

Um Estudo Empírico sobre o “mensalão”¹

Eduardo NUNOMURA²
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

A análise quantitativa (seleção, agendamento e enquadramento de notícias) do material discursivo da Folha de S. Paulo e da Veja sobre o “mensalão” traz evidências do empenho desses veículos em personalizar a crise do *lulismo* na figura do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Ao comparar o tratamento dispensado a esse caso com o do grampo do BNDES e dossiê antitucanos, durante os anos de 1998 e 1999 no governo de Fernando Henrique Cardoso, pode-se notar que o jornal e a revista exerceram um papel ativo sobre a definição e os encaminhamentos da pauta política em 2005.

Palavras-chave

Mídia; política; estratégias de comunicação; concentração midiática e mídia criticism

Introdução

Em junho de 2005, a imprensa revelou um complexo esquema de corrupção, com envolvimento de partidos e líderes da base aliada do governo de Luiz Inácio Lula da Silva, no hoje conhecido “escândalo do mensalão”. Pelas denúncias, o publicitário Marcos Valério teria desembolsado dezenas de milhões de reais para pagamento de políticos, de dívidas do PT e para financiamento ilegal de campanhas. A cobertura da mídia foi intensa e desfavorável ao presidente e ao governo. Alguns formadores de opinião e veículos de comunicação chegaram a dar como certa a derrota do petista nas eleições de 2006. A realidade, contudo, mostrou-se outra. O presidente recuperou sua popularidade, foi reeleito e, quatro anos depois, elegeu sua sucessora, a atual presidente Dilma Rousseff.

Até que ponto a agenda proposta pelos meios de comunicação foi menosprezada pela sociedade brasileira? Se a derrota do presidente petista era iminente, deve-se creditar isso a

¹ Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Curso de Ciências das Comunicações da ECA-USP, email: nunomura@usp.br
Orientador do trabalho: Eugênio BUCCI, professor do Curso de Jornalismo da ECA-USP, email: ebucci@usp.br.

um mero erro de prognósticos dos fazedores de notícia ou estes fizeram uma aposta política equivocada? O tema escolhido para esse artigo foi o dos escândalos políticos midiáticos (EPMs) e, particularmente, a análise dos casos do “mensalão” (governo Lula) e do “grampo do BNDES” e “dossiê antitucanos” (FHC). Segundo THOMPSON (2002, p. 139), a “importância dos escândalos políticos nas sociedades democráticas liberais é que eles são (ou se tornam) lutas sobre as fontes do poder simbólico”, onde essa disputa na sociedade moderna ocorre na arena midiática. Ao mesmo tempo em que os personagens da política recorrem à mídia de forma cuidadosa para construir um estoque de capital simbólico diante do eleitorado, os EPMs têm a força de destruir isso tudo.

A seção seguinte discorre, brevemente, sobre o fenômeno do *lulismo*, os casos que se tornaram EPMs nos governos do PT e do PSDB e uma caracterização dos veículos de comunicação analisados. As teorias do jornalismo e o método de investigação utilizado são apresentados a seguir. Na penúltima seção, são revelados os resultados quantitativos. Na parte final, algumas reflexões sobre esse estudo.

A imprensa e o *lulismo*

Em 2005, o Brasil podia até estar oferecendo uma vida melhor para sua população, mas a preocupação de parte da sociedade refletia o que era divulgado maciçamente em jornais e revistas, rádios, TVs e sites. De 1995 até o ano passado, segundo a organização não-governamental Latinobarómetro, que realiza estudos de opinião pública, o tema da corrupção atingiu seu pico de descontentamento no ano em que eclodiu o “escândalo do mensalão”: 21,9% dos brasileiros consideravam ser esse o segundo problema mais importante do país, atrás apenas do desemprego.

Um ano depois, Lula foi reeleito a partir de um realinhamento eleitoral inédito. SINGER (2009) defende que o *lulismo*³ instaurou uma nova via ideológica no Brasil, dentro da ordem estabelecida, sem choques ou revoluções. Em seu primeiro mandato, Lula conseguiu

³ ‘O lulismo é um sentimento de identificação, de representação e delegação de poder de uma grande parcela da população com e para a liderança política de Lula; pela sua história de vida, sua luta sindical e política’, definiu Viana, Gilney, em ‘O PT e o lulismo’, 2007, Disponível em: www.pt.org.br, acesso em 13/06/2012.

arquitetar uma política de promoção do mercado interno voltada para os mais pobres, mantendo a estabilidade econômica e social e respeitando a ortodoxia econômica vigente. Em sua reeleição, Lula conseguiu receber votos da direita e da esquerda de modo proporcional. Nesse sentido, o *lulismo* se tornou uma opção nova contra uma alternativa de classe média organizada em torno de uma formulação de centro, que manteve por décadas uma situação paradoxal, onde os mais pobres apoiavam a direita e os mais ricos, a esquerda.

O relativo desinteresse de Lula pelos ‘formadores de opinião’ significa que o realinhamento tirou centralidade dos estratos médios, que eram mais importantes no alinhamento anterior. Nele, a esquerda organizava segmentos baixos e médios da ‘classe média’, notadamente operários industriais e servidores públicos, em torno de uma ideologia de esquerda, isto é, do discurso de classe. O centro agregava as classes médias ao redor da modernização do capitalismo e mobilizava o subproletariado contra a esquerda nos momentos cruciais. Assim, o conflito político geral era filtrado pelo debate entre os setores médios. (SINGER, 2009, p. 101)

HUNTER & POWER (2007), que publicaram um dos primeiros artigos do campo da Ciência Política a jogar luz sobre o pleito de 2006, sustentam que teria prevalecido o voto econômico no qual os pobres ajudaram, de forma inédita, a reeleger o presidente. Já a classe média, ao contrário, retirou seu apoio histórico ao petista. Essa importante mudança da base eleitoral de Lula se mostra ainda mais impressionante, segundo os autores, porque a guinada ocorreu após a série de denúncias de corrupção do “mensalão”.

Se o rearranjo político-institucional sofria uma grande mudança, o que teria ocorrido no campo das Comunicações? Segundo MUNDIM (2010), “para que uma parcela significativa dos eleitores brasileiros aderisse ao *lulismo*, outra parcela, ainda que menos numerosa, voltou-se para a oposição”. Assim, se de um lado o Bolsa-Família e os demais programas sociais do governo serviram de ímã para que um novo eleitorado fosse incorporado ao candidato do PT, de outro, a cobertura negativa da imprensa foi uma das responsáveis por aumentar a distância entre o presidente e as pessoas mais expostas ao noticiário, “geralmente mais ricas, escolarizadas e moradoras das regiões mais prósperas no Sul, Centro-Oeste e em parte do Sudeste” (MUNDIM, 2010, p. 2).

Mas o quanto essa cobertura midiática foi negativa para o *lulismo*? Nada mais natural, então, do que investigar e comparar acontecimentos que tivessem a mesma natureza, isto é, escândalos político-midiáticos (EPMs) relacionados com a corrupção. Em 1998 e 1999, embora a corrupção fosse a 8ª maior preocupação dos brasileiros, segundo o Latinobarómetro, dois casos ganharam muita visibilidade pela imprensa, o grampo do BNDES e o dossiê antitucano (também conhecido como “dossiê Cayman”). O primeiro tratava de conversas telefônicas gravadas clandestinamente em que autoridades federais, inclusive o presidente Fernando Henrique Cardoso, discutiam o processo de privatização da Telebrás. Ao mesmo tempo, tornou-se público um conjunto de documentos em que denunciavam que os tucanos FHC, Sérgio Motta, José Serra e Mário Covas seriam sócios de uma *offshore* usada para receber depósitos de dinheiro resultado de propina após o leilão da telefonia. O dossiê, tempos depois, mostrou-se fruto de uma fraude⁴.

A escolha dos dois impressos Folha de S.Paulo e Veja se deu pelo fato de eles representarem as duas maiores publicações de circulação nacional, ainda com grande poder de influência sobre outras mídias e de relevante repercussão perante a opinião pública. Segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC), órgão de auditoria de jornais e revistas no Brasil, a revista possuía em novembro de 2011 uma tiragem de 1.221.168 exemplares por semana, atingindo 8.891.594 leitores, enquanto o jornal manteve uma tiragem diária de 294.498 exemplares.

Método e teorias do jornalismo

Parâmetros de escolha surgem como boas justificativas para categorizar a importância de uma notícia (*news value*). E estes parâmetros podem ser subdivididos em critérios substantivos (de quem estamos falando, a relevância ou a personificação dos indivíduos envolvidos, impacto sobre uma fração considerável da população e interesse nacional ou humano, a tragédia que o episódio representa), relativos ao produto (o assunto ou as fontes

⁴ Folha de S.Paulo, 29/11/2011, “Justiça condena pastor por dossiê contra PSDB em 98” (Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/11827-justica-condena-pastor-por-dossie-contr-psdb-em-98.shtml>; acesso em 25/6/2012)

estão acessíveis, pode ser facilmente coberto, trata-se de uma novidade, possui um caráter de continuidade, sua publicação contínua permite uma compreensão clara do tema), relativos ao público (a notícia permite uma identificação, ela presta um serviço ou são ajudados a balancear a edição, o fato deve ser ocultado ou receber tratamento adequado para não chocar o receptor) e relativos à concorrência (o furo de reportagem, o esclarecimento de um tema amplamente debatido).

A fim de sistematizar a classificação do *corpus* de pesquisa em referência ao processo de seleção, optou-se por utilizar a lista de 12 fatores identificados por GALTUNG & RUGE. Para uma mesma notícia, quanto mais fatores forem satisfeitos, mais o acontecimento tenderá a ser selecionado. Eis a lista (GALTUNG & RUGE, in TRAQUINA, 1999, p. 71):

A) Referência a pessoas de elite
B) Personalização
C) Interesse nacional ou humano
D) Abrangência (quantidade de envolvidos)
E) Negatividade
F) Novidade
G) Balanceamento (com o resto do noticiário)
H) Frequência
I) Clareza
J) Continuidade
K) Referência a nações de elite
L) Consonância (ao noticiário)

Já “a asserção fundamental da *agenda setting* é que a compreensão das pessoas em relação a grande parte da realidade social é modificada pelos meios de comunicação de massa” (SHAW, 1979, pp. 96, 101, apud WOLF, 2008, p. 143). Ela impacta na chamada “ordem do dia” dos temas, argumentos, problemas e estabelece a hierarquia de importância e prioridade com que esses elementos vão estar expostos na própria “ordem do dia”. A *agenda setting* refere-se a uma ideia de que há uma forte correlação entre a ênfase que as mídias de massa dão a um determinado assunto e a importância que a opinião pública atribui a essas questões (McCOMBS & SHAW, 1972, p. 179).

Quanto menor for a experiência direta das pessoas em relação a uma determinada temática, mais ela dependerá da mídia para obter as

informações e os quadros interpretativos relativos àquela área. As pessoas não precisam dos meios de comunicação de massa para experimentar o aumento dos preços. Essas condições, quando existem, invadem a vida cotidiana das pessoas. (ZUCKER, 1978 apud WOLF, 2008, p. 155)

É indiscutível que as crises políticas dos governos Lula e FHC provocaram respingos nas imagens públicas dos dois ex-presidentes. No caso do líder tucano, o EPM surgiu no noticiário um mês depois de ele ter sido reconduzido ao cargo de Presidente da República. Portanto, do ponto de vista eleitoral, ele nada sofreu em relação a essa exposição negativa. Com o petista, a história é diferente. O caso foi deflagrado um ano antes das eleições presidenciais. Em poucos dias de cobertura, os órgãos de comunicação já falavam em impeachment ou que Lula desistiria de disputar o cargo. Conhecer quem foram os definidores primários e, em alguns casos, secundários que estavam por trás do conjunto discursivo da imprensa provou-se imperativo. Essa classificação, que excluiu os editoriais (por se tratarem da opinião do veículo), fará a seguinte divisão para a origem da notícia:

A) Oficialistas (autoridades do governo), partido ou coalizão do governo
B) Adversários (representantes de entidades de oposição ao governo)
C) Poder Judiciário, Ministério Público, Polícia Federal, Congresso (CPI ou Conselho de Ética) ou Receita Federal
D) Peritos independentes, especialistas, intelectuais, personagens desconhecidos, entidades da sociedade civil
E) o próprio jornal
F) outro veículo de comunicação
G) Empresas e mercado
H) não identificável

O passo seguinte foi apurar quem o veículo responsabilizou pelo problema. Estabelecemos previamente à classificação das entradas 11 opções que imaginávamos serem as mais referenciadas. Na prática, essa escolha mostrou-se adequada por não ter surgido nenhum “outro responsável” que não aqueles imaginados a priori. As opções definidas foram:

A) incompetência/deficiência/omissão/convivência de autoridades do governo federal
B) judiciário moroso, leis brandas
C) conflito entre grupos rivais/oposição
D) sistema político/eleitoral, partido ou coalizão do governo
E) presidente da República
F) empresas e mercado

G) ação governamental
H) movimentos sociais
D) submundo da informação
J) imprensa
K) outros (opções não-citadas)

Resultados da investigação empírica

O *corpus* da pesquisa foi constituído de 703 entradas (reportagens, colunas, editoriais, infográficos, box, imagens e outros) publicadas por Folha e Veja no “escândalo do mensalão”⁵ (no período compreendido entre 14 de maio e 9 de novembro de 2005) e 215 nos casos do grampo do BNDES e dossiê antitucano (de 8 de novembro a 2 de dezembro de 1998 e de 25 de maio a 9 de junho de 1999). Como a amostragem foi numericamente maior no governo de Lula, o que já indica uma diferenciação de tratamento, decidimos analisar e apresentar os dados brutos em termos de proporções.

Tabela 5.1 – Entradas analisadas

Veículo	Edições	FHC	Entradas/Edição	Edições	Lula	Entradas/Edição
Folha	35	189	5,40	65	550	8,46
Veja	5	26	5,20	26	153	5,88

Veja deu destaque proporcional para o “escândalo do mensalão” e os casos do grampo no BNDES e do dossiê antitucano, sempre com a ressalva de que o primeiro teve uma duração mais prolongada. Enquanto o tema estava na pauta do dia, a revista dedicou a mesma quantidade de reportagens, colunas e imagens para os dois episódios. Já a Folha intensificou a cobertura no período do governo Lula. Nas 35 edições analisadas durante FHC, houve 189 entradas, o que resulta em 5,40 entradas por edição. Na amostra do jornal para o período Lula, houve 8,46 entradas em média para cada uma das 65 edições analisadas.

A quantidade de notícias publicadas na Primeira Página dá uma dimensão da relevância que o veículo dá a um determinado assunto. A Folha produziu mais chamadas do caso

⁵ Foi selecionada uma amostra do período do “mensalão” só para a Folha de S.Paulo com o objetivo de reduzir o *corpus* da pesquisa, sem prejuízo da análise. Optou-se alternar a escolha de datas de três em três dias, sendo razoável supor que o jornal continuaria publicando alguma repercussão de uma notícia importante que tenha ficado de fora por esse critério. Além disso, foram listados e incluídos fatos centrais que não poderiam deixar de ser analisados. Nas demais situações, todo o conjunto discurso foi analisado.

“mensalão”, a uma taxa de 2,89 chamadas para cada edição. Na crise de FHC, foi 1,89 chamada por edição – crescimento de 58%. Veja tratou de forma idêntica os dois EPMS, com a ressalva de que manteve a mesma taxa de atenção na cobertura do “mensalão” durante 26 edições consecutivas.

Tabela 5.2 - Chamadas de Primeira Página (inclui manchetes)

Veículo	Edições	FHC	Chamadas/Edição	Edições	Lula	Chamadas/Edição
Folha	35	64	1,83	65	188	2,89
Veja	5	6	1,20	26	32	1,23

Interessou-nos ainda saber se os escândalos eram o tema principal do noticiário do dia, o que pode ser confirmado sempre que essa pauta era escolhida como manchete do veículo. Durante o governo FHC, os casos analisados mereceram na Folha 12 manchetes em 35 edições – uma em cada três dias. Com Lula, o jornal dobrou sua vigilância. Foram 45 manchetes em 65 dias da amostra analisada – mais de dois terços dos dias. Em termos proporcionais, as manchetes dos EPMS dobraram em número de um período para o outro. Já Veja manteve o “mensalão” como assunto principal em 62% das edições.

A cada três dias de cobertura, a Folha publicou um editorial sobre a crise que assolou o governo FHC. Durante o “mensalão”, a opinião do jornal dobrou em número de ocorrências. Foram 48 editoriais em 65 edições. Veja, no espaço Carta ao Leitor, escreveu em três de cinco edições analisadas sobre o EPM do governo tucano. A revista deixou de emitir seu ponto de vista em apenas 7 das 26 semanas em que tratou do mensalão.

Tabela 5.3 - Editoriais

Veículo	Edições	FHC	Editorial/Edição	Edições	Lula	Editorial/Edição
Folha	35	11	0,31	65	48	0,74
VEJA	5	3	0,60	26	19	0,73

A personalização de uma crise política

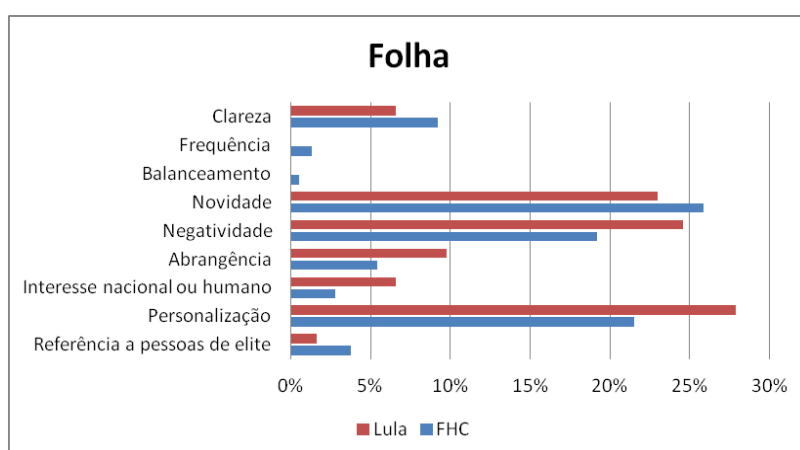
No fechamento das edições diárias (jornal) ou semanais (revista), definir o que há de importante para ser publicado é uma tarefa que requer alguns critérios e, acima de tudo, celeridade na tomada de decisões. Ou, como assevera WOLF (2008, p. 204-205), “os valores-notícia devem permitir uma seleção do material, feita apressadamente, de modo

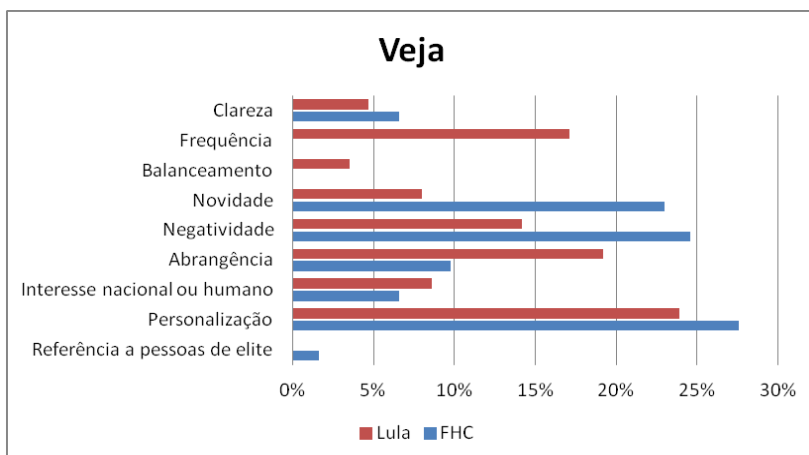
quase ‘automático’, caracterizada por um certo grau de flexibilidade e de comparação, que seja defensável *postmortem* e, sobretudo, que não seja suscetível de muitos obstáculos”.

Para este trabalho, foram considerados os valores-notícias contidos nas chamadas de capa e também no conteúdo interno. Tanto na política quanto no discurso midiático brasileiro há uma tendência por personalizar a notícia, o que faz com que, em muitos eventos, o valor-notícia que mais pesa na hora de decidir pela publicação de uma história seja esse fator. A *personalização* dos escândalos permite que a imprensa identifique de forma mais clara não só o que mas sobretudo quem está por trás dos episódios narrados. Ao fazer isso, a mídia passa a ter uma participação no jogo político maior que o de simples narradora.

Em termos reais, Folha e Veja priorizaram critérios diferentes ao cobrir os EPMs de Lula e os de FHC. *Novidade*, *personalização* e *negatividade* foram os valores-notícias predominantes, segundo o jornal e a revista, para se escolher os grampos do BNDES e o dossiê antitucano como assuntos de relevo à época. Em 2005, ficou mais evidente que o “escândalo do mensalão” foi um tema presente ostensivamente nos dois veículos por seu caráter de *personalização*, *abrangência* e *frequência*.

Gráfico 5.1 – Valor-notícia (razão predominante para sua publicação)





Uma interpretação para essa diferenciação decorre do fato de que o EPM de Lula teve maior duração, envolveu mais políticos e os acontecimentos foram se sucedendo dia após dia numa ciranda sem fim de notícias. “Quanto mais um acontecimento for negativo nas suas consequências, maior será sua probabilidade de se tornar notícia”, apontavam GALTUNG-RUGE (1965, p. 119 apud WOLF, 2008, p. 215). Essa característica de seleção é justificável, uma vez que remete à *frequência* com que a notícia pode ser explorada ao longo de um período (“É mais fácil que um acontecimento negativo se desenvolva completamente entre duas edições de um jornal ou entre dois noticiários; para um acontecimento positivo, isso é mais difícil e específico.”).

A disputa pelo furo jornalístico

Interessou-nos também levantar as fontes jornalísticas que deram aos veículos analisados o enquadramento dominante para cada crise política. À primeira vista, o que se destaca é a importância das chamadas fontes *Oficialistas* (autoridades do governo, partido ou da coalização do governo) como fornecedoras de matéria-prima para o discurso midiático tanto no governo Lula quanto no de FHC, o que parece uma contradição em si. Mas há que se lembrar que para os dois governantes a origem das denúncias partiu do próprio governo (foi o então ministro José Serra que forneceu as informações do grampo do BNDES e dossiê antitucano ao jornalista Elio Gaspari) ou de aliados (o então deputado Roberto Jefferson era do PTB, base de sustentação do primeiro mandato do petista).

Tabela 5.4 - Definidores primários (fontes que deram o enquadramento dominante)

	Folha		Veja	
	FHC	Lula	FHC	Lula
Oficialistas (autoridades do governo, partido ou coalizão do governo)	47%	49%	43%	19%
Adversários (representantes de entidades de oposição ao governo)	8%	9%	14%	7%
Poder Judiciário, Ministério Público, Polícia Federal, Congresso (CPI ou Conselho de Ética) ou Receita Federal	12%	14%	0%	6%
Peritos independentes, especialistas, intelectuais, personagens desconhecidos, entidades da sociedade civil	0%	12%	10%	13%
O próprio veículo	25%	12%	14%	34%
Outro veículo de comunicação	2%	2%	14%	6%
Empresas e mercado	2%	2%	5%	0%
Não identificável	4%	0%	0%	14%

O fato de as fontes *Adversários* não terem tido destaque chama atenção porque, de certa forma, invalida o discurso de muitos críticos de que a chamada "grande mídia" seria pautada pelos partidos oposicionistas. Isso não se mostrou verdadeiro tanto no governo Lula quanto no de FHC. Como é comum em denúncias ligadas à corrupção, houve nitidamente empenho da mídia em investigar os fatos por conta própria, mostrando-se até contrariada à postura da oposição sobre a condução política do caso em pauta. E isso fica claro quando se vê que Veja ou Folha foram, também com grande destaque, definidores primários de um grande número de reportagens publicadas. E no caso específico da cobertura de Veja ao "mensalão" a própria revista foi identificada neste estudo como a principal fonte.

Como definidores secundários, a Folha proporcionou mais espaço para que fontes do tipo *Adversários* se manifestassem. Já Veja, com um texto mais opinativo no qual muitas vezes é difícil de detectar a origem da informação, privilegiou o discurso de fontes *Oficialistas* também como definidor secundário. No caso do "mensalão", uma explicação possível seria que a partir do enquadramento que se obteve das próprias investigações do jornal, fazia-se necessário ouvir o que tinham a dizer as fontes *Oficialistas* (o chamado "outro lado", no jargão jornalístico, o contraponto da notícia).

Tabela 5.5 - Definidores secundários (fontes que forneciam o contraponto)

	Folha		Veja	
	FHC	Lula	FHC	Lula
Oficialistas (autoridades do governo, partido ou coalizão do governo)	23%	24%	33%	28%
Adversários (representantes de entidades de oposição ao governo)	36%	32%	17%	4%
Poder Judiciário, Ministério Público, Polícia Federal, Congresso (CPI ou Conselho de Ética) ou Receita Federal	13%	13%	33%	4%
Peritos independentes, especialistas, intelectuais, personagens desconhecidos, entidades da sociedade civil	0%	5%	0%	17%
O próprio veículo	6%	5%	0%	21%
Outro veículo de comunicação	14%	13%	0%	21%
Empresas e mercado	7%	9%	17%	4%

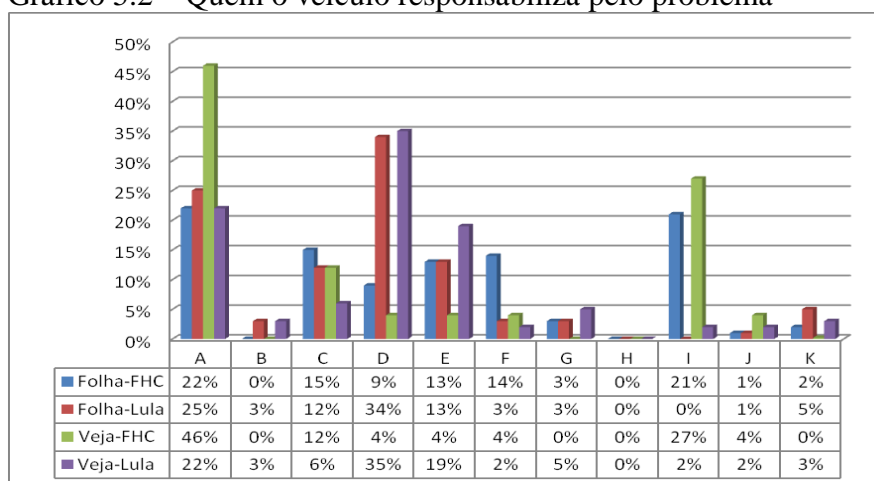
É cada vez mais comum que os veículos se baseiem em notícias de outros órgãos de imprensa, o que pode ser notado na tabela acima. Esse tipo de fonte de informação apareceu em terceiro lugar como definidor secundário, emparelhado com órgãos como *Poder Judiciário, Ministério Público, Polícia Federal, Congresso* ou *Receita Federal*. Houve, portanto, uma retroalimentação da notícia, em que um veículo ajudava a impulsionar o impacto dos acontecimentos chancelando o conteúdo discursivo de um concorrente.

Dois pesos e duas medidas

O gráfico abaixo revela que a Folha tratou de forma diferenciada a crise do governo Lula na comparação com a de FHC. No “escândalo do mensalão”, o jornal considera que o *sistema político-eleitoral* ou os *partidos do governo ou da base aliada* deveriam ser responsabilizados. Já nos casos do grampo do BNDES e dossiê antitucano, a Folha vê o *submundo da informação*, aqui identificado como a rede de arapongas e informantes ocultos, como sendo a origem dos problemas. Para esse episódio, Veja culpou o *submundo da informação*, porém abaixo da influência que a *incompetência/deficiência/omissão/conivência de autoridades do governo* exerceram sobre o caso. Na pior crise do *lulismo*, a revista considerou que o *sistema político-eleitoral* ou os *partidos do governo ou da base aliada* seriam os culpados.

Percebe-se, novamente, que Folha e Veja apresentaram mais similaridades na cobertura do EPM do “mensalão”, inclusive nominando o presidente Lula como um dos principais responsáveis pela crise que atingiu seu governo. Em 29 entradas, Veja responsabilizou o petista pelo problema. Esse comportamento não ocorreu no governo FHC, quando a revista envolveu diretamente o presidente tucano nos casos uma única vez. Já o jornal, em 13% das entradas analisadas, entendeu que o tucano tinha parcela de responsabilidade. Isso se explica porque a Folha voltou à carga com a revelação de que o governo tomou partido por um dos grupos que participaram dos leilões de. Quando Veja entrou nessa história novamente, foi com uma entrevista na qual FHC denominava o grampo do BNDES como “uma canalhice”. Esse foi o discurso a ser vendido à opinião pública.

Gráfico 5.2 – Quem o veículo responsabiliza pelo problema



A	Incompetência/deficiência/omissão/conivência de autoridades do governo federal
B	Judiciário moroso, leis brandas
C	Conflito entre grupos rivais/oposição
D	Sistema político/eleitoral, partido ou coalizão do governo
E	Presidente da República
F	Empresas e mercado
G	Ação governamental
H	Movimentos sociais
I	Submundo da informação
J	Imprensa
K	Outros (opções não-citadas)

Conclusões

A ideia de converter letras frias impressas em evidências de uma atuação histórica norteou todo o trabalho de sistematização do *corpus* da pesquisa. O processo de organização, elaboração, classificação e tabulação dos dados objetivou encontrar elementos que descortinassem novas e mais relevantes questões sobre o papel da imprensa no período do *lulismo*. A contraposição desse mesmo método aplicado ao discurso midiático sobre um governo anterior permitiu fortalecer convicções e, ao mesmo tempo, derrubar muros ideológicos a que todos estamos sujeitos. A seguir, listamos esquematicamente algumas interpretações sobre a seleção, o agendamento e o enquadramento de Folha e Veja sobre os governos Lula e FHC:

- As crises políticas precisam ter nome e feição. Luiz Carlos Mendonça de Barros, ministro das Comunicações, e o presidente Lula, foram, ao seu tempo, a *personalização* dos episódios de seus respectivos governos.
- Na crise de 2005, o “mensalão” foi noticiado por seu caráter de *freqüência e abrangência*. Na crise de 1998, estendida para 1999, a história se desenvolveu num período menor, fazendo com que as notícias apresentassem de forma mais intensa uma faceta de *novidade*. Mas por ter começado de forma obscura, ficou indelevelmente marcado pela *negatividade*.
- A corrupção no governo petista foi a pauta de 2005. Folha e Veja dedicaram mais espaço ao “mensalão”, tanto na capa quanto nos textos internos, e o tom dessa cobertura foi predominantemente negativo. A mídia não escondeu que tinha uma presa à vista: o presidente Lula.
- Folha e Veja recorreram muito mais a fontes *Oficialistas* como definidores primários do que a fontes *Adversários*. Foi a partir de denúncias de autoridades do governo ou da base aliada que os escândalos ganhavam musculatura, seja em Lula ou em FHC. Não se provou, segundo a análise quantitativa, que houve um complô entre mídia e oposição.

- Para Folha e Veja, FHC foi vítima de trapalhadas de assessores diretos e também de uma rede de espionagem interessada em influenciar os leilões da telefonia. Já erros cometidos por membros do PT ou de partidos da base aliada, frutos de deficiências do *sistema político-eleitoral*, foram creditados na conta do presidente Lula. A mídia chegou a pedir o impeachment de Lula, enquanto a oposição recuou desse tipo de enfrentamento.

Referências bibliográficas

HUNTER, W, POWER, T.J. Recompensando Lula: poder Executivo, política social e as eleições brasileiras de 2006, in C. R. Melo e M. A. Saez (orgs.). **A democracia brasileira, balanço e perspectivas para o século XXI**, UFGM, p. 327-366, 2007.

McCOMBS, M. E; SHAW, D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. **Public Opinion Quarterly**, vol 36 (2), p. 176-187, 1972.

MUNDIM, P.S. A cobertura da imprensa e o realinhamento eleitoral de 2006, in **IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR**, Belo Horizonte, 2010.

SINGER, A. Raízes sociais e ideológicas do lulismo. **Novos Estudos** - CEBRAP, São Paulo, n. 85, p. 83-102, 2009.

TRAQUINA, N. **Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'**. Lisboa: Vega Editora, 2ª Edição, 1999.

THOMPSON, J.B. **O escândalo político, poder e visibilidade na era da mídia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2000.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**; tradução Karina Jannini, 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.