



Estudo Especial

UM ANO DE ANÁLISE DA NOTÍCIA
Senado Federal e Congresso Nacional

Brasília, novembro de 2006.

Análise de Notícias
Senado Federal e Congresso Nacional



SENADO FEDERAL
SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

Índice

1 - Sumário

1.1 – Um ano de desgaste, com jeito de montanha-russa 03

1.2 – Bases dadas para recuperação em nova etapa 04

2 - Resultados Gerais 05

2.1 – Evolução na avaliação das Instituições 07

2.2 – Evolução na avaliação dos parlamentares 10

2.3 – Evolução na avaliação dos Presidentes 11

2.4 – Contraste entre Opinião Pública e Opinião Publicada 14

Ficha Técnica

Período	1º de novembro de 2005 a 31 de Outubro de 2006
Abrangência	Congresso Nacional, Senado Federal, Câmara dos Deputados, Governo Federal e STF.
Jornais selecionados	O Estado de S. Paulo, O Globo, Folha de São Paulo, Jornal do Brasil e Correio Braziliense.
Amostra	18.124 notícias selecionadas



1. *Sumário*

Um ano de desgaste, com jeito de montanha-russa

De há muito o Congresso Nacional não enfrentava período de tamanho desgaste, como foi o biênio 2005/2006. As comissões de inquérito sucederam-se nos últimos 18 meses, produzindo cassações e renúncias a mandatos parlamentares, inúmeros inquéritos policiais e denúncias do ministério público, embaralhando o Executivo e o Legislativo em tenso sobe e desce de ações e reações políticas. Uma verdadeira montanha-russa retratada no noticiário da imprensa.

Para qualificar as informações e apreciações deste relatório especial do DataSenado, órgão da Secretaria de Pesquisa e Opinião da SECS, importa levar em conta o grupo de jornais selecionado para representar a imprensa e atentar para os critérios que determinaram a seleção das notícias para análise. A base de dados é a seleção diária de matérias feita pelo Serviço de Clipping do Senado Federal. Essa seleção prioriza a presença de senadores ou referências ao Congresso Nacional no noticiário pesquisado. Em função disso, o conjunto submetido à análise individual não pretende representar a totalidade das notícias veiculadas sobre cada um dos temas e aspectos estudados. Mas forma uma amostra definitivamente ampla o suficiente para embasar conclusões consistentes para informação dos Senadores.

Adotou-se como convenção para este relatório especial o período de um ano, entre Novembro de 2005 e Outubro de 2006. Foram 18.124 notícias selecionadas para análise, veiculadas por jornais reconhecidos como de referência nacional: O Estado de S. Paulo, Folha de São Paulo, O Globo, Jornal do Brasil e Correio Braziliense. A disponibilidade de relatórios mensais de análise da mídia em um período maior (total de 15 edições, até Nov/06), bem como a oportunidade de se agregar um cotejo experimental entre opinião pública e opinião



SENADO FEDERAL
SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

publicada, experiência desenvolvida em 2005, ajudaram a reforçar as considerações deste documento.

A crise política marcou o período 2005/2006. Em novembro do ano passado, imperava no noticiário o chamado “quarteto da crise”, integrado por nada menos que duas CPMLs (Correios e Mensalão), uma CPI (Bingos) e mais o tema genérico da Corrupção. Somadas, as notícias veiculadas a respeito dessas questões alcançavam praticamente metade de todo o noticiário. Acrescidas das matérias sobre Cassações, outro dos temas acompanhados, o conjunto respondia por mais da metade do material veiculado pelos jornais.

O esforço parlamentar para estabelecer um “modus” de convivência entre a crise política, as tarefas de investigação e punição, as responsabilidades de legislar e o compromisso de fixar distinções entre pessoas e instituições, levaram a uma alta visibilidade do Congresso na mídia. Ora de forma positiva, ora de forma negativa, ao sabor dos resultados oferecidos à opinião pública. Exemplos: a traumática substituição do presidente da Câmara (saiu Severino Cavalcanti, entrou Aldo Rebelo), as cassações de mandatos na Câmara e as mudanças constitucionais que reduziram o recesso parlamentar e aboliram a remuneração extra de deputados e senadores.

Ao longo deste ano, os temas da crise foram gradualmente perdendo força e cedendo espaço à questão eleitoral e a iniciativas legislativas. Começou no final de 2005 e prosseguiu no início de 2006. Depois da Copa do Mundo, a eleição tomou conta do noticiário. A imagem da gangorra é boa síntese para a evolução do conceito parlamentar na visão da mídia. Com melhorias em iniciativas legislativas como a redução do recesso parlamentar e a extinção de remunerações extras, além das punições aplicadas. E desgastes por conta de novas denúncias (Sanguessugas, por exemplo) e dos temores de que uma grande “pizza” poderia salvar muitos investigados.



Bases dadas para recuperação em nova etapa

A experiência desenvolvida com os relatórios mensais de análise da mídia indica claramente o fechamento de um ciclo no final de 2006. De um lado, pela substituição do clima eleitoral por um ambiente eminentemente político, voltado para as questões da administração do País e a articulação entre os atores partidários e institucionais. Nos três Poderes e destes com a sociedade civil. E de outro lado, pelo natural refluxo da crise gerada por escândalos e denúncias nos últimos 15 meses, que deverá ser substituída por uma poderosa agenda política de reformas.

Está claro que o desgaste do Legislativo e seus integrantes já superou seu pico de baixa. A avaliação positiva dos senadores, por exemplo, estava em 10,4% das notícias no relatório de nov/05, caiu para 0,3 em jun/06, alcançou 2,5 em setembro e subiu para 6,4% das notícias do relatório de out/06. A avaliação negativa dos deputados, por outro lado, atingiu seu pico negativo em mar/06 (33,5% de referência no universo daquele noticiário), patinou em 33,1 na análise de agosto e ficou em 24,6% em out/06.

Temas ligados à representação parlamentar, avaliação das instituições segundo a ótica da mídia e os juízos em torno dos seus integrantes, registraram quedas acentuadas entre 2005 e 2006, ressaltadas as recuperações pontuais proporcionadas por iniciativas percebidas pela imprensa como positivas. A nova realidade política criada pela reeleição do Presidente da República, a eleição ou reeleição dos governadores estaduais, a renovação da Câmara dos Deputados e de um terço do Senado, estabelece verdadeiro divisor de águas. Uma forte agenda legislativa certamente oferece espaço importante para a melhoria da imagem do Congresso. Salvo o surgimento de novos e graves escândalos envolvendo parlamentares.

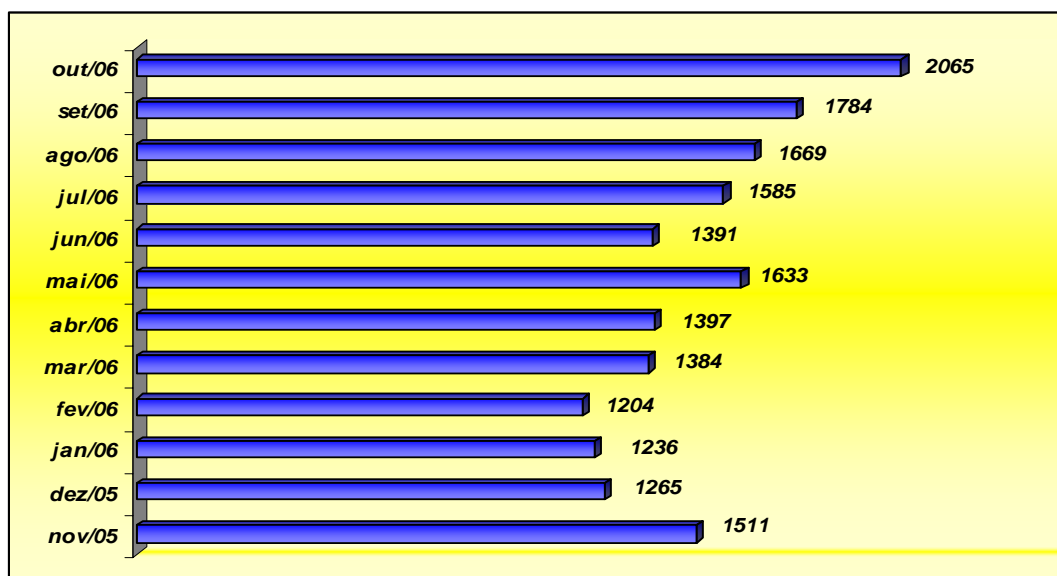


2. Resultados Gerais

Qualificação da amostra

Nos termos já explicitados anteriormente, a amostra de noticiário selecionada para análise resulta consistente e representativa, em que pese não alcance a totalidade das matérias produzidas e veiculadas pela mídia em torno dos temas acompanhados. Foram 18.124 notícias, ao longo de 12 meses. Individualmente, outubro de 2006 foi recordista, com 2.065 matérias. Mas merecem referência especial os meses de dez/05, jan/06, fev/06 e jul/06, períodos que historicamente eram fracos em noticiário político, por força dos recessos parlamentares. Essa característica foi rompida neste último ano.

Gráfico 1 – Total de notícias analisadas mês a mês



Do conjunto de temas acompanhados ao longo do último ano, foram selecionados os quatro mais relevantes para uma análise detalhada: CPMI/CPs, Corrupção, Cassações e Projetos Legislativos. Nesse grupo, o jornal Folha de São Paulo liderou a produção e veiculação de noticiário no período analisado. Em



SENADO FEDERAL
SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

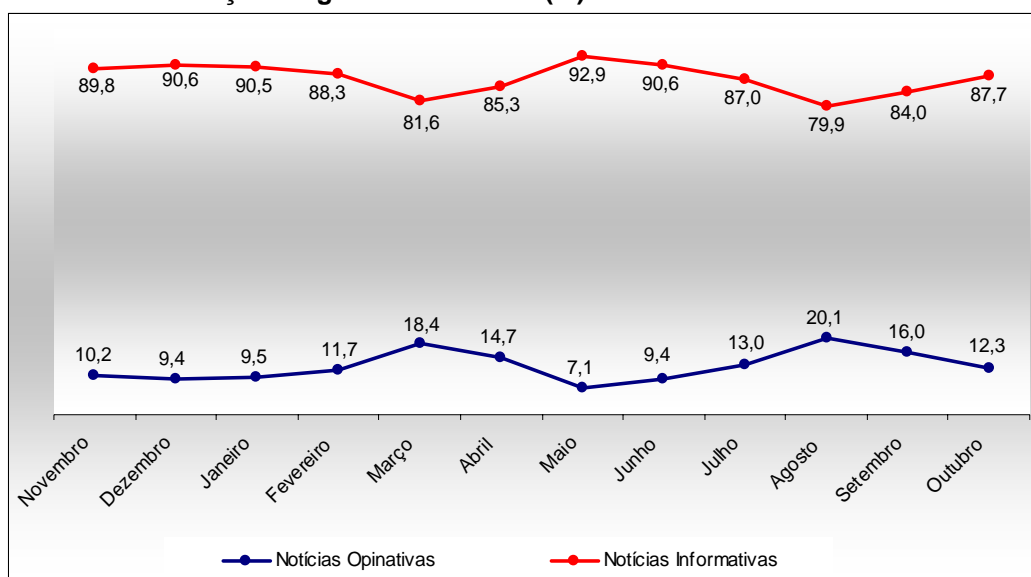
segundo lugar aparece o Correio Braziliense, nos temas das CPI/CPMs, Corrupção e Projetos Legislativos, enquanto o Estado de S. Paulo ficou com o segundo lugar no noticiário sobre Cassações.

Tabela 1 – Veículo X Tema principal da notícia (%)

	<i>CPI/CPM's</i>	<i>Corrupção</i>	<i>Cassações</i>	<i>Projetos Legislativos</i>
Folha de S. Paulo	26,0	23,6	27,9	24,0
Correio Braziliense	21,9	22,5	21,0	19,9
O Estado de S. Paulo	19,5	16,3	22,1	18,9
O Globo	16,7	18,8	15,1	19,2
Jornal do Brasil	16,0	18,9	13,9	18,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

A produção dos relatórios mensais de análise da mídia já permitiu estabelecer algumas premissas consistentes em torno do comportamento da imprensa e da lógica do noticiário. Há, percebe-se, uma relação de causa e efeito entre o crescimento da parcela opinativa de notícias e o recrudescimento de matérias sobre escândalos e denúncias de corrupção envolvendo a coisa pública. Mas também se percebe a presença de um limite para essa expansão da “opinião” na mídia.

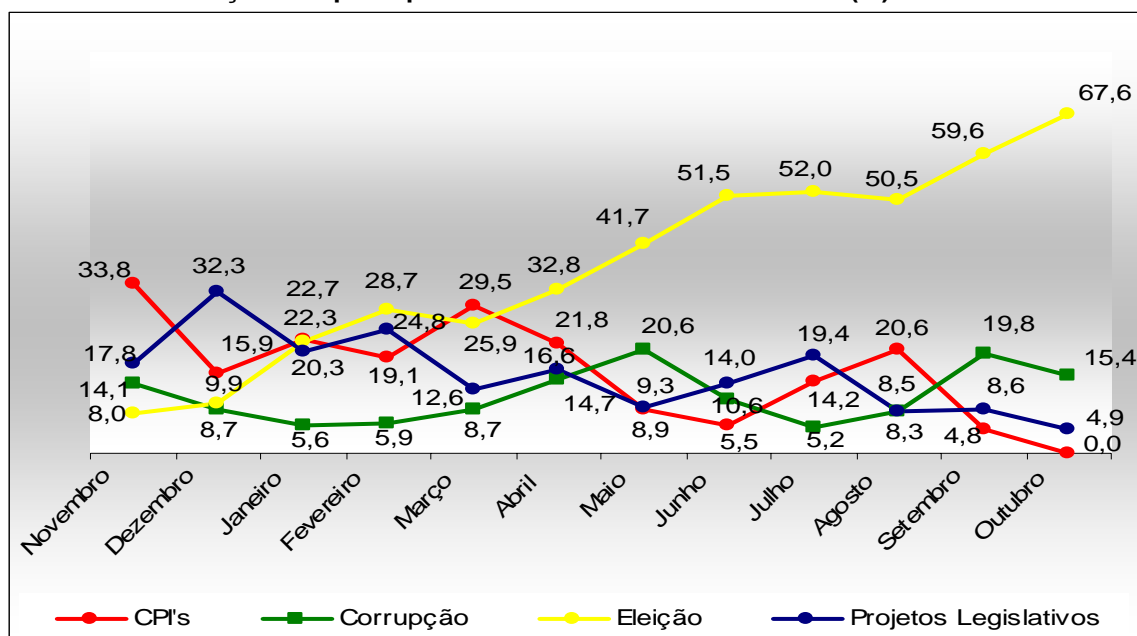
Gráfico 2 – Evolução do gênero da notícia (%)





O confronto da evolução dos principais temas, ao longo do ano, ilustra de forma eloqüente o caráter atípico do período analisado. A crise política foi suplantada, na mídia, pelo fato eleitoral. Com todas as implicações que essas questões projetaram sobre a disputa nas urnas. Não apenas de natureza partidária ou ideológica, naquilo que temas como CPIs e Corrupção impactaram o juízo do eleitorado. Mas também no clássico deslocamento dos parlamentares para as suas bases políticas, com prejuízos evidentes para os trabalhos legislativos nesse período.

Gráfico 3 – Evolução dos principais temas do noticiário analisado (%)



Evolução na avaliação das instituições

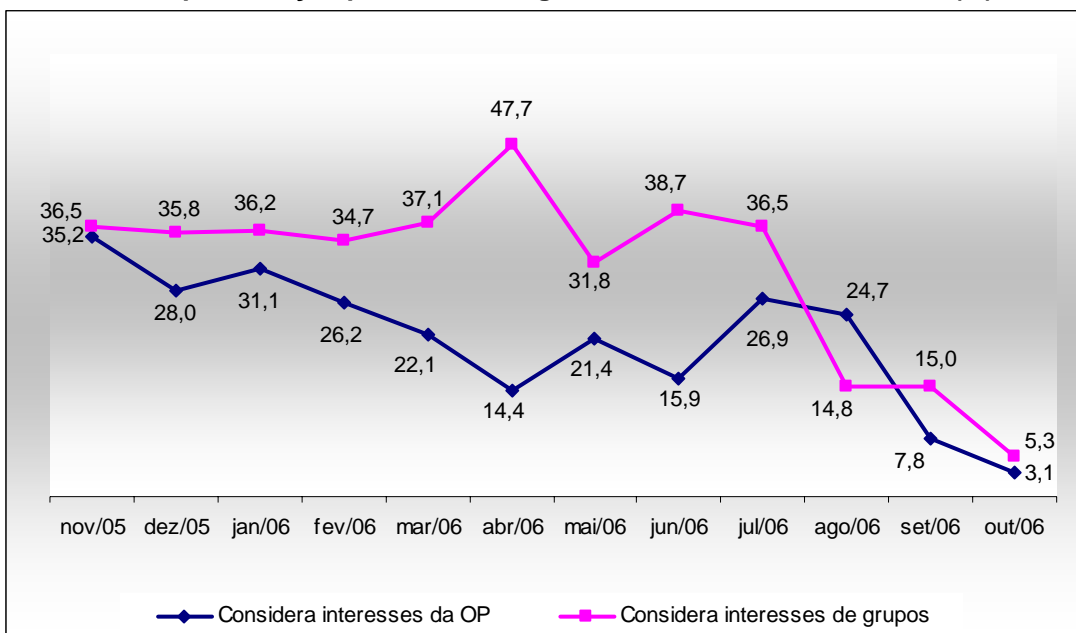
A evolução dos itens que representam a avaliação das instituições sinaliza coerência com os desdobramentos políticos dos fatos que dominaram a mídia ao longo do último ano. No Senado, por exemplo, as variáveis que buscam captar no



SENADO FEDERAL
SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

noticiário os juízos em torno de ações que consideram interesses da opinião pública sofreram perdas. Em nov/05 a análise da mídia percebia essa condição em 35,2% do noticiário analisado. Em out/06 esse índice recuou para 3,1%. É importante ressaltar, no entanto, que essa queda não deve ser vista de forma absoluta, pois a ausência de atividade legislativa mais intensa tem impacto direto sobre essa variável. As ações que considerariam interesses de grupos, por outro lado, igualmente tiveram evolução decrescente, recuando de 36,5% (nov/05) para 5,3% (out/06). A posição de forte predomínio neste final de ano é de neutralidade, justamente pela menor atividade legislativa provocada pelas eleições.

Gráfico 4 – Representação parlamentar segundo a mídia – Senado Federal (%)

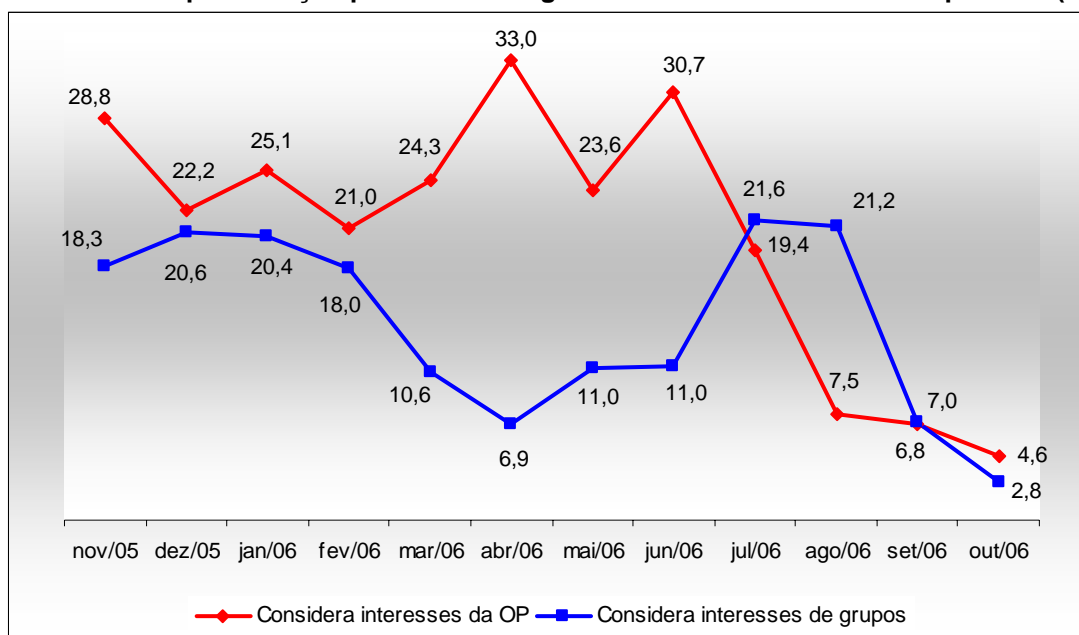


No caso da Câmara dos Deputados a evolução é semelhante à do Senado, mas com um percentual menor na partida da série analisada. Em nov/05, 28,8% do noticiário apreciado percebia essa variável nas ações de interesse da opinião pública, e 18,3% nas ações de interesse de grupos. A explicação, aqui, remete ao



enorme desgaste que atingiu a Câmara no segundo semestre de 2005. Tanto por força das investigações das comissões parlamentares de inquérito, quanto pelo episódio que resultou na renúncia do ex-presidente Severino Cavalcanti. Ao longo de 2006, ambas as variáveis recuaram, com espasmos de recuperação pontuais em função de medidas de impacto político, seja por força de ações em torno do Conselho de Ética ou da forte movimentação investigativa que marcou a primeira fase da CPMI das Sanguessugas.

Gráfico 5 – Representação parlamentar segundo a mídia – Câmara dos Deputados (%)



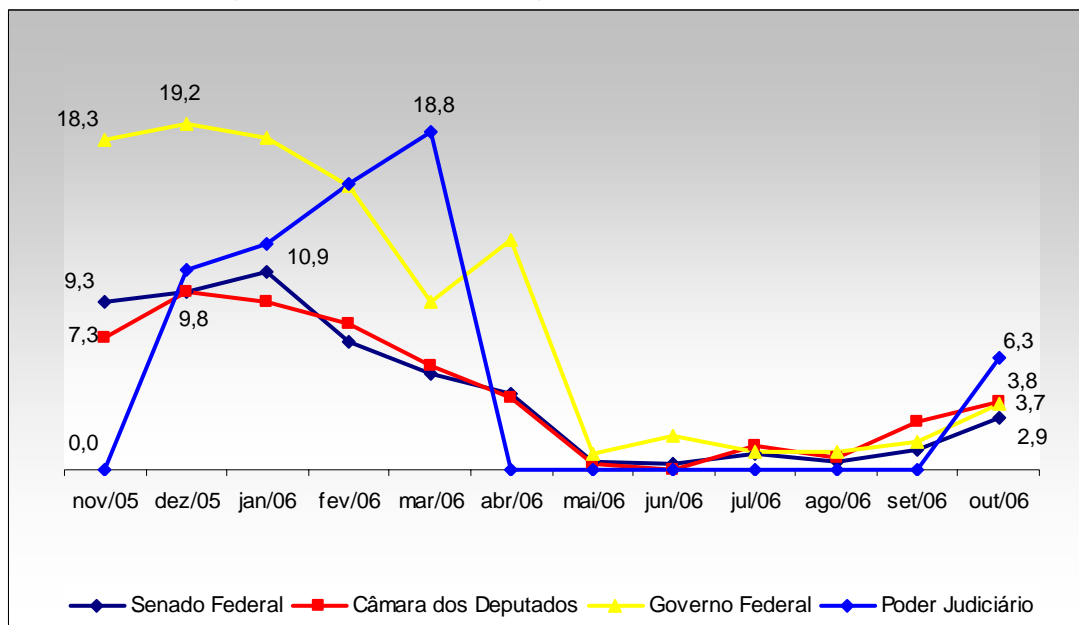
Quando se busca a avaliação direta das instituições, neste ponto acrescentando-se ao Senado e à Câmara também o Governo Federal e o Judiciário (representado pelo STF), observa-se com nitidez o impacto negativo que o último ano teve tanto sobre as Casas do Legislativo quanto sobre o Executivo. Na série objeto de estudo neste relatório, o Senado começa com avaliação positiva de 9,3% (nov/05), para fechar o período com índice de 2,9%



SENADO FEDERAL
SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

(out/06). A Câmara teve evolução parecida (de 7,3 para 3,8, entre nov/05 e out/06), o mesmo ocorrendo com o Executivo (de 18,3% para 3,7%). O Judiciário teve evolução à parte e positiva, mas em respeito à precisão da análise é importante constatar um fato: é pequeno o volume de notícias em torno desse Poder.

Gráfico 6 – Avaliação positiva das instituições segundo a mídia (%)



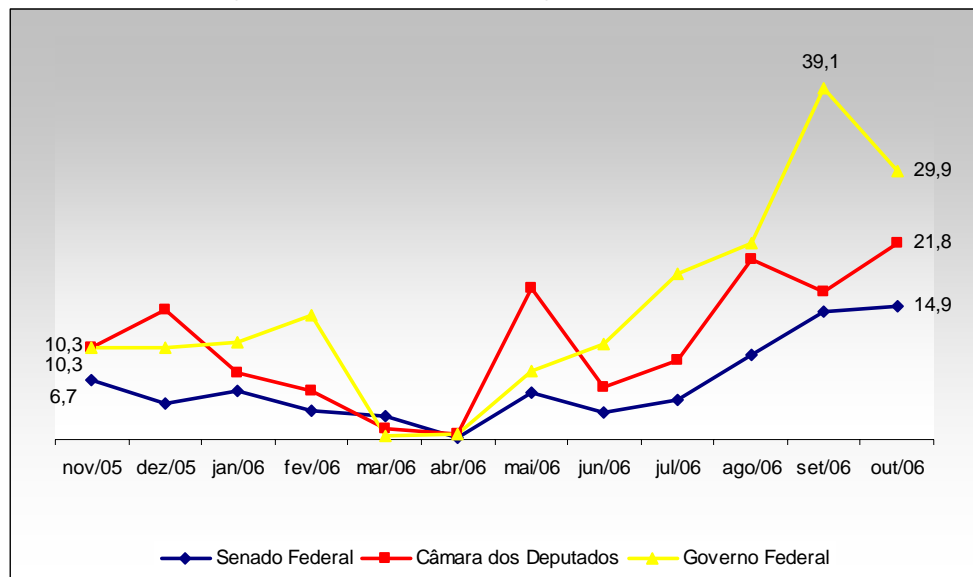
No caminho inverso ao do tópico anterior, a avaliação negativa das instituições mais presentes na mídia subiu no período analisado. Tanto o Legislativo quanto o Executivo. O Senado começou com 6,7% de inferências negativas no noticiário apreciado em nov/05. Esse percentual alcançou 14,9% em out/06. A Câmara começou essa trajetória com 10,3 e terminou com 21,8% de



SENADO FEDERAL
SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

juízos negativos no noticiário, em outubro último. O desgaste do Governo Federal foi ainda maior, na percepção da mídia: 10,3% em nov/05 e 29,9% em outubro de 2006. A quantidade de notícias negativas em torno do Judiciário foi tão inexpressiva que seu uso percentual provocaria distorções (duas ou três matérias acabariam sendo apresentadas, por exemplo, com percentual de 50% ou algo parecido).

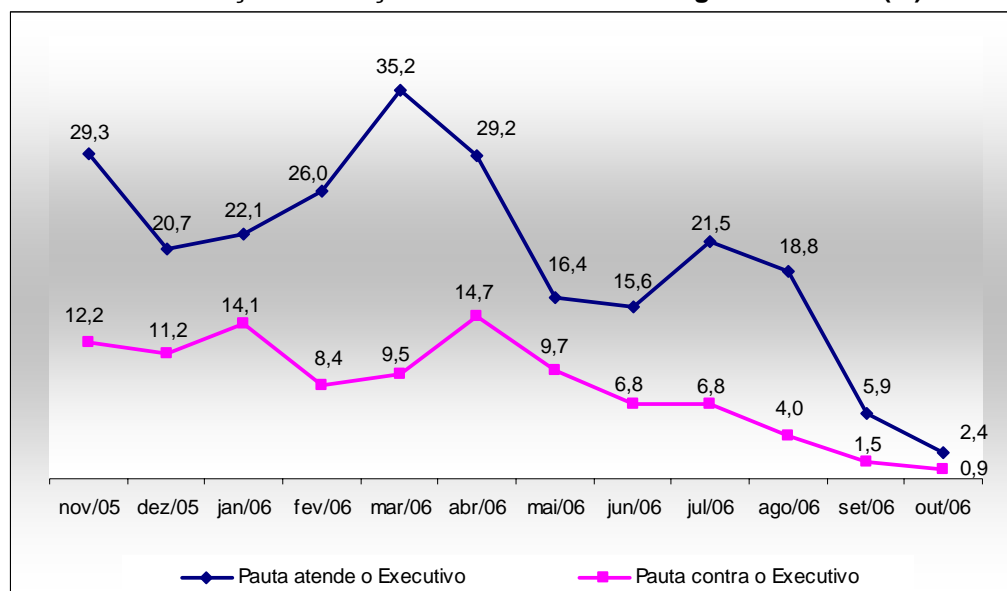
Gráfico 7 – Avaliação negativa das instituições segundo a mídia (%)



A relação entre as instituições, finalmente, mostra uma evolução consistente com os desgastes políticos do ano analisado, bem como a virtual interrupção de atividades legislativas nos plenários do Senado e da Câmara, durante o período eleitoral. O que importa, aqui, é observar a percepção da mídia, via noticiário, em torno da articulação institucional entre o Executivo e o Legislativo.



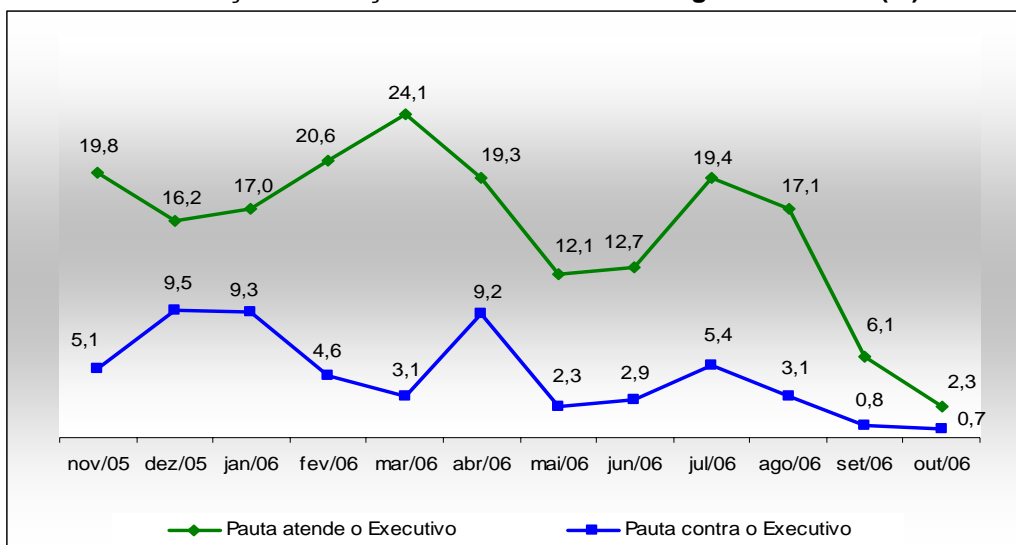
Gráfico 8 – Avaliação da relação Senado-Executivo segundo a mídia (%)



É senso comum, em discursos políticos e muitos artigos da imprensa, a impressão de que o Senado tem sido mais “oposicionista” que a Câmara em suas relações com o Governo. Observar a evolução de uma das variáveis rotineiramente acompanhadas pelos relatórios de análise da mídia – *pauta contra o Executivo* – ao longo dos 12 meses selecionados para este estudo especial, reforça essa suposição. Na partida (nov/05), esse juízo foi percebido em 12,2% das notícias que de uma forma ou de outra tratavam de entendimentos ou negociações políticas sobre a pauta de votações da Casa. No caso da Câmara esse mesmo índice foi menor: 5,1%. E em ambas as Casas esse indicador teve evolução decrescente: 0,9% no Senado, em out/06, e 0,7% na Câmara. Antes que um leitor apressado conclua por um virtual desaparecimento das forças oposicionistas nas pautas das duas Casas legislativas, cabe destacar a ausência de votações nos plenários do Senado e da Câmara por força da campanha eleitoral. A mídia simplesmente não teria como ou porque tocar nessa questão.



Gráfico 9 – Avaliação da relação Câmara-Executivo segundo a mídia (%)



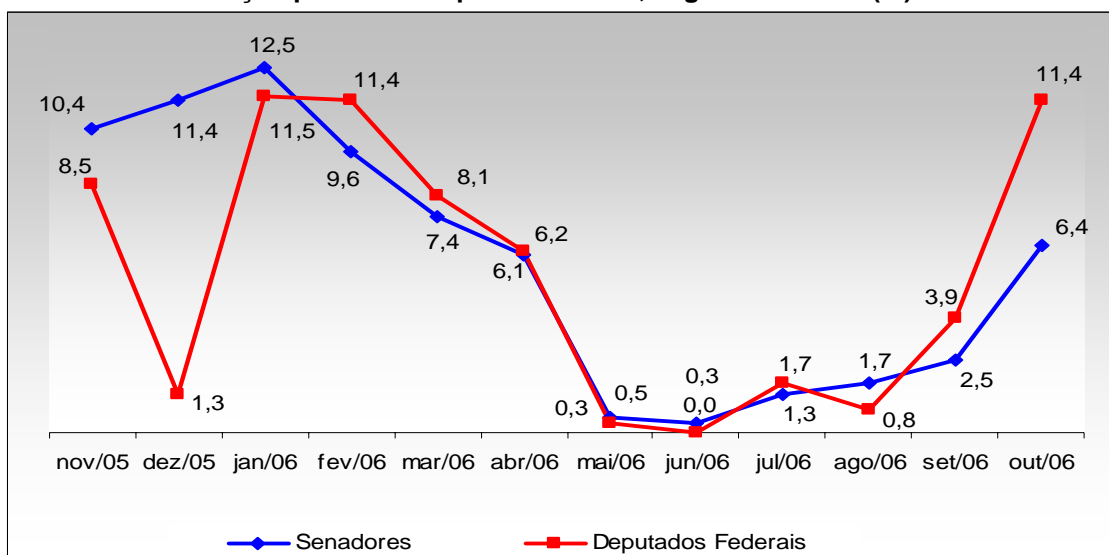
A comparação de outra variável - *pauta atende o Executivo* – irmã “siamesa” da premissa anterior, aponta uma percepção da mídia que contrasta com o senso comum alimentado pelas paixões políticas. Da análise do noticiário percebeu-se, em novembro de 2005, ponto de partida para este relatório especial, um juízo de 29,3% para o Senado, contra 19,8% em relação às matérias que envolviam a Câmara dos Deputados. Ambas as Casas registraram evolução decrescente – 2,4% para o Senado, em out/06, e 2,3% para a Câmara – tal como constatado na variável anterior, pelas mesmas razões (ausência de pautas nos plenários, em função da campanha eleitoral). Como avaliar esses números? No caso do Senado, pelo fato das “derrotas” do Governo terem sido pontuais, em projetos ou temas específicos, sem vínculo com uma produção legislativa mais intensa de interesse do Executivo. A Casa viveu esse período com sua pauta geralmente “limpa”. Já a Câmara sofreu o impacto adverso, sobre suas atividades de plenário, da crise política centrada pelas CPMIs e CPIs nos deputados, além da traumática substituição de um de seus presidentes (Severino Cavalcanti).



Evolução na avaliação dos parlamentares

A evolução da avaliação dos parlamentares das duas Casas legislativas, a partir da percepção da mídia presente na análise do noticiário, apresenta comportamento coerente com a imagem da gangorra (sobe e desce) ou montanha-russa, utilizada como símbolo para caracterizar o período. Tanto no início e no final do ano enfocado, quanto em etapas intermediárias nitidamente impactadas pelo desenrolar dos eventos políticos provocados por tantas comissões parlamentares de inquérito e processos desenvolvidos na Comissão de Ética da Câmara dos Deputados.

Gráfico 10 - Avaliação positiva dos parlamentares, segundo a mídia (%)

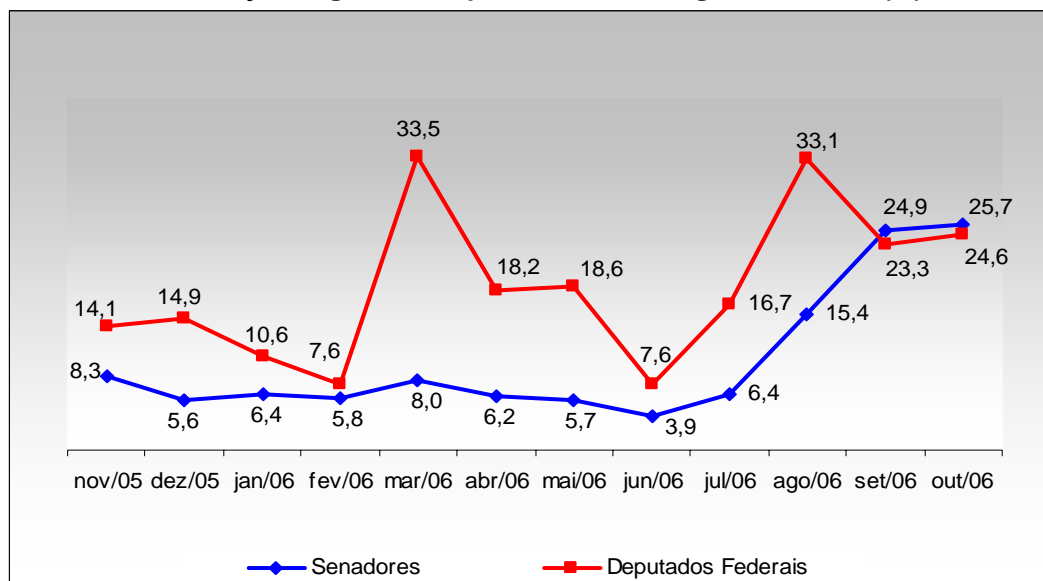


Em novembro de 2005, os senadores apareciam de maneira positiva no noticiário em percentual superior ao dos deputados: 10,4% contra 8,5%. Em dezembro esse contraste ficou ainda maior (11,4 contra 1,3) e janeiro de 2006



iniciou uma fase de recuperação pontual, muito provavelmente em função das medidas tomadas pelo Congresso em torno da redução do recesso parlamentar e extinção da remuneração extra dos parlamentares. De janeiro a março os percentuais de avaliação positiva evoluíram com certa estabilidade e de maneira razoavelmente favorável aos parlamentares. A partir de maio e até setembro, instalou-se um inferno astral para deputados e senadores, com expressiva queda nos índices de avaliação positiva percebidos no noticiário.

Gráfico 11 – Avaliação negativa dos parlamentares, segundo a mídia (%)



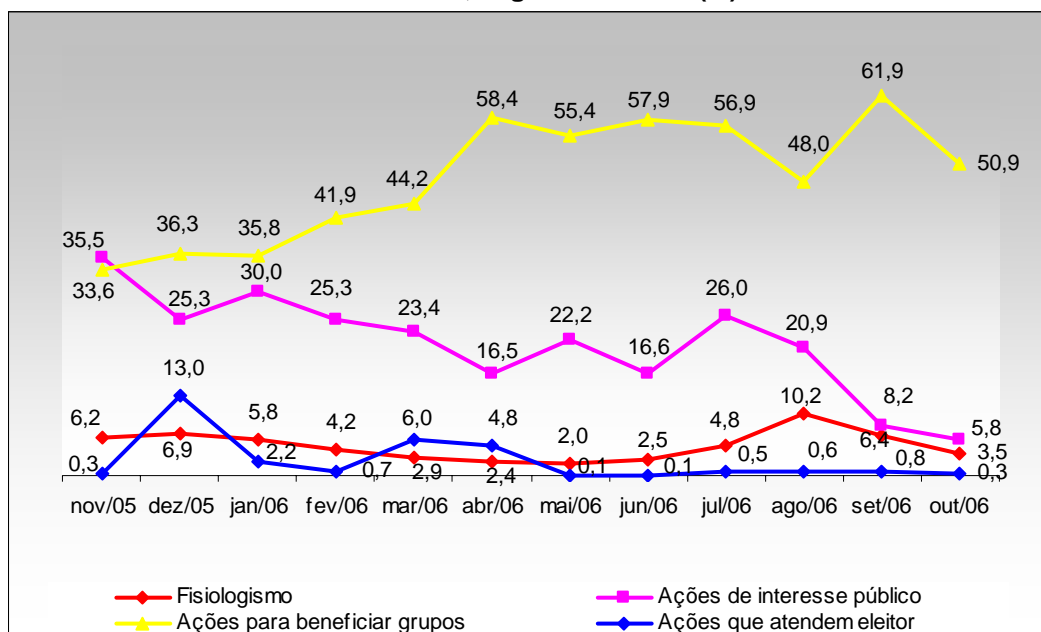
Os índices de avaliação negativa, reverso da moeda, sinalizam claramente um desgaste proporcionalmente maior para os deputados em relação aos senadores, ao longo de quase todo o ano analisado. Os senadores tiveram índices adversos relativamente baixos ao longo da maior parte do ano (nov/05 a jul/06). Nesse período, os deputados registraram índices de avaliação negativa bem maiores, com recorde (33,5%) em março/06. Vale referir que ao longo desses meses o tema da Eleição crescia, mas não exercia virtual monopólio na atenção



SENADO FEDERAL
SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

da imprensa. A partir de agosto, porém, com o acirramento da disputa eleitoral e os desdobramentos da CPMI das Sanguessugas, que atingiram alguns membros do Senado, os índices adversos dos senadores subiram. Em setembro e outubro de 2006 esses percentuais ficaram equivalentes entre o Senado e a Câmara, segundo a análise do noticiário.

Gráfico 12 – Atitudes dos senadores, segundo a mídia (%)



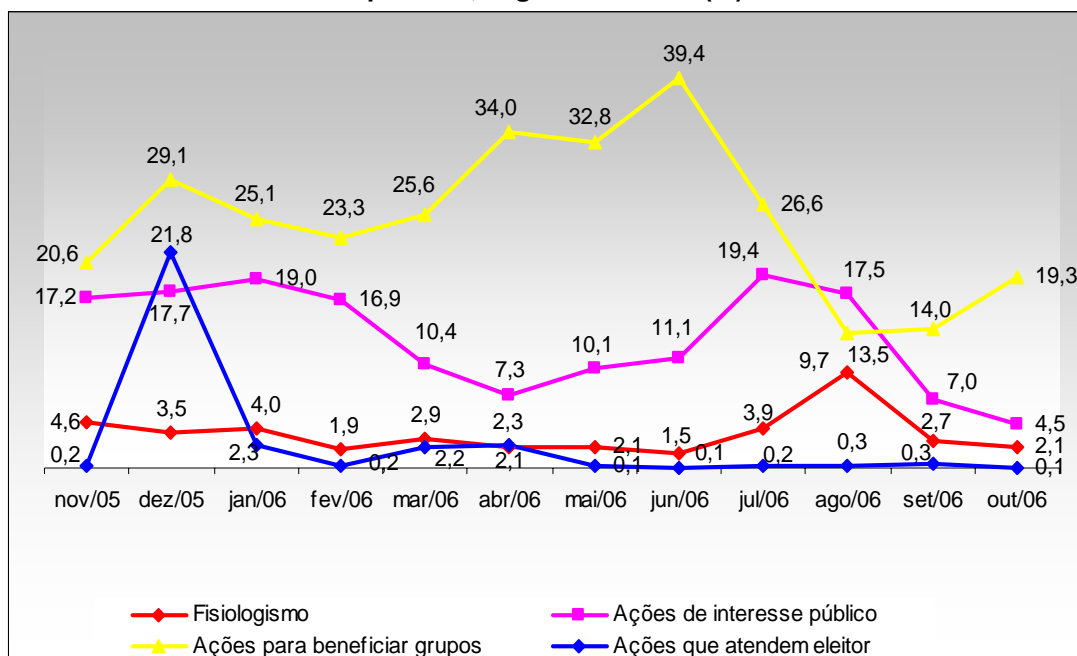
Cruzar os índices de avaliação com as atitudes dos parlamentares, na percepção da mídia, contribui para reforçar os juízos extraídos da análise do noticiário e fixar impactos diferenciados entre senadores e deputados. Uma primeira impressão, comum aos parlamentares das duas Casas legislativas: o fisiologismo capaz de ser percebido nas matérias da imprensa não se traduz em índices de maior expressão, ainda que esses percentuais tenham registrado variações de alguma significação ao longo do ano. Os senadores, por exemplo,



SENADO FEDERAL
SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

tiveram índices em torno de 3% em vários meses, ainda que seu recorde tenha sido 10,2%, em agosto de 2006. Os deputados registraram evolução parecida e até com certo viés de baixa em relação às médias dos senadores.

Gráfico 13 – Atitudes dos deputados, segundo a média (%)



Os índices mais expressivos, para senadores e deputados, estão concentrados em variáveis como *ações de interesse público* e *ações para beneficiar grupos*. Ao longo desse ano verificou-se queda nos percentuais sugerindo a percepção no noticiário de ações de interesse público, tanto de senadores quanto de deputados. Na partida (nov/05) do período analisado os senadores apresentavam índices sensivelmente maiores que os dos deputados. Ao final (out/06), os parlamentares das duas Casas estavam equiparados. As razões para essa evolução certamente serão encontradas nos desdobramentos das inúmeras crises políticas, além da redução de atividades parlamentares por



SENADO FEDERAL
SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

conta da campanha eleitoral. Os índices formados pela percepção do noticiário em torno de ações para beneficiar grupos, por sua vez, tiveram evolução ascendente. Tanto para senadores quanto para deputados. Mas no caso do Senado em percentuais mais expressivos.

Evolução na avaliação dos Presidentes

As crises políticas dos últimos 12 meses cobraram um preço também dos presidentes dos Poderes Executivo e Legislativo. No caso do presidente Luis Inácio Lula da Silva, por conta dos embates eleitorais, na campanha pela reeleição. A valoração negativa presente no noticiário cresceu ao longo do ano e atingiu seus maiores percentuais na campanha eleitoral (setembro e outubro de 2006), de acordo com a análise do noticiário. Em sentido oposto, caiu a percepção de valoração positiva.

Tabela 2 – Valoração dos personagens da notícia – Positiva (%)

	<i>nov/05</i>	<i>dez/05</i>	<i>jan/06</i>	<i>fev/06</i>	<i>mar/06</i>	<i>abr/06</i>
Renan Calheiros	7,5	3,8	2,0	3,7	7,7	4,2
Aldo Rebelo	9,0	10,0	2,1	13,9	17,6	2,5
Lula	13,8	16,3	15,6	15,3	8,8	11,2

... Continuação da tabela 2 (%)

	<i>mai/06</i>	<i>jun/06</i>	<i>jul/06</i>	<i>ago/06</i>	<i>set/06</i>	<i>out/06</i>
Renan Calheiros	0,0	0,5	0,6	0,0	1,4	5,1
Aldo Rebelo	0,0	0,0	1,7	5,6	8,1	5,6
Lula	0,7	1,0	1,1	1,1	2,1	6,0



SENADO FEDERAL SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

No caso dos presidentes do Senado e da Câmara, tanto as avaliações positivas quanto as negativas, percebidas na análise do noticiário, sofreram fortes oscilações ao longo do ano. Mas ao contrário dos percentuais do presidente da República, não descreveram curvas quase lineares, seja para cima ou para baixo. O senador Renan Calheiros começou esse ano de administração de crises com valoração positiva pela mídia da ordem de 7,5% (nov/05), terminando o período com 5,1%. Já o deputado Aldo Rebelo, presidente da Câmara, partiu de 9% (nov/05), beneficiado por sua recente eleição para debelar a crise provocada pela renúncia de Severino Cavalcanti, chegando a out/06 com percentual positivo de 5,6%. Do lado dos juízos negativos percebidos na mídia, o deputado Aldo Rebelo aparentemente também sofreu reflexos da crise na instituição, aparecendo em nov/05 com 7,7% e concluindo o ano (out/06) com alguma recuperação (5,6%). No caso do senador Renan Calheiros, a valoração negativa percebida na mídia começou o ano bastante baixa (1,6% em nov/05) e terminou o período com 4,3%.

Opinião Pública vs Opinião Publicada

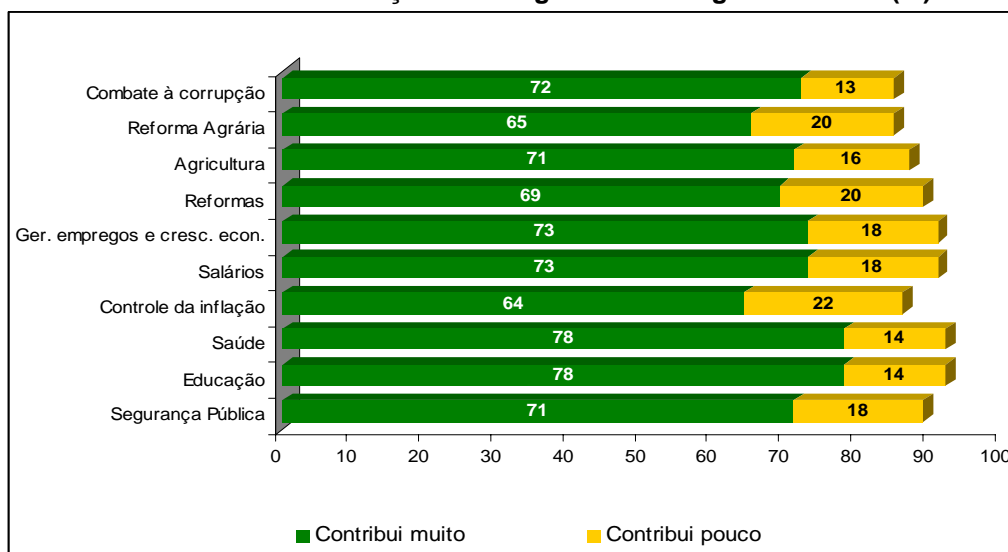
Há diferenças entre opinião pública e opinião publicada? Vale dizer. A “voz” das ruas, que os institutos de pesquisa buscam captar, converge ou diverge da “voz” dos veículos de comunicação de massa, que trabalhos como os relatórios de análise da mídia (imprensa escrita) tentam traduzir. Pela oportunidade de contribuir para este relatório especial, um estudo de caso experimental, realizado pela SEPOP/SECS em 2005, fecha este trabalho.

Este Estudo de Caso começa recuperando pesquisa realizada pelo Ibope em março de 2005, apontando a expectativa da opinião pública em relação à atuação do Congresso Nacional. Naquele momento confiava-se em contribuições expressivas da instituição parlamentar em assuntos como saúde, educação,



crescimento econômico, melhoria salarial, combate à corrupção, geração de empregos e segurança pública.

Gráfico 14 – Grau de contribuição do Congresso nas seguintes áreas (%) - 2005



Naquela ocasião, nada menos que 72% da opinião pública entendiam que o Congresso poderia contribuir muito na questão do combate à corrupção. Em temas como Saúde e Educação a confiança era ainda maior: 78% entendiam que a instituição “contribui muito”. Em relação a Salários e Crescimento Econômico/Empregos, a expectativa positiva alcançou 73%.

O acirramento da crise política, provocado pelas denúncias de corrupção em empresas estatais, a partir de maio de 2005, deu início a mudanças importantes nos sentimentos da opinião pública ao longo do segundo semestre daquele ano. Num primeiro momento, percebe-se que o Congresso Nacional

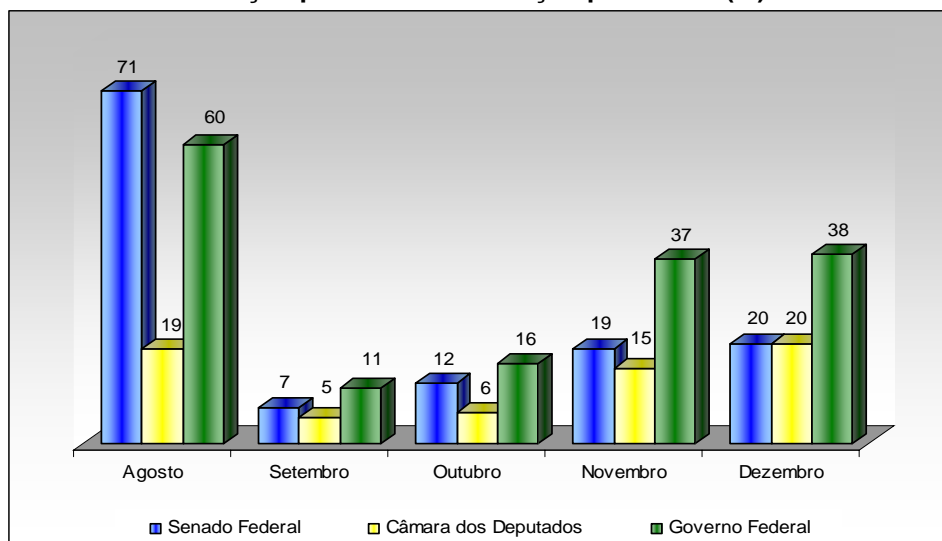


SENADO FEDERAL
SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

supriu as expectativas da sociedade, que desejava a instalação de comissões parlamentares de inquérito e a apuração dos episódios denunciados.

De seu lado, os relatórios de análise da mídia captam atitudes positivas por parte dos jornais cujo noticiário é mensalmente acompanhado. O relatório de agosto/05 indica que a valoração positiva de duas instituições continua alta – o Senado com 71% e o Governo com 60% - sendo que a Câmara dos Deputados já acusava, então, o impacto do envolvimento de membros da Casa (valoração positiva de 19,2%). Ao longo dos meses seguintes, Congresso (Senado e Câmara) e Governo registraram grande desgaste, na percepção do noticiário.

Gráfico 15 – Valoração positiva da instituição pela mídia (%) - 2005



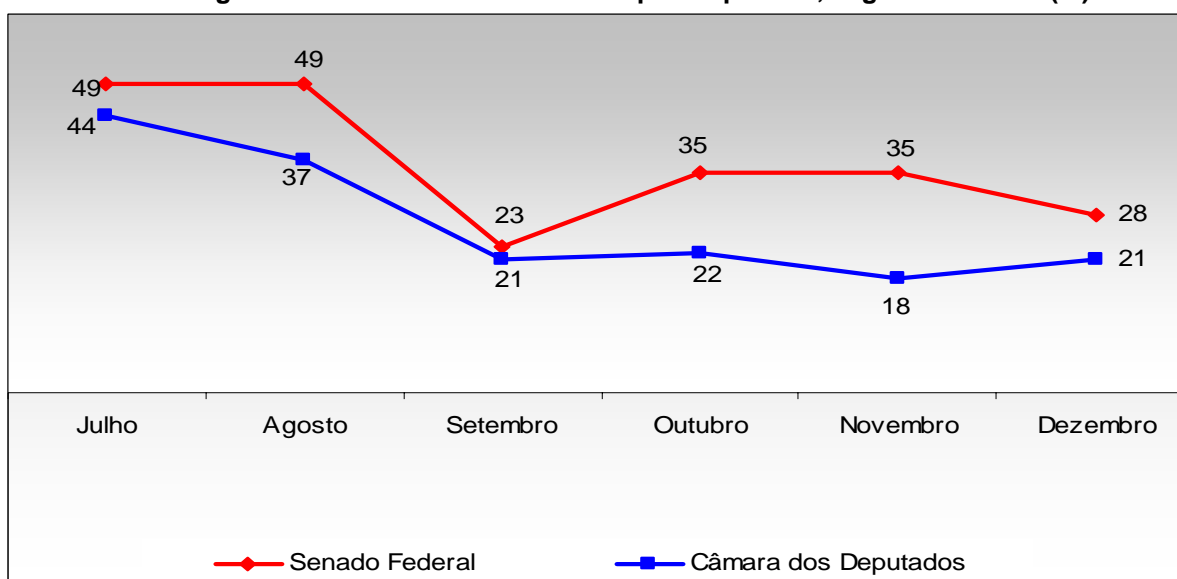
Uma outra variável acompanhada pela análise da mídia (Congresso considera interesses da opinião pública?) ratificou a convergência entre opinião pública e opinião publicada, naquele momento de 2005. O gráfico seguinte aponta que em 49,3% do noticiário analisado em julho/05, entendeu-se que o Senado considerava interesses da opinião pública. Esse número foi de 44% em relação à



SENADO FEDERAL
SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

Câmara. A diferença entre as duas Casas do Congresso cresceu no relatório do mês seguinte: Senado com 49% em agosto, contra 37% da Câmara. Nuances que não são explicitadas nas pesquisas de opinião pública.

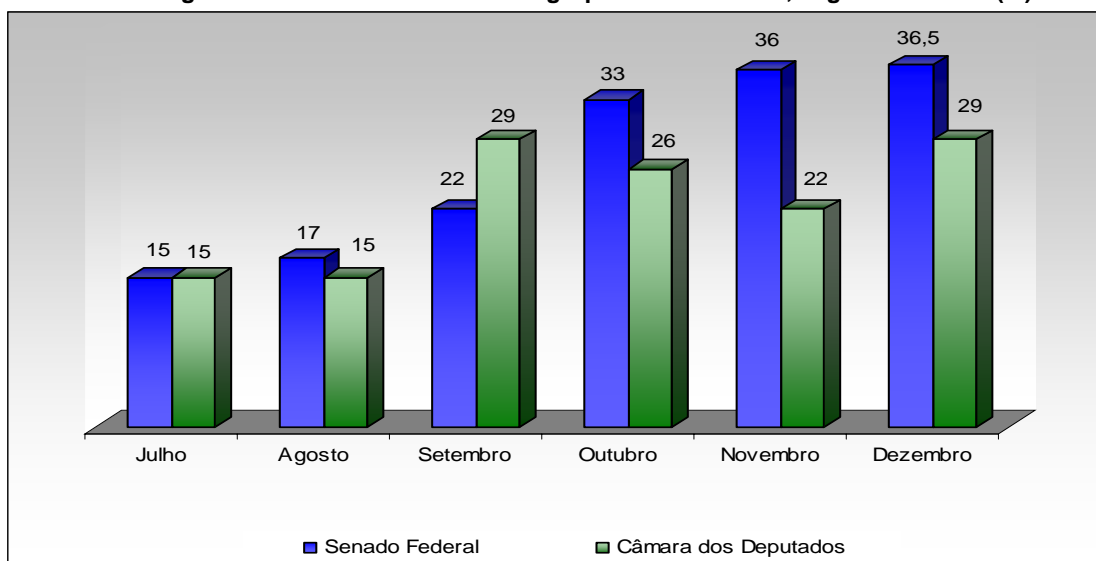
Gráfico 16 – Congresso considera interesses da opinião pública, segundo a mídia (%) - 2005



A falta de resultados nas comissões de inquérito e nas punições dos responsáveis pelos episódios de corrupção denunciados provocou perdas na imagem dos parlamentares e do próprio governo. O gráfico acima confirma essa tendência, mantida uma diferenciação entre o Senado e a Câmara, na percepção da mídia. Os relatórios de análise da mídia também apontam uma evolução nos índices que atribuem ao Congresso ações que consideram interesses de grupos da sociedade. O segundo semestre de 2005, na análise do noticiário veiculado, aponta uma curva descendente na atuação do Congresso considerando interesses da opinião pública. Mantidas diferenças entre Senado e Câmara.

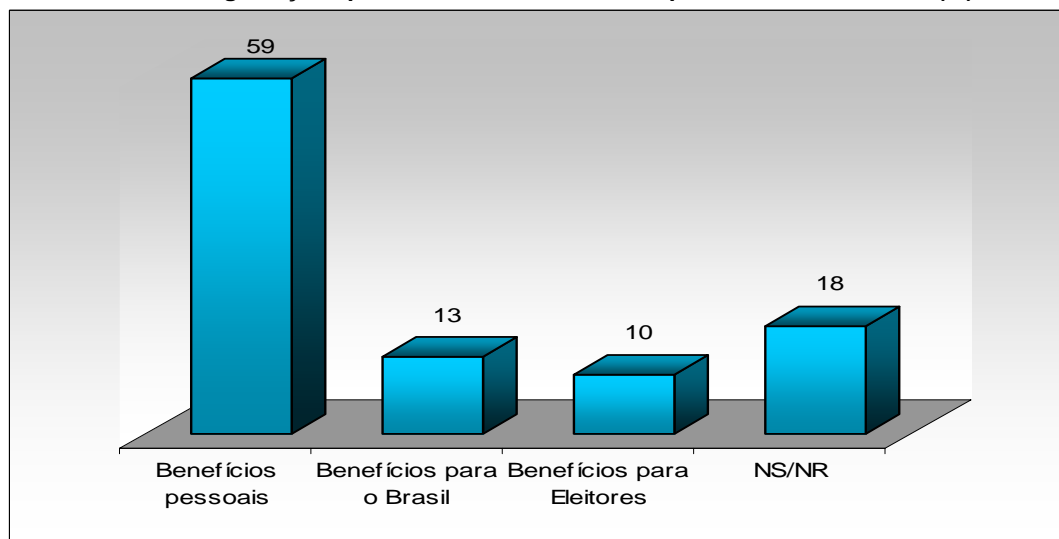


Gráfico 17 – Congresso considera interesses de grupos da sociedade, segundo a mídia (%) - 2005



Naquela época, pesquisa CNT/Sensus flagrou a insatisfação da opinião pública. Total de 59% dos entrevistados considerou que nas negociações políticas com o governo, os parlamentares buscavam benefícios pessoais. Apenas 13% identificavam nessa relação política benefícios para o país, enquanto os que percebiam benefícios para os eleitores ficaram em 10%.

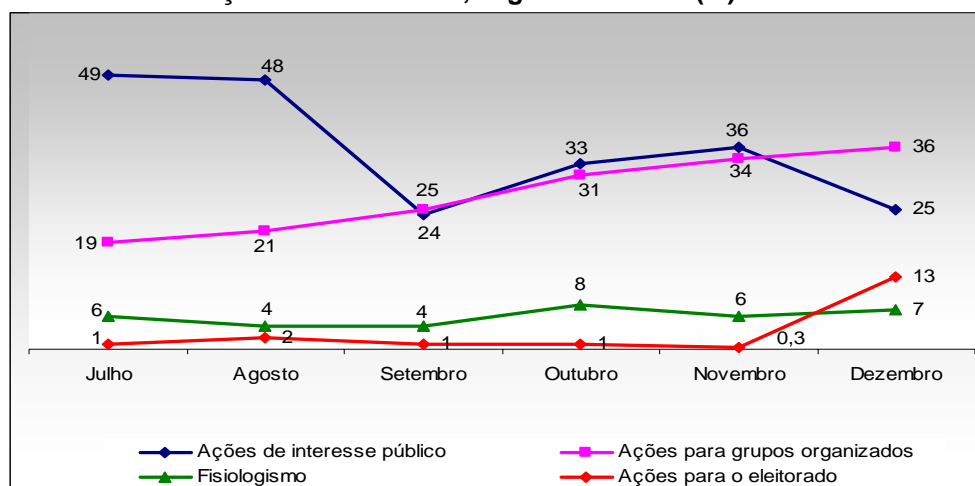
Gráfico 18 – Nas negociações políticas com o Governo os parlamentares buscam (%) - 2005





O contraste entre opinião pública e opinião publicada fica mais expressivo, neste ponto. A mídia estabelece diferenças entre senadores e deputados. O noticiário comporta nuances igualmente relevantes entre ações de interesse público, ações para o eleitorado, para grupos organizados e ações fisiológicas. As pesquisas de opinião pública trabalham com conceitos (categorias) mais amplos e difusos.

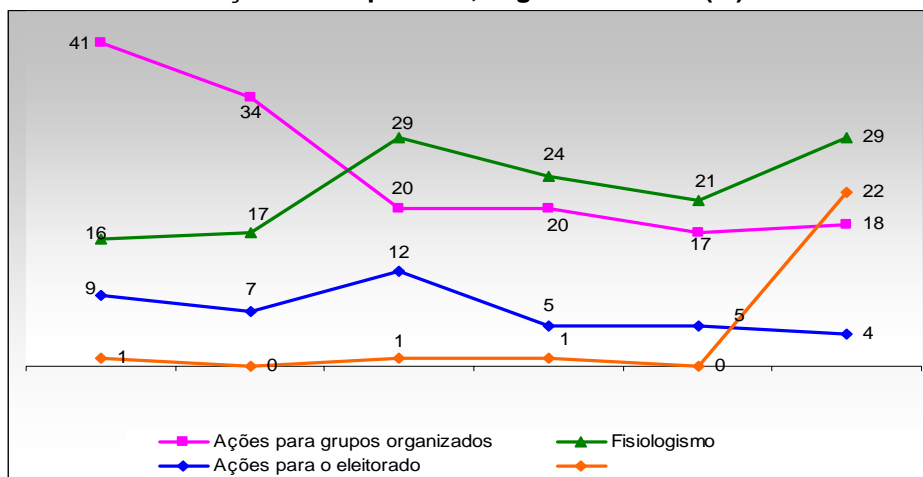
Gráfico 19 – Atuação dos senadores, segundo a mídia (%) - 2005



É provável que o início das punições por conta da crise política, no final de 2005, explique a reação observada nos índices da variável “ações para o eleitorado”, segundo a percepção do noticiário analisado, tanto no Senado quanto na Câmara.

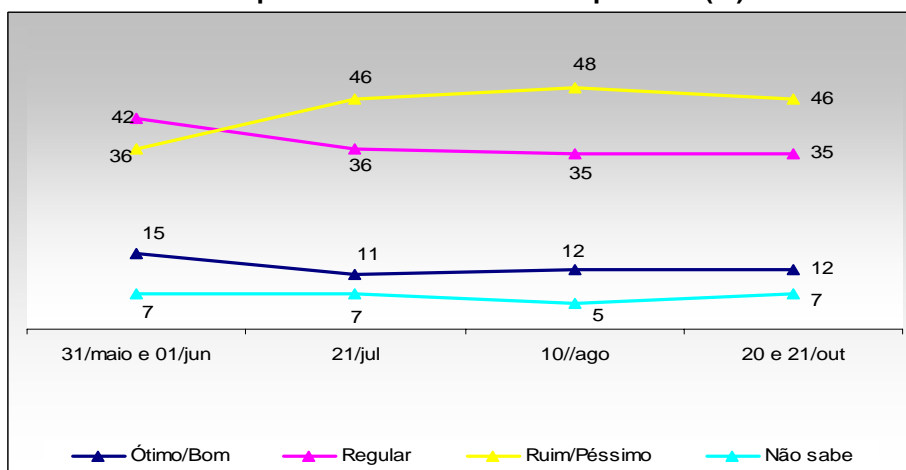


Gráfico 20 – Atuação dos deputados, segundo a mídia (%) - 2005



Os levantamentos de 2005 feitos pelo Datafolha, é interessante cotejar, apontaram avaliações mais rigorosas dos parlamentares pela opinião pública. Senadores e deputados juntos. Ainda que o juízo “regular” apareça com importante estabilidade em conjuntura tão conturbada. A “fotografia” em período de quase seis meses sugere, ainda, pouca mobilidade na evolução de conceitos adversos para os parlamentares.

Gráfico 21 – Desempenho dos senadores e deputados (%) - 2005

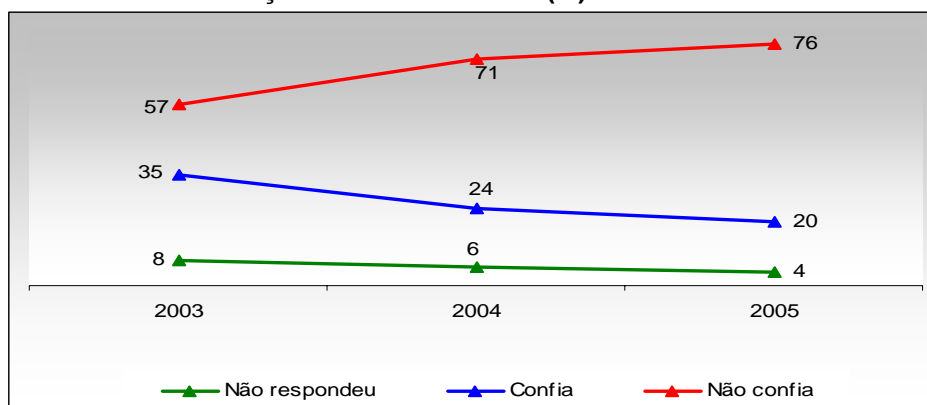




SENADO FEDERAL
SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

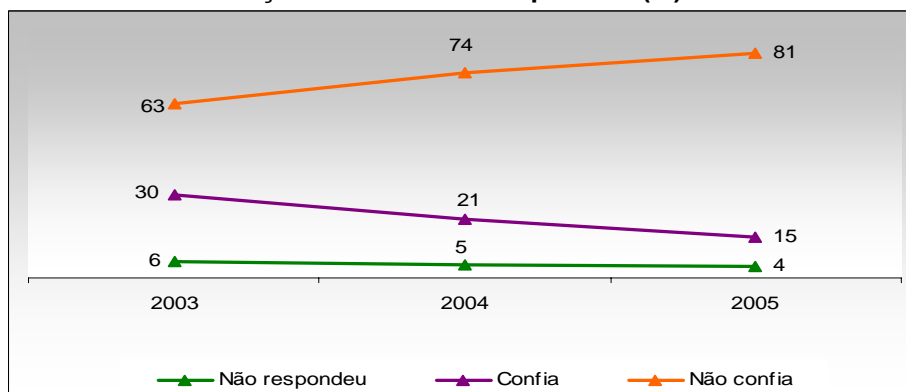
As conseqüências de uma crise política como a de 2005 agravaram tendência identificada pelos institutos de pesquisa em trabalhos anteriores: maior comprometimento dos índices de confiança atribuída pelo eleitor às Casas do Congresso. O índices de rejeição (não confia) do Senado, segundo levantamento do Ibope, evoluiu de 57%, em 2003, para 76% em 2005.

Gráfico 22 – Confiança no Senado Federal (%) - 2005



Esses mesmos índices, no que toca à Câmara dos Deputados, apontam em direção semelhante, com relação ao desgaste da instituição. Interessante registrar, aqui, uma nítida convergência com dados dos relatórios de análise da mídia sobre a “opinião publicada”, em torno da diferenciação entre Casas do Congresso. Os deputados foram proporcionalmente mais afetados.

Gráfico 23 – Confiança na Câmara dos Deputados (%) - 2005

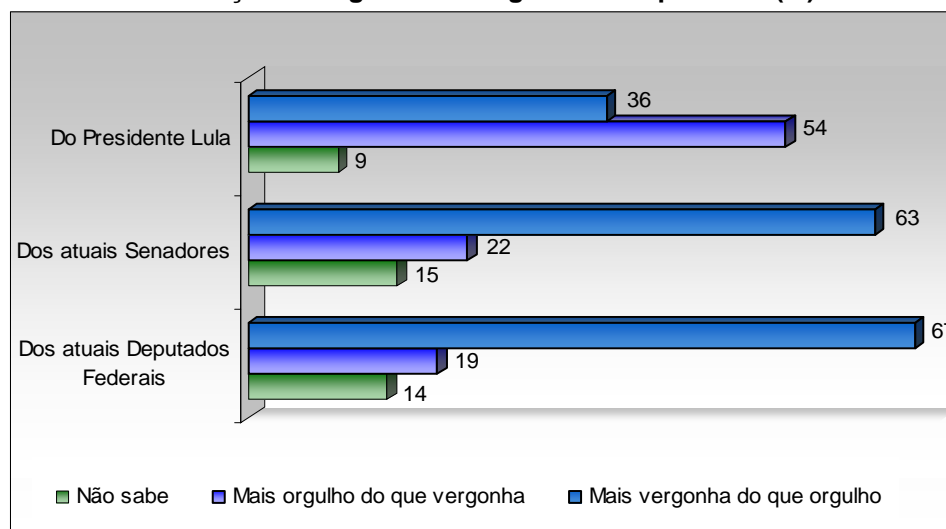




SENADO FEDERAL
SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

tratamento das principais personagens da cena pública brasileira, finalmente, reside outro contraste relevante entre a opinião pública e a opinião publicada. Pesquisa Datafolha de 2005 apurou que 54% dos cidadãos tinham mais orgulho que vergonha do presidente Lula. Em relação aos senadores, a pesquisa apontou que 63% tinham mais vergonha que orgulho. No caso dos deputados, a variável “mais vergonha que orgulho” alcançou 67%.

Gráfico 24 – Relação de orgulho ou vergonha com políticos (%) - 2005



É visível o descolamento entre a percepção da imagem do governo e do presidente da República, em relação às pesquisas de opinião pública, que igualmente sinalizam pequena diferença na avaliação do Senado e da Câmara, dos senadores e dos deputados.

Como conclusão temos que a opinião pública tende a manifestar-se em conceitos mais amplos, enquanto a opinião publicada opera com categorias mais



SENADO FEDERAL
SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

detalhadas e complexas. O descolamento entre personalidades e instituições fica muito visível nas pesquisas de opinião. Na mídia não são percebidas manifestações tão contrastantes. A análise de um período mais amplo, com ferramental adequado em termos de recursos materiais e humanos, provavelmente apontará elementos de sinergia entre opinião pública e opinião publicada. A massificação de informações pela sociedade em torno de determinado tema poderá produzir convergência dos dois campos de opinião. Nunca iguais, mas parecidos.



SENADO FEDERAL
SECRETARIA DE PESQUISA E OPINIÃO PÚBLICA

Equipe Técnica

Armando Sobral Rollemberg

Diretor da Secretaria Especial de Comunicação Social

Ana Lucia Romero Novelli

Diretora da Secretaria de Pesquisa e Opinião Pública

Antonio Caraballo Barreira

Coordenador do DataSenado

Priscila Graciano Mota

Claudia Ramalho C. Carvalho

Apoio Técnico

Larissa Terceiro de Carvalho

Maria Aparecida Freitas Azevedo

Thayane Bentes de Luca

Viviane Garcia Cardoso

Equipe de Análise