda, dentro das técnicas de persuasão de massa – tende cada vez mais a oferecer símbolos que vão insidiosamente substituir o objeto.

Outro trabalho de extrema importância para elucidar a opinião pública é o artigo “Opinião Pública não existe”, de Pierre Bourdieu, onde o autor busca realizar uma desmistificação em relação ao funcionamento e o papel da pesquisa de opinião, o autor defende que a mesma trata-se de uma sondagem mecânica e superficial.

O autor indaga argumentos contestáveis para a produção da opinião pública, sendo que o primeiro questionamento julga o fato de considerar que “a produção da opinião está ao alcance de todos”. Seguindo pela indagação de que todas as opiniões “têm valores” e se assemelham, o autor demonstra que isto é absolutamente falso e que o fato de acumular opiniões não pode ser

julgado como consenso. O último preâmbulo defendido pelo autor na sua análise rigorosa de sondagem de opinião refere-se ao fato de que “pelo simples fato de fazer a mesma questão para todo mundo” existe a hipótese de que existe um consenso sobre os problemas.

Estes três postulados, segundo Bourdieu, provocam uma série de distorções na produção da opinião pública, uma distorção que vai em sentido oposto a grande exigência metodológica no momento da coleta dos dados e análise deste. As críticas que se fazem às técnicas de pesquisa que implicam as amostras são frequentes e condena-se também o fato da ausência de imparcialidade nas questões, alcançando uma resposta induzida.

Diversas são as questões levantadas referente ao porquê de diversos *vieses*, mas segundo o autor, as problemáticas elaboradas pelos institutos de pesquisa de opinião estão vinculadas a uma solicitação de tipo particular, isto quer dizer que o problema, imposta a análise, está automaticamente conectado a uma demanda social, quando a opinião pública se torna um problema político a ser investigado.

As problemáticas propostas pelas investigações de opinião são subordinadas a uma demanda de tipo particular. Toda problemática é particular: os interesses que sustentam essas problemáticas são particulares, mas por muitas vezes são interesses políticos e a estes devem-se ter um grande controle, não somente em relação ao conteúdo das respostas, mas principalmente sobre a publicação das respostas. A sondagem de opinião, no contexto atual, é um instrumento de ação política; sua função mais importante consiste talvez em impor a ilusão de que existe uma opinião pública como pura adição de opiniões individuais; busca-se impor a ideia de que existe uma opinião pública, e esta seria como que a média das opiniões.

O autor defende que a opinião pública é um mecanismo de ação política, seu objetivo, teoricamente, fundamenta-se em impor a aparência de que existe uma opinião pública e esta seria a reunião de opiniões individuais. Tal ideia é absurda para Bourdieu, que defende que o mecanismo da opinião pública é um produto viciado, que tem por finalidade comprovar e dar legitimidade à opinião pública, concordante e harmônica. Em suma, o que o autor quer dizer é que a opinião pública não existe, uma vez que existe dentro da produção da opinião pública, opiniões mobilizadas, opiniões constituídas, grupos de pressão mobilizados em torno de um sistema de interesses.

Fazendo uma síntese, até o momento podemos formular que a proposta do autor Fernando Antonio Azevedo é defender que o *agenda-setting* é uma produção inter-relacionada,



pautada nas relações entre os meios de comunicação de massa e a opinião pública. As diversas teses geradas ao longo dos anos a partir de *agenda-setting* legitimam os efeitos dos meios de comunicação e o poder da mídia.

Basicamente, a ideia-força, implícita na noção de agenda-setting é a de que: a) a mídia, ao selecionar determinados assuntos e ignorar outros define quais são os temas, acontecimentos e atores (objetos) relevantes para a notícia; b) ao enfatizar determinados temas, acontecimentos e atores sobre outros, estabelece uma escala de proeminência entre esses objetos; c) ao adotar enquadramentos positivos e negativos sobre temas, acontecimentos e atores, constrói atributos (positivos ou negativos) sobre esses objetos; d) há uma relação direta e casual entre as proeminências dos tópicos da mídia e a percepção pública de quais os temas (*issues*) importantes num determinado período de tempo(AZEVEDO, ANO, p. 52).

O conceito de *agenda-setting* busca assimilar o grau de importância deste agendamento. Uma importante questão que germina desta tese é: a mídia é capaz de dizer ao receptor como ele deve pensar e agir? Uma possível resposta seria que a imprensa não diz ao eleitor como ele deve pensar, mas tem a capacidade de influenciar sobre o que ele deve pensar. A mídia seleciona, a partir de uma política editorial, os temas e as questões relevantes a serem divulgados em seus veículos, como por exemplo, a cobertura institucional em que a mesma realiza no período das eleições. Temas acontecimentos e personagens disputam a atenção da mídia porque disputam a atenção da sociedade. Aquilo que a mídia torna visível é o *agenda-setting*. Portanto, o conceito de Cenário de Representação da Política CRP contribui significativamente para a análise da configuração da opinião pública e é fundamental para compreender o contexto das eleições de 2014 que analisamos no próximo capítulo.

### 3. Panorama eleitoral das eleições presidenciais de 2014

#### 3.1 Contexto das eleições presidenciais de 2014

A reeleição da presidenta Dilma Rousseff (PT) se consagrou com uma pequena diferença de votos em relação a Aécio Neves (PSDB). A eleição não teve somente uma votação acirrada, mas também foi marcada por um período de grande tensão devido ao fato de ter sido uma eleição assinalada por uma polarização muito bem desenhada.

A disputa entre a petista e o tucano, em segundo turno, foi acalorada, e a vitória da presidenta deveu-se a uma margem muito pequena, apenas 3,28 pontos percentuais. Dilma Rousseff atingiu 51,64% dos votos, enquanto Aécio Neves totalizou 48,36%.

No pleito concorriam à presidência, além dos candidatos Dilma Rousseff e Aécio Neves, Marina Silva (PSB), Luciana Genro (PSOL), Pastor Everaldo (PSC), Eduardo Jorge (PV) e Levy Fidelix (PRTB). A disputa foi intensa entre os candidatos Dilma Rousseff, Aécio Neves e Marina Silva. A conjuntura era adversa para Dilma Rousseff devido a candidata disputar sua reeleição e pelo fato da candidata representar a continuidade do Partido dos Trabalhadores no poder. Os demais candidatos concentravam-se em desgastar seu governo antecedente, enfatizando que somente um novo governo poderia responder a algumas insatisfações populares abordadas em manifestações que abalaram o Brasil em 2013.

Os protestos que ocorreram no Brasil no ano de 2013 ficaram conhecidos também como *Manifestações dos 20 centavos*, *Manifestações de Junho* ou *Jornadas de Junho*. As manifestações foram várias aglomerações populares que ocorreram em todo o país. Inicialmente surgiram para refutar os aumentos nas tarifas de transporte público, valor que seria reajustado principalmente nas principais capitais brasileiras. Posteriormente, as manifestações começaram a ter pautas difusas e públicos heterogêneos, contando também com a participação de indivíduos e grupos que representavam ideias conservadoras e identificação com ideário político de direita (termo adotado para caracterizar posicionamento político, partidário e ideológico próximo ao conservadorismo social, com valores religiosos e políticos tradicionais).

Analisamos as manifestações de junho de 2013 para refletir sobre as eleições presidenciais de 2014, pois consideramos que o cenário de representação política desse período

começou a ser construído em 2013. A participação da mídia na construção narrativa de criminalização do Partido dos Trabalhadores e de suas lideranças foi fundamental e se articulou com outros atores políticos, tais como setores empresariais, ligados ao capital financeiro e aos representantes da política tradicional.

Meses antes do início das manifestações alguns cartazes começaram a fazer parte do cenário da cidade de São Paulo. Nestes, o aviso era: “Se a tarifa aumentar, a cidade vai parar”. A mobilização reuniu-se no início do mês de junho e o primeiro ato aconteceu, ainda tímido, em uma avenida no centro da cidade. Alguns pneus em chamas bloquearam a via e surpreenderam a Polícia Militar.

Os atos foram ganhando grande apoio popular e um público notório se formou em meados do mês de junho. A resposta foi uma forte repressão policial presente contra os manifestantes. Data do dia 13 de junho, na cidade de São Paulo, o auge do protesto. Após quatro dias do protesto em referência, a manifestação contou com um público grande de participantes e os atos estenderam-se não somente nas ruas de diversas cidades brasileiras, como no exterior.

No entanto, quando analisadas as manifestações podemos verificar que estas sofreram um transição. Pode-se delimitar no período em referência, duas distintas fases na qual em um primeiro momento os protestos expuseram reclamações cabíveis ao âmbito municipal e depois as reivindicações atingiram a esfera federal. Para analisar esta trajetória e entender a pauta do Movimento Passe Livre (MPL) se faz necessário expor cronologicamente as demandas e contextualizar a mesma buscando compreender o fenômeno das Manifestações de Junho e sua consequência para a população, para a política e principalmente para as eleições presidenciais de 2014.

### **3.1.1. As duas fases das Manifestações de Junho de 2013**

Conforme mencionado previamente, as manifestações de junho são segmentadas em duas fases. Já a forma de organização dos eventos, em qualquer uma delas, ocorreu da mesma maneira, com uma coordenação *online* (uso das redes sociais) e a participação do Movimento Passe Livre (MPL), em São Paulo. As reivindicações dos protestos eram narradas pelos manifestantes por uma luta contra o aumento da tarifa em São Paulo. Esta era a campanha Passe

Livre – MPL, um movimento social brasileiro que defende a implementação da *tarifa zero* em transportes coletivos.

A característica mais marcante da primeira fase é a falta de suporte que a mídia oferece às manifestações. Outra peculiaridade desta fase é a tímida participação popular. Entretanto, neste período os conflitos violentos entre os manifestantes e a polícia foram intensos, e o ponto central dos protestos eram o reajuste tarifário do transporte público. A segunda fase teve uma característica oposta; houve uma grande cobertura da mídia nos atos, a participação popular foi corpulenta e a repressão policial foi praticamente insignificante.

### **Primeira fase**

O início das manifestações populares na cidade de São Paulo deu-se quando a Prefeitura de São Paulo juntamente com o Governo do Estado de São Paulo anunciaram o reajuste dos preços das passagens de ônibus municipais, assim como as do metrô e dos trens urbanos, regulando-as de R\$ 3 para R\$ 3,20.

A partir do anúncio, três manifestações amadurecem no início do mês de junho, especificamente nos dias 6, 7 e 11. Os atos foram marcados por uma forte violência policial. Em consequência da conduta policial, a mídia resolveu noticiar as manifestações e as identificaram e publicaram como atos de vandalismo. A resposta foi violenta e agressiva e a indignação ao tratamento empoderou a população que passou a aderir ao protesto e enfrentar não somente a truculência policial, mas a mídia que pautava e designava os manifestantes por vândalos com o intuito de desqualificá-los.

As imagens anexadas à notícia particularizam as ruas da cidade convertidas em um campo de batalha, cenas de vandalismo são enfatizadas, o que contribuiu para a imagem de manifestações desordeiras, além de truculência policial e destruição do patrimônio público como pontos de ônibus, placas de sinalização quebradas e imagens de lixeiras e veículos em chamas. Os atos foram de autoria de manifestantes radicais que participavam dos protestos, denominados *Black Blocs*. No entanto, a imprensa, em momento nenhum isolou os atos como coordenados por manifestantes específicos e os *Black Blocs*. Muito pelo contrário, a imprensa aglomerou os ataques às manifestações e a adjetivou de depredação, destruição e vandalismo.

Adeptos da tática *Black Bloc* marcaram presença nas ruas de São Paulo e Rio de Janeiro durante a onda de protestos de junho de 2013. O conceito e as imagens de vandalismo viraram corriqueiras em matérias de jornais no período.

Buscando interpretar os personagens por trás da máscara e analisando a resposta agressiva da Polícia Militar, a socióloga Esther Solano juntamente com os jornalistas Bruno Paes Manso e Willian Novaes analisaram quem são estes jovens e por que utilizaram a violência como ferramenta para responder à rigidez policial no curso das manifestações. Esta ampla pesquisa de campo e entrevistas realizadas com os protagonistas da tática *Black Bloc* foi compilada e publicada na obra *Mascarados : a verdadeira história dos adeptos da tática Black Bloc*. “Meu propósito sempre foi entender um fenômeno que pouco me parece ser simples ou evidente, e que expressa muito sobre nossa sociedade. Queria avançar por cima do discurso banal: ‘O Black Bloc é vândalo ou a Polícia Militar é violenta’”. (SOLANO, Esther 2014, P17)

Segundo a autora Esther Solano, as raízes dos *Black Bloc* podem ser encontradas na “correnteza histórica” dos grupos terroristas e das organizações de guerrilha urbana. Eles buscaram referência nas organizações de “ação direta” que surgiram na Alemanha e Itália, mais especificadamente em maio de 1968 com os grupos *Baader-Meinhof* e as Brigadas Vermelhas, grupos armados que enfrentavam forças policiais em cenário urbano.

Em São Paulo a organização foi responsável por inúmeras operações de guerrilha e atentados à cidade durante as manifestações de junho. A aparição dos seus integrantes sempre foi com o rosto coberto e vestidos de preto. Conforme defende a autora, este contraste é justamente para demarcar a diferença entre eles e os manifestantes que participavam dos protestos. “A estética tem importância. Os ‘40 garotos’ cobrem o rosto não apenas para praticar atos criminosos no anonimato, mas, essencialmente, com a finalidade de traçar uma fronteira entre eles mesmos e os demais manifestantes” (SOLANO, 2014, p.19).

As táticas têm a intenção de desafiar as forças da ordem. *Black Bloc* é basicamente uma estrutura temporária, informal, não hierárquica e descentralizada. Seus integrantes têm por finalidade confrontar as forças da ordem como a ação da polícia nas manifestações de junho de 2013. Grupos mascarados realizaram ataques diretos à propriedade privada, destruíram fachadas que julgam ser símbolos do capitalismo, bem como de corporações multinacionais.

A crítica dos autores com a obra é a forma como o Brasil naturaliza outras violências, como as “estatísticas de homicídios e estupros” por exemplo. A opinião pública se mostra indiferente aos dados, em contrapartida, quanto aos atos dos *Black Blocs* que foram trazidos à luz pelo mercado da mídia, se mostram absolutamente intolerantes. A declaração de um adepto à tática publicada na obra resume o debate da violência na sociedade brasileira:

Esther, a violência é um fato. Estava na periferia e agora chegou à Avenida Paulista. Os protestos não vão ser os mesmos. Acostumem-se. A violência nas manifestações veio pra ficar porque a violência real já existia! Não sei se Black Bloc ou com outro nome, mas veio pra ficar. O Brasil é um país extremamente violento, só que essa violência era afastada, na favela, longe, ninguém queria saber. O povo chegou a um limite. Ninguém aguenta mais. Demorou muito para chegar” (SOLANO, 2014, p. 27)

A obra procura desmistificar este paradigma de vândalos e fascistas que a imprensa imprimiu nos *Black Blocs*. A dinâmica da comunicação dos integrantes é usar a violência simbólica como pichação, atear fogo em pneus, espalhar sacos de lixo pelas ruas, além de atacar bancos e empresas que representem o código capitalista para chamar a atenção da imprensa sobre a extrema violência do próprio sistema. Ou seja, a narrativa do grupo com a tática de hostilidade em manifestação de rua é utilizada para atacar e protestar contra o Estado e fragilizá-lo. Entretanto, os *Black Blocs* sofreram uma crítica e deslegitimação das suas questões políticas exibidas nas suas táticas de rua pela imprensa e pelos manifestantes dos protestos de junho de 2013. Isso enfraqueceu a organização e fez com que perdessem sua força ao longo das ações. A intenção da obra não é justificar o movimento, mas dar voz aos *Black Blocs* e suas táticas de protestos, que não foram em momento nenhum escutadas pela imprensa no período das manifestações de junho de 2013.

Estes diversos protestos que serviram para frisar a insatisfação dos manifestantes, espalharam-se por outras cidades do Brasil, atingindo Natal, Porto Alegre, Teresina, Maceió, Rio de Janeiro, entre outras. No dia 13 de junho, em São Paulo, a repressão policial foi tão intensa que deixou muitos feridos, envolveu vários jornalistas que alteraram seu discurso e recriminaram a postura policial diante das manifestações. Este protesto contabilizou 300 pessoas detidas com mais de cem delas "detidas para averiguação" (prática comum em ditaduras). O jornal *Folha de S. Paulo* publicou em 13 de junho de 2013 as declarações do governador do Estado de São Paulo, Geraldo Alckmin. Ele criticava os manifestantes que participavam dos confrontos com a polícia e chamou-os de "baderneiros" e "vândalos". Sob o consentimento do Governo de São Paulo, a Polícia Militar declarou que seria mais dura na repreensão aos atos de vandalismo e acionou a Tropa de Choque. O ato, mesmo com resposta severa da polícia, foi confirmado.

### **3.1.1.1. Segunda fase**

Conforme previamente descrito, a segunda fase da manifestação é marcada por protestos predominantemente pacíficos, com uma vasta cobertura midiática adicionada de um grande

público. Organizado para o dia 17 de junho, o ato reuniu um contingente de 300 mil brasileiros espalhados por doze cidades do território. Estes saíram às ruas para reivindicar não somente o aumento de transporte público, mas outras exigências que também faziam parte da pauta. Focos pontuais de vandalismo foram registrados nas manifestações que ocorreram entre os dias 17 ao 21 de junho.

As manifestações tomam outra posição. Participam da pauta questões como o aumento da tarifa de transporte público, gastos com a Copa do Mundo, corrupção, reivindicações de melhorias em serviços públicos, como saúde, educação e segurança. Também foram criticados, além de políticos como Dilma Rousseff e Geraldo Alckmin, a classe política como um todo. O jornal *Folha de S. Paulo* publica em 18 de junho de 2013 a seguinte manchete: “Milhares vão às ruas ‘contra tudo’; grupos atingem palácio.” O *Estadão*, por sua vez, imprime no mesmo dia a seguinte manchete: “Protesto se espalha pelo País e políticos viram alvos”.

Os gastos com eventos esportivos como a Copa das Confederações e a Copa do Mundo FIFA de 2014 são temas recorrentes dos protestos. Manifestantes, além de reclamarem dos gastos, clamam pela criação de Comissões Parlamentares de Inquérito (CPI) para avaliar as despesas com os eventos e investigar possíveis superfaturamentos. Na cerimônia de abertura da Copa das Confederações no dia 15 de junho, Dilma Rousseff foi vaiada enquanto fazia seu discurso. “Estreia do Brasil tem vaia a Dilma, feridos e presos”, este foi o título da manchete do dia 16 de Junho de 2013 publicada pela *Folha*. O jornal descreveu o episódio onde Dilma Rousseff foi hostilizada em cerimônia e vaiada três vezes. A matéria descreve que do lado de fora do estádio em Brasília ocorreram protestos contra os gastos com a Copa e a polícia interveio com bombas, balas de borracha e gás de pimenta para conter a manifestação.

Em São Paulo, manifestantes circularam com cartazes como "FIFA, paga minha tarifa" e entoado bordões como "Ei, Brasil vamos acordar: um professor vale mais do que o Neymar"<sup>7</sup>. Outros cartazes incluem "Queremos hospitais padrões FIFA" e "Da Copa eu abro mão, quero é investimento em saúde e educação"<sup>8</sup>. Em Salvador, no dia 20 de junho, dois ônibus da FIFA

---

<sup>7</sup> «[Após protestos, Dilma anuncia Plano Nacional de Mobilidade Urbana](#)». *R7*. 21 de junho de 2013. Consultado em 22 de setembro de 2016.

<sup>8</sup> «[Imaginava-se tudo na Copa, menos os protestos](#)». *Terra*. 21 de junho de 2013. Consultado em 22 de setembro de 2016.

foram apedrejados<sup>9</sup>, além de pelo menos outros dois comuns. Além disso, o hotel que servia de base para a FIFA foi vandalizado e um grupo tentou entrar no estabelecimento, sendo confrontado pela polícia.

O Governo da então presidenta Dilma Rousseff apresentou várias medidas como resposta a estas manifestações, buscando atender às reivindicações dos manifestantes, sendo uma delas tornar a corrupção como um crime hediondo, arquivando a chamada PEC 37, que proibiria investigações pelo Ministério Público, e proibindo o voto secreto em votações para cassar o mandato de legisladores acusados de irregularidades.

Em resposta às manifestações, Dilma Rousseff as declara “legítimas e próprias da democracia”, sendo “próprio dos jovens se manifestarem”<sup>10</sup>. Em um dos primeiros pronunciamentos sobre as manifestações, Dilma Rousseff disse na NBR<sup>11</sup> que seu governo “está ouvindo essas vozes pela mudança”, “está empenhado e comprometido com a transformação social” e “compreende que as exigências da população mudam quando nós mudamos também o Brasil”<sup>12</sup>.

### 3.1.2. Cobertura do *Estadão* e *Folha* sobre as Manifestações de Junho 2013

Em ambas as fases das manifestações o jornalismo tradicional teve papel importante no que confere ao evento em si e na evolução do mesmo. Na primeira fase das manifestações a mídia tratou o evento como um distúrbio para a rotina da cidade, enaltecendo o choque dos manifestantes com a Polícia Militar e enquadrando a violência e destruição de equipamento público.

---

<sup>9</sup> «Protestos em meio à Copa das Confederações podem levar uma seleção a deixar o Brasil». [Zero Hora](#). 21 de junho de 2013. Consultado em 22 de setembro de 2016.

<sup>10</sup> «Dilma considera manifestações 'legítimas', diz ministra». G1. 17 de junho de 2013. Consultado em 22 de setembro de 2016.

<sup>11</sup> TV Nacional do Brasil conhecida pela sigla NBR, é um canal de televisão comandado pelo Governo Federal Brasileiro. O canal tem o objetivo de conceder aos telespectadores informações sobre as políticas, as ações e o dia a dia do Poder Executivo.

<sup>12</sup> «'Essas vozes precisam ser ouvidas', afirma Dilma sobre protestos». [Terra](#). 18 de junho de 2013. Consultado em 22 de setembro de 2016.



O propósito em posicionar de forma mais evidente os atos violentos reforça a crítica aos protestos. Isso foi feito editando e enquadrando matérias que retratassem a violência nas manifestações conferindo a estas uma marginalidade. De certa maneira é certo que em alguns dos eventos foram constituídos crimes de depredação de bens públicos, no sentido legal do termo, mas o grau de violência que as matérias revestiram às manifestações distingue-se de contravenções e comportamento criminoso. A intenção no enfoque midiático em destacar um comportamento criminoso dos manifestantes era de produzir um clima generalizado na população de medo e insegurança.

As manifestações continuavam. Cerca de cinco mil pessoas bloquearam a Marginal Pinheiros por trinta minutos. Houve confronto com a polícia e a matéria mais uma vez ganha destaque acompanhada por uma imagem que representaria o caos e a desordem. Nos dias subsequentes as matérias nos jornais evidenciaram que manifestantes protagonizavam atos de vandalismo. Em 12 de junho de 2013, o Governador do Estado de São Paulo, Geraldo Alckmin declarou que “uma coisa é movimento, outra coisa é vandalismo. Aí o caso é de polícia.” A matéria com a o ponto de vista do então Governador do Estado foi publicada no *Estado*<sup>1</sup> em manchete de capa.

O jornal *Folha de S. Paulo* publicou em 15 de junho de 2013 as declarações do prefeito da cidade de São Paulo, Fernando Haddad, assim como do governador do Estado Geraldo Alckmin e do vice-presidente Michel Temer. Estes criticaram os manifestantes que participaram dos confrontos com a polícia e denominaram seus atos de vandalismo. Alckmin qualificou-os como “baderneiros”, ao passo que Haddad referiu-se aos envolvidos como “pessoas inconformadas com o Estado democrático de Direito”. Prontamente, José Eduardo Cardozo, Ministro da Justiça, sentenciou os atos como vandalismo e afirmou que o Governo Federal estaria à disposição do Estado de São Paulo para um eventual auxílio no enfrentamento dos protestos.

As matérias que o jornalismo tradicional publicou nos dias 18 e 19 de junho evidenciaram o quebra-quebra e os saques que ocorreram nos dois dias de protesto. O critério utilizado para enquadrar as matérias neste período era enfatizar imagens de carros ou ônibus em chamas, imagens de policiais em formação de barreira, jogando *spray* de pimenta. Estas imagens, se analisadas, estão atreladas ao uso pontual das palavras “vândalo”, “depredação”,

“medo”, “quebra-quebra”, “quebradeira”, “violência”, “saque”, “crime”, entre outras. A intenção da matéria é apoiar a resposta violenta da polícia devido ao medo dos participantes dos protestos.

Nos dias em referência foram registrados diversos saques à lojas, um carro de imprensa da *Rede Record*<sup>13</sup>, uma rede de televisão comercial aberta foi incendiada, a destruição de lojas e fachadas de banco também foram catalogadas, além da derrubada do portão do Palácio do Governo do Estado de São Paulo. Manifestantes tentaram invadir o prédio da prefeitura e cobriram o mesmo com pixações. Protestos bloquearam vias centrais da cidade como a Raposo Tavares, Ponte do Socorro e a Estrada da M’Boi Mirim. Na região do Grajaú, além de saques, foi registrado também a deteriorização de 80 ônibus. Em Guarulhos, manifestantes fecharam por horas a via de acesso ao Aeroporto Internacional de São Paulo/Guarulhos – Governador André Franco Montoro, gerando um caos considerável.

### 3.1.3. Análise das duas fases das Manifestações de Junho de 2013

Segundo a análise de Tible, do livro *Junho: Potência das ruas e das redes*; as manifestações possuíram duas distintas fases. A primeira, liderada pelo Movimento Passe Livre (MPL) com seu primeiro ato no dia 6 de junho. Em seguida, o protesto do dia 13 de junho, segundo a análise do autor, foi o ponto da virada das jornadas, pois o protesto enfrentava horas de uma forte repressão policial com o uso excessivo de balas de borracha e gás lacrimogênio. Até então a mídia desconsiderava o fato, mas não conseguiu ocultá-lo por muito tempo da sua agenda, graças às redes sociais que pulsavam registros da violência policial em tempo real.

É a partir deste episódio que uma repulsa toma parte da sociedade e o movimento ganha uma enorme adesão. Já no ato do dia 17 de junho, o MPL perde parte de seu protagonismo nas ruas e seu controle nas conversas *online* de organização do evento. A manifestação do dia 17 culminou com uma cena registrada na maioria dos impressos, que foi a ocupação do teto do Congresso Nacional, em Brasília.

---

<sup>13</sup> Carro da RecordTV, uma rede de televisão comercial aberta, sofreu ataques de vandalismo e foi incendiado por um grupo de manifestantes durante o protesto contra as tarifas do transporte público. Ato ocorreu em 18 de junho de 2013 na região central da cidade de São Paulo.

Os atos que ocorreriam posteriormente marcam, conforme análise de Jean Tible (2014, p13), a segunda fase das jornadas:

Quando o transporte deixou de ser a pauta única das redes e das ruas. Os protestos passam a receber um grupo mais heterogêneo, diversos grupos levantam diversas bandeiras e pautas. A reivindicação originária da mudança tarifária teve que dividir o espaço com temas como, críticas ao gasto público com a Copa do Mundo de Futebol e a corrupção, tópico que também foi incorporado nas manifestações.

Os militantes passam a ser um grupo heterogêneo e tomam as ruas com uma diversidade de reivindicações. Apesar da presença de cartazes contra o governo, ainda não era explícita a presença de um inimigo. Entretanto de acordo com a análise do livro, o autor traz à luz a discussão da grande mídia dedicar-se em apoderar-se do “furacão político das jornadas de junho” e conduzir as ruas contra o governo Dilma. (TIBLE, 2014, p.12)

Era “tudo junto e misturado”. Na avenida Paulista não tinha um só grito. Nem sequer um só inimigo. Havia, isso sim, muito mais cartazes contra Dilma Rousseff do que nos primeiros atos convocados pelo Movimento Passe Livre (MPL). Não à toa, a ocorrência de confrontos entre os dois lados da Paulista se registrou naquele dia. Algumas pessoas tinham transformado a música “Vem pra rua vem contra o aumento” dos primeiros atos em “vem pra rua vem contra o Governo”. (TIBLE, 2014, pg.14) “As direitas e a grande mídia também tentaram se apropriar do poderoso grito de junho, dirigindo as ruas contra o Governo Dilma, depois da grande explosão do dia 17 de junho” (TIBLE 2014, p. 17).

Regressando à análise da mídia, a mesma cita os protestos e enfatiza que estes tiveram uma propagação viral gerando grande repercussão nacional. Importantes capitais de 11 Estados com reinvidicações mais amplas levaram 230 mil pessoas as ruas e políticos se tornaram alvo de queixa.

Em 20 de junho de 2013, data histórica por causa da ocorrência de uma grande onda de manifestações, o MPL teve sucesso em suas determinações e, por pressão popular, o Governo revogou o aumento da tarifa. Mesmo com a redução das mesmas, os protestos continuaram e contabilizaram um milhão de pessoas nas ruas do país. Entretanto, a energia que circulava nos protestos era outra, o enfrentamento com a polícia já estava desgastado e foi se esvaziando ao longo dos atos. A fotografia da segunda fase da manifestação, segundo a análise de Tible, tinha

transitado do âmbito municipal para o federal, e as consequências cairiam sobre o governo de Dilma Rousseff .

Em meio a mensagens sobre a Copa das Confederações e as notícias sobre as manifestações, a mídia pauta em sua agenda o panorama político do Brasil e do mundo. Os destaques especificamente dentro deste mês de junho foram a enfraquecida do PIB, a indústria brasileira que pressionava o governo por mais alianças internacionais, informações da saúde pública que contabilizam unidades superlotadas e falta de material, além do mensalão que voltava a ter destaque nas manchetes. Também foi destaque na imprensa o aumento do dólar e o fato das agências de classificação de risco baixarem a nota do Brasil o qualificando como um risco para os investidores estrangeiros devido aos altos gastos públicos somados ao baixo valor do PIB.

O que podemos diagnosticar deste mês turbulento e dinâmico é uma tentativa da mídia em caracterizar as manifestações do MPL como violentas. Na primeira fase dos atos podemos ver a mídia imprimir nestes protestos um estigma negativo, ou seja, desqualificando o grupo e suas exigências. Entretanto, na segunda fase dos protestos as manifestações ganharam nitidamente outro discurso e aos poucos um novo personagem foi atrelado a estes protestos. Já na segunda fase das manifestações houve uma nítida mudança no enfoque da cobertura midiática. A maior parte da imprensa publicou que os atos eram legítimos e as manifestações eram um exercício da cidadania.

O enquadramento midiático passou a retratar as depredações como ações de grupos isolados. Diariamente a população era presenteada com quota de notícias sobre os protestos, agora legítimos. O tema fazia parte do agendamento midiático, e neste período a opinião do Governador do Estado de São Paulo, Geraldo Alckmin, alterou-se. Alckmin amenizou seu discurso e teceu elogios aos líderes dos movimentos, uma opinião bem diversa a expressada uma semana atrás, onde o Governador se referia aos manifestantes como vândalos e baderneiros, imprimindo nestes uma marca negativa buscando assim uma reprovação e desvalorização.

As manifestações que viriam foram assinaladas pela mídia por um conservadorismo e uma forte presença da violência e opressão nas opiniões. Estas avaliações estavam alicerçadas em espaços de difusão e divulgação que insistiam em ratificar e criar um estigma negativo. O sucesso nesta tarefa e seu resultado foi visto na radiografia que traçou o Instituto de Pesquisa

*DataFolha* quando avaliou o percurso da opinião dos paulistanos e brasileiros em relação ao Governo Dilma ao longo de seu mandato.

O exemplo que melhor representa a oscilação da mídia tradicional brasileira em relação aos protestos de Junho de 2013 é a declaração de Arnaldo Jabor no Jornal *O Globo*. Arnaldo Jabor é um cineasta, roteirista, diretor de cinema e TV, além de ser produtor cinematográfico, crítico, jornalista e escritor brasileiro. Suas intervenções apimentadas apresentadas em jornais da Rede Globo marcam seu estilo irônico, e seus comentários sobre fatos e atualidades brasileira conquistam um grande número de admiradores. Em 12 de junho de 2013 Arnaldo Jabor declara:

Mas afinal o que provoca um ódio tão violento contra a cidade? Sabemos disso quando uma organização criminal em São Paulo queimou dezenas de ônibus. Não pode ser por causa de 20 centavos! A grande maioria dos manifestantes são filhos da classe média, isso é visível. Ali não havia pobres que precisassem daqueles vinténs, não. Os mais pobres ali eram os policiais apedrejados, ameaçados com coquetel molotov que ganham muito mal. No fundo tudo é uma imensa ignorância política é burrice misturada a um rancor sem rumo. Há talvez a influência na luta da Turquia, justa e importante contra um islamismo fanático. Mas aqui, se vingam de que? Esses caras vivem no passado de uma ilusão eles são a caricatura violenta da caricatura de um socialismo dos anos 50 que a velha esquerda ainda defende aqui. Realmente esses revoltosos de classe media não valem 20 centavos. (Jornal O Globo, 12 de junho de 2016, Rede Globo)

Após um período de 48 horas, em 14 de junho de 2013, Arnaldo Jabor altera seu discurso e manifesta a seguinte posição em rede nacional de televisão:

À primeira vista este movimento parecia uma pequena provocação inútil, que muitos criticaram erradamente, inclusive eu. Nós temos Democracia desde 1985 mas Democracia se aperfeiçoa e não decai. Entre nós quase tudo acabava ou em pizza ou em paralisia entre os três poderes. O Brasil parecia desabitado politicamente. De repente reapareceu o povo, de repente o Brasil virou um mar. Uma juventude que estava calada desde 1992, uma juventude que nascia quando Collor caía acordou, abriram os olhos e viram que temos Democracia mas uma República inoperante. Os jovens despertaram porque ninguém aguenta mais ver a República paralizada por interesses partidários ou privados. Só há dois perigos, a tentação da violência e o vazio. se tudo virar batalhas campais a coisa se distroi. Se virar um movimento abstrato, genérico demais tudo se esvai. É preciso uma política nova, se reiventandomas com objetivos concretos. Se tudo correr bem, estamos vivendo um momento histórico lindo e novo. Os jovens terão nos dado uma lição. Democracia já temos agora temos que formar uma República. (Jornal O Globo, 14 de junho, Rede Globo)

Se fizermos um comparativo das declarações do jornalista podemos registrar que a opinião diverge claramente de uma análise de vândalos para manifestantes lutando pelos seus direitos.

1. “A grande maioria dos manifestantes são filhos da classe média, isso é visível. Ali não havia pobres que precisassem daqueles vinténs, não. Os mais pobres ali eram os policiais apedrejados”.

“Os jovens despertaram porque ninguém aguenta mais ver a República paralisada por interesses partidários ou privados” .

2. “No fundo tudo é uma imensa ignorância política, burrice misturada a um rancor sem rumo”.

“De repente reapareceu o povo, de repente o Brasil virou um mar. Uma juventude que estava calada desde 1992, uma juventude que nascia quando Collor caía acordou, abriram os olhos e viram que temos Democracia mas uma República inoperante”.

3. “Mas aqui se vingam de que? Esses caras vivem no passado de uma ilusão, eles são a caricatura violenta da caricatura de um socialismo dos anos 50 que a velha esquerda ainda defende aqui. Realmente esses revoltosos de classe média não valem 20 centavos”.

“Se tudo correr bem, estamos vivendo um momento histórico, lindo e novo. Os jovens terão nos dado uma lição. Democracia já temos, agora temos que formar uma República”.

A conclusão é que a mídia brasileira tem oscilado na ênfase que dá aos protestos. Os critérios utilizados pela mídia tradicional brasileira para reportar os fatos divergem na descrição de atos de violência para atos de ação políticas. O aporte dado na primeira fase das manifestações são os atos de violência dos manifestantes. Na segunda fase pode-se verificar fotos pacíficas da passeata, além de um empenho da mídia em explicar a motivação dos protestos. Enfim, o que é importante ressaltar aqui é o fato da mídia ter deslocado o foco dos protestos para críticas ao governo Dilma Rousseff, iniciando o processo do cenário de representação política que por sua vez influenciou o debate eleitoral de 2014.

### **3.2 Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública (LEMEP) – Manchetômetro**

O Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública (LEMEP), grupo de pesquisas fundado pelo Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) criou o Manchetômetro, um website que acompanhou diariamente as notícias

das eleições 2014 na grande mídia, especificamente nos jornais *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e *O Estado de S. Paulo* e *Jornal Nacional*, da TV Globo.

Com o propósito de expandir os horizontes no que diz respeito ao entrelaçamento da mídia e política, o site avalia a apresentação na mídia, dos candidatos à presidência, com o objetivo de avaliar a aborgadem e a linguagem utilizada pela mídia nesta apresentação.

O LEMEP avalia as manchetes de capa dos jornais impressos *Folha de S. Paulo*, *Estado de S. Paulo* e *O Globo* e do televisivo *Jornal Nacional*. O website Manchetômetro<sup>14</sup> utiliza-se do critério de valência para a avaliação dos candidatos Dilma Rousseff, Aécio Neves e Eduardo Campos, e posteriormente da candidata Marina Silva (PSB).

O acompanhamento foi diário e a intenção foi constatar o enquadramento – favorável, negativo ou neutro – das chamadas jornalísticas através de um algoritmo que identifica palavras-chaves e atualiza os gráficos automaticamente. Isto quer dizer que não se trata de uma pesquisa imprecisa ou um caráter subjetivo de avaliação.

Fazendo um parêntese, no artigo de Luis Felipe Miguel<sup>15</sup> (Quanto vale uma valência?), podemos encontrar uma menção ao tema. Neste, o autor relata sobre o recurso da valência, que seria um modo de verificar se a informação de determinado noticiário ou mensagem publicada valoriza ou critica determinado agente. Ou seja, a intenção é avaliar se existe uma imparcialidade na divulgação de um tema ou se a mesma está atrelada a um viés negativo ou positivo.

Conforme o autor descreve, embora seja um crítico da metodologia, a aplicação desta análise serviria para mensurar a qualidade aplicada ao agente e se a este foi designada uma natureza negativa ou positiva. Este agente pode ser um candidato, partido ou líder. Conforme Miguel cita, a intenção em se estabelecer esta valência é saber se a cobertura concedida a cada candidato tem um espaço proporcional buscando uma imparcialidade jornalística. Este recurso é adotado pelo Manchetômetro. O site produz suas pesquisas “levando em conta a seguinte pergunta: essa manchete ou chamada, e o texto que a acompanha, é positiva, negativa, neutra ou ambivalente para a imagem do candidato, partido, pessoa ou governo a qual faz referência. Assim, não se trata de estabelecer se o que está sendo noticiado é verdadeiro ou falso, mas sim

---

<sup>14</sup> O LEMEP dá continuidade a metodologia utilizada no antigo IUPERJ (Instituto de Pesquisa do Rio de Janeiro) implementada pelo cientista político Marcus Faria Figueiredo, um dos pioneiros na área de pesquisa de comportamento eleitoral

<sup>15</sup> Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcpol/n17/0103-3352-rbcpol-17-00165.pdf> Acesso em: 12 set 2015

avaliar o significado daquela informação para a imagem do objeto do texto” (Manchetômetro, 2014).

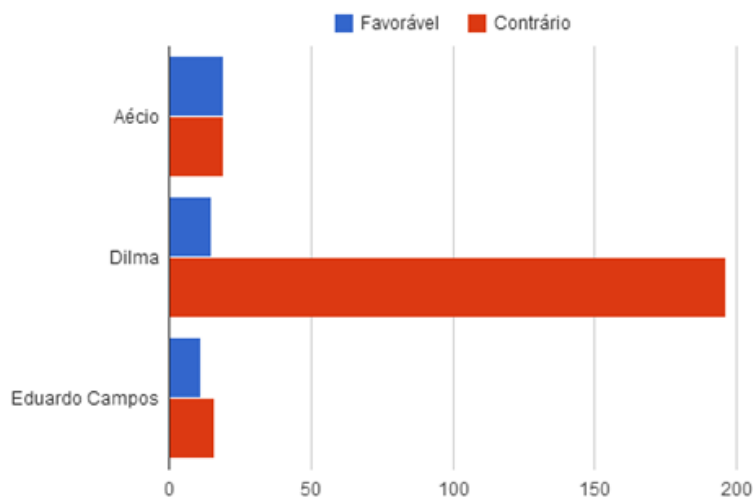
A investigação no site concentra-se na capa dos jornais em referência, pois acredita-se que as capas têm um poder de comunicação maior que a matéria em si. A manchete acompanhada de uma imagem é o componente de maior valor para o leitor, porque segundo editores de jornais, elas resumem melhor o conteúdo e são responsáveis por provocar o interesse do leitor em lê-la.

As investigações do Manchetômetro são focadas no valor que a manchete, ou melhor, no valor de publicação da página do jornal, ou seja, se a mesma tem uma vigência negativa, positiva, neutra ou ambivalente em relação a “imagem do candidato, partido, pessoa ou governo a qual faz referência”. Não se trata de estabelecer a veracidade do que foi noticiado, mas sim, avaliar a imparcialidade na publicação das manchetes dos jornais.

Manchetômetro preocupou-se em investigar também dois temas de extrema importância e relevância em uma candidatura; a economia e a política institucional, sendo este um tema particularmente substancial pelo fato de reportar a relação entre os poderes da República.

Nos gráficos abaixo o site Manchetômetro preocupou-se em compilar a cobertura dos três jornais analisados (*Folha de S. Paulo*, *O Globo* e *Estado de S. Paulo*). Dentre estes foram destacadas as manchetes e chamadas denominadas contrárias e neutras aos candidatos ao longo do ano eleitoral. A intenção é que a avaliação torne-se uma ferramenta prática para um olhar crítico à mídia tradicional. Por exemplo, as matérias de capa dos jornais analisados mostram um equilíbrio ao falar dos candidatos Aécio Neves e Eduardo Campos, mas há uma disparidade enorme entre os comentários favoráveis e desfavoráveis à Dilma.



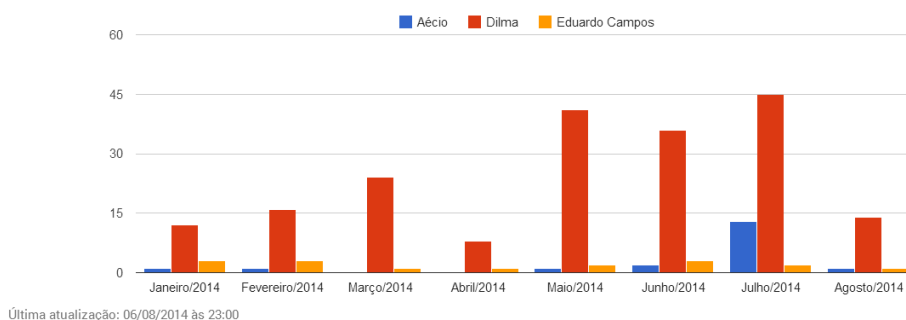


Fonte: Manchetômetro.<sup>16</sup>

No gráfico abaixo observamos os dados agregados da pesquisa, que avaliou a série temporal. A intenção do instituto de pesquisa é observar a evolução das valências positiva e negativa na cobertura jornalística.

#### VALÊNCIA CONTRÁRIA DOS CANDIDATOS NO TEMPO

Este gráfico mostra número de matérias de capa com valência negativa para cada candidato, nos três jornais agregados, ao longo do ano de 2014.



Fonte: Manchetômetro<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Disponível em: <http://www.manchetometro.com.br/jornal-nacional-2014/jn-2014-candidatos/> Acesso em: 29/01/2015

De acordo com medição do Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública (LEMEP), da Universidade Estadual do Rio de Janeiro, a desproporcionalidade no tratamento dado aos candidatos é escancarada. A presidente Dilma Rouseff sofreu, no período das eleições, um bombardeio de notícias com valência negativa, constatando assim a falta de imparcialidade da grande mídia. Situação muito diferente do que ocorreu com os seus dois principais oponentes nesta campanha, os candidatos Aécio Neves e Marina Silva. A campanha eleitoral de 2014 serviu para constatar a parcialidade da mídia tradicional.

### **3.2.1. Construção da imagem negativa de Dilma Rouseff e do PT**

A pesquisa em referência tem o objetivo de analisar o papel da mídia em relação ao Partido dos Trabalhadores e sua candidata à reeleição Dilma Rouseff durante as eleições presidenciais de 2014.

Escolhemos esse tema para análise por acreditarmos que a divulgação e enquadramento negativo da mídia tiveram peso relevante na imagem de criminalização do Partido dos Trabalhadores na cobertura das eleições de 2014. A editoração de um comportamento da mídia na eleição de 2014 foi marcada por uma propaganda de voto anti-PT onde a mídia enfatizou uma imagem negativa do partido e da sua candidata construindo e produzindo uma criminalização dos mesmos.

O conceito de “cenários de representação da política”, ou CR-P, narrativa estrutural desta pesquisa, foi cunhado por Venício de Lima (2004). A definição de CR-P do autor pode ser compreendida em como se estruturam os imaginários sociais e como os meios de comunicação de massa fabricam e propagam estes imaginários sociais. Embasando percepção de como funciona o conceito de hegemonia e contra-hegemonia de Gramsci, podemos entender como operam, através da mídia, os elementos de discurso quando a intenção é disputar um espaço simbólico no imaginário social.

O conceito faz referência ao “espaço onde a ação se desenvolve” em “representação, significando não só representar a realidade, mas também constituí-la” (LIMA, 2004, p.181-182).

---

<sup>17</sup> Disponível em: <http://www.manchetometro.com.br/jornal-nacional-2014/jn-2014-candidatos/> Acesso em: 29 jan 2015.

“Nesse plano, um cenário de representação é o espaço específico de representação da política nas democracias representativas contemporâneas, constituído e constituidor, lugar e objeto da articulação hegemônica total, construído em processos de longo prazo, na mídia e pela mídia, sobretudo na televisão” (LIMA, 2004, p.182-183).

Lima (2004) defende que o CR-P, construído *na e pela* mídia, delimita e dita as regras no espaço da realidade política no mundo contemporâneo. Os três pressupostos básicos para o conceito são: 1) Pensamento Plural, *sociedade midia-centered*; 2) o exercício de uma hegemonia; 3) a existência da televisão como *medium* dominante (LIMA, 2004, p.187). Com base nestes pressupostos, Lima (2004) argumenta que os meios de comunicação eletrônicos transformaram a mídia no “aparelho privado de hegemonia” mais eficaz na articulação hegemônica, sendo capaz de construir e definir limites da realidade dentro dos quais ocorre a disputa política. Dificilmente um candidato vencerá as eleições se não ajustar sua imagem pública ao CR-P dominante, ou construir um CR-P contra-hegemônico eficiente. Por isso é tão importante questionar “qual o papel no processo político dos que controlam a emissão de mensagens na mídia?” (LIMA, 2004, p. 210). Ao que se acrescentaria a importância de também questionar como se dá a interação entre a mídia e os receptores de suas mensagens?

Estas mensagens e a forma como são propagadas são construídas por meio de uma ferramenta da teoria da comunicação intitulada *enquadramento*. O panorama teórico do enquadramento inicialmente formulado por Erving Goffman na década de 70, mas atualmente discutida por diversos autores, expõe que a mídia utiliza de certas palavras, ideias, expressões e adjetivos que propagam um enquadramento (algo como um recorte), onde este tem por objetivo modelar o acontecimento, destacando alguns aspectos ou ocultando outros.

O grande risco deste processo de "recortar" determinado ponto de vista do fato, é porque este se tornará o ponto conhecido, será classificado portanto, como o real, e influenciará a formação da opinião pública. O material empírico sobre o qual se exerce a análise são as capas de jornais de veículos de informação como *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, devido ao poder comunicativo que os mesmos carregam, onde as fotos de capa e manchetes são o difusor de uma mensagem e produtor desta “verdade”, além da análise do site Manchetômetro.

Nossa inquietação está em avaliar se este recorte, este enquadramento com viés negativo do Partido dos Trabalhadores e sua candidata nas eleições presidenciais de 2014 volta o olhar

para uma determinada direção, a de uma criminalização do partido, propagando o mesmo como um inimigo da sociedade.

### 3.3 A mídia como ator político

O conceito que representa uma alegoria teatral tem por finalidade ancorar sua definição em uma cena na qual a integração social de personagens tem a intenção de atuar em conjunto para a implementação de um projeto a ser desenvolvido. Ao aplicar esta definição ao conceito de políticas públicas, pode-se reconhecer que a obrigação das partes envolvidas no processo é alcançar uma harmonia que viabilize a política pública e solucione um determinado obstáculo. “Nos estudos de políticas públicas, atores são indivíduos, instituições ou coletividades cujas ações, sempre em busca de uma finalidade ou de um proveito, têm probabilidade de produzir consequências em um processo político qualquer” (GIOVANNI, 2015, p. 105).

Em suma, é responsabilidade da política abranger um conjunto de estratégias buscando à resolução pacífica de conflitos no que se refere ao destino e aplicação de bens e recursos públicos. Os integrantes envolvidos neste processo são os atores políticos. Entretanto, estes atores possuem características distintas principalmente entre os atores públicos e privados.

Há sempre um campo de incerteza na resolução pacífica dos conflitos pois, uma vez que são gerenciadas por atores e estes têm total capacidade de interferir na decisão das políticas públicas, estes também podem tem interesses que influenciam na implementação de determinadas políticas. Por exemplo, que elenco pode ganhar ou perder com determinada política? Quem teria seus interesses afetados ou atendidos em determina questão? “Assim, a compreensão de cada *policy* particular passa, necessariamente, pela localização do conjunto de todos os atores importantes que compõem aquele “elenco”, bem como de seus prováveis interesses, expectativas e estratégias” (GIOVANNI, 2015, p. 106).

Conforme defende Geraldo Di Giovanni, no Dicionário de Políticas Públicas, os atores podem ser agrupados em diferentes categorias:

- Integrantes dos poderes da República e das subdivisões do Executivo, do Legislativo e do Judiciário;
- Órgãos e membros das burocracias públicas;
- Partidos, sindicatos e movimentos sociais;
- Grupos de interesse, lobistas, *stakeholders* e grupos de pressão;

- Mídia em geral, redes sociais, ciberativistas;
- Organizações da sociedade civil; técnicos ou grupos de técnicos;
- Agentes isolados, porém sempre presentes em uma mesma arena de *policy*, que são os *policy partisans*, ativistas individuais ou grupos dedicados exclusivamente a uma causa;

Apesar de não atuar diretamente, alguns atores interferem, conforme defende o autor, por meio de obstruções. Temos como exemplo a mídia, que embora não atue diretamente na decisão das políticas públicas, não se pode ignorar o papel de influência que tem, essencialmente porque os jornais impressos e a televisão são importantes agentes formadores de opinião, que possuem capacidade de mobilizar a ação de outros atores.

Ao analisarmos a relevante relação entre a mídia e o processo político eleitoral podemos observar que seu debate é no mínimo complexo. Seu papel, além de ser presencial, é significativo e demonstra um verdadeiro interesse no processo. Os meios de comunicação, na sua maioria, estão inseridos na lógica da comercialização da informação. Existe na sua natureza uma conexão nos interesses mercadológicos e políticos. Esta ligação da imprensa com a economia e passando pelos interesses políticos é uma lógica praticada na história da imprensa brasileira. No imaginário ocidental, a mídia comercial preenche de modo inequívoco o lugar de anteparo entre Estado e sociedade (ARENDT, 1989).

Em concordância com o que temos apresentado até o momento, podemos constatar que a mídia tem grande capacidade de formar a agenda de exigências públicas, conforme presenciamos no período das manifestações de junho de 2013. Neste período, a mídia chamou a atenção do público para problemas diversos aos aumentos nas tarifas de transporte público, conseguindo mobilizar a indignação popular e colocar um número cada vez maior de pessoas nas ruas para protestar. Pode-se assimilar que a mídia pode ser um ator político conforme citado no Dicionário de Políticas Públicas, além de ser um mecanismo de poder e principalmente uma emissora de expressão de interesses.

### **3.4 Opinião Pública – *DataFolha* e Ibope**

É importante ressaltar que neste mesmo ano de manifestações as políticas sociais e a economia brasileira custearam a aprovação do governo Dilma. Exatamente 65% dos brasileiros avaliavam

seu governo como ótimo ou bom. Sucessivamente, em junho de 2013, a aprovação de Dilma baixa e o brasileiro não está mais otimista. Impõe ao governo uma reprovação. Isso ocorre, pois, segundo as pesquisas de opinião pública, a corrupção lidera o *ranking* de problemas.

O estudo do Instituto Brasileiro de opinião Pública e Estatística (IBOPE) indica que a avaliação do governo da presidenta para o mês de junho de 2013, período das manifestações, contabilizou uma queda de oito pontos percentuais na sua avaliação, e foi de ótimo para bom. Em março, a avaliação do brasileiro em relação à popularidade de Dilma Rousseff atingia 63%; após três meses sua avaliação registra uma queda um total de 55%.

Assim sendo, o percentual dos brasileiros que consideram o governo da presidenta ruim ou péssimo contabilizou 9% na primeira quinzena do mês de junho. Em uma avaliação na outra metade do mês a avaliação sobe para 25%.

Segundo o levantamento do IBOPE outro indicador que apresenta queda na pesquisa é a confiança na presidenta. Este índice específico aponta uma queda de 75% em março de 2013 para 67% em junho do mesmo ano. “A atuação do governo é desaprovada pela maioria da população em seis das nove áreas avaliadas: segurança pública (67%), saúde (66%), impostos (64%), combate à inflação (57%), taxa de juros (54%) e educação (51%)” (IBOPE, 2016)<sup>18</sup>.

Um item curioso avaliado pelo Instituto é a compreensão do noticiário sobre o governo. Este elemento também registrou uma rejeição. “O percentual da população que considera as notícias recentes desfavoráveis sobe de 11% para 19% e o da parcela que as considera favoráveis cai de 38% para 22%. Todavia, a maioria dos entrevistados (40%) as considera nem favoráveis nem desfavoráveis ao governo”. (Ibope)

---

<sup>18</sup> Disponível em: <http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/avaliacao-do-governo-dilma-cai-oito-pontos-percentuais/> Acesso em: 20 set. 2016.

Governo Dilma Rousseff – Junho 2013

Junho - 2013 IBOPE	
Índice de Aprovação	55%
Avaliação Regular	32%
Avaliação ruim ou péssima	13%

Fonte: Elaboração da autora com base no Opinião Pública – DataFolha

Governo Dilma Rousseff – Junho 2013

Junho - 2013 DataFolha		
	1ª Quinzena	2ª Quinzena
Índice de Aprovação	57%	30%
Avaliação Regular	33%	43%
Avaliação ruim ou péssima	9%	25%

Fonte: Elaboração da autora com base no DataFolha

Paralelo às manifestações de 10 de junho de 2013 e com as eleições em um futuro bem próximo, os institutos de pesquisa DataFolha e IBOPE publicam a primeira queda de aprovação do Governo, com uma depreciação de oito pontos. A avaliação positiva do governo da presidenta reduz 27 pontos em um intervalo de tempo muito curto, apenas três semanas.

Este período avaliado corresponde com a onda de protestos presente em todo país. A avaliação do seu governo atingiu seu menor nível desde o início do seu mandato. A última semana do mês de junho aponta que 30% dos brasileiros consideraram a gestão da petista ótima ou boa, em vista de 57% na primeira semana de junho. Vemos aqui uma drástica queda.

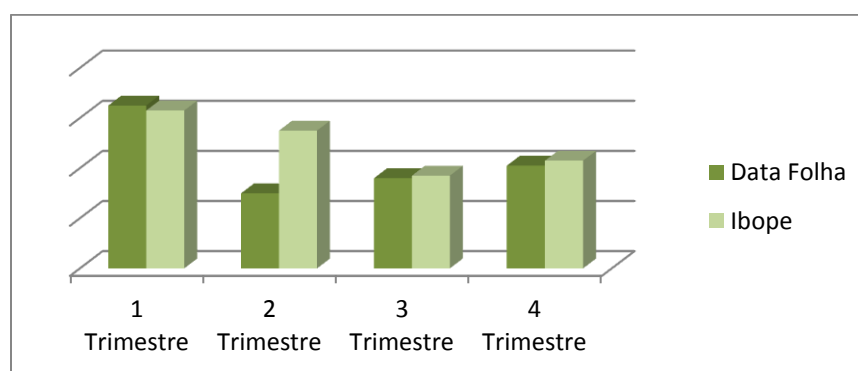
Se expandirmos e análise para uma radiografia do quadro anual da aprovação e da popularidade da presidenta podemos verificar que a reprovação dos brasileiros em relação à petista é superior ao índice de aprovação. O Instituto de pesquisa IBOPE revela que:

Quando questionados sobre os fatos mais lembrados do governo Dilma, os entrevistados respondem, na ordem: manifestações (21%), Copa do Mundo (18%) e corrupção não ligada diretamente ao governo federal (9%). A economia aparece entre os cinco principais assuntos relacionados (6%). Paralelamente, as notícias que mais chamaram a atenção dos entrevistados durante o período foram sobre as obras para a Copa, as manifestações, manifestações sobre corrupção e a cobertura sobre o “mensalão”. (IBOPE, 2016)<sup>19</sup>

### Governo Dilma Rousseff – 2013

2013				
Aprovação	1 Trimestre	2 Trimestre	3 Trimestre	4 Trimestre
Data Folha	65%	30%	36%	41%
Ibope	63%	55%	37%	43%

Fonte: Elaboração da autora com base no Opinião Pública – DataFolha



Fonte: Elaboração da autora com base no Ibope – DataFolha

No ano de 2013 manifestações multiplicavam-se nas ruas das principais cidades do país e as exigências eram diversas. O que se iniciou em uma reivindicação de passe livre, tarifa zero para estudantes, tomou outra dimensão e passou a criticar temas generalizados como os gastos com a Copa do Mundo, a alta da inflação, tumulto econômico, corrupção, além de alguns

<sup>19</sup> Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/politica/cai-o-indice-da-popularidade-e-aprovacao-do-governo-dilma-765.html> Acesso em: 20 set. 2016.



personagens políticos, que com o incentivo da mídia em criticar a incompetência do Governo podiam ser vistos em destaque nas manifestações.

Nesta altura, as pesquisas de opinião mostravam uma queda frenética na popularidade de Dilma Rousseff. O ruir da avaliação do seu mandato podia se perceber em ofensas e insultos proferidos no estádio de futebol durante a abertura de um evento esportivo. A questão é que repentinamente, em um período relativamente curto de tempo, o Partido dos Trabalhadores e sua candidata, que se deleitava do maior índice de aprovação do país, passaram a ser os mais impopulares e criminosos da nação.

Durante todo processo eleitoral, principalmente no período antecedente ao mesmo, verificamos expressões de antipatia e repulsa partidária, além de opiniões violentas reverberando na sociedade quando o assunto foi o PT ou sua candidata.

O que a mídia fez ao produzir um cenário negativo em relação à candidata e à marginalização do Partido dos Trabalhadores não somente estimulou uma desmoralização de ambos, como encorajou uma resposta da sociedade. Como resultado, primeiramente a classe média paulistana passou a aderir às manifestações com uma opinião cada vez mais violenta. A hostilidade era justificada, pois a sociedade lutava contra um inimigo comum. Era uma luta do bem contra o mal, um choque entre o certo e o errado. A mídia tratou o partido e sua candidata como um pesadelo, mas eles estariam ali para esfregar nossos olhos e fazer com que esta infelicidade desaparecesse.

A mídia, por meio de ferramentas da teoria da comunicação que iremos apresentar nesta pesquisa, ecoou persistentemente mensagens negativas sobre a candidata e seu partido. Este meio de difusão de informação, na sua posição de porta-voz, é capaz não só de criar um inimigo no imaginário da sociedade como tem hegemonia para legitimar e construir um consenso, uma concordância do povo em respeito a um sentimento de anti-governo.

O argumento não é somente como a mídia contextualiza este cenário negativo (uma vez que comprovar tal feito o website Manchetômetro, que aplica o método de análise de valência, rastreando os aspectos mais relevantes vinculados a mensagem da manchete, consegue fazer com competência) mas questionar como esta mensagem é registrada por parte da sociedade brasileira. São reflexões que buscam avaliar a narrativa dos meios de comunicação e sua relação com o receptor, além de avaliar como esta mensagem é incutida e legitimada por parte da sociedade. Conforme defende o autor Günther Schlee, autor que embasa esta pesquisa, certas ferramentas

são necessárias para se criar o inimigo, e a principal delas é fazer uso do aspecto emocional e cultural da sociedade. Assim, a mídia para criar este inimigo utiliza-se de registros políticos e sociais presentes na sociedade brasileira. Se estas mensagens de ódio que vimos no período pré-eleitoral e eleitoral foram uma resposta a este inimigo, e este inimigo, segundo Günther Schlee, é uma produção dos nossos registros culturais, o raciocínio aqui é entender o que estas mensagens de ódio revelam da nossa cultura. A verdade dos fatos encontra-se enterrada na locução hostil produzida pela sociedade. A cultura da dissidência e a intolerância do brasileiro surgiram assim que despontou a ameaça à grandeza da desigualdade social. O fato de ter estes assuntos em debate no período eleitoral auxiliou a opinião de defesa contra uma “agressão” interna, e a este agressor, a mídia vinculou um personagem e um partido político.

### 3.5 Cobertura da mídia nas eleições presidenciais de 2014

Por se tratar de uma reeleição, a candidata Dilma Rousseff investiu em uma campanha que oferecia como argumento principal a preocupação da presidenta em atender aos anseios do povo. O *slogan* da campanha foi “governo novo, ideias novas”.

Conforme a prática, a eleição ganhou cobertura jornalística dos principais jornais impressos do Brasil, assim como TV, rádio e Internet. Entretanto, para esta pesquisa iremos focar a campanha presidencial de 2014 pelos dois principais jornais editados na cidade de São Paulo, que são, *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*. A seleção destes dois veículos de informação ocorreu em função de suas altas tiragens diárias, o que, em decorrência resultam em um papel como formador e influenciador de opinião.

Uma análise feita no ano de 2015 pela “Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira”, realizada para a Secretaria de Comunicação Social (SECOM) da Presidência da República, concluiu que a indústria jornalística brasileira é a mídia de maior credibilidade junto aos brasileiros. Segundo dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC) os maiores jornais editados na cidade de São Paulo e com os maiores índices de circulação no Brasil são *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*.

O jornal *Folha de S. Paulo* é, segundo dados do IVC, o terceiro maior jornal de circulação do Brasil. A circulação média diária em 2015 foi de 189.254 mil exemplares. Em sequência, o quarto maior jornal de circulação é *O Estado de S. Paulo*; ao lado da *Folha de S.*

*Paulo*, de *O Globo* e do *Correio Braziliense*, o *Estado* é também um dos jornais mais influentes do Brasil. Segundo dados do Instituto, o *Estado* ficou em quarto lugar nas pesquisas de maiores jornais do Brasil de circulação por ano, atingindo um total de 157.761 mil exemplares impressos e em circulação no ano de 2015.

Fundamentados nestas referências, o método adotado para a análise foi o levantamento das notícias além dos aspectos mais significativos das mensagens veiculadas por estes dois meios de comunicação: *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*.

À cada capa publicada nos dois jornais em referência foi aplicado o critério de valência nas reportagens, rastreando os aspectos mais relevantes veiculados à mensagem da manchete, como se a esta é incutida uma mensagem positiva, negativa, neutra ou ambivalente para a imagem do candidato, partido, pessoa ou governo a qual faz referência.

Assim sendo, no período de um ano optou-se por fazer um arranjo e restringir a análise das manchetes da capa de jornais de domingo devido a sua influência comunicativa, superior ao conteúdo da publicação. Esta opção foi embasada no levantamento sobre os hábitos de informação dos brasileiros realizado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM). A intenção da Secretaria é compreender como e quando o brasileiro se informa. A pesquisa mostra que os jornais são os meios de comunicação mais confiáveis segundo os dados da análise 58% dos 18 mil entrevistados, que afirmam que confiam muito ou sempre nas informações contidas nos jornais. Outro parecer que a pesquisa traz é que dos leitores diários de jornais 42,3% consideram o domingo o dia da semana mais importante para se ler jornal.

### **3.6 Valência manchete *Folha de S. Paulo* e *O Estado de São Paulo* – 2013/2014 (Ano eleitoral)**

A seleção das capas dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo* dentro do período proposto a ser analisado mostraram o seguinte resultado de valência. O tópico “economia” totalizou 49 abordagens, das quais a maior parte eram negativas. O jornal *O Estado de S. Paulo* estampou 27 matérias referente ao tema, todas com uma perspectiva desfavorável ao caminho da economia brasileira. O jornal *Folha de S. Paulo* totalizou 22 capas das quais duas foram positivas e vinte, negativas.

A intenção em avaliarmos a cobertura jornalística no período de eleição presidencial no Brasil em 2014 tem a finalidade de investigar a imparcialidade jornalística, uma vez que “a mídia pode usar critérios de noticiabilidade que terminam por beneficiar determinados candidatos em detrimento dos outros, seja por aspectos quantitativos (visibilidade) ou qualitativos (valência)” (BORBA, 2005, p. 13). Assim, o ponto central da discussão é que o jornalismo não deve dar mais destaque a um candidato, partido político, líder etc em comparação a outros, nem ter um viés particularizado na cobertura sobre os mesmos. Aqui podemos analisar claramente o papel da mídia na construção do cenário de representação política.

Levando em conta todas as manchetes publicados no período eleitoral podemos verificar que a imagem pública de Dilma Rousseff é mais negativa do que qualquer outro candidato que concorria à presidência. Esta observação não é irrelevante, mas essencial quando se discute a imparcialidade jornalística, pois o desvio em relação à neutralidade na campanha eleitoral de 2014 coloca em discussão a parcialidade e a prudência da mídia tradicional.

A atribuição do caráter negativo à candidata do Partido dos Trabalhadores pode ser comprovada nas manchetes do dia 20 de outubro de 2013. A manchete da *Folha de S. Paulo* acentua críticas ao desvio de verba e irregularidades que o Sistema Único de Saúde (SUS) sofreu nos cinco últimos anos de governo no qual a gestão era de responsabilidade de Dilma Rousseff: “Em 5 anos, SUS sofre desvio de R\$ 500 milhões”.

A manchete de 8 de dezembro de 2013 do jornal *Folha de S. Paulo* traz a discussão sobre o papel do Estado na vida do cidadão. Um levantamento do Instituto *Datafolha* revelou que após pesquisa, o país está dividido entre aqueles que preferem manter os benefícios estatais e uma outra parcela que defende uma menor dependência econômica e social estatal. A manchete era: “Brasil se divide sobre impostos e papel do governo.” O programa petista Bolsa Família tinha uma eficácia social bastante questionável pela oposição no período de sua implementação. Na corrida eleitoral os pré-candidatos à Presidência da República não só defenderam o sucesso do programa Bolsa Família, presente em 14 milhões de lares, como defenderam um reajuste ainda maior que os 10% anunciados pela presidente Dilma Rousseff, como foi proposto pelo candidato Aécio Neves em seu plano de governo para as eleições presidenciais de 2014.

Datado de 22 de dezembro de 2013, ainda da *Folha de S. Paulo*, o jornal aponta a condenação e a desvantagem de nutrirmos um governo apático e estático na manchete “Congresso inerte é um risco à democracia, diz ministro do STF.”

O ano de 2014 inicia-se com manchetes que evidenciam a Copa do Mundo FIFA de 2014, um evento esportivo, organizado pela Federação Internacional de Futebol (FIFA), que ocorreu no Brasil em junho do ano em referência. O evento sofreu uma repercussão negativa da mídia tradicional. A mesma buscou atrelar o evento a notícias sobre denúncias de excessivos gastos com obras, superfaturamento, remoções de moradores de comunidades carentes ou a morte de funcionários na construção dos estádios. Como mostra a manchete de 19 de janeiro de 2014: “Comitê da Fifa no país repassa gastos da Copa a governos.” No domingo consecutivo, 26 de janeiro de 2014, a manchete ainda sobre a Copa do Mundo: “Ato em SP contra Copa termina em vandalismo”.

O ano distingue-se também por ser ano de eleições presidenciais em que a presidente Dilma Rousseff (PT) tentaria se reeleger. *O Estado de S. Paulo* destaca em sua capa do primeiro domingo do ano a manchete da queda do otimismo do brasileiro em relação ao governo. O índice analisado pelo IBOPE mostra que o brasileiro está 17 pontos menos otimista do que quando a petista assumiu a Presidência da República. A avaliação descata ainda que 57% da população espera que 2014 seja melhor do que 2013. “Otimismo do brasileiro cai pela primeira vez desde 2009”.

Uma das principais vitrines do governo PT foi a implementação de programas sociais para aumentar os benefícios à camada mais pobre da população. Entretanto, a mídia nunca deixou de desqualificar tais programas publicando informações negativas aos mesmos, conforme podemos verificar em 9 de fevereiro de 2014, no jornal *O Estado de S. Paulo*: “Médicos cubanos vivem de cesta básica”. A intenção é criticar a organização da plataforma Mais Médicos, um programa lançado em 8 de julho de 2013 pelo Governo Dilma, no qual o objetivo é abastecer a carência de médicos em municípios do interior e nas periferias das grandes cidades do Brasil. O programa planejava levar 15 mil médicos para as áreas onde faltam profissionais.

O novo aumento para beneficiários de auxílio-doença que se aproximou de 1,5 milhões em dezembro também sofreu retaliação. Foi destaque na manchete do dia 2 de fevereiro de 2014, no jornal *Folha de S. Paulo*, como terceira maior despesa do governo e colocando em risco a segurança do Instituto Nacional do Seguro Social INSS: “Com novo aumento, auxílio-doença infla o déficit do INSS.”

Em 9 de fevereiro de 2014 o tema da manchete da *Folha de S. Paulo* volta a questionar a Copa do Mundo: “Protestos levam Planalto a mudar discurso da Copa”. Após criticada pela

relevância nas obras para atender ao evento, a mídia diz que Dilma busca opinar de forma otimista e nacionalista em relação ao evento esportivo.

O mês de março inicia-se com a publicação de uma pesquisa do Instituto Datafolha que atesta a relação da renda econômica com a votação. Basta o Partido dos Trabalhadores se destacar em intenções de voto ou até mesmo vencer uma eleição presidencial para que os diagnósticos e explicações comecem a aparecer. Não foi irrelevante a publicação da manchete de 2 de março de 2014 no jornal *Folha de S. Paulo*: “Entre eleitores de Dilma, 51% têm renda de até R\$ 1.448”.

O mês de março não poderia deixar esmoecer a onda de críticas e avaliações negativas à Copa do Mundo. Em 16 de março o jornal *Folha de S. Paulo* publica a denúncia do Tribunal de Contas do DF de que há índices de superfaturamento em obras de estádio: “Tribunal de DF vê indícios de sobrepreços em estádio da Copa”.

No mês de março, mais precisamente no dia 23, a *Folha de S. Paulo* busca atribuir Dilma Rousseff atrelando à candidata ao escândalo da Petrobrás e a compra de refinaria nos EUA: “Petrobras já tinha tentado obter 100% de refinaria”. A compra pela Petrobras da refinaria de Pasadena nos EUA causou um prejuízo de US\$ 1 bilhão para a estatal. A negociação tornou-se alvo de investigação da Polícia Federal e o tema tornou-se, nas eleições, o mais novo embate político entre governo e oposição. Ainda no mês de março, dia 30, uma nota na capa da *Folha de S. Paulo* destacou que as investigações do Tribunal de Contas da União (TCU) apontaram que a Petrobras atravancava auditorias: “Petrobras manobra para atrapalhar auditorias, diz TCU”. O jornal *O Estado de S. Paulo* também destacou o tema em manchete no dia 23 de março de 2014: “Crise na Petrobrás põe ‘Dilma gestora’ na mira da oposição”.

Em 6 de abril de 2014, *O Estado de S. Paulo* destaca em capa a entrevista do Caderno Economia: “Aposta do Governo Fracassou”. A matéria salienta a escolha do candidato Aécio Neves em nomear um assessor econômico, físico e professor de economia, Samuel Pessoa. Na matéria, o entrevistado faz duras críticas ao modelo de governo de Dilma Rousseff e defende que projeto desenvolvimentista “é uma tragédia” e deve ser convertido. Estadão. «Aposta do Governo fracassou». 06 de abril de 2014>>. O mesmo jornal publica no dia 27 de abril de 2014 que um bloco de reformas econômicas é necessário para uma maior produtividade e consequentemente um crescimento do país. Estadão. «Reforma para crescer». 27 de abril de

2014. Já o jornal *Folha de S. Paulo*, publica no mesmo dia o seguinte anúncio aos empresários “Indústria paga mais por luz do que antes da ajuda de Dilma”.

Em matéria de 6 de abril de 2014, o jornal *Folha de S. Paulo* destacou o pessimismo do brasileiro em relação à economia. Em capa, o jornal relata que o brasileiro deseja fortes mudanças no rumo econômico e descreve uma queda na intenção de voto do brasileiro à candidata Dilma Rousseff. Na mesma data, o jornal destaca em letras vermelhas a análise editorial na qual estampa que “para 63%, presidente fez menos do que esperado pelo país.”

No mês de maio, o refletor da manchete de domingo destacou a relação dos empresários paulistas com a então candidata Dilma Rousseff. O jornal *Folha de S. Paulo*, em 11 de maio de 2014 testou a legitimidade da então presidenta com os executivos, quando publicou a matéria que ressalta o suposto menosprezo de Dilma a estes. “Dilma esvazia órgão criado para empresários”. A matéria destaca a frustração da classe em não ter a atenção da presidenta em órgão criado para que o corpo de empresários auxiliasse os passos e ações do governo.

Nos meses subsequentes, junho e julho de 2014, período oficial de abertura a campanha eleitoral, as capas dividiram seu espaço com o resultado e desempenho dos países na Copa do Mundo. Entretanto, com o término do evento o assunto em pauta voltou a ser as eleições e a economia do país. Questões como crescimento fraco da economia, alta de inflação e incapacidade de Dilma Rousseff em conter corrupção voltam a fazer parte da agenda jornalística.

A influência dos resultados econômicos dominaram as eleições presidenciais, sendo este um tema central na política. A afirmação pode ser atestada no dia 2 de junho, mediante uma matéria de capa do *O Estado de S. Paulo*, que discorre: “O Palácio do Planalto avalia que o sucesso da campanha pela reeleição de Dilma, em 2014, depende agora da economia. Tudo será feito para que o ‘pibinho’ seja vitaminado e impulsionado”.

O fato da imprensa brasileira imprimir o termo *pibinho* com as aspas tem a intenção clara de ironizar a expressão; apresentar um argumento difuso no qual responsabilize o Governo Federal pelas falhas no desenvolvimento econômico. Em nenhum momento a imprensa expôs uma matéria atribuindo o fracasso econômico aos setores privados de produção, aos agentes de mercado, ao capital produtivo que são, na verdade, os que fazem o crescimento econômico e influenciam a estabilização monetária, ou até mesmo a uma crise econômica internacional.

Em matéria datada de 8 de junho de 2014 pelo jornal *Folha de S. Paul*, a capa anuncia: “Dilma pretende incluir sem-teto no Minha Casa, objetivo é atender reivindicações do MST para

estancar protestos na Copa”. Em 15 de junho de 2014, o jornal enfatiza que “Aécio diz que ‘tsunami’ vai ‘varrer’ PT do poder”. Em um domingo subsequente, a manchete publicada era ‘Cúpula do PT teme Marina no segundo turno e prefere Aécio”.

As matérias datadas de 31 de agosto de 2014; 7 de setembro de 2014 e 28 de setembro de 2014, da *Folha de S. Paulo*, destacam uma avaliação ruim da candidata Dilma Rousseff. Também destacam a ligação do partido em esquemas de corrupção: “Cursos rápidos inflam vitrine do eleitoral do governo Dilma; Ganhe ou perca a eleição, presidente já está derrotada na economia”. “Ex-diretor da Petrobras liga Campos e petistas à propina” e “PF investiga ligação entre tesoureiro do PT e doleiro preso”. As notícias contra corrupção tornam-se temas centrais nas manchetes de jornais e a intenção da cobertura jornalística é trazer à luz o debate contra corrupção. O assunto tornará central nas matérias de 2015.

Algumas matérias, tanto do jornal *O Estado de S. Paulo* quanto da *Folha de S. Paulo* destacam a alta do dólar e imprimem que o movimento, ao contrário de ser internacional, é um evento isolado e exclusivo do Brasil. Demonstra em algumas matérias que a alta da moeda impacta de forma negativa a inflação brasileira, que aliás parece sempre precisar de intervenções do Banco Central para que o mercado tenha uma estabilidade.

O crescimento da economia, assim como do PIB, é sempre compreendido de forma negativa, como um setor que resiste em progredir. Os investimentos na economia, bem como os acordos internacionais, são ínfimos e insignificantes. Em suma, o que a mídia descreve é que não existe um fortalecimento e muito menos uma confiança na economia nacional. Se a estabilidade financeira é base para um mercado sólido e equilibrado, esta condição não se faz presente na gestão da presidenta Dilma Rousseff (PT).

Em 3 de agosto de 2014, o jornal *Folha de S. Paulo* critica as pendências dos programas de infraestrutura do governo. Lançado por Lula em 2007, o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) foi criado para dar agilidade à obras de infraestrutura fundamentais, mas o que a manchete destaca é seu oposto: “Dilma lança PAC 3 sem concluir 30% de obras do PAC 1”. O atraso e descontinuidade nas obras questiona os empreendimentos não realizados previamente.

Dilma Rousseff teve um destaque no governo Lula devido ao fato de receber a incumbência de gerenciar o PAC. No ano de 2008 Lula apresentou Dilma como a “mãe do



PAC”, uma deslegitimação ao programa por meio de críticas seria considerada essencial pela mídia, pois auxiliaria na construção de desqualificação do programa e de quem o gerencia.

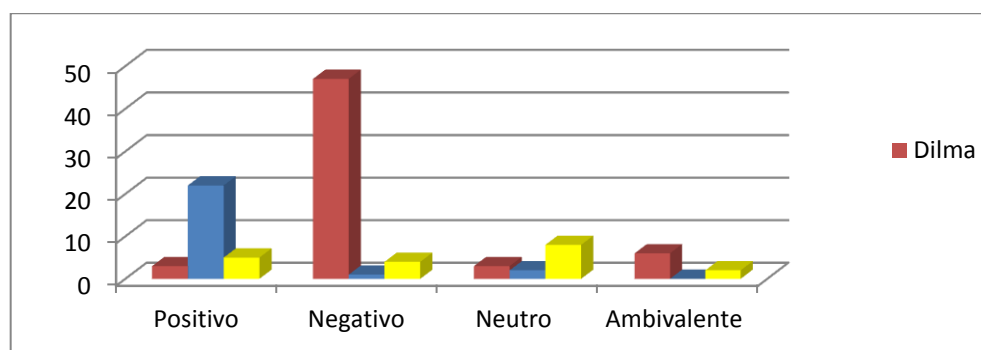
Críticas são feitas à candidata Dilma Rousseff em 31 de agosto de 2014, no jornal *Folha de S. Paulo*, insinuando que a criação de cursos técnicos é uma forma de propaganda eleitoral: “Cursos rápidos inflam vitrine eleitoral do governo Dilma”.

Em setembro de 2014, com as eleições bem próximas, o jornal *Folha de S. Paulo* concatena a candidata Dilma Rousseff e o Partido dos Trabalhadores a escândalos ligando a Petrobrás e propinas. As palavras utilizadas nas manchetes não configuram uma confirmação do partido ou sua candidata aos escândalos envolvendo a estatal, mas sim, configuram uma interligação entre estas, conforme podemos constatar das matérias dos dias 7 de setembro de 2014 e 28 de setembro de 2014: “Ex-diretor da Petrobras liga Campos e petista a propina” e “PF investiga ligação entre tesoureiro do PT e doleiro preso”. Neste período, a candidata Dilma Rousseff lidera as pesquisas com 44% dos votos válidos, segundo análise da Datafolha publicado em 5 de outubro de 2014.

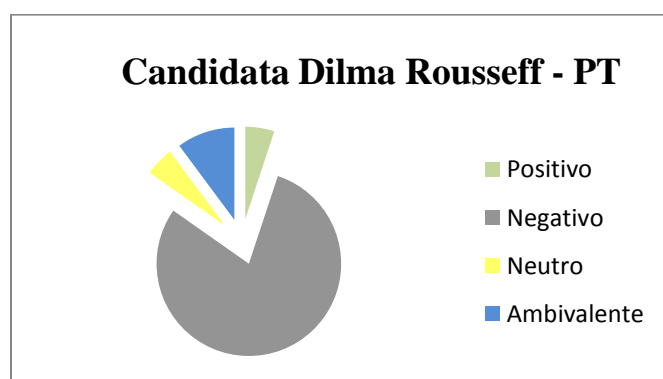
O espaço nobre da primeira página do jornal *Folha de S. Paulo*, dias antes do segundo turno das eleições, apresenta textos nada neutros quando se tratou da descrição em relação a avaliações de ordem moral, política ou pessoal da candidata Dilma Rousseff. A capa do dia 19 de outubro de 2014 oferece ao leitor nove matérias de temas diversos dos quais cinco fazem menções negativas à candidata e ao PT. O bombardeio de informações destaca “Desmate da Amazônia na gestão Dilma volta a crescer”; “Auditoria vê descontrole no Pronatec, vitrine petista”; “Delator diz que ex-chefe da Casa Civil recebeu R\$ 1 milhão”. Esta relaciona o ex-diretor da Petrobras Paulo Roberto Costa à então ex-ministra do PT Gleisi Hoffmann, que se licenciou para ser Ministra da Casa Civil de Dilma. Outra manchete que faz referência à candidata é: “Dilma admite pela 1ª vez que houve desvios na Petrobras”. Este tema também foi destaque no *O Estado de S. Paulo* do dia 19 de outubro de 2014: “Dilma admite que houve desvio de verba na Petrobras”. No ano de 2015 deu-se ênfase aos escândalos de corrupção, atingindo diretamente a Petrobras, o que possibilitou retornar nas discussões de antigas propostas de privatização da empresa. Dentro do período proposto, o tema totalizou 61 abordagens, das quais a maior parte eram negativas. O *Estado de S. Paulo* estampou 36 matérias das quais 27 foram negativas, 2 matérias ambíguas e 2 neutras (7 matérias tiveram assuntos diversos). O

jornal *Folha de S. Paulo* totalizou 25 abordagens políticas, sendo que 12 foram negativas, 1 ambígua e 6 neutras (6 matérias tiveram assuntos diversos).

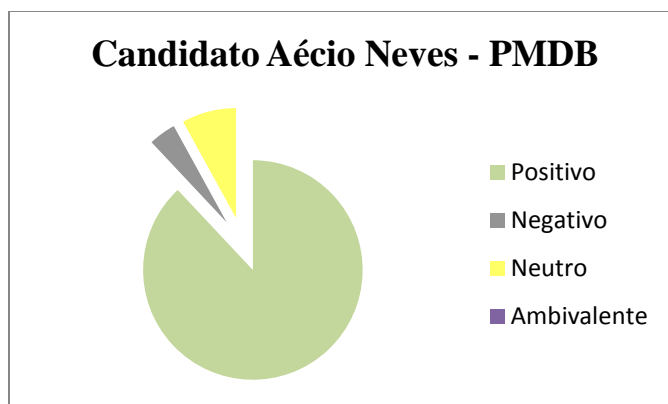
A candidata Dilma Rousseff totalizou 57 abordagens nas manchetes de capa de domingo, sendo 47 negativas. O candidato Aécio Neves teve 24 abordagens das quais apenas 2 eram negativas. Marina Silva por sua vez obteve 12 abordagens no total com 4 destas negativas. Os demais candidatos concorrentes a presidência de 2014 não foram mencionados em manchetes de capa no período delimitado.



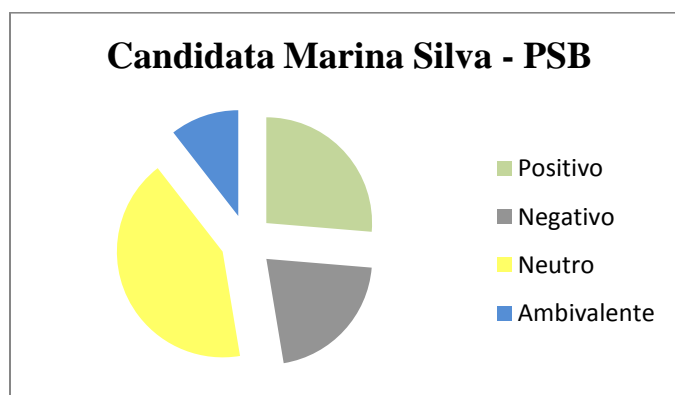
Fonte: Autora



Fonte: Autora



Fonte: Autora



Fonte: Autora

Ao aplicar os critérios de valência nas reportagens publicadas durante a campanha eleitoral podemos perceber que a presidenta Dilma Rousseff teve um número expressivo de matérias negativas comparadas aos dois candidatos de oposição mais fortes, Aécio Neves e Marina Silva.

Após a análise das manchetes podemos verificar que a imagem que se passa da Dilma é que sua gestão tem um controle endurecido, dificultando qualquer tipo de comunicação e negociação política, isto é, sua forma de fazer política é intensamente criticada, seu estilo hostil à alianças e a forma de fazer negociações imprimem à Dilma o perfil de uma mulher intransigente e não de uma gestora com atributos sólidos e firmes. Conforme podemos verificar na capa do *Estadão* do dia 22 de junho de 2014: “Dilma diz que não faz política com ódio nem ficará de joelhos”.

Em síntese, a característica mais marcante destacada pela mídia é de uma gestora que não manifesta confiança, alguém inabilitada e desqualificada ao trabalho, pois nunca está agindo de forma precavida, muito pelo contrário, é alguém que está sempre travando o desempenho do país mediante suas más decisões políticas e econômicas.

Em um mundo midiático realmente democrático as informações e divergência de abordagens negativas à determinados candidatos e partidos chamam a atenção, além de serem significativos. Salvo revelar a dimensão dessas vinculações, a análise nos permite compor o quadro de que o jornal *O Estado de S. Paulo* atua na defesa de uma causa ou veto da mesma. Por exemplo, em certas ocasiões restringe informações e ora apóia governos, partidos ou candidatos.

A capa do dia 5 de outubro de 2014 do jornal *O Estado de S. Paulo* pode comprovar tal campanha: “Ibope mostra Aécio à frente de Marina em empate técnico”. A matéria destaca a melhora do candidato Aécio Neves, mas em momento algum enaltece a grande diferença que há entre ele e a candidata Dilma Rousseff. Além da mesma capa conter uma segunda nota com o título “A hora da razão”, o destaque imprime um apoio ao candidato tucano, enaltecendo a competência e capacidade do candidato em transformar o país e responsabilizá-lo por ser o homem “capaz de colocar o Brasil novamente no rumo do crescimento sustentado”.

Uma amostra da fidelidade do jornal ao candidato tucano ainda pode ser presenciada na capa do dia 26 de outubro de 2014, dia da votação, onde uma informação publicada no canto direito da página *Notas & Informação* traz o seguinte título “Um voto pela reconciliação nacional”. O texto é um convite para o candidato investir seu poder em acabar com a polarização nacional e travestindo o Partido dos Trabalhadores como o responsável pelo conflito social, “...hoje cada brasileiro tem a oportunidade de conter essa ameaça, votando no candidato que se propõe a reconciliar o Brasil consigo mesmo: Aécio Neves”. (O Estado de São Paulo, 26 de outubro de 2014). Uma discrepância notável dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo* é o fato de que mesmo que a *Folha* faça uma cobertura claramente favorável ao candidato, a mídia não explicita suas opiniões. Já o *Estado* parece ser um jornal atuante em campanha política.

Como “prestadora de serviços” de informação, a mídia teria, pela lógica, uma função fundamental nas democracias, que seria informar sobre os acontecimentos nacionais e internacionais levando às pessoas um conjunto de conhecimentos, e não exercendo a sua capacidade de influenciar para controlar o enquadramento da notícia e fazer campanha.

É adequado pensar nos efeitos que a mídia promove na população. As inclinações do discurso da mídia podem ser mediadas pelos comentários de seus receptores. O entendimento do impacto político da cobertura jornalística ocorre pela definição da agenda e percepção dos enquadramentos sobre as questões políticas, em síntese, pela construção dos cenários de representação da política. Agendamento ou enquadramento não são facilmente interpretados por uma variável numérica. É muito mais complexo que isso, entretanto, fica implícito o desequilíbrio da cobertura dos jornais. A imparcialidade adotada pelos meios de comunicação analisados faz uma denúncia relativa ao viés antipetista da mídia e sua candidata Dilma Rousseff.

## Considerações Finais

A pesquisa abrange uma análise do papel da mídia em relação ao Partido dos Trabalhadores e sua candidata à reeleição Dilma Rousseff durante as eleições presidenciais de 2014. Em 2011 Lula entrega a presidência da República à sua sucessora Dilma Rousseff. A presidenta tem a maior aprovação já registrada num primeiro ano de mandato desde a redemocratização. Após dois anos de mandato seu desfecho se mantém positivo. Já nos dois meses posteriores, o que seria equivalente aos meses de junho e julho de 2013, Dilma enfrenta a primeira queda da sua popularidade. O período desta avaliação coincide com as várias manifestações populares que ocorreram por todo o país principalmente nas principais capitais, as chamadas *Manifestações dos 20 centavos*, *Manifestações de Junho* ou *Jornadas de Junho*. Sucessivamente, em 2014, a aprovação de Dilma cai e o brasileiro não está mais otimista. O Governo expõe uma reprovação à Presidenta. Isso ocorre pois, segundo as pesquisas, a corrupção lidera o ranking de problemas. Nesta pesquisa estimou-se que três em cada quatro brasileiros apoiam as manifestações, além de 63% dos brasileiros julgarem que o Congresso Nacional deveria abrir um processo de *impeachment* para afastar Dilma da presidência.

Este mapeamento mostrou que o período de maior reprovação do governo Dilma foi em meados de novembro e dezembro de 2013, conforme medido pelo departamento de pesquisas e informática do Grupo Folha da Manhã – Datafolha. Este período harmoniza exatamente com o início do processo eleitoral para a mídia, conforme defende o autor Venício A. de Lima, jornalista e politólogo da Universidade Federal de Brasília – UNB. De acordo com o autor, o calendário eleitoral oficial das eleições inicia-se em 6 de junho, no entanto, para a mídia este se inicia um ano antes das eleições, o que seria novembro/ dezembro de 2013.

O período de análise: considerando que a construção das imagens públicas dos candidatos é um processo cultural de longo prazo, as análises não podem ser reduzidas ao que normalmente se considera o período das campanhas eleitorais, isto é, espaços de tempo nunca superiores a seis meses. As análises terão que ser feitas por um período mínimo de 12 meses (LIMA, 2001, p. 205)

Analisamos a mídia durante este período a fim de catalogar e pautar nossa análise. Conseguimos verificar com análise das manchetes de cada domingo do ano (novembro de 2013 a novembro de 2014) dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de São Paulo*, além de nos embasar em análises apresentadas pelo website de cobertura eleitoral Manchetômetro, buscando

registrar informações sempre que a manchete e o texto que a acompanha é positivo, negativo, neutro e ambivalente para a imagem do candidato assim como partido, pessoa ou governo que faz referência. Não analisamos a veracidade da mensagem, mas o significado que a mesma passa para o público uma vez que esta interfere na formação de opinião do eleitor.

A notável vinculação negativa validada na pesquisa pode ser entendida pelo que Venício de Lima descreve por enquadramento. Estas mensagens e a forma como são construídas e propagadas, ocorrem, de acordo com o autor, por meio de uma ferramenta da Teoria da Comunicação intitulada enquadramento. O panorama teórico do enquadramento, inicialmente formulado por Goffman na década de 70, mas atualmente discutido por diversos autores, expõe que a mídia faz uso de certas palavras, ideias, expressões, adjetivos, que propaga um enquadramento, algo como um recorte, onde este tem por objetivo modelar o acontecimento, destacando alguns aspectos e ocultando outros. O conceito de enquadramento, de forma sucinta, diz respeito ao recorte e enfoque que determinado tema será abordado e interpretado pelo interlocutor para ser explicitado ao público.

Segundo o autor, tendemos a perceber os eventos e situações de acordo com enquadramento que nos permitem responder à pergunta: ‘O que está acontecendo aqui?’ Neste enfoque, enquadramentos são entendidos como marcos interpretativos mais gerais, construídos socialmente, que permitem às pessoas dar sentido aos eventos e às situações sociais (PORTO, 2014, p. 78).

A questão é que o grande risco deste processo de recortar determinado ponto de vista do fato é porque este se tornará conhecido, será “a verdade” do fato. Esta suposta verdade construirá, conforme defende Venício, o significado que damos à política, por exemplo. O recorte que a mídia faz tem um grande risco porque ela determina o ponto de vista de um fato, este se tornará conhecido, será o real e influenciará por sua vez a opinião pública, conforme defende Venício.

A mídia possui uma hegemonia, um instrumento essencial e de grande valia para dar veracidade e legitimar a construção destes significados e valores, fazendo com que o ponto de vista oferecido por estes meios de difusão de informação legitimem sua verdade ao fato descrito e ao significado que damos ao mesmo, solidificando assim a construção do cenário de representação política, que seria o imaginário social. Explicamos a definição de Cenário de Representação Política (CR-P), esta intrinsecamente ligada a uma tradição de estudo nas ciências humanas, conforme defende o autor Venício de Lima. Entretanto, o mesmo limita-se a considerar as duas vertentes mais importantes para esta tradição, aquelas identificadas com a *École des*

*Annales* francesa, que indaga o imaginário social e, outra vertente, que se desenvolve especialmente na ciência política, que é a cultura política.

O conceito de CR-P foi elaborado por Venício de Lima a partir da noção de hegemonia de Gramsci, posteriormente trabalhada por Raymond Williams. A utilização deste conceito se faz importante porque busca estudar a construção pública dos significados sociais relativos à política, na qual a hegemonia é ferramenta essencial para construção da realidade, pois é formadora e criadora de significados e valores.

Fazendo uma compilação do tratado até o momento podemos compreender que o conceito de “cenários de representação da política”, CR-P, do autor Venício A. de Lima busca expor como se estruturam os imaginários sociais e como a mídia tem um papel chave na construção destes imaginários. É então que, a partir daí, da posse do conhecimento em como funciona o conceito de hegemonia e contra-hegemonia do autor Gramsci, que absorvemos como trabalha, essencialmente pela mídia, o discurso na disputa por um espaço simbólico no imaginário social. Se destrincharmos o conceito podemos compreender por cenário “como aquele espaço onde a ação se desenvolve” em “representação, significando não só representar a realidade, mas também constituí-la” (LIMA, 2001, p.181-182).

O imaginário social e a nossa cultura política são construídos antes mesmo da centralidade da mídia brasileira. “São elementos estruturais que constituem traços persistentes de nossa formação cultural e que tem sido identificado em estudos ligados ou não à interpretação política, como, por exemplo, o autoritarismo hierárquico e arbitrário” (CHAUÍ, 1986, p.196). Abrindo um parênteses de preceito étnico, vemos de extrema importância o parecer de Marilena Chauí no que se refere à sociedade brasileira como uma sociedade de característica autoritária. A autora defende que, particularmente, um grupo social enxerga que os deveres e direitos do cidadão estão sustentados, amparados em uma distinção, como um privilégio de classe, numa sociedade onde a relação social é marcada pela desigualdade e esta é ferramenta essencial para assinalar a prerrogativa de mando e obediência. Conforme destaca a autora, os indivíduos são, a partir desta característica, divididos entre superiores e inferiores e a desigualdade é ferramenta essencial para se decifrar os códigos de hierarquização das relações sociais e pessoais no Brasil.

É uma sociedade na qual as diferenças e assimetrias sociais e pessoais são imediatamente transformadas em desigualdades, e estas, em relação de hierarquia, mando e obediência (situação que vai de família ao Estado, atravessa as instituições



públicas e privadas, permeia a cultura e as relações interpessoais) (CHAUI, 1986, p. 54).

O autoritarismo arbitrário também é citado pela autora como uma característica do preceito étnico da sociedade brasileira, onde leis são criadas para resguardar privilégios e tornam-se instrumento para repressão e opressão. Defende a autora que os direitos, no caso das camadas populares, são ostentados como permissão e estas dependem da opinião e capricho do Governo vigente.

Outra característica marcante de nossa cultura política é a “cultura política da dádiva” e o “fetiche da igualdade” (SALES, 1994) onde a autora Teresa Sales defende que cultura da dádiva seria um complemento a uma cidadania concedida, aquele que tem o poder concede algo a alguém. Para exemplificar, a autora chama a atenção para o coronel que tinha o prestígio, não por meio de posses ou recursos econômicos, mas detinha o monopólio da violência, no período da República Velha. Este coronel atuava para as elites políticas, usando da sua força para controlar e dirigir os votos conforme sua intenção. A elite controlava os coronéis e estes controlavam os votos, assim ele deixava de ser um “falido” e passava a ter benefícios monetários das elites com dádivas (um médico, um alimento, um vestuário). Tal prática contribui para o não exercício de uma cidadania, pois esta tem o costume de receber a dádiva em troca do voto. Segundo Sales esse é um problema estrutural para a nossa cultura. Esta cordialidade travestida gera uma total incapacidade do brasileiro de seguir as regras. São pontos, defende a autora, que inviabilizam a sociedade brasileira nos colocando na posição de um dos países mais corruptos, devido ao fato de não seguirmos a lei. E com esta crítica revertermos ao que o autor Moisés cita por “desconfiança política” e a “insatisfação com o governo” (1995). A junção destes elementos compõem os traços culturais, que edificados na tradição do nosso imaginário social e da nossa cultura política, dão hegemonia à construção da excelência do CR-P, ou seu inverso, sua desestabilização. Ou seja, a aplicabilidade deste conceito, conforme defende o autor está em verificar quanto um candidato consegue ajustar sua imagem à estes traços culturais construídos por meio do nosso imaginário social e da nossa cultura política, pois, conseguindo se aproximar ao CR-P, o candidato tem mais chances de derrotar aquele que não alcançar o “tipo ideal”.

A produção midiática, conforme podemos verificar ao longo da pesquisa, buscou aproximar a candidata Dilma Rousseff destes argumentos de desconfiança política e insatisfação ao governo, construindo assim uma imagem negativa da mesma. O resultado foi uma

fragmentação nas eleições, as posições políticas foram muito bem desenhadas e delimitadas, esquerda versus direita, neoliberais contra bolivarianos, petralhas defronte à coxinhas, bem contra o mal. Este sentimento de ódio rancor e ignorância reverberaram em uma determinada faixa da sociedade.

A este respeito introduz-se nossa pesquisa apoiada em uma literatura já produzida sobre a grande mídia onde conseguimos costurar da observação deste cotidiano padronizado no qual uma notável parcela da opinião pública odeia o PT, seus candidatos e eleitores. O que nos motivou na pesquisa foi buscar compreender daqui, deste cotidiano, alguma conexão escondida, uma conexão que poderia diferenciar o entendimento comum à ciência.

Para tentar absorver o cotidiano citado, nos apoiamos na obra do antropólogo político Günther Schlee e sua pesquisa sobre a produção do inimigo. Com sua teoria conseguimos estabelecer um diálogo entre a construção da mídia de um cenário singular de representação política e a concepção do interlocutor em relação a notícia. O etnólogo procura demonstrar como a identidade étnica desponta como uma articulação política. O autor defende que os conflitos podem se estabelecer mesmo associados a um mesmo sistema cultural de signos. Dessa forma um conflito que surge aliado à ideia de um movimento pela “libertação nacional” pode traduzir uma conflitualidade que ganha legitimidade em uma lógica de disputa envolvendo terras, petróleo ou água, ou mesmo no simples desejo de se apropriar de poder.

Se estas mensagens de hostilidade que presenciamos no período pré-eleitoral e eleitoral foram uma resposta a este inimigo, e este inimigo, segundo Günther Schlee, é uma produção dos nossos registros culturais, o raciocínio aqui portanto é considerar que estas mensagens hostis revelam a intolerância do brasileiro. Dado o exposto podemos defender que assim que despontou a ameaça à grandeza da desigualdade social surgiu a opinião de defesa contra uma “agressão” interna, e a este agressor, a mídia vinculou um personagem e um partido político, que seria o PT e seus representantes.

Partindo dos estudos sobre criação de inimigo e conflito, Günther Schlee defende em sua teoria que a guerra é um acervo de aspectos sociais, políticos, étnicos, econômicos, religiosos, culturais, ideológicos, entre outros. Tais aspectos, segundo o autor, estariam relacionados a uma armação prévia, ou seja, existe uma manipulação dentro destes para atender a determinados interesses na disputa.

Nossa hipótese com esta pesquisa seria identificar se esta elite, composta pelos setores do capital financeiro, pelas velhas oligarquias políticas e pelas elites midiáticas que busca monopolizar um grupo criando um inimigo para atingir seus interesses, utiliza-se dos grandes meios de comunicação regulados por oligopólios e grupos conservadores para elaborar e reproduzir uma criminalização do Partido dos Trabalhadores por meio de mensagens negativas ao partido e aos seus respectivos candidatos buscando assim criar um inimigo.

Para atender esta lógica seria necessário de acordo com Günther Schlee, identificar uma diferença que até então estaria escondida, e resgatá-la na disputa como uma bandeira de luta. Os meios de comunicação com sua arte de compor uma manipulação dos dados, no chamado enquadramento da mídia, estruturam sua conduta de valorizar uma parte, o que acaba por camuflar e beneficiar outra cumprindo com um papel decisivo no incentivo deste ódio e preconceito propagado no eleitorado de São Paulo. O fato de vermos em manchetes notícias tão negativas que nutriam a criminalização do Partido dos Trabalhadores provocaram um ódio e instalaram um medo no eleitorado.

A mídia articulada às demais elites do país só consegue propagar a percepção negativa do Partido dos Trabalhadores associando-o a uma personificação do inimigo. E, se acompanharmos a lógica do autor, captamos que a produção deste inimigo utiliza-se da cultura política brasileira como ferramenta para manipular o jogo de disputa.

A questão é: como este inimigo é criado? Como a criminalização do Partido dos Trabalhadores foi propagada? A mídia vincula a informação desejada pela elite dominante conforme seu interesse de poder e assim manipula uma narrativa, alimenta boatos e um escândalo puxa o outro escândalo. Basta aludir alguns comentários e a mídia é capaz de ter uma matéria com estes impulsos negativos onde faíscas se tornam incêndio alimentando esta ideia de inimigo.

Existe uma ligação entre o que esta elite deseja que a população saiba e o que a mídia publica. Esta mídia utiliza o enquadramento para construir uma imagem negativa do PT que dá à população uma percepção tendenciosa da política brasileira. A questão é: como esta manipulação é legitimada? A grosso modo, um sistema de símbolos que fazem parte do imaginário e cultura política do brasileiro de acordo com o autoritarismo hierárquico e arbitrário identificado por Marilena Chauí, e a “cultura política da dádiva”, bem como o “fetiche da igualdade” estudado por Tereza Sales, são libertos e recuperados pela mídia em suas matérias. Esta divergência presente na cultura política brasileira, conforme analisamos no Cenário de Representação

Política, onde uma determinada parte da opinião pública, quando deparada com o risco da desconstrução hierárquica de mando e obediência, além de um processo relacionado à igualdade social ou a qualquer tipo de incentivo ao compromisso social, exteriorizou um sentimento de medo, intolerância, preconceito e ódio expressos de forma padronizada na última eleição presidencial. Contudo, esta antipatia e animosidade presentes em grande parte do eleitorado já são intrínsecas da cultura política brasileira, tornando assim possível a criação de um inimigo.

Em suma, a mídia e os grandes meios de comunicação lideram a utilização de discursos, imagens, argumentos e personagens com uma entonação negativa buscando “criar” um problema. A reação do público seria pedir por segurança e comprometimento conforme vimos nos ciclos de protestos ocorridos nas principais capitais do país. Esta concepção é aplicada gradualmente, por um tempo consecutivo, conforme defende o autor Venício de Lima, buscando obter uma aceitação pública que leve a população a crer que são eles os responsáveis por exigir mudança. Esta questão se valida na exposição da opinião pública com o índice de popularidade do governo Dilma caindo gradualmente, uma vez que este governo compromete com a ordem neoliberal prescrita pela elite política e econômica brasileira. Esta elite utiliza-se do cenário midiático, buscando bombardear o público com informações negativas e ambíguas ao Governo, buscando assim criar um inimigo.

A estratégia de se criar este adversário como elemento primordial de controle social consiste em desviar a atenção do público para o real interesse da elite política e econômica, que seria conter a vontade de mudança e defender os equilíbrios tradicionais. Conforme defende o autor Günther Schlee, utiliza-se destas ferramentas para se criar o inimigo. Mas para legitimar e ratificar esta prática é necessário fazer uso do aspecto emocional e cultural, utilizando-se dos registros culturais para se criar este inimigo.

O sentimento de ódio foi manifestado de forma latente na campanha presidencial de 2014. Chamou nossa atenção o fato de não haver constrangimento algum em expor um ódio, um preconceito ao Partido dos Trabalhadores e seus candidatos. Este sentimento de asco disseminado espalhou-se por uma parte considerável do eleitorado, onde vimos manifestações de ojeriza política como “Nordestinos não sabem votar”, “Abaixo Bolsa Esmola”, “Vão pra Cuba”, “deveríamos nos separar do resto do país” entre tantas outras formas até mais negativa de expressão.

Alguns destes argumentos vexatórios podem ser vistos na mídia. As mensagens negativas, que são frutos desta histeria, esta fobia do outro, servem como lenha na fogueira, incitando o ódio e alimentando a criação de um inimigo. Mas estas declarações do eleitorado, conforme vimos na teoria de Günther Schlee, só poderia ter explicações antecedentes aos termos sociais, estes argumentos carregados de intolerância, hostilidade e rejeição que estão embutidos na cultura brasileira. O que a mídia, controlada por uma elite fez, foi aflorar este ódio à igualdade, ao compromisso social que se encontra na raiz da cultura política brasileira e fazê-lo se espalhar no processo eleitoral. Do medo também brota o ódio e um governo que abriu espaço para políticas de democracia como isenção de planos econômicos e sociais, que mostra a desigualdade e busca melhorias como financiamentos sociais só poderia ser um inimigo, uma vez que a expansão da democracia incomoda.

Se estas mensagens de hostilidade que presenciamos no período pré-eleitoral e eleitoral foram uma resposta a este inimigo, e este inimigo, segundo Günther Schlee, é uma produção dos nossos registros culturais, o raciocínio portanto é considerar que estas mensagens hostis revelam a intolerância do brasileiro. Dado o exposto podemos defender que assim que despontou a ameaça à grandeza da desigualdade social surgiu a opinião de defesa contra uma “agressão” interna, e a este agressor, a mídia vinculou um personagem e um partido político, que seria o PT e seus representantes.

Pela observação dos aspectos analisados estamos convictos de que em função do PT tornar-se alvo constante de ameaças não só às gestões de Dilma Rousseff e Lula mas também do esgotamento que o partido sofreu pelo impeachment e pela Lava Jato, as matérias publicadas na mídias tradicionais o fragilizou e o tornou um inimigo e o combate de parte da sociedade contra o partido seria inevitável. O debate que a mídia promoveu, principalmente em relação ao PT, acabou por desgastar o partido e contaminar parte da sociedade. As consequências podem ser atestadas no resultado das eleições municipais de 2016, no qual o partido foi o que mais encolheu, desempossando mais das metades das prefeituras conquistados há quatro anos, na última eleição. O Partido dos Trabalhadores perdeu a gestão de um número significativo de municípios nas eleições municipais de 2016. O partido irá governar em apenas 263 cidades a partir de 2017 e de 638 prefeituras conquistadas nas eleições municipais de 2012, o partido ficou apenas com 254 nesta eleição, uma derrota considerável. (<http://www.cartacapital.com.br/politica/em-4-anos-pt-perde-60-das-prefeituras> )

É uma queda de 60% em comparação a 2012, quando o Partido dos Trabalhadores foi bem-sucedido em 638 candidaturas. Os despojos dividiram-se por uma miríade de siglas, sobretudo do campo conservador. Entre os principais partidos, o PSDB, o PSD, o PDT e o PCdoB tiveram um resultado superior ao das eleições passadas

Ter ganho a eleição não coroou seu mandato, pois Dilma Rousseff continuou sua batalha, neste momento, não mais por votos, mas para manter o cargo, que democraticamente seria seu por direito. Dilma enfrentou ainda diversas manifestações pelo Brasil, um consenso popular aclamava por seu *impeachment* e nas principais cidades do país manifestantes aclamavam sua convicção anti-Dilma e anti-PT. O desgaste econômico, processos de investigação de corrupção, “pedalas fiscais” e supostos rombos em cofres públicos tornaram motivos oficiais e mesmo que estes pecados não levassem o nome da presidenta como responsável ou que fossem muito menor do que o Congresso abarrotado de investigados e culpados a situação teve seu ponto de ebulição e em uma votação aberta 513 deputados da Câmara no dia 17 de Abril de 2016 impediram a presidenta Dilma Rousseff de seguir com seu mandato. A intenção de sustentar o processo de *impeachment* não parece ser o de retificar qualquer falha no sistema político ou buscar dizimar a prática de corrupção, mas sim de afastar a petista do Governo. Uma grande parte do país, 60% conforme dados publicados pelo Instituto *DataFolha*, apoia o processo de *impeachment* da presidenta, mesmo que este seja ilegítimo e anti-democrático. A questão não é ratificar a falha no sistema de representação política, mas tirar a personagem que, supostamente, carrega todo tipo de culpa e responsabilidade pela crise política que o Brasil enfrenta. O incômodo tornou-se Dilma Rousseff e o partido que ela representa. O inimigo estava criado.

## Referências Bibliográficas

AGAMBEM, Giorgio. **Homo Sacer: O poder soberano e a vida nua**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

ALMEIDA Jorge. **Como Vota o Brasileiro** Editora Casa Amarela, 1996

ARRUGUETE, Natália. **Los medios de comunicación y la formación de la agenda pública**. Ed. Verso e Reverso, São Leopoldo, n. 41, ano XIX, 2005/2.

AZEVEDO, Fernando. Agendamento da Mídia. IN RUBIM, Antonio A.C. (org.) **Comunicação e Política: Conceitos e Abordagens**, Salvador: Editora UFBA, São Paulo: Fundação Editora Unesp, 2004

AUGRAS, Monique. **Opinião pública**. Ed. Petrópolis, Vozes, 1970.

..... À procura do conceito de opinião pública. In: **Opinião pública: teoria e processo**. Petrópolis: Vozes. 1970. Cap I, p.11-19.

BOBBIO, Norberto, **Dicionário de política**. Editora Universidade de Brasília, Brasília, 1998.

BOURDIEU, Pierre. A Opinião Pública não existe. In: BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983, p. 173-182

BYINGTON, Elisa. **O Estado de Exceção: Entrevista com Giorgio Agambem**. Carta Capital, 31/03/2004, pp. 76-78.

CHOMSKY, Noam. **Fabricação do consenso**. Disponível em: <https://youtu.be/5bisz1DBUfE>  
Acesso em: 25 de janeiro de 2015

..... **Mídia: Propaganda Política e Manipulação**. Wmf Martins Fontes. Edição Digital, 2013.

Geraldo Di Giovanni, **Atores Políticos**, Dicionário de Políticas Públicas Editora UNESP, 2015

CHAIA, Vera. Escândalos Políticos e mídia: casos na vida política brasileira. In: **Comunicação & Política**. Rio de Janeiro, III (3), pp. 74-109, setembro/dezembro de 1996.

CHAUÍ, Marilena. **Conformismo e resistência** - Aspectos da cultura popular. São Paulo: Brasiliense, 1986.

COHN, Gabriel. **Sociologia da comunicação**. Teoria e ideologia. São Paulo, Pioneira, 1973.

DAHRENDORF, Ralph. **Class and Class Conflict in an Industrial Society**. Publicado por Routledge & Kegan Paul PLC, 1972

FOUCAULT, M. **Nascimento da Biopolítica**. Rio de Janeiro, Edições Graal, 1988.

..... Curso em Collège de France (1978-

1979). Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. Rio de Janeiro, Ed. Forense Universitária, 2007.

..... A ordem dos discursos. 6ª ed. SP: Loyola, 2000.  
<https://projctophronesis.files.wordpress.com/2009/08/foucault-michel-a-ordem-do-discurso-aula-inaugural-no-college-de-france.pdf> Acesso em:

..... **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis, Ed. Vozes, 1987.

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere**. Vol. 5. Rio de Janeiro, Ed. Civilização Brasileira, 2002.

GRUPPI, L. **O conceito de hegemonia em Gramsci**. Rio de Janeiro, Ed. Graal, 1978.

HARDT, Michael & NEGRI, Antonio. **Império**. Rio de Janeiro, Record, 2003.

..... **Multidão: guerra e democracia na era do império**. Rio de Janeiro, Ed. Record, 2005.

HARVEY, David. **O novo imperialismo**. São Paulo, Ed. Loyola, 2005.

HOLLANDA, Cristina Buarque. **Teoria das Elites**. Rio de Janeiro, Ed. Zahar, 2011.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Rio de Janeiro, Ed. Vozes, 2008.

LEVI, M. e BRAITHWAITE, V. **How can we trust our fellow citizens?** In: WARREN, Mark. Democracy and trust. Cambridge: Cambridge University Press. 2001.

MOISÉS, J. A.; **Os brasileiros e a democracia - bases sócio-políticas da legitimidade democrática** São Paulo: Ed. Ática; 1995.

MOISÉS, J. A. Democratização e cultura política de massa no Brasil in *Lua Nova* ; 1992.

..... "Comentário" in Marco Aurélio Garcia, org., **As esquerdas e a democracia**; Rio: Paz e Terra, 1984.

TIBLE, Jean Junho. **Potência das ruas e das redes**. Editora: Friedrich Ebert Stiftung (FES) Brasil, 2014



- LIMA, Venício Arthur de. **Cenário de representação da política** — CRP. In: Comunicação & Política. Rio de Janeiro 1994.
- MARX, Karl & ENGELS, Friedrich. **Manifest der Kommunistischen Partei**. Editora Anaconda Verlag, 2009.
- MARX, Karl. **O 18 de Brumário de Luis Bonaparte**. São Paulo, Ed. Boitempo, 2011
- MOSCA, Gaetano. **A classe dirigente**. In: SOUZA, Amaury de. Sociologia e Política. Rio de Janeiro, Ed. Zahar Editores, 1966. pp. 51-69.
- MIGUEL, Luis Felipe. **Quanto vale uma valência?** Revista Brasileira de Ciência Política, no17. Brasília, maio - agosto de 2015, pp. 165-178.
- MORAES, Dênis de. **Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação**. São Paulo, Ed. Boitempo, 2013.
- OZ, Amós. **Como curar um fanático: Israel e Palestina entre o certo e o certo**. São Paulo, ed. Companhia das Letras, 2016.
- PARETO, Vilfredo. **As elites e o uso da força na sociedade**. In: SOUZA, Amaury de. Sociologia e Política. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1966. pp. 70-88.
- PORTO, Mauro. **As mídias e a legitimidade da democracia no Brasil**. In: Fausto Neto, Antonio e Pinto, Milton José (orgs.) Mídia & Cultura. Rio de Janeiro, Diadorim, 1997.
- PORTO, Mauro. Enquadramento da Mídia IN RUBIM, Antonio A.C. (org.) **Comunicação e Política** – Conceitos e Abordagens, Salvador: Editora UFBA, São Paulo: Fundação Editora Unesp, 2004
- THOMPSON, John B. **O Escândalo Político** – Poder e visibilidade na era da mídia. Editora Vozes, Petrópolis, 2000
- SCHLEE Günter. **How Enemies Are Made: Towards a Theory of Ethnic and Religious Conflicts** Oxford, New York, Editora Berghahn Books, 2008.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Novas tendências. Lisboa, Editorial Presença, 2001.

### **Sites consultados**

DCM, O essencial. NOGUEIRA, Kiko. Lula devia estar morto. O torno devia ter cortado a cabeça dele, diz Roberval Fraiz, líder do PMDB em Araraquara (SP). Disponível em:

<http://www.diariodocentrodomundo.com.br/lula-devia-estar-morto-o-torno-devia-ter-cortado-a-cabeça-dele-diz-roberval-fraiz-lider-do-pmdb-em-araraquara-sp/>

DOXA. Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública. Disponível em: Acesso em: 29 out. 2013. JUNIOR, José Ferreira. Capas de Jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico visual. São Paulo: Senac, 2002. QUAL O SITE???

G1. Cremers apura consulta cancelada por pediatra a filho de ex-secretária. Vereadora suplente do PT no RS fez desabafo nas redes sociais. Ariane Leitão acredita que motivo do cancelamento foi político. Disponível em: <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2016/03/cremers-investiga-cancelamento-de-consulta-filho-de-ex-secretaria-no-rs.html>

Clovis de Barros Filho, Opinião Pública. Disponível em: [https://youtu.be/e8vd18S5\\_Ws](https://youtu.be/e8vd18S5_Ws)  
<http://evoluireducacional.com.br/wp-content/uploads/2012/08/21979592-Bourdieu-A-opiniao-publica-nao-existe.pdf>

MAFFESOLI, Michel. Vejo esses movimentos como Maios de 68 pós-modernos. O Globo, 22 jun. 2013. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/pais/michel-maffesolivejo-esses-movimentos-como-maios-de-68-pos-modernos-8786658>

Manchetometro. Disponível em: <http://www.manchetometro.com.br/>

SALES, Tereza. Raízes da desigualdade social na cultura política brasileira. Disponível em: [http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs\\_00\\_25/rbcs25\\_02.htm](http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_25/rbcs25_02.htm)