

Governo Dilma na Mídia Impressa: Estudo Sobre Agentes de Texto das Manchetes¹

Valmir Teixeira de Araújo²
Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO

Resumo

A partir de uma compreensão sobre o conceito do jornalismo impresso brasileiro foi elaborado um estudo sobre a cobertura política do Governo Dilma, nas manchetes publicadas no ano de 2011, nos três maiores jornais impressos do país - Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo. Para tanto, foi realizada uma pesquisa de natureza quali-quantitativa, com o auxílio da teoria metodológica da Análise de Conteúdo, que possibilitou identificar a proporção da cobertura midiática dos referidos jornais sobre o Governo Dilma e também verificar quais foram os agentes de texto, isto é, quais os personagens foram citados nestas chamadas. Os resultados exprimiram que o Governo Dilma foi um importante destaque nos três veículos analisados, com alguma diferenciação. Também foi possível observar que o nome da presidente Dilma Rousseff foi o principal agente de texto presente nas manchetes.

1. Jornalismo Impresso no Brasil

Para melhor compreensão do papel do jornalismo impresso na atualidade brasileira, torna-se importante discutir sua evolução histórica, sobretudo, a partir das questões relacionadas ao cotidiano político do país, uma vez que, se observa que a mídia impressa, em razão da sua capacidade de aprofundar melhor os fatos, tende a trabalhar de forma mais acentuada temas relacionados à política e à economia. Neste sentido, a história do jornalismo brasileiro é bastante correlata aos fatos históricos que colaboraram com a formação do Brasil, com destaque para os acontecimentos políticos. O que justifica determinada atenção à editoria de política nos estudos focados na perspectiva histórica da mídia.

A história do jornalismo brasileiro é construída, em parte, a partir das publicações de jornais e revistas, que deixaram registrados em papel os acontecimentos que se tornaram históricos. Por outro lado, a evolução ou retrocesso do jornalismo foram impostos por diferentes períodos e regimes estabelecidos no Brasil. Desde a chegada da imprensa no Brasil, no início do século XIX, seja por meio de jornais impressos, pasquins e até

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, email: valmir.ptu@gmail.com.

panfletos, o jornalismo é marcado por uma relação de perseguição por parte dos agentes detentores do poder político e econômico.

Importa destacar que os jornais do período imperial tiveram importante contribuição no processo de libertação dos escravos, uma vez que traziam informações, ainda que para uma parcela ínfima da sociedade que sabia ler, sobre direitos humanos e sobre o lado positivo da libertação dos escravos para o país, a partir de experiências de outros países (SODRÉ, 1998).

Com o fim da escravidão e a proclamação da República, em 1889, foi possível o surgimento de uma nova imprensa, classificada por alguns estudiosos, como a grande imprensa, pois a partir desse período surgiram os principais veículos de comunicação impressa do Brasil, com relevância nacional, instalados no eixo Rio-São Paulo como O Estado de S. Paulo (Estadão), Jornal do Brasil, O Globo e a Folha de S. Paulo.

Nessa conjuntura republicana, o jornalismo ganhou mais força e notoriedade, até porque, os governantes passaram a ser escolhidos através do sistema de votação, ainda que de forma indireta. Neste período, foi possível ver surgir um jornalismo político extremamente partidário, no qual a opinião era quase ou até mais importante que a informação, já que o destaque das publicações era justamente a opinião, ou seja, o que determinado jornalista escrevia sobre determinado assunto, fato ou decisão do governo (MARTINS, 2005).

Até a primeira metade do século XX o jornalismo brasileiro também foi marcado por períodos de grande censura à imprensa, como no governo de Getúlio Vargas com a implantação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) - órgão governamental responsável pela fiscalização dos conteúdos divulgados pelas mídias, com o poder de censurar publicações que iriam contra os interesses do governo.

Já a partir dos anos de 1950, a imprensa brasileira iniciou um processo de independência, em termos de divulgação, quando deixou de ser regulamentada pelo Estado que teve seu regime de governo modificado através do golpe dos militares, em março de 1964. A partir de então, as assinaturas dos Atos Institucionais aumentaram os poderes dos presidentes militares e diminuíram os direitos da imprensa, que passou a viver outro período de muita censura, que mais tarde implicaria em um processo de amadurecimento do jornalismo (SODRÉ, 1998).

Castilho (2007, p.1) relata a vivência do jornalismo no período militar:

[...] Até a extinção da censura prévia, em 8 de junho de 1978, nos veículos de divulgação sobre os quais ela ainda atuava, os militares se valeram de uma extensa rede de informações e de um arsenal de leis e decretos numa tentativa de manter os órgãos de comunicação sob vigilância, restringindo liberdades e determinando o que podia ou não ser publicado para preservar seus interesses.

De uma maneira geral, no período militar, a grande mídia impressa foi a que mais sofreu com interferências imposta pela censura, por desenvolver uma postura liberal e moderada, e continuamente ser encarada pelo governo (militar) como um instrumento da oposição, enquanto os meios eletrônicos representavam um apoio espontâneo ao governo.

Para Azevedo (2006, p. 104), essa distinção, entre postura da mídia impressa e da mídia eletrônica, pode ser observada no processo de campanha pelas Diretas Já³, em 1983 e 1984, que obteve na Folha de S. Paulo um dos seus principais arautos, enquanto a Rede Globo escondia do público as grandes manifestações populares e ignorava o debate nacional pelas eleições diretas para Presidente da República.

Nesta lógica, o jornalismo, sobretudo o impresso, pode ser considerado uma ferramenta importante no processo de redemocratização do Brasil, que ocorreu na década de 1980. Carvalho (2008) aponta a Associação Brasileira de Imprensa (ABI) com uma das instituições fundamentais na luta da resistência à ditadura e em prol da redemocratização do país, que só veio a se consolidar de fato, com a Constituição de 1988 que assegurou a garantia de direitos civis fundamentais, dentre eles, o direito à expressão que beneficiou diretamente à imprensa brasileira.

A reabertura política significou muito para os meios de comunicação e consecutivamente para o jornalismo, que precisou se reinventar e buscar maturidade para trabalhar com temas sobre os quais há muito tempo não se realizava uma ampla discussão como a corrida presidencial, que passou a ser definida a partir de eleições diretas e com votação obrigatória.

Com a redemocratização do Brasil, o jornalismo político voltou a ganhar força e destaque nos periódicos impressos, sobretudo, com a volta do multipartidarismo, as criações das novas legendas, as movimentações partidárias e das oposições, os questionamentos voltaram a fazer parte da rotina das coberturas do caderno de política dos grandes jornais (MARTINS, 2005). A partir de então, o Brasil vivenciou pleitos presidenciais no qual se observa uma importante participação do jornalismo nos acontecimentos.

³ Diretas Já foi um movimento civil de reivindicação por eleições presidenciais diretas no Brasil ocorrido em 1983-1984

2. Grandes Veículos

Seguindo uma tendência da maior parte dos países ocidentais, os meios de comunicação no Brasil passaram por um processo de fortalecimento, na segunda metade do século XX, que permitiu o crescimento de alguns veículos de comunicação que conquistaram destaque e legitimidade em nível nacional. Contudo, as estruturas dos meios de comunicação no país tornaram-se cada vez mais monopolizadas, o que implica diretamente no seu papel em meio à sociedade.

Em conformidade com Sodré (1988), os grandes jornais impressos como O Estado de S. Paulo, O Globo e a Folha de S. Paulo ganharam ainda mais notoriedade no cenário nacional, além da emissora de televisão Rede Globo, que passou por um período de forte expansão, sobretudo, no período militar, possibilitando que seus telejornais alcançassem a maioria dos brasileiros. Apesar dos telejornais alcançarem um número maior de pessoas, os jornais impressos conquistaram legitimidade com destaque para temas de política e economia, assuntos até então explorados, superficialmente, pelos meios eletrônicos.

As razões que possibilitaram a monopolização dos veículos de comunicação no Brasil, em parte, foram consequência de uma movimentação da política global. Nas últimas décadas do século XX, o mundo assistiu a um processo de enfraquecimento da política ideológica, focada na distinção de partidos entre direita e esquerda, sobretudo com o fim dos regimes socialistas e da Guerra Fria, que fortaleceu ainda mais a imprensa comercial e apartidária, norteadas pelo mercado e a guerra de audiência (AZEVEDO, 2004, p. 46).

De acordo com Habermas, o fato de os veículos de comunicação serem geridos como um empreendimento possibilitou o surgimento de grandes estruturas sujeitas às pressões comerciais. O jornal acaba entrando numa situação em que ele evolui para um empreendimento capitalista, caindo no campo dos interesses estranhos à empresa jornalística e que procuram influenciá-la. A história dos grandes jornais, na segunda metade do século XIX, demonstra que a própria imprensa se torna manipulável à medida que ela se comercializa. Desde que a venda da parte redacional está em correlação com a venda da parte dos anúncios, a imprensa, que até então fora instituição de pessoas privadas enquanto público torna-se instituição de determinados membros do público enquanto pessoas privadas (HABERMAS, 2003, p. 217).

Como proposto por Bourdieu (1997, p 104), ao discorrer sobre os veículos de comunicação, de forma geral, torna-se importante ponderar a existência dos mais sensíveis às seduções dos poderes econômicos e políticos e, por outro lado, àqueles mais aplicados em defender os princípios e os valores da profissão. Contudo, ao se pensar nas grandes estruturas de comunicação como os jornais de abrangência nacional torna-se importante não inferir generalizações, em relação aos valores da profissão jornalística.

Algumas especificidades do jornalismo brasileiro colaboram para uma ainda maior dependência de outros campos (como o político e o econômico) e, conseqüentemente, com uma menor aplicação dos valores profissionais. A imprensa se desenvolveu tardiamente no Brasil, no início do século XIX, vivendo pouco a fase do jornalismo crítico e, em partes, independente do poder econômico. Além disso, o monopólio familiar esteve muito presente no desenvolvimento dos principais jornais impressos do Brasil, impondo barreiras ao crescimento e fortalecimento de jornais alternativos e, por conseqüência, surgiu uma grande imprensa orientada prioritariamente para elites e permeável à influência dos políticos, (AZEVEDO, 2006, p. 89).

Importa ainda destacar que na primeira parte do século XX, quando alguns jornais brasileiros como O Estado de S. Paulo, o Jornal do Brasil, O Globo e a Folha de S. Paulo, de fato, quando desenvolveram suas estruturas para circular em nível nacional, a maioria da população ainda não sabia ler. Logo, apenas com a popularização dos meios eletrônicos (Rádio e TV), que no Brasil só ocorreu na segunda metade do século XX, a maioria da população passou a ser informada sobre os acontecimentos, através do jornalismo. Por conseqüência, os meios eletrônicos, sobretudo a TV, passaram a atrair a maior parte dos anunciantes e, por conseqüência, ampliaram cada vez mais suas estruturas.

Com o intuito de barrar o processo de monopolização dos meios de comunicação no Brasil, a Constituição de 1946 passou a limitar a participação dos estrangeiros nas empresas de comunicação, proibindo que essas empresas fossem controladas por pessoas de outros países, sociedades anônimas ou pessoas jurídicas, a fim de permitir a plena identificação dos proprietários da mídia e restringir o capital estrangeiro nesse setor, conforme aponta Azevedo (2006, p. 99). Segundo este autor, a medida impediu o controle dos meios de comunicação pelos conglomerados estrangeiros, mas possibilitou a formação de uma imprensa de monopólio nas mãos de poucas famílias.

Importa destacar, que no caso brasileiro, os anúncios publicitários garantiram o desenvolvimento desse monopólio, formado por poucos veículos de comunicação que

expandiram suas estruturas, investiram pesado em seu *layout* (no caso de jornais impressos e revistas), em equipamentos de alta tecnologia (sobretudo para os meios eletrônicos como os telejornais) que passaram a dominar o mercado de publicações jornalísticas. Após essa consolidação, surge um círculo vicioso, pois estes grandes veículos concentraram quase a totalidade dos recursos destinados à publicidade e, conseqüentemente, obtiveram maiores condições de investir em inovações, tecnologias e demais ações que possibilitassem maior visibilidade, o que implicou na sua legitimação perante a sociedade.

O conglomerado de comunicação no Brasil é formado por um grupo pequeno de empresas e, no caso do jornalismo impresso, é possível citar três grandes veículos que há décadas constituem-se como os principais jornais impressos do país, tendo em vista, o número de tiragens diárias desses periódicos: Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo - jornais reconhecidos na sociedade, de alcance nacional, com agências de notícias utilizadas como fontes por outros jornais, de centros regionais, em todo o país.

Em 2011, a média de circulação da Folha de S. Paulo foi de 286.398, contra 263.046 do O Globo e de 256.259 do O Estado de S. Paulo – correspondendo respectivamente pelo primeiro, segundo e terceiro lugar no ranking dos jornais de modelo standard no Brasil, segundo a Associação Nacional de Jornais (ANJ). Importa ainda destacar, a existência de outros grandes jornais impressos do Brasil, mas com tiragens inferiores aos citados e com uma forte abrangência regional como os periódicos gaúchos: Zero Hora e o Diário Gaúcho, o Estado de Minas, de Belo Horizonte (MG) e o Correio Brasiliense, do Distrito Federal.

Por outro lado, Folha de S. Paulo, O Globo e O Estadão apresentam-se como referência nos estudos sobre a grande mídia impressa brasileira. Destacam-se algumas características comuns aos três grandes jornais impressos do Brasil como o número de tiragens e a instalação de suas sedes ou sucursais nos mais importantes centros urbanos do país e de correspondentes em outras grandes cidades, além de serem controlados por famílias tradicionais como a Marinho (O Globo), a Mesquita (Estadão) e a Frias (Folha de S. Paulo).

3. Procedimentos Metodológicos

O estudo em questão se propôs a uma análise quali-quantitativa, por meio de uma perspectiva teórica da Análise de Conteúdo, a partir das manchetes principais dos maiores jornais impressos do Brasil - Folha de S. Paulo (Folha), O Globo e O Estado de S. Paulo

(Estadão) em 2011 – primeiro ano do Governo Dilma. Para tanto, foi realizada uma pesquisa empírica de levantamento de dados na qual foi coletada e analisadas todas as capas dos três jornais de 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2011.

Para realização da pesquisa se fez necessário à utilização das técnicas da análise de conteúdo, ferramenta habitual nas pesquisas voltadas à comunicação, e que Bardin (2011, p. 42) conceitua como uma técnica investigativa, a partir de uma descrição sistemática e quantitativa do conteúdo da comunicação, que visa interpretações e compreensões do material estudado. Por meio deste estudo, torna-se possível analisar procedimentos sistemáticos e objetivos da descrição imersos nos conteúdos das mensagens a serem explorados, a partir de uma pesquisa científica.

Neste sentido, é possível descrever a análise de conteúdo como uma metodologia de pesquisa voltada para a descrição e interpretação de conteúdos como documentos e textos, incluindo material jornalístico. A utilização desta metodologia permite descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, que são fundamentais na interpretação de mensagens, com o intuito de compreender o significado do material analisado.

A análise de conteúdo também pode ser documental, isto é, pesquisada em jornais, revistas, cartas, livros, autobiografia, diários pessoais e demais documentos oficiais, a partir da seleção, organização e armazenamento de informações contidas nesses materiais, conforme aponta Bardin (2011). Para tanto, a análise documental pode ser a identificação, a partir do material analisado, propiciando assim uma análise quantitativa ou pertinência (atribuição) das informações coletadas, o que caracteriza uma análise qualitativa.

A despeito da análise documental, a análise de conteúdo pode ser aplicada em outros materiais de comunicação, sejam eles verbais ou não-verbais, como também discos, gravações, entrevistas, filmes, fotografias, vídeos, etc. Apesar de conteúdos diversos, a finalidade da análise é a mesma: facilitar o processo de decodificação e codificação, para transformar o dado bruto (como dezenas de jornal), num material de fácil compreensão (como uma tabela).

Conforme sustenta Bardin (2009), o primeiro contato com os documentos da análise constitui-se na "leitura flutuante", que por sua vez possibilita o surgimento das hipóteses, objetivos e questões norteadoras da pesquisa. A partir da leitura flutuante podem ser definidos os procedimentos metodológicos e suas respectivas aplicações, visando à organização do material – dados - e conseqüentemente a realização da pesquisa científica.

A partir dos dados extraídos neste trabalho foi possível mensurar o quantitativo de publicações em que os respectivos jornais destacaram o Governo e quais os agentes de texto, isto é, personagens presentes nas manchetes do caderno de política. Importa destacar que para elaborar o presente trabalho, atentou-se apenas às manchetes sobre o Governo Dilma, com um recorte nas chamadas relacionadas a então presidente da República, aos atos e ações do Palácio do Planalto e dos ministros diretamente ligados à Dilma, ou seja, apenas o primeiro escalão do governo.

Os agentes de texto foram definidos a partir da necessidade de se realizar uma análise a respeito dos personagens presentes nos textos – as manchetes. Por meio da análise do agente de texto foi possível mensurar o quantitativo de nomes presentes na pesquisa, à constância dos mesmos em cada jornal analisado e o compartilhamento ou o não desses nomes, entre os três veículos. Preliminarmente, a análise de agente de texto buscou quantificar a menção do nome da presidente Dilma, nas publicações relacionadas ao seu Governo. Além disso, a partir dessa análise foi possível também destacar quais outros agentes foram recorrentes nas manchetes sobre o Governo Dilma.

Contudo, para realização da pesquisa foi preciso trabalhar com a categorização dos dados levantados e nesse sentido dividir a realização da Análise de Conteúdo por etapas como a pré-análise, fase voltada à organização, na qual são preparadas as primeiras informações do estudo, o que inclui a escolha dos materiais a serem analisados e se comprova a possibilidade de realização da mesma, a partir de um prévio tratamento dos resultados obtidos e as primeiras interpretações.

O segundo momento é o da codificação do material, quando os dados brutos são transformados em unidades de amostras ou unidades de registro. Por sua vez, a unidade de registro da pesquisa é quando se delimita o elemento unitário, que será submetido à classificação ou categorização da pesquisa. Neste processo, foi necessário identificar a unidade de análise e estabelecer os códigos adicionais, para transformar dados brutos em unidades, possibilitando a decodificação e codificação dos dados.

A próxima fase da análise de conteúdo foi a categorização dos materiais, quando são classificados os elementos, a partir de reagrupamentos e de categorias. Em seguida, vem a inferência, quando se inicia a interpretação dos conteúdos, por meio da identificação de grupos, por variáveis e as categorizações das seções, efetuando compreensões mais aprofundadas da pesquisa, a partir do material coletado.

Para a realização da pesquisa foi preciso constituir o *corpus*, que é o conjunto dos documentos a serem analisados, que foram submetidos a procedimentos analíticos, a partir do referencial teórico, buscando-se primeiramente a desconstrução dos dados, para posteriormente realizar a análise interpretativa (BARDIN, 2011).

A utilização das técnicas da análise de conteúdo foi fundamental para a realização do presente estudo, uma vez que, possibilitou a sistematização das etapas da pesquisa como a definição do *corpus*, a codificação, decodificação, categorização e a inferência. Inicialmente, foram separadas todas as capas dos jornais Folha, O Globo e O Estadão no intuito de identificar a predominância de assuntos relacionados ao Governo nas manchetes destes jornais, e principalmente, a existência de outros agentes, além da presidente Dilma, para a construção de manchetes sobre o governo.

3.1 Cobertura Midiática do Governo

A partir dos dados extraídos foi possível identificar um forte destaque dos assuntos relacionados ao Governo Dilma Rousseff, nas manchetes dos publicadas pela Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo, no ano de 2011.

Quadro 1 – Manchetes do Governo Dilma

Jornais	Manchetes Governo Dilma	
	Número	Percentual do ano de edições
Folha	131	35,9%
O Globo	115	31,5%
Estadão	106	29%
Total	352	32,1%

Com base nos dados apresentados no Quadro 1 é possível observar a predominância de assuntos relacionados ao Governo Dilma nas manchetes, em destaque, dos principais jornais impressos brasileiros – 32,1% (352 de 1.0095 manchetes publicadas pelos três jornais). Essa forte presença possibilita visualizar o destaque que os assuntos relacionados ao Governo Dilma tiveram na mídia impressa brasileira. Cabe ressaltar, que a análise concerne às manchetes publicadas no ano de 2011.

Numa análise restrita à Folha, é possível destacar que este foi o jornal que mais divulgou manchetes principais relacionadas ao Governo Dilma Rousseff: um total de 131 manchetes, que corresponde a 36%. Já cobertura midiática do jornal O Globo foi um pouco menos expressiva, mas ainda assim o Governo Dilma foi recorrente com 31,5% (115 manchetes). Por outro lado, o jornal O Estado de S. Paulo (Estadão), dentre os três veículos analisados, foi o que apresentou o menor número de publicações relacionadas ao Governo - 106 manchetes, o que representa 29%.

Outra importante observação, que já é possível de ser feita com embasamento nos dados apresentados, é que os assuntos relacionados à política dominaram a cobertura dos três jornais impressos, uma vez que, as matérias sobre o Governo Dilma são majoritariamente tratadas na editoria de política. Essa constatação contribui para reforçar o argumento de que a mídia impressa tende a concentrar suas publicações nas coberturas políticas e econômicas.

3.2 Agentes de Texto

Outro dado que chamou atenção na pesquisa foi que outros nomes além da presidente Dilma Rousseff foram recorrentes nas publicações relacionadas ao governo em 2011. Como era de se esperar, o principal nome ou agente de texto presente nas chamadas sobre o Governo Dilma foi o da própria presidente com 133 manchetes – o que representa 36% do total analisado. Contudo, destacou-se a proporção de jornais que ao longo do período da pesquisa mencionaram o agente de texto, Dilma, na manchete, sendo 12,5% de todos os jornais impressos, quando se leva em consideração as publicações da Folha, O Globo e do O Estado de S. Paulo.

No entanto, outros agentes de texto como o então ministro da Fazenda Antônio Palocci teve expressiva recorrência nas manchetes - 12% (46 manchetes). Entretanto, a participação desse agente foi bastante distinta numa comparação de jornais, com um índice bem maior na Folha com 23% (30 manchetes), um pouco menor no O Globo, com 10% (11 manchetes) e de menos de 1% (apenas uma manchete) no O Estadão. Essa disparidade aponta que a Folha foi o jornal que mais teve publicações sobre o ex-ministro, que no mesmo ano foi apontado em denúncias que levaram a sua saída do cargo no Governo Dilma. É importante considerar que Palocci foi o primeiro ministro a deixar o Governo Dilma, após ter seu nome citado em denúncias de corrupção.

Além de Dilma e Palocci, outros agentes também obtiveram importantes participações nas manchetes dos jornais como: Lula com 5% (19 manchetes), —Lupi, com 4% (15 manchetes), e —Mantega, com 2% (6 manchetes). —Sarney, —Obama, —Ideli, —Orlando, —Dirceu, —Aldo, —FHC, —Temer, —Rossi e —Alckmin tiveram menos de 1% de aparições.

Quadro 2 – Agentes de Texto

Agentes do Texto	Descrição	Estadão – 106 manchetes	O Globo – 115 manchetes	Folha – 131 manchetes	Total – 352 manchetes
Dilma	Dilma Rousseff – Presidente da República	58 (55%)	40(35%)	35 (27%)	133 (35%)
Palocci	Antônio Palocci - ministro do Governo Dilma	1 (0.9%)	11 (10%)	30 (23%)	42 (12%)
Lula	Luiz Inácio Lula da Silva - ex-presidente e aliado de Dilma	4 (4%)	9 (8%)	6 (5%)	19 (5%)
Lupi	Carlos Lupi, ministro do Governo Dilma	6 (6%)	5 (4%)	4 (3%)	15 (4%)
Mantega	Guido Mantega - ministro do Governo Dilma	4 (4%)	2 (1%)	0	6 (2%)
Sarney	José Sarney - senador aliado de Dilma	1 (0.9%)	0	1 (0.7%)	2 (0.5%)
Obama	Barack Obama - presidente dos Estados Unidos	2 (2%)	1 (0.8%)	0	3 (0.8%)
Ideli	Ideli Salvati - ministra do Governo Dilma	2 (2%)	0	0	2 (0.5%)
Orlando	Orlando Silva - ministro do Governo Dilma	3 (3%)	0	0	3 (0.8%)
Dirceu	José Dirceu - ex-ministro do Governo Lula	0	1 (0.8%)	0	1 (0.3%)
Aldo	Aldo Rabelo - ministro do Governo Dilma	0	1 (0.8%)	0	1 (0.3%)
FHC	Fernando Henrique Cardoso - ex-presidente e opositor ao Governo Dilma	0	0	2 (1%)	2 (0.5%)
Temer	Michel Temer - vice-presidente da República	0	0	1 (0.7%)	1 (0.3%)
Rossi	Wagner Rossi - ministro do Governo Dilma	0	0	1 (0.7%)	1 (0.3%)
Alckmin	Geraldo Alckmin - governador de São Paulo e opositor ao Governo Dilma	0	0	1 (0.7%)	1 (0.3%)

Como pode ser observado no quadro acima, na análise específica sobre a Folha, percebe-se a predominância das matérias com o agente do texto “Dilma”, em 27% (35

manchetes). Isso é justificado pelo fato de a maior parte dos conteúdos estarem relacionados diretamente com a presidente da República. Outros agentes do texto com participação significativa no estudo foram “Palocci” (ministro de Dilma envolvido em denúncia de corrupção), com 23% (30 manchetes); “Lula”, “Lupi”, “FHC”, “Temer”, “Alckmin”, “Sarney” e “Rossi”, foram agentes do texto com aparições menos expressivas.

No O Globo, o agente do texto que mais apareceu foi “Dilma” com 35% (40 manchetes). Em seguida, “Palocci” com 10% (11 manchetes) e Lula, 8% (9 manchetes). “Lupi”, “Mantega”, “Dirceu”, “Obama” e “Aldo” foram outros agentes do texto presentes.

No O Estadão, apesar do número menor de publicações relacionadas ao Governo Dilma, em comparação com os demais periódicos analisados na pesquisa, foi o jornal que mais recorreu ao agente do texto “Dilma”, presente em 55% (58 manchetes), o que corresponde a mais da metade dos conteúdos deste jornal. Logo, é possível verificar que a cobertura midiática do O Estadão foi a que mais buscou personificar o Governo, na figura da presidente da República.

Outros agentes do texto presentes nesse jornal foram Palocci com 5% (6 manchetes) e Lupi, 5% (6 manchetes); Também entraram na lista dos agentes de texto do O Estadão “Mantega”, “Orlando”, “Obama” e “Sarney”. Percebe-se que o referido jornal foi o único no qual não se identificou nas manchetes relacionadas ao Governo Dilma o agente do texto Lula, ex-presidente da República e aliado da presidente.

Neste sentido, é possível destacar que Governo Dilma foi o principal assunto do jornalismo impresso no Brasil em 2011, com pouca diferenciação quantitativa. É possível também observar que outros agentes de texto, além da presidente Dilma, foram ordinários nessa cobertura, com exceção de O Estadão que buscou ao máximo relacionar as manchetes do governo Dilma com o nome da presidente.

Considerações Finais

É possível considerar que a cobertura política dos meios de comunicação de abrangência nacional possui uma forte relação com o cotidiano político/administrativo dos agentes que ocupam os principais cargos no Governo Federal. Por esta razão, buscou-se através desta pesquisa apontar o espaço que a mídia impressa brasileira - Folha de S. Paulo (Folha), O Globo e O Estado de S. Paulo (O Estadão) - reservou aos assuntos relacionados ao Governo Dilma em um ano que não foi eleitoral (2011).

Se faz necessário destacar que houve uma participação significativa de manchetes principais nos três jornais selecionados relacionadas ao Governo Dilma. Esse quantitativo varia na análise individual de cada jornal, em que a Folha apresenta maior participação, seguida por O Globo e, por fim, O Estadão. Contudo, apesar da variação, é possível afirmar que o Governo foi um dos principais, se não o principal assunto das manchetes de capa dos referidos jornais.

No que diz respeito aos agentes de texto (nomes presentes nas chamadas) é possível observar que entre o mais citado foi “Dilma”, com destaque nos três jornais, mas com ênfase maior no O Estadão, que obteve mais da metade das manchetes. Outros agentes citados de forma recorrente foram Palocci, Lula, Lupi e Mantega – três ministros e um ex-presidente e aliado de Dilma.

Em suma, torna-se possível concluir que a mídia impressa brasileira, através de suas publicações, destacou o Governo Dilma de forma acentuada e semelhante, porque o número de publicações de um jornal para outro foi relativamente pequeno. É importante destacar ainda que houve a forte presença do nome Dilma como agente de texto nas manchetes que podem levar a uma compreensão de personificação das ações do governo com a presidente.

Referências Bibliográficas

- BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70. 2011. (Obra original publicada em 1977)
- BIROLI, F.; MIGUEL, L. F.; MOTA, F. F. Mídia, eleições e pesquisa de opinião no Brasil (1989-2010): um mapeamento da presença das pesquisas na cobertura eleitoral. *Revista Compólitica*, v.1, n.1, 2011.
- BENAZZI, L.A.. *Jornalismo e Suicídio: ética e noticiabilidade*. Intercom– Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul. 2010.
- BOURDIEU, P. *Sobre a Televisão*. Zahar. Editores. 1997.
- BOURDIEU, P; CHAMBOREDON, J.C; PASSERON, J.C. *A profissão de sociólogo: preliminares epistemológicos*. Petrópolis: Vozes. 1999.
- BRITTOS, V. C. As organizações Globo e a reordenação das comunicações. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, vol. XXIII, n.1, jan./jun. 2000b, p. 57-76.
- BUCCI, E. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Editora Abril. 2000.
- CARVALHO, J. M. *Cidadania no Brasil: o longo caminho*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.
- CASTILHO, M. de S. O jornalismo na distensão política do regime militar e a autoconstrução do repórter como investigador policial. *BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*, v. 9, p. 1-13, 2007.
- CHAIA, V. T. Democracia e escândalos políticos. CHAIA, M. (org). *Mídia e política*. São Paulo Perspec. v. 15, n. 4, 2001.
- DOUGLAS, M.. *Como as instituições pensam*. São Paulo: EDUSP, 1998.144 p.
- HABERMAS, J. *Direito e Democracia: entre facticidade e validade*. Tradução de Flávio Beno Siebeneichler. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- IBGE. Histórico do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo. Disponível em: <http://www.portalbrasil.net/ipca.htm>. Acesso em 05 de abr. 2014.
- LAVILLE, C.; DIOONE, J. *A construção do saber*. Porto Alegre: Artes Médicas; Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.
- LAGE, N. *A Reportagem: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. São Paulo: Editora Brasiliense. 2003.
- LUSTOSA, E. *O Texto na Notícia*. Brasília: Editora da UnB, 1996.
- MARCONDES, F. C. *Comunicação e Jornalismo. A Saga dos Cães Perdidos*. São Paulo. Hacker Editores, 2000.
- MARQUES, M. José. *Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

- MARTINS, F. *Jornalismo Político*. São Paulo: Editora Contexto. 2005.
- MATOS, C. *Jornalismo e política democrática no Brasil*. Publifolha. São Paulo. 2008.
- MIGUEL, L. F. *Os Meios de Comunicação e a prática política*. Lua Nova, n. 55-56, 2002.
- MIGUEL R. A. *A Construção da Notícia*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2009.
- MOTTA. L. G. *Imprensa e Poder*. Imprensa Oficial – São Paulo. 2002
- MORAES, R. Análise de conteúdo. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.
- O GLOBO. Manual de Redação do Jornal O Globo. Rio de Janeiro. 2011.
- O ESTADO DE SÃO PAULO. Manual de Redação e Estilo: O Estado de São Paulo. São Paulo. 1997.
- ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. Editora Brasiliense. São Paulo. 2009.
- PEREIRA J. ; Luiz C. *A apuração da notícia*. Rio de Janeiro (Petrópolis): Ed. Vozes, 2006.
- SODRÉ, N. *História da imprensa no Brasil*. Editora Contexto, São Paulo. 1998.
- THOMPSON, J. *A Mídia e a Modernidade*. Editora Vozes. 1998
- TRAQUINA, N. (Org.). *Jornalismo: Questões, teorias e estórias*. Lisboa, Vega, 1997
- TRAQUINA, N. *Teorias do Jornalismo*, Vol.1. Florianópolis: Editora Insular, 2004.
- WOLTON, D. *Pensar a comunicação*. Brasília: Ed.UNB. 2004.