

**Núcleo de Pesquisa de Políticas Públicas da  
Universidade de São Paulo**

**Seleção de Pós-Doutorado**

**Projeto de Pesquisa**

**“Meios de Comunicação e Partidos Políticos”**

**Candidato: Nuno Coimbra Mesquita**

**São Paulo, Julho de 2012**

Projeto de Pesquisa:

## “MEIOS DE COMUNICAÇÃO E PARTIDOS POLÍTICOS”

Nuno Coimbra Mesquita

### RESUMO

A mídia é fonte essencial de informação política nas sociedades contemporâneas. A maneira como aborda questões acerca do regime democrático pode influenciar a percepção que os cidadãos têm sobre a democracia. Entre as atitudes e orientações que os cidadãos podem ter em relação à política, está o vínculo dos eleitores com os partidos políticos. Ligada ao projeto “Brasil, 25 Anos de Democracia – Balanço Crítico: Políticas Públicas, Instituições, Sociedade Civil e Cultura Política (1988/2013)”,<sup>1</sup> a pesquisa ambiciona ampliar o quadro de análises desenvolvidas pelo candidato a respeito do papel desempenhado pelos meios de comunicação para a cultura democrática.<sup>2</sup>

O eixo temático “Instituições de Representação Política” do referido projeto prevê a avaliação da qualidade da representação no país, integrando aspectos do funcionamento do sistema político brasileiro com o vínculo representante/representado do Congresso Nacional e dos partidos políticos. Nesse tema, a razão de ser desta pesquisa é acrescentar uma nova dimensão de significado empírico e teórico: o papel mediador dos meios de comunicação – como fonte de informações sobre o sistema partidário – para o vínculo dos cidadãos com os partidos. Assim, prevê-se a utilização de análises de conteúdo das principais fontes de notícias dos brasileiros (telejornal e imprensa escrita), além da análise estatística com *surveys* nacionais (elaborados no âmbito do projeto anteriormente mencionado).

A partir da análise de conteúdo, pretende-se investigar como a mídia noticiosa no Brasil apresenta os partidos políticos. Com as análises estatísticas com pesquisas de opinião, pretende-se empiricamente avaliar o papel desempenhado pelos meios de comunicação nas orientações dos Brasileiros em relação a essa instituição essencial da

---

<sup>1</sup> Dirigido e coordenado por José Álvaro Moisés (USP) com recursos de pesquisa obtidos do Programa da Reitoria de Apoio à Pesquisa da USP ([http://www.usp.br/prp/arquivos\\_pdf\\_doc\\_xml/Resultado\\_Edital1.pdf](http://www.usp.br/prp/arquivos_pdf_doc_xml/Resultado_Edital1.pdf)) e Fapesp (MCT/CNPQ-PRONEX, processo: 2011/50771-8).

<sup>2</sup> Pesquisas produzidas no âmbito do projeto temático “A Desconfiança dos Cidadãos das Instituições Democráticas” (2005 - 2009), apoio Fapesp (processo: 04/07952-8), coordenado por José Álvaro Moisés (USP) e Rachel Meneguello (Unicamp) e projeto de pós-doutoramento no DCP - USP (2009-2012, Fapesp processo: 08/57470-0).

democracia. Essa pesquisa – combinada às análises já desenvolvidas anteriormente pelo candidato em relação ao papel dos meios de comunicação para o apoio político e para o envolvimento político – pretende contribuir para ampliar o conhecimento do papel dos meios de comunicação para uma cultura democrática no Brasil.

## APRESENTAÇÃO GERAL

O objetivo desse projeto é analisar o papel desempenhado pelos meios de comunicação de massa em relação às orientações dos eleitores em relação aos partidos políticos. Tendo em vista que as informações sobre o funcionamento do sistema partidário presentes na mídia podem influir na percepção do indivíduo sobre a essa fundamental instituição de representação, trata-se de pesquisar sua possível contribuição para atitudes do cidadão frente a esse aspecto essencial do sistema político.

A democracia ampara-se largamente no livre fluxo de informações, opiniões e idéias no interior de uma dada comunidade. Sem esses elementos, seus cidadãos não teriam capacidade de tomar decisões políticas conscientes, minando-se a sua relação com o sistema democrático. Com o advento dos meios de comunicação de massa no século XX, estes se tornaram o principal canal de comunicação entre o sistema político e o grande público (Castells, 2007).

Esses meios de comunicação passaram a ser, então, o elo mais relevante entre os cidadãos e seus representantes eleitos. Reside justamente na existência de uma mídia independente e crítica a fundamental disseminação das questões de ordem política relevantes aos eleitores, contribuindo vigorosamente para eles desempenharem a função de *accountability* vertical – por meio do voto – e para o bom funcionamento dos processos democráticos. Isso se relaciona com uma das pré-condições da democracia expostas por Dahl (1971): a formulação de preferências, incluindo liberdade de expressão e a existência de fontes alternativas de informação.

Tomando-se por base a concepção de uma democracia processual como um “sistema de governo no qual os governantes sejam responsabilizados por suas ações no domínio público pelos cidadãos, agindo indiretamente por meio da competição e cooperação de seus representantes eleitos” (Schmitter e Karl, 1991, p. 76), chega-se à importante implicação da necessidade de informação para que os cidadãos participem da vida pública. Além desse papel essencial a ser desempenhado pela mídia para que

melhor sirva à democracia, existem outros, como o da mídia vir a constituir-se em um meio de expressão para as diversas idéias e interesses políticos de uma comunidade e em um fórum de debate público. Como também a atribuição de mobilização, ou seja, fornecer incentivos aos cidadãos para que se tornem cada vez mais informados e envolvidos com as questões públicas. E, ainda, a função de *watch-dog*, que é o de vigilância contra o abuso de poder por parte das autoridades governamentais.

Apesar das diferenças de intensidade na exposição dos indivíduos à mídia, a depender dos hábitos e culturas das sociedades de que fizeram parte, a importância dela pode facilmente ser generalizada e, de certo, vem sendo cada vez maior. Constitui-se na segunda maior categoria de atividade depois do trabalho e a predominante nas casas (Castells, 1999).

Não obstante, a mídia – e em especial o jornalismo político – é frequentemente acusada de ter uma abordagem negativa e simplista de aspectos do sistema e do processo político (Patterson, 2000; Mervin 1998). O diagnóstico de um viés antipolítico e antiinstitucional dos meios de comunicação – presente também em relação ao caso brasileiro (Porto, 2000; Chaia & Azevedo, 2008) – levanta sérias preocupações quanto ao que isso possa acarretar para a percepção que os indivíduos têm do sistema político e da democracia. Existe a sugestão de que a mídia possa fomentar atitudes de cinismo, apatia política e desengajamento dos processos políticos (Cappella & Jamieson, 1997).

Essas atitudes dos cidadãos a que se faz alusão aqui, a partir de uma ótica culturalista, são importantes para entender melhor a qualidade da democracia. A investigação da qualidade dos regimes foi impulsionada após a terceira onda de democratização e também depois de sinais de crescente insatisfação com o funcionamento concreto das democracias mais antigas. Dessa forma, aumentou o esforço acadêmico com o intuito de investigar *como* de fato funcionam os regimes, superando os questionamentos de *por que* as transições ocorreram. Diamond e Morlino (2004) definiram o império da lei, a competição, a participação, *accountabilities* vertical e horizontal e societal, a liberdade, a igualdade e a responsividade como dimensões cruciais para a qualidade da democracia. Esses autores sugerem que a qualidade do regime varia tanto mais quanto as dimensões mencionadas interagem e articulam-se entre si.

Para este projeto, destaca-se aqui a dimensão da responsividade. Como diz respeito à consonância entre as políticas adotadas pelos representantes eleitos com os

anseios dos cidadãos-eleitores, relaciona-se com o grau de satisfação com o desempenho do regime e a legitimidade que lhe atribuem os participantes da comunidade política. A partir dessa perspectiva, é crucial o entendimento da ligação dos cidadãos com os partidos políticos, já que é condição essencial para que eles desempenhem a função de guiar a decisão do voto, sua capacidade de se conectar com os eleitores ao criar um apoio relativamente estável (Kinzo, 2006).

Vários fatores que determinariam ou influenciariam o vínculo entre os partidos e o eleitorado foram avançados pela literatura internacional. Mainwaring e Torcal (2005) afirmam que em democracias mais recentes, os partidos são menos institucionalizados e os vínculos entre os partidos e os eleitores são menos ideológicos e programáticos. Dessa forma, para esses países, não faria sentido utilizar as mesmas abordagens aplicadas a democracias mais antigas, que pressupõem maior lealdade ideológica entre partidos e o eleitorado. O personalismo sem esse conteúdo mais programático desempenha um papel maior nessas jovens democracias, o que faz com que muitos eleitores façam suas escolhas com base nessa personalidade, deixando de lado os partidos. Presidentes latino-americanos relativamente recentes como Fernando Collor de Mello (1990-92) no Brasil e Alberto Fujimori (1990 – 2000) no Peru, exemplificam casos em que candidatos sem o amparo de partidos fortes, com discursos personalistas e até contra os partidos (no caso de Fujimori), chegaram ao poder.

Entre as causas do personalismo estaria o estabelecimento – nas democracias mais antigas – de um sistema partidário anterior ao advento dos meios de comunicação de massa. Em democracias mais jovens, o fato de a televisão se estabelecer antes do enraizamento dos partidos permitiu a possibilidade de candidatos apresentarem suas mensagens sem contar com organizações partidárias. As consequências seriam o prejuízo à *accountability* vertical, já que, são os partidos os mecanismos primários para que os eleitores se orientem na hora do voto (Mainwaring & Torcal, 2005).

No Brasil, além do problema do personalismo, uma estrutura de partidos complexa dificultaria a inteligibilidade do sistema e, conseqüentemente, a formação de identidades partidárias entre o eleitorado (Kinzo, 2006). Não somente isso, também é difícil separar as orientações dos indivíduos em relação aos partidos de aspectos de performance. Nesse sentido, o fraco desempenho do governo percebido

pelos cidadãos demonstrou influenciar, na América Latina, o apoio aos partidos políticos (Corral, 2009, 2010).

No âmbito do projeto “Brasil, 25 Anos de Democracia – Balanço Crítico: Políticas Públicas, Instituições, Sociedade Civil e Cultura Política (1988/2013)”, uma das hipóteses é que o sistema político brasileiro – e em especial as características do “presidencialismo de coalizão” – maximiza a estabilidade política em detrimento da qualidade da representação dos interesses dos cidadãos, afetando as funções de *accountability* horizontal do parlamento. O resultado seria haver condições objetivas para o alto descrédito dessa instituição e dos partidos políticos, verificado em pesquisas de opinião. As implicações para a democracia não são negligenciáveis, já que as mesmas pesquisas apontam para um contingente expressivo da população que expressa a preferência por uma democracia sem partidos ou parlamento. É neste sentido que o projeto do Nupps pretende investigar a fundo essas limitações do sistema político brasileiro à função do parlamento e suas implicações para a qualidade da democracia.

A consideração de fatores institucionais ou de performance percebida do governo para o estabelecimento de vínculos partidários não exclui outros fatores que – a despeito de um sistema pouco afeito ao estabelecimento desse laço – possam favorecer ou minar esse aspecto essencial da representação política. Existem sugestões de que os meios de comunicação, assim como grupos de interesse, poderiam estar substituindo os partidos como fontes de informação, reduzindo o conteúdo partidário dessa informação (Dalton, McAllister & Wattenberg, 2003).

Dessa forma, encara-se a mídia como fator relevante a ser considerado em relação a esse aspecto da representação política. Diariamente, os meios de comunicação fornecem informação sobre os partidos e o sistema partidário. Essas informações podem servir como atalho para que os eleitores percebam diferenças programáticas entre os partidos e estimule a percepção da importância da instituição para o sistema democrático. Por outro lado, as mensagens também podem seguir no sentido contrário, apresentando de maneira cínica os partidos como instituição, estimulando o desengajamento do cidadão em relação a eles. Espera-se, portanto, que o estudo das implicações do consumo da mídia para as orientações dos cidadãos em relação a uma das principais instituições de representação, contribua no sentido de avaliar que papel desempenham os meios de comunicação para a qualidade da democracia no país.

## JUSTIFICATIVA

No Brasil, a mídia esteve sempre presente em momentos específicos importantes de sua história.<sup>3</sup> Principal meio pelo qual a população brasileira recebe informação política, ela decide o que é transmitido – ou seja, contribui para formar a agenda pública – e de como isso é transmitido – isto é, de sua interpretação – sendo uma peça fundamental para que os cidadãos se informem sobre aspectos relevantes da comunidade política.

A televisão, em particular, possui papel ímpar no conjunto dos outros meios de comunicação. No Brasil, essa função de destaque é amplificada devido a particularidades do País. Existe grande penetração da mídia eletrônica (comparável à de países mais desenvolvidos) aliada a um baixo nível de escolaridade e alto índice de analfabetismo.<sup>4</sup>

Em relação aos partidos políticos, ainda que possam estar desempenhando um papel positivo no âmbito governamental (Limongi, 2006), não se pode dizer o mesmo no que refere a representação. Os sentimentos partidários, já fracos no País, estão em declínio, bem como os eleitores fazem pouca diferenciação entre as diferentes agremiações (Paiva, Braga & Pimentel Jr., 2007). Além disso, os partidos políticos estão entre as instituições democráticas que contam com menor confiança dos brasileiros (Moisés, 2010). Mesmo considerando o quadro internacional da região - onde há uma avaliação severa dessa instituição também entre outros países da América Latina - a consideração que os brasileiros têm dos partidos é muito baixa. Numa escala de 0 a 100 em relação à opinião de se os “partidos ouvem as pessoas”, o Brasil atinge menos de 25, ficando apenas acima do Paraguai (21.9) na região (que conta com uma média abaixo dos 40 pontos) (Curral, 2009). O quadro em relação a percepção de quanto os partidos representam os eleitores é semelhante. Em nenhum país latino

---

<sup>3</sup> A Rede Globo, por exemplo, apesar de ter inicialmente omitido de sua cobertura política eventos relacionados à campanha pela aprovação da Emenda Dante de Oliveira por eleições diretas, passou a dar destaque ao movimento duas semanas antes da votação. Após o insucesso da emenda, a emissora desempenhou papel central na transferência de poder aos civis, utilizando símbolos das *Diretas já* e ligando-os à candidatura de Tancredo Neves (Lima, 2004). Já nas eleições presidenciais de 1989, alinhou-se com a candidatura de Fernando Collor, o que ficou evidenciado em vários episódios. Foi o caso, por exemplo, da edição altamente favorável a Collor – no *Jornal Nacional* – do debate com o candidato Lula, ocorrido na véspera da votação do segundo turno (Miguel, 2002).

<sup>4</sup> Enquanto 93% das moradias possuem pelo menos uma televisão (PNAD, 2006), a circulação dos principais jornais atinge apenas 45,3 para cada 1.000 habitantes (WAN, 2005). O índice de analfabetismo é de 10% (PNAD, 2007)

americano a pontuação supera os 50, mas o Brasil segue em penúltimo lugar (28,7), à frente apenas do Paraguai (24.1).

Há a sugestão - em alguns trabalhos - de um papel pernicioso da mídia, ao apresentar uma agenda e um enquadramento negativos do campo político (Patterson, 1998 e 2000; Cappela e Jamieson, 1997). No Brasil, existe a sugestão por parte de alguns autores de que o caráter antipolítico e antiinstitucional dos meios de comunicação arraigado na tradição brasileira colaboraria com esse quadro negativo (Porto, 2000). O foco em “Escândalos midiáticos” poderia fomentar a descrença nas instituições (Chaia & Teixeira, 2001). Se os partidos políticos são sempre apresentados a partir de suas deficiências, como sujeitos a mudanças de acordo com interesses fisiológicos, por exemplo (Chaia & Azevedo, 2008), poderia haver um desestímulo ao vínculo dos eleitores com os mesmos.

Entretanto, também existem estudos a base de *surveys* evidenciando que – a depender do conteúdo ao qual o indivíduo está exposto – os efeitos visíveis são positivos em relação a vários indicadores de qualidade da democracia. Enquanto o consumo geral de televisão aparece negativamente associado a algumas dimensões do apoio político, a mídia noticiosa - seja por meio de telejornais ou a imprensa escrita - tem aparecido constantemente associada à maior confiança, satisfação com o funcionamento da democracia e adesão aos princípios do regime (Norris, 2000, 2011; Newton 1999). Esses estudos identificam o potencial da mídia noticiosa em aumentar os níveis cognitivos dos indivíduos, o que fomentaria orientações mais positivas em relação ao sistema político.

No Brasil, estudo desenvolvido pelo candidato<sup>5</sup> a partir da análise estatística de diversos *surveys* nacionais indicam um papel mais complexo do que análises de conteúdo podem fazer supor, bem como distinções do quadro nacional em relação às pesquisas de Norris e Newton anteriormente citadas. As associações encontradas pelo autor dão conta de um papel diverso dos meios de comunicação para uma cultura democrática, dependendo tanto da mídia em questão, quanto do aspecto dessa cultura que se leve em conta. Nem a exposição a mídia noticiosa, nem a audiência televisiva como um todo, apresentaram associações unidirecionais em relação às diferentes dimensões de apoio político (Mesquita, 2010, 2011b, 2012b). Ademais, a análise

---

<sup>5</sup> Tanto em sua pesquisa de pós-doutoramento (2009-2012, Fapesp processo: 08/57470-0). Como em sua participação no projeto temático “A Desconfiança dos Cidadãos das Instituições Democráticas” (2005 – 2009, Fapesp, processo: 04/07952-8, coordenado por José Álvaro Moisés (USP) e Rachel Meneguello (Unicamp)).



comparativa com outros países demonstra que a potencial influência dos meios de comunicação pode ocorrer de maneira diferenciada, a depender de particularidades de cada país (Mesquita, 2011a)

Além disso, os resultados mostram que algumas características e atitudes prévias dos indivíduos - como instrução formal e interesse por política - interagem com a exposição à mídia, podendo até modificar o sinal da covariância verificada. Assim, longe de encarar os resultados como determinantes na influência que exercem com suas mensagens sobre os cidadãos, os resultados sugerem um papel interativo entre o consumo desses meios e essas mesmas pré-disposições dos indivíduos (Mesquita, 2012a).

Diante desse quadro, cabe também tentar compreender como a exposição à mídia contribui para fomentar ou minar o vínculo dos eleitores com os partidos. Para além de fatores estruturais dos sistema político brasileiro - e de eventuais falhas no desempenho dos próprios partidos em relação ao que o eleitor espera deles - como elementos que afetam as orientações dos indivíduos em relação a essa instituição, cabe avaliar essa nova dimensão de significado empírico e teórico. Dada a importância destacada dos meios de comunicação na sociedade brasileira, no seu papel de informar os cidadãos acerca das questões públicas, a razão de ser do projeto é:

**(i) entender de que maneira a o jornalismo (impresso e televisivo) apresenta os partidos políticos brasileiros.** Nesse sentido, pretende-se responder as seguintes questões: Qual a informação substantiva que o jornalismo brasileiro transmite sobre os partidos? Ela ajuda a diferenciar as diferentes agremiações em termos de seus programas? Os partidos são apresentados negativamente como instituição, ou eventuais denúncias sobre corrupção são apresentadas a partir de desvios individuais?

**(ii) avaliar qual o impacto que a exposição a esses meios representa sobre as orientações dos indivíduos em relação a essa instituição democrática - aspecto fundamental para uma democracia de qualidade.** Como a mídia noticiosa se associa a orientações dos indivíduos em relação aos partidos? Outros fatores como instrução formal e interesse por política influem nessa relação? Qual a implicação disso para a democracia?

## REFERENCIAL TEÓRICO

Nas ciências sociais, a pesquisa sobre os meios de comunicação tem passado por grande evolução. Entre a Primeira e a Segunda Guerras Mundiais, quando a substituição de muitas democracias por regimes autoritários ou totalitários coincidiu com a emergência do rádio como o maior meio de comunicação de massa, surgem os estudos dos efeitos da mídia. Com a possibilidade da comunicação direta entre os ditadores e as massas, associou-se o surgimento da mídia de massa ao aparecimento desses tipo de regime. O poder potencial da mídia era visto então como ilimitado, dando origem às chamadas *teorias hipodérmicas*. Estas concebiam cada elemento do público como pessoal e diretamente atingido pela mensagem dos meios de comunicação. Essa tradição de pesquisa privilegiava o estudo de atos de comportamento individuais de curto prazo e relativamente simples, influenciada pelas teorias psicológicas de estímulo-resposta. Na política, o exemplo mais claro é o estudo do impacto dos meios de comunicação em eleições, como o de Lippman (1946 [1922]), e – ainda que com suas especificidades – a teoria crítica de Adorno e Horkheimer (Cf. Thussu, 2000).

Essa teoria dos efeitos totalitários foi, mais tarde, criticada por ser simplista no seu modelo psicológico de estímulo-resposta. Partia-se do pressuposto de que a influência era direta, ou seja, não se considerava a mediação das mensagens. Surgiram depois pesquisas empíricas contradizendo o mito do poder totalitário da mídia, verificando resultado oposto: os efeitos mínimos ou negligenciáveis dos meios de comunicação de massa. Assim, as atitudes e os valores dos indivíduos poderiam ser reforçados pela mídia, mas não mudados. (Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, 1974 [1944]).

Essas teorias dos efeitos mínimos também foram criticadas por não perceberem os efeitos mais sutis da mídia sobre os indivíduos e por não considerarem certas características que tornam os indivíduos mais resistentes a manipulações, mantendo suas atitudes iniciais. Além disso, esses estudos negligenciam determinadas características dos meios de comunicação. Na maioria das situações os indivíduos estão expostos a mensagens diversas, por vezes contraditórias, de múltiplas fontes, o que faz com que a mídia aparente não influenciar atitudes e comportamentos (Bartels, 1993). A televisão também não foi adequadamente estudada, já que estava ainda se desenvolvendo.

Os estudos que encontraram efeitos mínimos da mídia influenciaram enormemente pesquisas posteriores sobre a socialização e a aprendizagem política. Raramente mencionava-se a mídia como um fator importante, já que os cientistas sociais não queriam perder tempo estudando efeitos sem consequência (Graber, 1984). As pesquisas nessa área também demoraram a reconhecer a crescente importância da televisão e a produzir estudos relativos ao poder dos noticiários em difundir informação efetivamente (Robinson e Levy, 1986). Apenas na década de 1970 é que se começa a pesquisar os efeitos do noticiário televisivo, quando se encontrou uma influência significativa dele.

A pesquisa dos *efeitos* dos meios de comunicação de massas não esgota as perspectivas teóricas produzidas. Principalmente a partir dos anos 70 e 80, vários estudos de *recepção* começam a ser produzidos, modificando o enfoque do estudo sobre a cultura de massa. Buscava-se explorar a possibilidade de interpretações diversas para textos iguais, tratando a audiência como agente que interpreta ativamente o conteúdo a que está exposto. Essa tradição surge no campo dos estudos culturais, tentando romper com a tradição das teorias críticas e marxistas que costumavam aceitar como um dado da realidade o poder da mídia, deixando de considerar os processos de recepção das suas mensagens.

A partir da década de 60, começa a surgir a tese de que práticas comuns nas comunicações políticas da mídia jornalística e campanhas partidárias têm atrapalhado a aprendizagem dos cidadãos sobre assuntos públicos, abalando a confiança no governo e o ativismo político. Esses três aspectos, entendidos como “engajamento cívico”, teriam sido negativamente influenciados pela mídia, induzindo apatia política, alienação, cinismo e perda de capital social. Mas como o consenso no campo da comunicação política da época era de que a mídia desempenhava apenas efeitos mínimos na opinião pública, os trabalhos produzidos apareceram como vozes isoladas. Já na década seguinte, a idéia começou a ganhar força por fornecer uma possível explicação para um crescimento na alienação pública na era pós-Vietnam e pós-Watergate (Norris, 2000).

A partir da década de 1990, as críticas à mídia tornaram-se comuns. Para Patterson (1998), existe uma demanda crescente para que a mídia desempenhe papéis para os quais ela não está apta. Espera-se que – além de informar os cidadãos sobre assuntos correntes e vigiar o poder público para impedir má conduta dos governantes – também desempenhe uma função preponderante na condução da agenda pública,

organização de discussões públicas e instrução dos cidadãos quanto a temas relevantes de questões e problemas políticos. O autor destaca, entretanto, que o tempo que a mídia dispõe para a cobertura de assuntos públicos a impede de desempenhar esse papel. Outra tese levantada por Patterson (2000) é que a postura excessivamente crítica por parte do jornalismo estadunidense em relação aos políticos – com uma cobertura majoritariamente negativa do processo político – tem levado a um desencantamento dos cidadãos para com seus líderes e instituições políticas.

Para Mervin (1998), a televisão é o maior foco do problema, já que o seu papel principal seria divertir, e não instruir os telespectadores. Assim, a abordagem de informações de maneira simplista, sem substância nem contextualização; a cobertura política breve e superficial, sem um espaço aprofundado para o debate de questões complexas – que, em teoria, existiria nos jornais – contribuem para uma degradação dos processos de deliberação pública. Além disso, a televisão colabora para o enfraquecimento dos partidos em sua função de mecanismo eleitoral na sociedade devido a sua maneira de tratar o processo de nomeação de candidatos sob forma de entretenimento.

Além dos efeitos da mídia sobre o público, também existem estudos que abordam o papel dos meios de comunicação na transformação do próprio processo político. Kaase (2000) defende que a presença da mídia, particularmente a televisão, alterou todo o processo de comunicação política, de tal modo que as atividades e estratégias políticas giram em torno dela.

Capella e Jamieson (1997) argumentam que a estrutura das notícias de política tem efeitos diretos no cinismo do público em relação à política, ao governo, aos debates políticos e às campanhas. Uma *cobertura estratégica* – que enfatiza aspectos negativos e competitivos da disputa política – promoveria o sensacionalismo e a simplificação de assuntos complexos, gerando uma “espiral de cinismo” no público, promovendo seu desengajamento tanto do processo político quanto da própria mídia.

Contudo, essa visão negativa acerca do papel dos meios de comunicação de massa para os processos democráticos não é unânime. Existe a perspectiva teórica – conhecida como teoria da mobilização – de que uma combinação de níveis educacionais cada vez mais altos com o acesso cada vez maior a informações políticas tem ajudado a mobilizar os cidadãos, tanto em termos de aumento do conhecimento quanto em termos comportamentais. Esta perspectiva teórica, entretanto, não acredita que a mídia possua apenas efeitos positivos, advogando a necessidade de se separar

cuidadosamente os efeitos positivos dos negativos das diferentes mídias, mensagens e espectadores.

Nessa linha, Newton (1999) identificou uma associação, ainda que fraca, entre a audiência televisiva e efeitos negativos da mídia. A associação mais robusta, entretanto, foi entre a leitura de jornais de qualidade e maiores níveis de conhecimento político e maiores índices de interesse e entendimento de política. Esse resultado também se estendeu ao noticiário televisivo, o que poderia ter um efeito mais difundido, já que grande porção da população o assiste regularmente.

Norris (2000) argumenta que – apesar das profundas mudanças na estrutura da indústria das notícias e no processo de campanhas políticas desde o período pós-guerra – não é claro que tais mudanças tenham corroído os padrões da cobertura política, muito menos que tenham contribuído negativamente na política. Ao contrário, a autora defende que, por conta de um “círculo virtuoso”, a atenção à mídia noticiosa gradualmente reforça o engajamento cívico, assim como o engajamento cívico aumenta a atenção às notícias.

A autora concluiu ser possível que um padrão consistente de notícias negativas corra o apoio específico a determinados líderes, governos e políticas. Entretanto, defende que a cobertura dos meios de comunicação não é capaz de influir diretamente sobre o engajamento público. Ao contrário, seu estudo indicou que aqueles mais expostos à mídia noticiosa e a campanhas partidárias demonstram ser mais conhecedores, mais confiantes em relação ao governo e ao sistema político e mais aptos a participar em campanhas políticas, não menos.

Pode-se inserir o debate do impacto potencial (positivo ou pernicioso) dos meios de comunicação no processo político – como defendem as perspectivas teóricas apresentadas anteriormente – no quadro teórico mais amplo do apoio público à democracia. Em tal perspectiva, estuda-se o fenômeno do declínio desse apoio medido por diversos indicadores de qualidade do regime em vários países (Nye, 1997; Putnam e Pharr, 2000; Norris, 1999), ainda que as perspectivas sobre suas causas sejam diferenciadas.

O problema do apoio público à democracia compreende dimensões diferentes. Easton (1965) foi um dos primeiros a analisar esse apoio como formado por dimensões distintas: o *apoio difuso* – relativo à atitude em relação ao sistema como um todo – e o *específico* – referente à satisfação dos cidadãos com o desempenho dos governos e de lideranças políticas. Essa ideia tem sido retomada por alguns autores,

ampliando o número de dimensões institucionais que compreendem o apoio político: à *comunidade política* (relacionado ao vínculo dos cidadãos ao Estado-nação e geralmente medido pelo sentimento de orgulho da nacionalidade); ao *regime democrático* per se (referente à adesão dos cidadãos à democracia como um ideal, ligado a valores como liberdade, o império da lei, participação e tolerância); ao desempenho real do sistema democrático medido pela *satisfação com o regime*; às *instituições democráticas* (mensurado pela confiança depositada nas instituições públicas) e aos *atores políticos* (referente à avaliação de líderes e políticos) (Norris, 1999; Moisés e Carneiro, 2010).

No Brasil, estudo do candidato sobre o impacto dos meios de comunicação para essas diferentes dimensões do apoio político demonstraram que o consumo de notícias pela televisão e pelo rádio, de maneira geral, possuem um papel positivo. Já o papel do consumo geral de televisão, da leitura de jornais e da utilização da internet como fonte de notícias, é mais diversificado a depender da variável em questão. Em geral, a internet e a imprensa aparecem favorecendo orientações mais normativas do sistema político, mas ao mesmo tempo estimulando atitudes mais críticas em relação a variáveis mais pragmáticas de avaliação do desempenho do regime. A televisão, por sua vez, apesar de seguir o sentido negativo geral como apontado pela literatura internacional anteriormente citada, demonstrou estar positivamente associada ao vínculo dos cidadãos com o estado nação, mostrando o potencial desse meio como estruturador da identidade brasileira (Mesquita, 2011b).

Esses resultados claramente apontam para a necessidade, nos estudos sobre o impacto da mídia para processos políticos, de diferenciar bem as variáveis dependentes do estudo. Os impactos de diferentes mídias mostram que as associações não são unidirecionais. No quadro multidimensional apresentado por Norris, anteriormente, ainda que a consideração dos partidos políticos esteja indiretamente inclusa (na dimensão de confiança em diferentes instituições, por exemplo) eles não possuem papel analítico de destaque. Considerando a centralidade da instituição no sistema democrático e também que “um dos aspectos mais importantes da natureza de uma democracia é a ligação dos eleitores aos partidos políticos” (Dalton, McAllister & Wattenberg, 2003, p. 295), a análise do papel da mídia para essa ligação se justifica.

Uma outra distinção analítica presente na literatura permite avançar na avaliação sobre esse papel. As dimensões de apoio político citadas anteriormente dizem respeito

a orientações dos cidadãos em relação a objetos políticos. Essas orientações, por sua vez, se distinguem em *cognitivas*, *avaliativas* e *afetivas* (Almond & Verba, 1963). Sendo os partidos políticos instituição fundamental da democracia - responsável por oferecer oportunidades de participação para os cidadãos, articular demandas de grupos sociais e atuar como agente de socialização para as elites e o grande público, entre outras funções – é possível distinguir o apoio aos partidos a partir desses três tipos orientações.

Para avaliar o vínculo entre os partidos e os eleitores, uma primeira consideração seria que os eleitores precisam *conhecer* as diferentes agremiações e saber diferenciá-las em termos de seus distintos programas. A experiência com os partidos como um todo ou informações sobre o desempenho dos mesmos faz com que os indivíduos possam *avaliar* essa instituição depositando, ou não, confiança neles como instituição, a despeito de preferências entre uma ou outra legenda que possam ter. Por último, orientações do tipo *afetiva* se referem ao estabelecimento de algum vínculo ou preferência entre os cidadãos e algum dos diferentes partidos. As informações contidas na mídia favorecem essas orientações ou, ao contrário, contribuem para um quadro de enfraquecimento dos laços entre os eleitores e os partidos?

No Brasil, o interesse no papel dos meios de comunicação para a política tem dado grande ênfase para os processos eleitorais (Lima, 1993; Straubhaar, Olsen & Nunes, 1993; Lins da Silva, 1993; Porto, 1996 e 2007; Miguel, 1999, 2003 e 2004). Também há análises descritivas da abordagem de veículos de comunicação sobre a política (Porto, 2002; Lima, 2006; Miguel, 2007). Há análises, por exemplo, que dão conta de uma agenda negativa que alguns veículos apresentam em relação a determinadas instituições, como o senado (Chaia & Azevedo, 2008). Falta, entretanto, estudos que deem conta especificamente da abordagem da mídia sobre os partidos, além de metodologias que avaliem empiricamente o possível impacto da exposição dos cidadãos às mensagens da mídia.

No âmbito do projeto temático “A Desconfiança dos Cidadãos das Instituições Democráticas” (2005 – 2009) e de pesquisa de seu pós-doutorado (2009 – 2012), o candidato pesquisou o impacto da mídia para o apoio e envolvimento político dos cidadãos. Algumas orientações dos indivíduos em relação aos partidos foram avaliadas, mas insuficientes para entender o papel mais amplo da mídia para esse processo. Além disso, as análises se limitaram à utilização de testes estatísticos com

*surveys*, sem uma análise de conteúdo que permitisse auxiliar na interpretação das associações verificadas. O presente projeto pretende preencher esta lacuna e contribuir para ampliar o conhecimento das relações mencionadas na discussão anterior, com uma abordagem metodológica mais completa.

## MÉTODOS E PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE

Os procedimentos metodológicos a serem adotados envolvem dois tipos de análises distintas. Primeiramente, como o objetivo da pesquisa é compreender como o jornalismo apresenta os partidos políticos, pretende-se fazer uma análise de conteúdo do principal telejornal do País, em termos de audiência: o Jornal Nacional da Rede Globo. Para a análise da imprensa, escolheu-se dois importantes veículos, de impacto nacional: A Folha de São Paulo e o Estado de São Paulo.

A segunda fase de análise será de testes estatísticos descritivos a partir de *surveys* nacionais, como coeficientes de associação e regressão categórica, utilizando o *software* SPSS. O Projeto “Brasil, 25 Anos de Democracia – Balanço Crítico: Políticas Públicas, Instituições, Sociedade Civil e Cultura Política (1988/2013)”, citado inicialmente, ao qual esse projeto se vincula, prevê a elaboração de dois *surveys* nacionais<sup>6</sup>, nos quais as dimensões que se pretende avaliar estarão abarcadas. Pretende-se utilizar esse banco de dados, sem prejuízo de análises com *surveys* que possam complementar a análise (como as últimas pesquisas do Lapop (Latin American Public Opinion Project) e do Eseb (Estudo Eleitoral Brasileiro). Para que a análise de conteúdo possa melhor contribuir para a interpretação das associações encontradas, ela será desenvolvida em período próximo à aplicação do *survey* mencionado.

Tanto a análise de conteúdo, quanto a parte da análise dos *surveys*, pretende se valer da distinção sobre os diferentes tipos de orientações avançadas por Almond & Verba (1963), qual seja as *cognitivas*, as *avaliativas* e as *afetivas*. Assim, o conteúdo jornalístico será avaliado no sentido de compreender (i) o quanto fornecem informações objetivas sobre as diferentes agremiações e suas propostas, (ii) o quanto transmitem mensagens positivas ou negativas sobre os partidos como um todo ou o

---

<sup>6</sup> Um de representação nacional e outro com elites políticas envolvidas no processo de formulação de políticas públicas. A análise desses dois *surveys* permitirá avaliar impactos potencialmente distintos da mídia sobre a cultura dos cidadãos e as sub-culturas das comunidades de formuladores (elites).



sistema partidário e (iii) o quanto transmitem mensagens positivas ou negativas sobre partidos *específicos*.

Em relação às variáveis dependentes utilizadas no *survey* que captem os diferentes tipos de orientação expostos anteriormente, pode-se avançar os seguintes exemplos já utilizadas em bancos de dados nacionais:

*Orientações cognitivas*: “Qual é o partido do(a) atual presidente(a)”; “A democracia tem a ver com a existência de diversos partidos políticos?”; *Orientações avaliativas*: “Os partidos são indispensáveis à democracia ou só servem para dividir as pessoas”; “O Brasil seria bem melhor se existisse apenas um partido político”; “Confiança nos partidos políticos”; “Os partidos políticos são necessários para o país ir em frente”; “Partidos representam o conjunto da população, os próprios políticos ou os grupos que os apoiam”; “há corrupção nos partidos”; *Orientações Afetivas*: “participa de algum partido político (qual?)”; “Se sente próximo aos partidos políticos brasileiros”; “Qual partido se sente mais próximo” “Qual partido votaria se eleição fosse hoje”; “Qual partido não votaria de jeito nenhum se eleição fosse hoje”.

Levar a mídia em conta como fator relevante para as atitudes políticas dos cidadãos não significa, necessariamente, dar primazia a essa explicação. Tampouco se desconsidera elementos explicativos que possam agir paralelamente a essa forma de opinião mediada. Para além de uma tese “concorrente”, onde diversos outros fatores podem influir – de maneira independente – sobre orientações políticas, acredita-se em um processo interativo entre diferentes elementos.

Processos interativos correspondem a um padrão de influência recíproca, sendo o conceito de interação próximo ao conceito de comunicação. Trata-se de uma abordagem concorrente ao modelo de transmissão unidirecional dos efeitos da comunicação. Essa perspectiva encontra maior eco em estudos culturais, que enfatizam a forma como os indivíduos interagem, interpretam e se apropriam de símbolos e ideias presentes na cultura popular, ao invés de serem apenas influenciados por ela (Neuman, 2007).

Partindo-se dessa autonomia dos indivíduos frente às mensagens às quais estão expostos, cabe também analisar que fatores podem interagir com estas. Sem a intenção de abarcar todas as possíveis (e inesgotáveis) variáveis que podem influenciar a maneira como as pessoas percebem mensagens da mídia, pretende-se tentar compreender o papel da **sofisticação política**, que remete a questões como *educação*, bem como ao *interesse por política* e a *eficácia política*. Pessoas com

maior educação formal tendem a se interessar mais por política, além de se exporem com maior probabilidade a mensagens que remetem a assuntos públicos e, dessa forma, interpretarem conteúdos de maneira mais crítica (Neuman, 1986). A variância do interesse por política que cada cidadão tem, por sua vez, pode influenciar na relação que este estabelece com o conteúdo político ao qual está exposto pela mídia.

A televisão é considerada como meio que potencialmente pode influenciar mais as pessoas que se interessam menos por política, criando um efeito de ‘encapsulamento’. Isso se deve ao fato de essa mídia ser menos seletiva em termos de audiência. Não obstante, a cobertura política chega mais facilmente aos mais interessados (Schoenbach & Lauf, 2004). A eficácia política remete ao lado afetivo do envolvimento com a política, sendo medida pela percepção se a política é ou não vista como algo incompreensível, sendo o seu oposto a apatia política (Neuman, 1986). Essas três dimensões da sofisticação política podem não ter relação direta com orientações em relação aos partidos em si, mas podem se mostrar importantes variáveis moderadoras.<sup>7</sup>

## **HIPÓTESES**

Tendo em vista os resultados alcançados pelas pesquisas anteriores realizadas pelo candidato, se defende que o estudo do impacto da mídia sobre as atitudes políticas dos cidadãos precisa levar em consideração duas diferenças importantes: a *mídia em questão* e o tipo de *orientação* que se pretende analisar.

Dessa forma, por um lado propõe-se diferenciar o jornalismo impresso do televisivo.<sup>8</sup> Por outro lado, se quer avaliar qual seu impacto sobre os três tipos de orientação (cognitivo, avaliativo e afetivo) em relação aos partidos políticos.<sup>9</sup> Tratando-se de uma pesquisa em duas etapas analíticas distintas – de análise de conteúdo e de construção de modelos estatísticos baseados em *surveys* – o presente projeto prevê dois quadros de hipóteses:

---

<sup>7</sup> Neuman (1986) demonstra como a sofisticação política não está ligada diretamente a posições mais autoritárias ou moderadas, variando de acordo com as diferentes dimensões em questão. Para o autor, no entanto, a sofisticação política é um importante fator moderador que aumenta a probabilidade de uma variável (de estímulo de mobilização) sobre outra (de comportamento político).

<sup>8</sup> São essas as variáveis independentes da pesquisa.

<sup>9</sup> São essas as variáveis dependentes da pesquisa.

Quadro 1. Hipóteses de análise de conteúdo

<b>VISÃO DOS PARTIDOS NA MÍDIA</b>			
	<b>Cognitivos</b>	<b>Avaliativos</b>	<b>Afetivos</b>
<p>Na literatura nacional de análises de conteúdo, há a indicação de uma mídia não partidária, mas com enfoque nos aspectos negativos da política. A literatura internacional aponta para a imprensa com maior espaço para tratar os assuntos complexos da política em relação ao tempo limitado dos telejornais. Assim em relação aos partidos, a hipótese é de que:</p>			
<b>H1</b>  <b>Telejornal</b>	Há informações substanciais sobre as legendas, mas pouca distinção entre as diferentes agremiações	Há uma preponderância de notícias negativas do que positivas sobre os partidos políticos	Não há defesa ou preferencia por nenhuma agremiação
<b>H2</b>  <b>Jornais</b>	Há maior número de informações substanciais sobre as legendas, e alguma distinção entre as diferentes agremiações	Há uma preponderância de notícias negativas do que positivas sobre os partidos políticos, mas com maior crítica em comparação ao telejornal	Não há defesa ou preferencia por nenhuma agremiação

Quadro 2. Hipóteses de análises de covariância

	VÍNCULO ENTRE ELEITORES E PARTIDOS		
	Cognitivos	Avaliativos	Afetivos
<p><b>H1</b></p> <p><b>Telejornal</b></p>	<p>Estudo do autor aponta para associações positivas do telejornal para o apoio político. Dessa forma:</p>		
	<p>variáveis relativas ao conhecimento dos partidos apresentam <i>associações positivas</i> com a audiência de telejornal</p>	<p>variáveis relativas a avaliação dos partidos apresentam <i>associações positivas</i> com a audiência de telejornal</p>	<p>Maior informação sobre política resultaria em <i>associações positivas</i> entre consumo de telejornal e proximidade aos partidos políticos. A ausência de uma postura partidária resulta em uma ausência de correlação entre assistir telejornal e preferência por algum <i>partido específico</i>.</p>
<p><b>H2</b></p> <p><b>Jornais</b></p>	<p>A imprensa em outros países tem apresentado resultados positivos robustos para uma cultura política democrática. No entanto, estudos do autor apontam resultados um pouco mais paradoxais para o caso brasileiro, levando a hipótese de que, por aqui, um leitor de característica mais elitista, ainda que democrata, é crítico do regime e suas principais instituições. Dessa forma:</p>		
	<p>variáveis relativas ao conhecimento dos partidos apresentam <i>associações positivas</i> com a imprensa. Com maior poder informativo da imprensa, essa associação seria mais robusta em comparação com o telejornal</p>	<p>A partir de uma ênfase em aspectos negativos dos partidos, em um nível superior em comparação com o telejornal, variáveis relativas à avaliação dos partidos apresentam <i>associações negativas</i> com a imprensa.</p>	<p>A falta de uma imprensa partidária indica uma ausência de correlação entre ler jornais e preferência por algum partido específico. Maior postura crítica em relação aos partidos fomentariam <i>associações negativas</i> entre leitura de jornais e proximidade aos partidos de maneira geral.</p>

## PLANO DE TRABALHO

As análises da pesquisa serão desenvolvidas em três estágios. No primeiro, será feita a análise de conteúdo dos veículos selecionados (em período a definir dependendo da data da aplicação do *survey* nacional). A segunda etapa ocorrerá com o início dos testes estatísticos com os *surveys* nacionais tentando captar associações entre consumo de mídia e orientações dos cidadãos em relação aos partidos políticos. Por último, prevê-se a inserção de variáveis moderadoras que possam modificar as associações entre as duas variáveis originais.<sup>10</sup> Assim, busca-se saber se há impacto moderador (também conhecido como efeito de interação) entre as variáveis de mídia e as de sofisticação política (interesse por política, educação e eficácia política).

## CRONOGRAMA DE RESULTADOS PREVISTOS:

Eventos/ período	2012	2013		2014	
	2ºsem	1ºsem	2ºsem	1ºsem	2ºsem
Preparação de survey - elites	X				
Coleta de informações survey - elites		X	X		
Análise dos dados - survey elites -			X	X	X
Preparação de survey -população	X				
Coleta de informações - survey população -		X	X		
Análise dos dados - survey população -			X	X	X
Preparação de dados para análise de conteúdo	X				
Análise de conteúdo		X	X		

As análises pretendidas nessa pesquisa – em conjunto com os demais resultados já obtidos pelo candidato em outros projetos anteriormente mencionados – permitirão

---

<sup>10</sup> Esse efeito pode ser avaliado em modelos de regressão com variáveis de interação, onde se quer verificar se a mudança simultânea entre duas ou mais variáveis, mantidas as demais constantes, provoca impacto na variável dependente. Os efeitos de interação também são conhecidos como efeitos moderadores porque a terceira variável de interação, que modifica a relação entre as duas variáveis originais, modera a relação original. A associação entre renda e conservadorismo, por exemplo, pode ser moderada dependendo do nível de educação. GARSON, G. David. "Multiple Regression" from *Statnotes: Topics in Multivariate Analysis*. Acesso em 11/07/2008 de <http://www2.chass.ncsu.edu/garson/pa765/regress.htm>.

a construção de um cenário abrangente acerca do papel dos meios de comunicação para uma cultura democrática no país

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMOND, Gabriel; VERBA, Sidney. *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, Boston: Little Brown, 1963.

AZEVEDO, Fernando Antônio. “Mídia e Democracia no Brasil: Relações entre o Sistema de Mídia e o Sistema Político”. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 12, no 1, Abril/Maio, 2006, p. 88-113.

BARTELS, Larry. “Messages Received: the political impact of media exposure”. *American Political Science Review*, 87(2), 1993.

CAPPELLA, Joseph N.; JAMIESON, Kathleen Hall. *Spiral of Cynicism. The press and the public good*. New York/Oxford: Oxford University Press, 1997.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. “Communication, power and counter-power in the network society”. *Internacional Journal of Communication*, 1, 2007.

CHAIA, Vera; TEIXEIRA, Marco Antônio. “Democracia e Escândalos Políticos”. *São Paulo em Perspectiva*, 15(4) 2001.

\_\_\_\_\_.; AZEVEDO, Fernando Antônio. “O Senado nos Editoriais Paulistas (2003-2004)”. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 14, n. 1, Junho, 2008.

COLEMAN, James. *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.

CORRAL, Margarita. “Do Parties Listen to the People? Views from the Americas”. *Americas Barometer. Insights: 2009* (No.12).

\_\_\_\_\_. “Political Parties and Representation in Latin America”. *Americas Barometer Insights: 2010* (No. 36).

DAHL, Robert. *Polyarchy*. New Haven: Yale University Press, 1971.

DALTON, Russell; MCALLISTER, Ian; WATTENBERG, Martin. “Democracia e Identificação Partidária nas Sociedades Industriais Avançadas”. *Análise Social*, vol. XXXVIII (167), 2003, 295-320.

“Desconfiança dos Cidadãos das Instituições Democráticas, A”. Survey do projeto dirigido e coordenado pelos professores MOISÉS, José Álvaro (USP) e

- MENEGUELLO, Rachel (Unicamp), 2006. Apoio Fapesp (processo: 04/07952-8).
- DIAMOND, Larry; MORLINO, Leonardo. “The quality of Democracy – an overview”. *Journal of Democracy*, vol. 15, n. 4, 2004.
- EASTON, David. *A System Analysis of Political Life*. New Cork: Wiley, 1965.
- GARSON, G. David. “Multiple Regression” from *Statnotes: Topics in Multivariate Analysis*. Disponível: <<http://www2.chass.ncsu.edu/garson/pa765/regress.htm>. Acesso 10/jul./08
- GRABER, Doris. *Mass Media and American Politics*. Washington DC: Congressional Quarterly, 1984.
- GUNTHER, Richard; MUGHAN, Anthony (ed.). *Democracy and the Media, a comparative perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- GUNTHER, Richard; MONTERO, José Ramón; PUHLE, Hans-Jürgen (eds.). *Democracy, Intermediation, and Voting on Four Continents*. Oxford: Oxford University Press, 2007.
- INGLEHART, Ronald. “Cultura e Democracia”. In: HARRISON, L. E.; HUNTINGTON, S. P. *A Cultura Importa – Os valores que definem o progresso humano*. Rio de Janeiro e São Paulo: Ed. Record, 2002.
- HALLIM, D. C.; MANCINI, P. *Comparing media systems: three models of media and politics*. New York: Cambridge University Press, 2004.
- “Internet Release, outubro de 2007”. Ibope NetRatings. Disponível: < [http://www.almanaqueibope.com.br/asp/busca\\_docInfo.asp](http://www.almanaqueibope.com.br/asp/busca_docInfo.asp)>. Acesso: 18/mar./08.
- KAASE, Max. “Germany: A Society and a Media System in Transition”. In: GUNTHER, Richard; MUGHAN, Anthony (ed.). *Democracy and the Media, a comparative perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- KLAPPER, Joseph T. *Efectos de las Comunicaciones de Masas. Poder e limitaciones de los medios modernos de difusión*. Madrid: Aguilar, 1974.
- KINZO, Maria D’Alva. “Parties in the electorate: public perceptions and party attachments in Brazil”. *Rev. bras. Ci. Soc.* vol.2 no.se São Paulo 2006.
- LAZARFELD, Paul; BERELSON, Bernard; GAUDET, Hazel. *El Pueblo Elige*. Buenos Aires: Ediciones 3, 1960.
- LIMA, Venício A. de. “The Brazilian Television in the 1989 Election”. In: SKIDMORE, Thomas E. (ed.). *Television, Politics, and the Transition to*

- Democracy in Latin America*. Washington: the Woodrow Wilson Center Press; Baltimore/London: The Johns Hopkins University Press, 1993.
- \_\_\_\_\_. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Perseu Abramo, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Mídia: crise política e poder no Brasil*. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.
- Limongi, Fernando. (2006). A democracia no Brasil: presidencialismo, coalizão partidária e processo decisório. *Novos Estudos - CEBRAP*, (76), 17-41.
- LINS da SILVA, Carlos Eduardo. *Muito Além do Jardim Botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores*. São Paulo: Summus, 1985.
- \_\_\_\_\_. “The Brazilian Case: Manipulation by the Media?”. In: SKIDMORE, Thomas E. (ed.). *Television, Politics, and the Transition to Democracy in Latin America*. Washington: the Woodrow Wilson Center Press; Baltimore/London: The Johns Hopkins University Press, 1993.
- LIPPMAN, Walter. *Public Opinion*. New York: Penguin, 1946.
- MAINWARING, Scott; TORCAL, Mariano. “Teoria e Institucionalização dos Sistemas Partidários após a Terceira Onda de Democratização”. *Opinião Pública*, Campinas, Vol. XI, no 2, Outubro, 2005, p. 249-286.
- “Media More Trusted than Governments – Poll”, 2006. Globescan, do site: <[http://news.bbc.co.uk/1/shared/bsp/hi/pdfs/02\\_05\\_06mediatrust.pdf](http://news.bbc.co.uk/1/shared/bsp/hi/pdfs/02_05_06mediatrust.pdf)>. Acesso: 18/mar./08.
- MENEGUELLO, Rachel. “Grounds for democratic adherence: Brazil, 2002-2006”. Paper apresentado no seminário “Democracy and Citizens Distrust of Public Institutions in Brazil in Comparative Perspectives”, Oxford University, 1.º/jun./07.
- \_\_\_\_\_. “Aspects of democratic performance: democratic adherence and regime evaluation in Brazil, 2002”. *International Review of Sociology*, vol. 16, issue 3, November 2006.
- MERVIN, David. “The News Media and Democracy in the United States”. In: RANDALL, Vicky (ed.). *Democratization and the Media*. London/Portland: Frank Cass, 1998.
- MESQUITA, Nuno. “Mídia e Apoio Político no Brasil”. In MOISÉS, J. A. (ed). *A Desconfiança Política e os seus Impactos na Qualidade da Democracia – O Caso do Brasil*. Edusp, 2012(a) (no prelo).



- \_\_\_\_\_. “Telejornal e Corrupção: Notícias negativas, percepção negativa?”. In MOISÉS, J. A. (ed). *A Desconfiança Política e os seus Impactos na Qualidade da Democracia – O Caso do Brasil*. Edusp, 2012(b) (no prelo).
- \_\_\_\_\_; LUENGO, Óscar. “Medios de Comunicación y Desafección Política: un Estudio Comparado de Brasil Y España”. Trabalho apresentado no X Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración – AECPA, Múrcia, Espanha: setembro/2011(a).
- \_\_\_\_\_. “Media and the Quality of Democracy: The Different Impacts of Media on Regime Support”. Trabalho apresentado na “IPSA Research Committee 22 Political Communication Conference”. Lisboa, Portugal: Novembro/2011(b).
- \_\_\_\_\_. “*Jornal Nacional, Democracia e Confiança nas instituições democráticas*”. In: MOISÉS, José Álvaro (org). *Democracia e Confiança: por que os cidadãos desconfiam das instituições públicas?* São Paulo: Edusp, 2010.
- \_\_\_\_\_. *Mídia e Democracia no Brasil: Jornal Nacional, Crise Política e Confiança nas Instituições*. Tese de Doutorado, FFLCH-USP, 2008a.
- MIGUEL, Luis Felipe. “Mídia e eleições: a campanha de 1998 na Rede Globo”. *Dados*, vol. 42, n. 2, 1999.
- \_\_\_\_\_. *Política e Mídia no Brasil: episódios da história recente*. Brasília: Plano, 2002.
- \_\_\_\_\_. “A eleição visível: a Rede Globo descobre a política em 2002”. *Dados*, vol. 46, n. 2, jan./03.
- \_\_\_\_\_. “Discursos cruzados: telenoticiários, HPEG e a construção da agenda eleitoral”. *Sociologias*, 6(11), jan.-jun.2004.
- \_\_\_\_\_. “A Crise e suas fronteiras: oito meses de mensalão nos editoriais dos jornais”. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 13, n. 1, jun./2007.
- MOISÉS, José Álvaro. *Os Brasileiros e a Democracia*. São Paulo: Ed. Ática, 1995.
- \_\_\_\_\_. “Democracy, political trust and democratic institutions (the case of Brazil)”. Paper apresentado no seminário “Democracy and Citizens Distrust of Public Institutions in Brazil in Comparative Perspectives”, Oxford University, 1.ºjun./07.
- \_\_\_\_\_; CARNEIRO, Gabriela de Oliveira. “Democracia, desconfiança política e insatisfação com o regime – o caso do Brasil”. *Opinião Pública*, vol. 14, junho 2008.

- \_\_\_\_\_. (org). *Democracia e Confiança: por que os cidadãos desconfiam das instituições públicas?* São Paulo: Edusp, 2010.
- NEGRINE, Ralph. *The Communication of Politics*. London/Thousand Oaks/New Dehli: Sage, 1996.
- NEUMAN, W. Russel. *The Paradox of Mass Politics*. Cambridge and London: Harvard University Press, 1986.
- \_\_\_\_\_. “Interaction”. In: *International Encyclopedia of Communication*. Blackwell publishers and the ICA, 2007.
- NEWTON, Kenneth. “Mass media effects: mobilization or media malaise?”. *British Journal of Political Science* 29(4), 1999.
- NORRIS, Pippa. “Does television erode social capital? A reply to Putnam”. *PS – Political Science and Politics* XXIX, 1996.
- \_\_\_\_\_. (ed.). *Critical Citizens*. Oxford: Oxford University Press, 1999.
- \_\_\_\_\_. *A Virtuous Circle: political communications in post-industrial democracies*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- \_\_\_\_\_. (ed.). *Democratic Deficit: Critical Citizens Revisited*. Cambridge University Press, 2011.
- NORTH, Douglas. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1990.
- NYE, Joseph. “Introduction: the decline of confidence in government”. In: NYE, Joseph et al. *Why People don't Trust Government*. Harvard: Harvard University Press, 1997.
- OFFE, Claus. “How can we trust our fellow citizens”. In: WARREN, Mark (ed.). *Democracy and Trust*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
- PAIVA, Denise; BRAGA, Maria do Socorro; PIMENTEL Jr., Jairo. “Eleitorado e partidos políticos no Brasil”. *Opinião Pública*, 13(2), 2007, p. 388-408.
- PATTERSON, Thomas “Time and News: the media's limitations as an instrument of Democracy”. *International Political Science Review*, 19(1), 1998.
- \_\_\_\_\_. “The United States: News in a Free Market Society”. In: GUNTHER, Richard; MUGHAN, Anthony (ed.). *Democracy and the Media, a comparative perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD). Disponível: <  
[http://www.ibge.gov.br/home/  
presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1230&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1230&id_pagina=1)>.  
Acesso: 29/set./08.

- PORTO, Mauro. “Televisão e voto: a eleição de 1992 para prefeito de São Paulo”. *Opinião Pública*, vol. IV, n. 1, abr./1996.
- \_\_\_\_\_. “La crisis de confianza en la política y sus instituciones: los medios y la legitimidad de la democracia en Brasil”. *América Latina Hoy*, n. 25, ago./2000.
- \_\_\_\_\_. “Framing the world of politics: how governmental sources shape the production and reception of TV news in Brazil”. Paper presented to the 23<sup>rd</sup> International Conference of the International Association for Media and Communication Research. Barcelona, Spain, 2002.
- \_\_\_\_\_. “A Pesquisa sobre a recepção e os efeitos da mídia: propondo um enfoque integrado”. Trabalho apresentado ao XXVI Intercom. Belo Horizonte, 1.º a 6 de set./2003.
- \_\_\_\_\_. “The principle of diversity in journalism: *Jornal Nacional* and political deliberation in Brazil”. *Brazilian Journalism and Research*, vol. 1, n. 1, semester 1, 2005.
- \_\_\_\_\_. “Framing controversies: television and the 2002 presidential election in Brazil”. *Political Communication*, 24, 2007.
- PUTNAM, Robert. “Tuning in, Tuning out: the strange disappearance of social capital in America”. *PS – Political Science and Politics* XXVIII (4), 1995.
- PUTNAM, Robert; PHARR, Susan (eds.). *Disaffected Democracies: what’s troubling the trilateral countries?* Princeton: Princeton University Press, 2000.
- ROBINSON, John P.; LEVY, Mark R. (orgs.). *The Main Source. Learning from television news*. Beverly Hills/London/New Dehli: Sage, 1986.
- SCHLEGEL, Rogerio. “Mídia, confiança política e mobilização”. Dissertação de mestrado. FFLCH-USP, São Paulo, 2006.
- SCHMITTER, Philippe C.; KARL, Terry Lynn. “What Democracy is... and is not”. *Journal of Democracy* 2, 1991.
- SCHOENBACH, Klaus; LAUF, Edmund. “Another look at the trap effect of television – and beyond”. *International Journal of Public Opinion Research*, 16(2), 2004.
- STRAUBHAAR, Joseph; OLSEN, Orgen; NUNES, Ana Maria Cavaliari. “The Brazilian Case”. In: SKIDMORE, Thomas E. (ed.). *Television, Politics, and the Transition to Democracy in Latin America*. Washington: the Woodrow Wilson Center Press; Baltimore/London: The Johns Hopkins University Press, 1993.

- THUSSU, Daya Kishan. *International Communication: continuity and change*. New York/London: Oxford University Press, 2000.
- TSFATI, Yariv. "Media skepticism and climate of opinion perception". *International Journal of Public Opinion Research*, 15(1), 2003.
- WAN (World Association of Newspapers), 2005. Disponível: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/leitura-de-jornais-no-mundo>>. Acesso: 18/mar./08.
- WATT, James; MAZZA, Mary; SNYDER, Leslie. "Agenda setting effects of television news coverage and the effects decay curve". *Communication Research*, 20(3), June 1993.
- WOLTON, Dominique. *Elogio do Grande Público*. São Paulo: Ática, 1996.