

DIMENSIONANDO O PAPEL DA MÍDIA NO GOLPE DE 2016: PESQUISA NA REGIÃO METROPOLITANA DE GOIÂNIA

SILVA, Margot Riemann¹
 PIETRAFESA, Pedro Araújo²
 LEÃO, Carlos Leão³
 BARBOSA, Aldovano Dantas⁴
 RIBEIRO, Alcides Mariano⁵

Recebido em: 2022.03.24

Aprovado em: 2022.04.25

ISSUE DOI: 10.3738/1982.2278.4009

RESUMO: O artigo apresenta pesquisa quantitativa realizada em outubro e novembro de 2017 na Região Metropolitana de Goiânia, com o objetivo de dimensionar o papel das mídias no Golpe de 2016. Diferentes questões do momento político foram abordadas. Os resultados indicam que a variável “uso de mídia” se sobrepôs a todas as demais na definição da intensidade de apoio - ou rejeição - ao impedimento da ex-presidente Dilma Rousseff. Nesse sentido, concluiu-se que sim, a influência das mídias foi decisiva. Na parte conclusiva é debatido o papel chave da mídia de massas na estrutura de poder na periferia capitalista e ainda características dos governos do Partido dos Trabalhadores que pavimentaram o caminho para que as narrativas da mídia tivessem aceitação junto à população.

Palavras-Chave: Mídia e Política. Dilma Rousseff impedimento. Opinião Pública. Estrutura de Poder. Narrativas Políticas.

SIZING THE ROLE OF THE MEDIA IN THE 2016 COUP: RESEARCH IN THE METROPOLITAN REGION OF GOIÂNIA

SUMMARY: The article presents a quantitative research carried out in October of November 2017 in the Metropolitan Region of Goiânia, with the objective of dimensioning the role of the media in the 2016 Coup. Different issues of the political moment were addressed. The results indicate that the variable “media consumption” overlapped all the others in the definition of the intensity of support or rejection of the impeachment of former

¹ ORCID ID- <https://orcid.org/0000-0002-2269-7983> Professora titular da Pontifícia Universidade Católica de Goiás no curso de Serviço Social. Doutorado em Pedagogia pela Johann Wolfgang Goethe Universität Frankfurt am Main (1989). Possui graduação em Pedagogia pela Johann Wolfgang Goethe Universität Frankfurt am Main (1979), licenciatura em Matemática e Ciências Sociais pela Johann Wolfgang Goethe Universität Frankfurt am Main (1976). Lidera o Grupo de Estudos em Estado, Sociedade e Cidadania com ênfase no estudo das políticas públicas na perspectiva da garantia de direitos de cidadania. Currículo Lattes nº 0720255910463552. E-Mail: <http://www.pucgois.edu.br>.

² ORCID ID- <https://orcid.org/0000-0003-0542-4753> Professor da Pontifícia Universidade Católica de Goiás no Curso de Relações Internacionais e Coordenador do Mestrado em Desenvolvimento e Planejamento Territorial (2022-2025). Doutorado em Ciências Sociais pela Universidade de Brasília (2013). Mestrado em Ciências Sociais pela Universidade de Brasília (2009). Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Goiás (2006). Currículo Lattes nº 4048337427692081. E-Mail: pedroaraujo@pugoiias.edu.br

³ ORCID ID- <https://orcid.org/0000-0003-0494-751X> Professor adjunto da Universidade Federal de Goiás e professor titular da Universidade Católica de Goiás. Doutorado em Economia Aplicada pela Universidade Federal de Viçosa (2000). Mestrado em Economia Aplicada pela Universidade Federal de Viçosa (1985). Possui graduação em Ciências Econômicas pela Universidade Católica de Goiás (1979). Tem experiência na área de Economia, com ênfase em Economia Agrícola, atuando principalmente nos seguintes temas: economia agrícola, economia da produção, eficiência, mercado de trabalho e econometria. Currículo Lattes nº 8127357439506910. E-Mail: carlosleao.pucgoias.edu.br.

⁴ ORCID ID- <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0002-7160-6902> Doutor em Serviço Social pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp) e Mestrando em Educação pela Universidade Federal do Triângulo Mineiro (UFTM). Professor de História. Bacharel e Licenciado em História. Membro do Grupo de Pesquisa Multidisciplinar em Educação (EDUCA). Currículo Lattes nº 6380461777233148. E-Mail: professoraldovano@yahoo.com.br.

⁵ ORCID ID- <https://orcid.org/0000-0002-2269-7983> Doutorando e Mestre em Educação pela Universidade Federal do Triângulo Mineiro (UFTM). Especialista em metodologia Ensino de História e Geografia. Especialista em Gestão Educacional: Orientação e Supervisão. Licenciado em Pedagogia e Licenciado em História.

President Dilma Rousseff. In this sense, it was concluded that the influence of the media was indeed decisive. The conclusive part discusses the key role of mass media for the stability of power in the capitalist periphery and also features characteristics of PT governments that paved the way for media narratives to be accepted by the population.

Keywords: Media and Politics. Dilma Rousseff impeachment. Public opinion. Power Structure. Political Narratives.

DIMENSIONAR EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL GOLPE DE 2016: INVESTIGACIÓN EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE GOIÂNIA

RESUMEN: El artículo presenta una investigación cuantitativa realizada en octubre de noviembre de 2017 en la Región Metropolitana de Goiânia con el objetivo de dimensionar el papel de los medios de comunicación en el Golpe de 2016. Se abordaron diferentes cuestiones del momento político. Los resultados indican que la variable "consumo de medios" superpuso a todos los demás en la definición de la intensidad del apoyo o el rechazo del impedimento de la presidenta Dilma Rousseff. En este sentido, se concluyó que la influencia de los medios fue realmente decisiva. La parte concluyente analiza el papel clave de los medios en la estructura de poder en la periferia capitalista y también las características de los gobiernos del PT que allanaron el camino para que la población acepte las narrativas de los medios.

Palabras clave: medios y política. Dilma Rousseff juicio político. Opinión pública. Estructura de poder. Narrativas políticas.

1 INTRODUÇÃO

No ano de 2016, mais de dois terços da Câmara dos Deputados e do Senado Federal do Brasil aprovaram o impedimento da presidente Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores, PT. Já à época importantes organizações da sociedade civil⁶, assim como inúmeros juristas entendiam que não existia fundamentação legal para tal ato, configurando, portanto, um golpe institucional (SERRANO, 2016; PRONER *et.al.* 2016).

Quanto à população em geral, a pesquisa Datafolha realizada em 17 e 18 de março indicava ampla maioria, 68%, favorável à destituição. Quantitativo surpreendente dada a qualidade dos governos petistas que lograram, a partir de 2003, muitas realizações, algumas de alcance histórico, como: importante redução da desigualdade social⁷, aumento real do salário mínimo⁸, ampliação do acesso às universidades para estudantes de baixa renda, a introdução de cotas raciais⁹, a expansão do trabalho formal¹⁰, a valorização do servidor público em geral e das

⁶ Posicionaram-se contrários ao impedimento, entre outros, o Conselho Nacional de Igrejas Cristãs, que representa a CNBB (Igreja Católica), a ABB (Igreja Batista), a IEAB (Igreja Anglicana), a IECLB (Igreja Luterana), a IPU (Igreja Presbiteriana) e ISOA (Igreja Sirian Ortodoxa de Antioquia) (Estado de São Paulo, 7/12/2015); reitores e pró-reitores de 41 universidades e institutos técnicos federais; a Central Única dos Trabalhadores; o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra; a União Nacional dos Estudantes; a Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura; a Marcha Mundial das Mulheres; a Frente Brasil Popular e a Frente Povo Sem Medo, que reuniam mais de sessenta movimentos sociais e sindicatos (Agencia Brasil, 10/12/2015).

⁷ Em 2004 o rendimento dos 10% da população com os maiores rendimentos financeiros representava 4,3 vezes o rendimento dos 40% com os menores ganhos em 2004. Dez anos depois, essa diferença passou a ser de 3,1 vezes, isto é, a desigualdade na apropriação da massa de rendimentos teve uma redução de 27,9% (IBGE, Síntese de Indicadores Sociais, 2015).

⁸ Entre 2002 e 2016 ocorreu crescimento real do salário mínimo de 77.01% (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Econômicos, DIEESE, janeiro de 2017)

⁹ A inclusão de estudantes mais pobres nas universidades federais, das classes de renda C, D e E, subiu de 42,8% em 2003 para 70,2% em 2018. Estudantes de escola pública, que compunham em 2004 37,5% do total, em 2018 Nucleus, v.19, n.1, abr. 2022

carreiras de Estado em especial¹¹; importantes avanços no combate à corrupção¹²; a descoberta e extração de petróleo no pré-sal¹³, entre outras¹⁴.

O Golpe de 2016 foi pavimentado por uma ofensiva do judiciário ainda em 2007, em processo popularmente chamado de “Mensalão” e que condenou em 2012 importantes dirigentes do PT por compra de apoio político¹⁵. Na sequência, em 2014 é deflagrada a Operação Lava Jato, que desmantelou esquemas de propina e lavagem de dinheiro de corporações brasileiras junto a políticos e agentes do Estado.

A ofensiva do judiciário, somado a um paciente trabalho da mídia de massas e digital¹⁶, logrou jogar no colo do PT a responsabilidade por mazelas próprias da engrenagem política desde o tempo da colônia (FONTAINHA; LIMA, 2018; SANTOS; TANSCHIEDT, 2019). Desta forma, a aprovação da presidente Dilma Roussef, que até 2013 mantinha-se em patamares acima de 60%¹⁷, caiu em 2015 para abaixo de 8% (DATAFOLHA, 2015). O conjunto de conquistas operadas ao longo de três mandatos presidenciais foram insuficientes para conter uma onda nacional de rejeição ao PT e seus governos.

Iniciou-se com o Golpe de 2016 um ciclo de ultra liberalismo¹⁸, altamente predatório no plano social, ambiental e de dilapidação do patrimônio nacional.

Teria sido esse apenas mais um na série de golpes políticos na história do país? Aparentemente sim. Na América Latina como um todo, entre 1950 e 1992 ocorreram 48 golpes

representaram 60,4% dos graduandos. E os estudantes negros e pardos triplicaram no mesmo período, representando em 2018, 51% do total de graduandos. (ANDIFES, 2019)

¹⁰Entre 2004 e 2014, o número de mulheres em trabalhos formais cresceu 60% e o de homens, 43,6%. Ocorreu redução de 7,6% no contingente de pessoas trabalhando com atividades informais (IBGE, Síntese de Indicadores Sociais, 2015).

¹¹ Ver a esse respeito, Nogueira, Cardoso, 2017.

¹² Criação da Controladoria-Geral da União (CGU); fortalecimento da Polícia Federal; atuação do Conselho de Controle das Atividades Financeiras (COAF) no monitoramento de movimentações atípicas de dinheiro por agentes públicos; criação do Portal da Transparência; criação da Lei das Organizações Criminosas e do instituto da delação premiada, entre outras medidas.

¹³ A descoberta de petróleo no pré-sal foi anunciada pela Petrobras em 2005. Em 2008, utilizando tecnologia desenvolvida pela Petrobras, foi iniciada a prospecção, compondo em 2019, um percentual de 60% do total de petróleo produzido. (PETROBRAS, 2019)

¹⁴ A criação do PROUNI: a expansão expressiva da rede de Universidades Federais e dos Institutos Federais; a ampliação da Farmácia Popular; o Programa Minha Casa Minha Vida; a Lei das Domésticas, entre muitas outras políticas.

¹⁵ Trata-se da investigação do esquema de compra de apoio por parte do Partido dos Trabalhadores de políticos do amplo espectro partidário, que ficou conhecido como o “Mensalão” e que resultou em condenações de importantes líderes partidários em 2012.

¹⁶ Pesquisas para o Brasil em anos recentes têm demonstrado claro partidarismo da mídia. Segundo Feres Junior e Sassara (2016), no período eleitoral de 2010 e 2014, para cada cem coberturas negativas do PT (tanto em nível federal, como estadual e municipal) ocorreram em 2010 apenas cinco, e em 2014 apenas sete coberturas negativas do PSDB. Quanto à mídia digital, estudos recentes têm comprovado o uso de dados das plataformas Facebook, Google, Bing, entre outros, para manipulação massiva da população (Bradshaw, Howard, 2018).

¹⁷ Ver Datafolha, 21 de março de 2013.

¹⁸ Explicitado no programa do PMDB “Uma Ponte para o Futuro” (Fundação Ulisses Guimarães, 2015) assumido por Michel Temer em 2016 e pelo programa econômico de Paulo Guedes, Ministro de Economia de Bolsonaro, empossado em 2019, e que incluem rigoroso controle de gastos, privatizações amplas, maior abertura internacional, reforma trabalhista, previdenciária, administrativa, entre outros.

de Estado, ou seja, mais de um golpe por ano (POWELL ; TYNE, 2011). E, via de regra, os golpes se voltavam contra governos de esquerda ou centro-esquerda (POWELL ; TYNE, 2011). O avanço do neoliberalismo nas décadas de 1980 e 1990, não por coincidência, trouxe relativa estabilidade à região. Já em fins da década de 1990, a eleição de governos de esquerda (Venezuela, Chile, Brasil, Argentina, Uruguai, Bolívia, Nicarágua, Equador, Paraguai, El Salvador), reativou o fantasma do golpismo político.

Entretanto, diferentemente dos golpes de 1954 ou de 1964 no Brasil, o de 2016 não se deu em um ambiente de crise econômica profunda ou de convulsão social. Em 2014 o desemprego encontrava-se em nível baixo, 4,3% (IBGE, 2019), a inflação atingia 6,4 % pelo IPCA, o crescimento do PIB foi baixo, mas ainda assim positivo em 0,5%, dado negativo apenas na retração do PIB per capita, - 0,3% em relação a 2013 (IBGE, 2017). Em 2015, a deflagração da crise política juntamente com a Operação Lava Jato desarticulando grandes empreiteiras brasileiras, somadas às medidas de ajuste fiscal da recém empossada presidente Dilma Rouseff produziram indicadores econômicos negativos em todos os níveis¹⁹. Ainda assim, um ano apenas de crise econômica após uma sequência de doze anos de expansão, não parecia justificar o impedimento de uma presidente que não havia cometido crime de responsabilidade.

Nesse sentido, tornava-se imperativo investigar a fundo as diferentes peças que viabilizaram o Golpe. O estudo em tela buscou elucidar a peça mais evidente: a manipulação da opinião pública por parte da mídia. Nesse sentido, realizou-se no ano de 2017 uma pesquisa na Região Metropolitana de Goiânia tematizando diferentes questões do momento político. O artigo relata os resultados da pesquisa e está dividido em quatro seções. A seção seguinte a introdutória apresenta a metodologia empregada e a forma como os dados são avaliados e expostos. Na terceira seção, apresentam-se os resultados mais relevantes da pesquisa. Na quarta seção, examina-se, de forma mais específica, o papel da mídia na construção de consensos políticos.

2 METODOLOGIA

Em outubro e novembro de 2017 foram aplicados 607 questionários válidos segundo amostragem por cotas em 38 subdistritos de Goiânia e três cidades da Região Metropolitana, são elas: Aparecida de Goiânia, Senador Canedo e Trindade.

O questionário inicia com um conjunto de perguntas referentes a questões políticas que dominavam as pautas das mídias naquele momento, quarto trimestre de 2017. As questões abordam o apoio ou não ao processo de impedimento da presidente Dilma; a promessa de que a reforma trabalhista traria emprego; a suposta competência da equipe econômica de Temer

¹⁹ Retração do PIB em - 3,5% (IBGE, 2017) e desemprego na ordem de 8,5% (PNAD CONTÍNUA, 2015, PME, 2015)

(contrastando com a revelação de atos de corrupção por parte de dirigentes da empresa JBS). Foi testada também a adesão a uma *fakenews* referente ao ex-presidente Lula, de que seria sócio da Friboi – fato que à época da pesquisa já havia sido desmentido em função da ampla divulgação dada a testemunhos de executivos do grupo J;F²⁰. Foi perguntado em quem votaria para presidente e em quem não votaria de jeito nenhum. Um conjunto de questões buscou identificar de que maneira o entrevistado formava sua opinião política, se privilegiava a conversa em família, a informação de mídia, o conselho de religiosos, ou a influência de amigos. Por fim, foram mapeados os hábitos de uso de mídias para informação política, cobrindo as mídias televisivas, eletrônicas, radio e jornal.

Para empreender a análise dos resultados alcançados foi utilizada estatística descritiva com tabelas de frequência e dos valores absolutos das respostas dos entrevistados. Desta forma, foi possível observar o papel que a mídia desempenhou sobre a opinião pública dos goianienses acerca do momento político que estávamos vivenciando entre o resultado eleitoral e o impedimento de Dilma Rousseff. A seguir apresentam-se os resultados mais relevantes da pesquisa.

3 RESULTADOS

Os resultados da pesquisa estão organizados em oito tópicos de estatística descritiva no qual são: 1º “A mídia reina como referência maior na formação da opinião política; 2º “A televisão reina absoluta como fonte de informação política”; 3º “A rede Globo de televisão reina absoluta como canal preferencial”; 4º “Não apoiou a reforma trabalhista de 2017”; 5º “Apoio a equipe econômica de Michel Temer”; 6º “Fakenews sobre Lula, qual a aceitação?”; 7º “Opção preferencial para presidente: nulo, ninguém!”;e, 8º) “Ex-presidente Lula lidera a rejeição entre os políticos”.

3.1 A mídia reina como referência maior na formação da opinião política.

Foi indagado “o que pesa mais para a formação de opiniões sobre política”. Para 45,3 % a resposta foi: a mídia. Em segundo lugar, apontou-se com 23,6 %, “conversa em família” (Quadro 1).

²⁰ Em 17 de maio de 2017 foi revelada com ampla divulgação pelo Jornal Nacional uma confissão dos irmãos Joesley e Wesley Batista, controladores do conglomerado JBS, que envolvia a corrupção de políticos, entre eles Michel Temer (O GLOBO, 17 de maio de 2017).

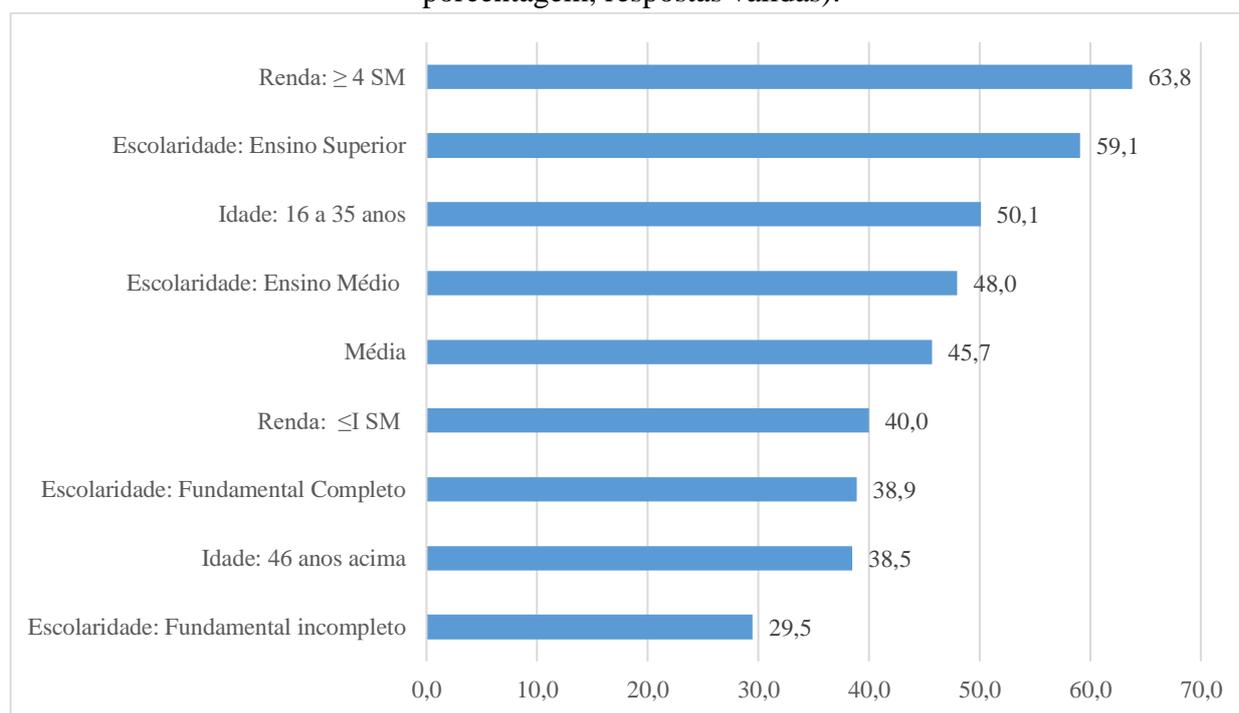
Quadro 1: O que pesa mais na formação das opiniões sobre política.

Respostas	Quantidade	Porcentagem
Informação de mídia	275	45,3
Conversa em família	143	23,6
Bate papo em mídia social	72	11,9
Conversa com amigos	67	11,0
Orientação de lideranças religiosas	28	4,6
Debate na escola	17	2,8
Não responderam	5	0,8
Total	607	100,0

Fonte: Pesquisa, 2017.

Decompondo a opção “informação da mídia”, verifica-se que optaram por ela cidadãos de estratos de renda mais altos, escolaridade mais alta, e os mais jovens²¹.

Gráfico 1: A tomada de posição política é determinada sobretudo pela “informação da mídia” (em porcentagem, respostas válidas).

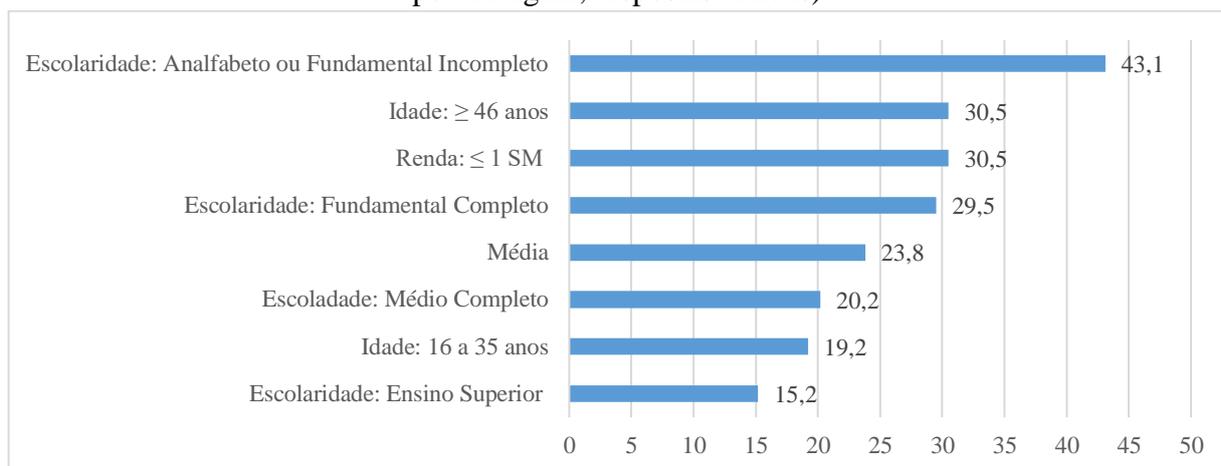


Fonte: Pesquisa 2017.

Quanto à opção “conversa em família”, foi apontada por cidadãos de escolaridade mais baixa, 43,1 %, com idade acima de 46 anos, e de renda mais baixa, 30,5 %.

²¹ Optou-se por apresentar apenas os resultados das variáveis que diferem de forma significativa da média geral.
Nucleus, v.19, n.1, abr. 2022

Gráfico 2: A tomada de posição política é determinada sobretudo pela “conversa em família” (em porcentagem, respostas válidas).



Fonte: Pesquisa 2017.

As opções “bate papo em mídia social”, “conversa com amigos” e “orientação de lideranças religiosas” não apresentaram variações importantes conforme renda, idade ou escolaridade, à exceção da última, com preferência acima da média por parte dos mais velhos, acima de 56 anos, com 13,2 % indicações.

3.2 A televisão reina absoluta como fonte de informação política.

Em 2017, a televisão ainda reinava em primeiro lugar como fonte de informação política, com 51,6 % das indicações. Para não existir dúvidas de que ali se investigava o uso de mídia, não como lazer ou diversão, mas como fonte de informação política, as perguntas foram realizadas na sequência das questões políticas. O uso de mídia social foi citado em segundo lugar, com 33,4 %, seguido pelo jornal com 10,4 %.

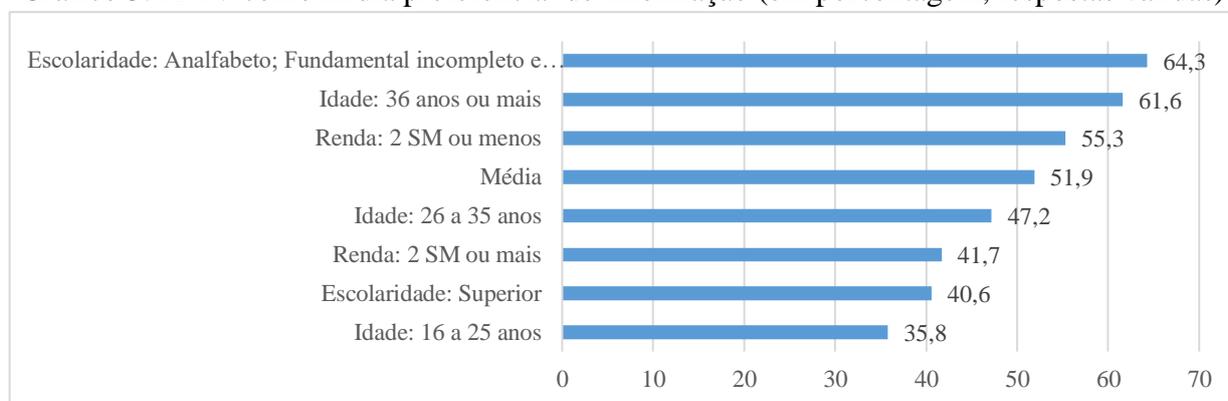
Quadro 2: Mídia mais usada para se informar sobre política.

Mídia	Quantidade	Porcentagem
Televisão	313	51,6
Mídia eletrônica	203	33,4
Jornal	63	10,4
Radio	25	4,1
Não responderam	3	0,5
Total	607	100,0

Fonte: Pesquisa, 2017.

Decompondo as opções mais citadas, TV e mídia social, por variáveis de escolaridade, idade e renda, verificou-se que a TV é o veículo preferido dos cidadãos de escolaridade mais baixa, idade superior a 35 anos e estrato de renda abaixo de 2 salários mínimos.

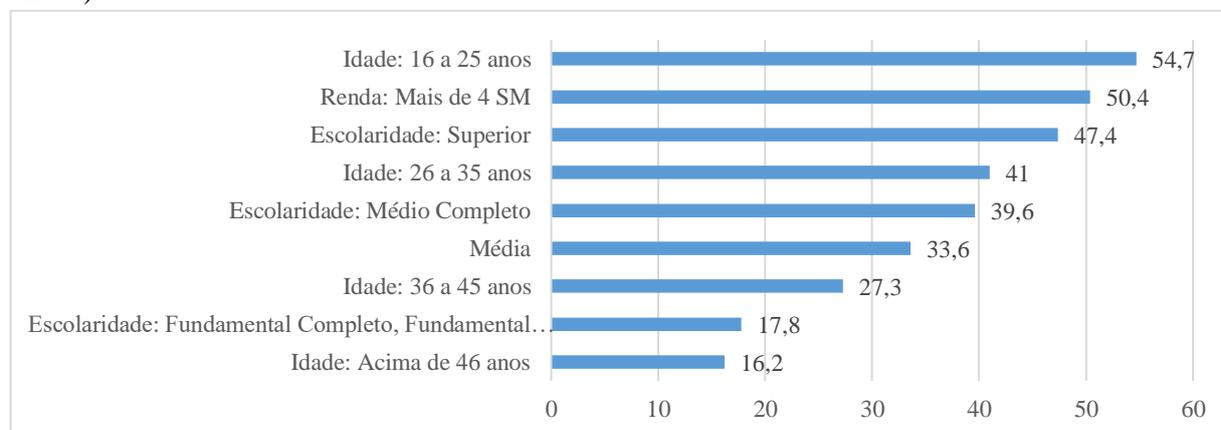
Gráfico 3: A TV como mídia preferencial de informação (em porcentagem, respostas válidas).



Fonte: Pesquisa, 2017.

De forma inversa, os mais jovens, mais escolarizados e que têm renda maior, apontaram uso de mídia eletrônica acima da média.

Gráfico 4: A mídia eletrônica como mídia preferencial de informação (em porcentagem, respostas válidas).



Fonte: Pesquisa, 2017.

Independente de constituir o veículo preferencial ou não, a abrangência do uso de TV como fonte de informação é significativa. Quando perguntado se assiste regularmente noticiário, um quantitativo de 72,2 %, respondeu que sim. Percebe-se, porém, o avanço acelerado das mídias eletrônicas como formadores de opinião. Em 2017, mais da metade dos entrevistados 56,7 % informou que sim, as mídias sociais eram fonte de informação.

3.3 A rede Globo de televisão reina absoluta como canal preferencial.

E folgada a supremacia da Rede Globo de Televisão como opção entre os que assistem regularmente noticiário, com 58,4 % de menções. Em segundo lugar, distante, a Rede Record, com 20,8 % de indicações.

Quadro 3: Canal preferencial de TV.

Canal	Quantidade	Porcentagem
Globo	253	58,4
Record	90	20,8
SBT	51	11,8
Globonews	9	2,1
Outro canal	30	6,9
Total	433	100,0

Fonte: Pesquisa, 2017.

Segundo a pesquisa, o perfil dos expectadores das maiores redes de televisão, Globo, Record e SBT, para fins de informação política, não difere de forma significativa entre si. A torcida pela saída da Presidente Dilma do governo em 2016 na Região Metropolitana de Goiânia foi na ordem de 51,4 %. Foram contrários ao processo 34,9 %, e indiferentes, 13 %.

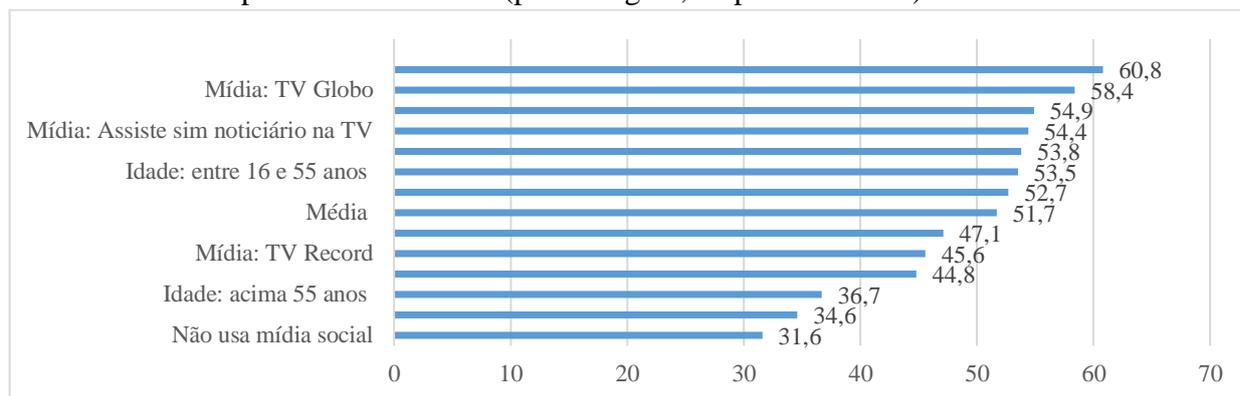
Quadro 4: Torcida pela saída da Dilma.

	Quantidade	Porcentagem
Sim	312	51,4
Não	212	34,9
Indiferente	79	13,0
Não responderam	4	0,7
Total	607	100,0

Fonte: Pesquisa, 2017.

A pesquisa aponta clara influência da mídia televisiva e eletrônica no apoio ao Golpe de 2016. As variáveis “assiste SBT”, “assiste Globo”, ou “usa mídia social”, sobrepõem-se às demais em intensidade. Torceram *pele impedimento, acima da média*, cidadãos com renda superior ao salário mínimo, os mais jovens e de escolaridade ligeiramente mais alta. Não foram encontradas diferenças entre homem e mulher.

Gráfico 5: Torceu pela saída da Dilma (porcentagem, respostas válidas).



Fonte: Pesquisa, 2017.

Já os que foram contrários ao impedimento da Presidente Dilma destacam-se pela escolaridade mais baixa (analfabetos e com Ensino Fundamental incompleto), e o não uso de mídia social e televisiva.

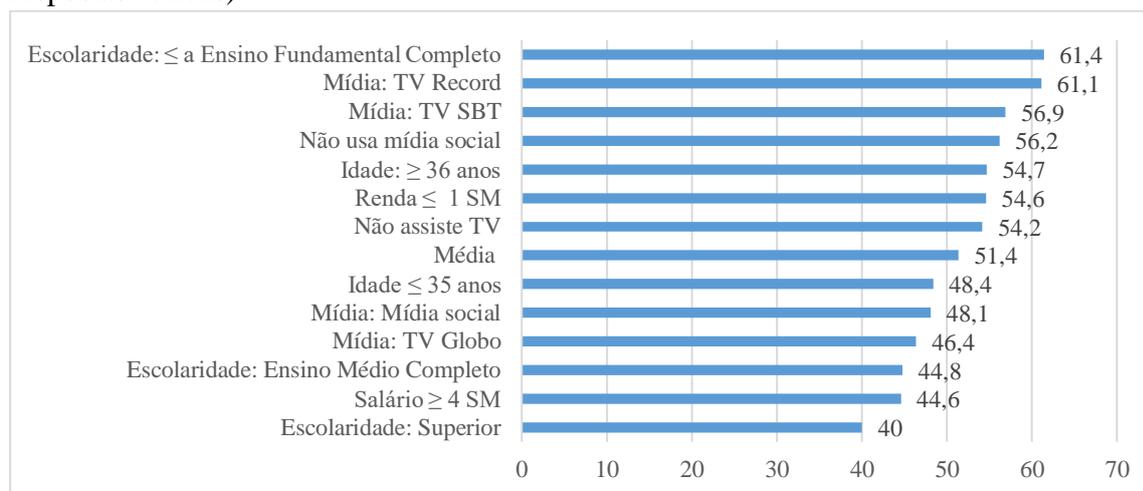
3.4 Não apoiou a reforma trabalhista de 2017.

Durante todo o ano de 2017 houve intensa cobertura midiática em defesa da Reforma Trabalhista do governo Temer. Ela foi votada pela Câmara dos Deputados em abril, promulgada em julho depois de aprovada pelo Senado, entrando em vigor em novembro de 2017.

Foi perguntado se o entrevistado acreditava que a Reforma Trabalhista traria empregos, atribuindo uma nota de 0 (não acredita de jeito nenhum) a 10 (acredita que sim, traria empregos). Os resultados apontaram profunda desconfiança por parte da população. Um quantitativo muito significativo, 51,4 %, rejeitou totalmente essa expectativa, atribuindo nota 0. A média das notas foi de 2,31.

Decompondo a nota 0, ou seja, a rejeição total, percebe-se que, diferentemente do processo de impedimento da presidente Dilma, nesse caso, as variáveis escolaridade e renda impactaram mais que a variável uso de mídia. Quanto mais baixa a escolaridade, *maior* a rejeição à Reforma, e na outra ponta, quanto mais alta a escolaridade e também a renda, *menor* rejeição.

Gráfico 6: Não acredita de jeito nenhum que a Reforma Trabalhista trará empregos (porcentagem, respostas válidas).



Fonte: Pesquisa, 2017.

Além de ser menos contundente, o impacto do uso de mídias se divide: quem assiste SBT e Record manifestou maior rejeição, já a exposição à Rede Globo mitigou a desconfiança em relação à Reforma.

A análise da variável “idade” indica que os mais jovens tiveram, de forma discreta, *menor* resistência à Reforma, diferentemente dos mais velhos que explicitam *maior* desconfiança.

3.5 Apoio a equipe econômica de Michel Temer.

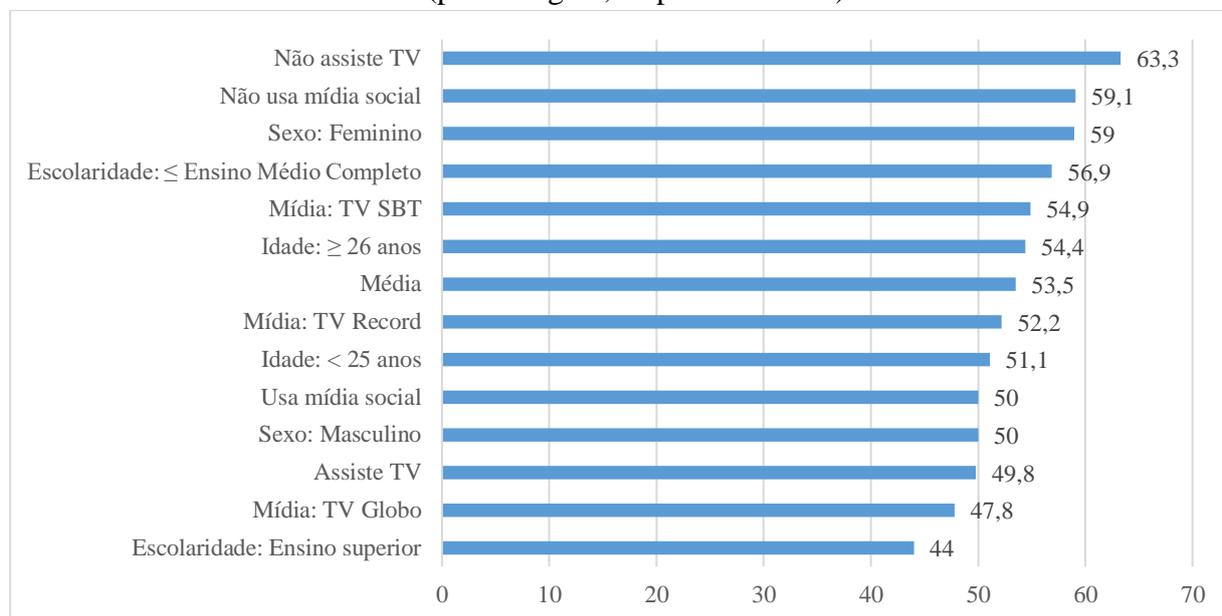
Em maio de 2017 tornaram-se públicas as denúncias de executivos do JBS que envolviam o presidente Temer, supostamente envolvido em subornos direcionados a Eduardo Cunha, maestro do Golpe de 2016. Cunha foi cassado por corrupção em setembro do mesmo ano, e preso no mês seguinte. A mídia deflagra então uma campanha enaltecendo a suposta competência da equipe econômica, contrastando com o lamentável envolvimento em atos de corrupção.

Pediu-se a atribuição de notas de 0 a 10, sendo 0, a rejeição total, e 10, a confiança total na competência da equipe econômica. Também nessa questão revelou-se rejeição contundente ao governo, a nota 0 sendo atribuída por 53,5 % dos entrevistados. A nota média atribuída nessa questão foi de 1,99.

Se no caso do impedimento da Presidente Dilma o uso de mídias potencializava a torcida a favor, nesse caso da avaliação do governo do Golpe, elas ajudaram a mitigar a rejeição. E na outra ponta, a rejeição mais contundente, muito acima da média verificada, é justamente daqueles que não assistem TV, tampouco usa mídias sociais para se informar. Chama atenção a severidade das mulheres, que rejeitam a política econômica com muito mais intensidade que os homens.

Quanto às outras variáveis, repete-se um padrão já verificado: os menos escolarizados manifestam maior desconfiança em relação ao governo Temer.

Gráfico 7: Não acredita de jeito nenhum que a equipe econômica de Temer seja competente? (porcentagem, respostas válidas).



Fonte: Pesquisa 2017.

Comparando as três questões políticas postas, percebe-se clara influência das mídias televisivas e eletrônicas no apoio ao impedimento da Presidente Dilma e à suposta competência da equipe econômica do governo Temer. Quem não está exposto ao noticiário da TV, tampouco à mídia social, (Gráfico n. 5) *rejeitou* com mais contundência a equipe econômica e manifestou apoio *abaixo da média* ao Golpe. Já na questão da Reforma Trabalhista, aparentemente pesou mais a condição de maior ou menor vulnerabilidade, do cidadão, expressa em baixa escolaridade e renda mais baixa, e pesou menos o uso de mídia. Dado a ser comentado adiante.

3.6 Fakenews sobre Lula, qual a aceitação?

Na sequência das perguntas sobre o impedimento da Presidente Dilma e da avaliação do governo Temer e sua Reforma Trabalhista, foi testada uma *fakenews* acerca do ex-presidente Lula: o fato de que seria sócio da Friboi. As respostas se dividiram em três blocos equilibrados, um terço achou que “sim”, outro terço que “não”, e outro terço “não sabe”.

Quadro 5: Acredita que Lula seja sócio da Friboi.

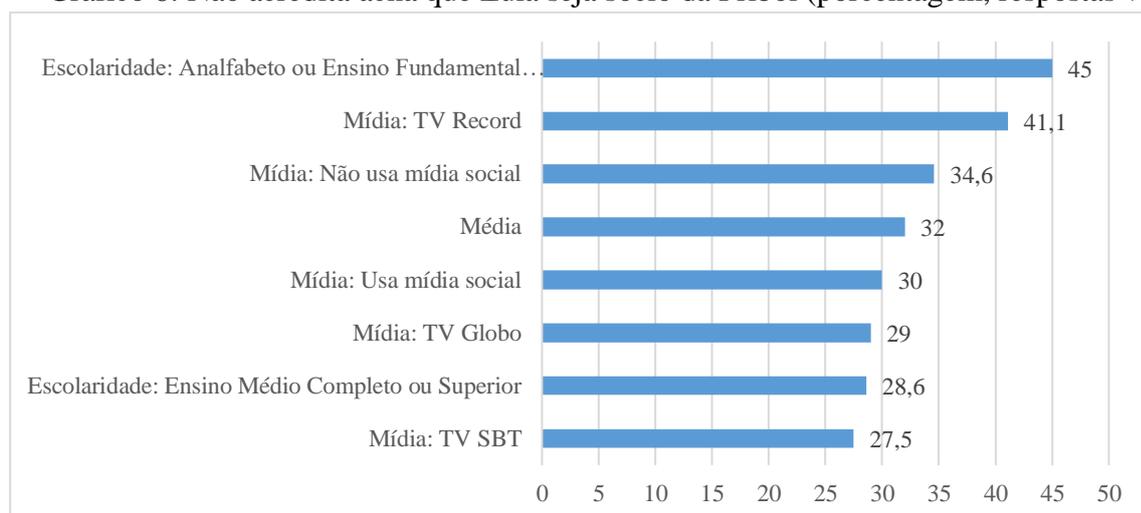
	Quantidade	Porcentagem
Sim	196	32,3
Não	194	32,0
Não sabe	214	35,2
Não responderam	3	0,3
Total	607	100,0

Fonte: Pesquisa, 2017.

Pelo fato de revelar maior contundência no posicionamento, optou-se por decompor a opção “não”. Quem são aqueles que rechaçaram a *fakenews*?

A variável “escolaridade” é a de maior impacto nessa opção: a população com baixa escolaridade posiciona-se de forma mais contundente, 13 pontos percentuais acima da média, *contrária* à *fakenews*.

Gráfico 8: Não acredita acha que Lula seja sócio da Friboi (porcentagem, respostas válidas).



Fonte: Pesquisa, 2017.

Quanto ao impacto das mídias, os expectadores da TV Record revelaram-se também de forma mais clara como *contrários* à lenda de Lula como sócio da Friboi. É importante anotar, entretanto, que nenhuma dessas variáveis elencadas induziu a uma posição majoritária de rejeição dessa *fakenews*. Não se identificaram importantes variações conforme a variável “renda”.

3.7 Opção preferencial para presidente: nulo, ninguém!

As perguntas “em quem votaria para presidente” e “em quem não votaria de jeito nenhum” foram as duas últimas do questionário. Aparecem, portanto, após uma imersão nas questões políticas mais candentes daquele momento, buscando evitar respostas muito ligeiras,

pouco refletidas. Não foram apresentadas opções, as respostas foram espontâneas. A fala “nulo, ninguém” despontou com larga maioria, 38,3 % das respostas válidas. Na sequência, em posição distante, Lula com 21,6% das indicações, seguido por Bolsonaro com 16,1 % e a resposta, “não sei” com 13,8 %.

Quadro 6: Em quem votaria para presidente.

	Quantidade	Porcentagens	Porcentagens válidas
Nulo; ninguém	217	35,7	38,3
Lula	122	20,1	21,6
Bolsonaro	91	15,0	16,1
Não sei	78	12,9	13,8
Outros	27	4,4	4,8
Ciro Gomes	8	1,3	1,4
Dilma	8	1,3	1,4
Doria	8	1,3	1,4
Temer	3	0,5	0,5
Luciano Huck	3	0,5	0,5
Aécio	1	0,2	0,2
Total	566	93,2	100,0
Não responderam	41	6,8	
Total	607	100,0	

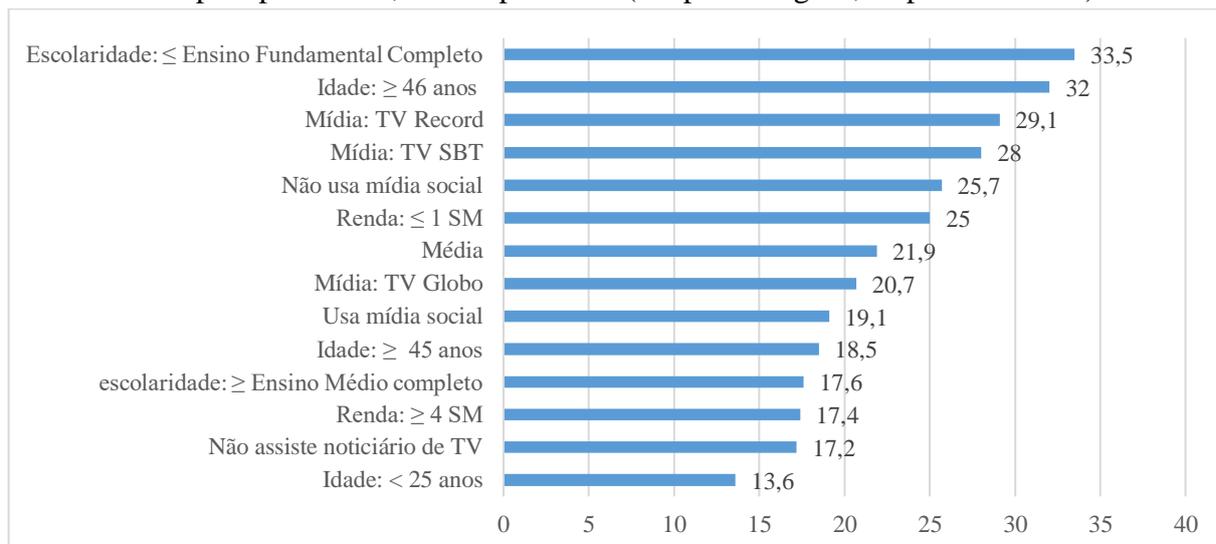
Fonte: Pesquisa, 2017.

Uma análise das respostas por variáveis indica que a opção “nulo, ninguém” esteve disseminada em todos os estratos da pesquisa, não existindo variação significativa conforme idade, renda ou escolaridade, tampouco no aspecto “uso de mídias”.

Já as opções “Lula” e “Bolsonaro” correspondem a estratos da população específicos.

O eleitor de Lula à época, fins de 2017, tem perfil semelhante àquele que foi contrário ao Golpe contra a Presidente Dilma, rechaçando também a *fakenews* sobre Lula: o cidadão de baixa escolaridade, não usa mídia social para se informar, e no caso específico, mais velho. Não há diferenças de sexo, tanto os homens, quanto as mulheres explicitam a mesma intenção de votos. Em relação ao uso de mídia televisiva, um número significativamente maior que a média assiste à TV Record e SBT. Quanto à TV Globo, identificou-se que a exposição a essa rede de TV desestimulou, ainda que de forma discreta, o voto em Lula.

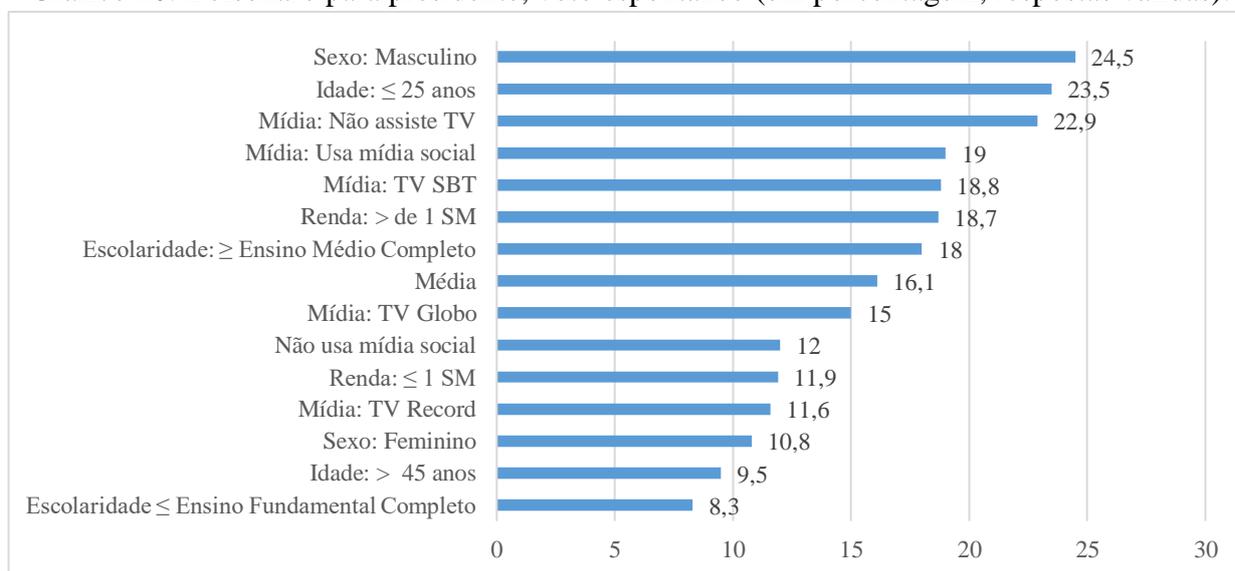
Gráfico 9: Lula para presidente, voto espontâneo (em porcentagens, respostas válidas).



Fonte: Pesquisa, 2017.

O perfil do eleitor de Bolsonaro, à época, era o inverso daquele que declarou voto em Lula. Era predominantemente jovem, idade entre 16 e 25 anos, não assistia TV, usava mídia social e tinha escolaridade mais alta. Chama atenção, à época, que sua base era predominante masculina, o dobro da base feminina.

Gráfico 10: Bolsonaro para presidente, voto espontâneo (em porcentagem, respostas válidas).



Fonte: Pesquisa, 2017.

Diferentemente do uso de mídia social que, segundo a pesquisa, estimulou o voto em Bolsonaro e desestimulou o voto em Lula, no caso do uso de mídia televisiva, não se identificou um padrão definido de canais que supostamente estimulassem/desestimulassem o apoio a um

candidato ou outro. A exposição à Rede SBT *potencializou* o voto em Bolsonaro, já o uso da TV Record *desestimulou* esse voto. Quanto à TV Globo, o seu uso implicou, de forma discreta, menor apoio a Bolsonaro, mesma situação identificada na intenção de voto direcionada a Lula.

3.8 Ex-presidente Lula lidera a rejeição entre os políticos.

O ex-presidente Lula liderou a rejeição entre os políticos, chegando a superar o presidente Temer. Dado que surpreende, diante da rejeição muito expressiva manifestada em relação à principal lei de seu governo, a Reforma Trabalhista, e à política econômica em geral.

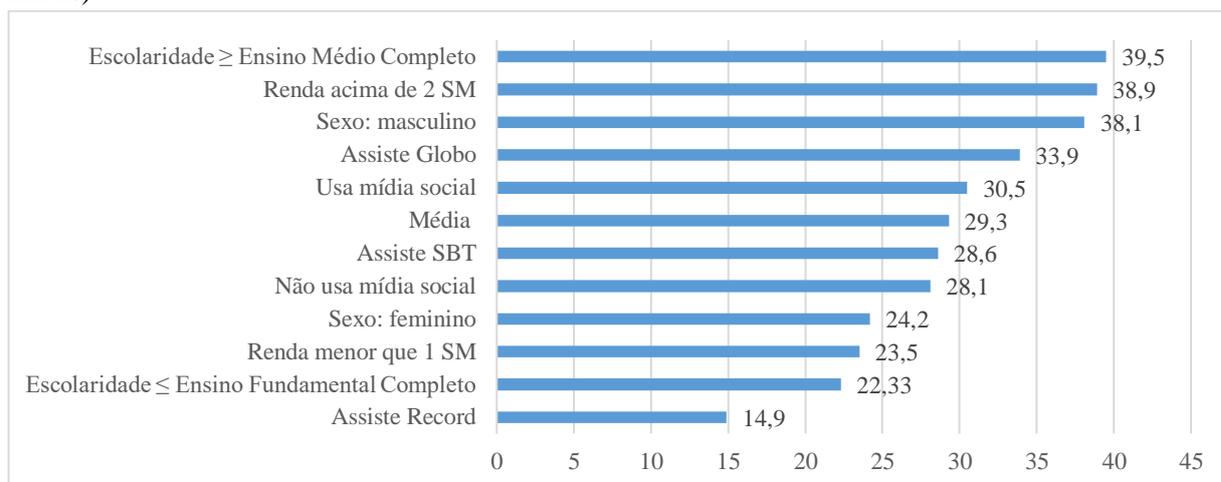
Quadro 7: Não votaria para presidente de jeito nenhum se a eleição fosse hoje.

	Quantidade	Porcentagem	Porcentagens válidas
Lula	167	27,5	29,3
Temer	150	24,7	26,4
Bolsonaro	92	15,2	16,2
Dilma	48	7,9	8,4
Não sei	46	7,6	8,1
Aécio	39	6,4	6,9
Outros	27	4,4	4,7
Total	569	93,7	100,0
Não responderam	38	6,3	
	607	100,0	

Fonte: Pesquisa, 2017.

Decompondo o quadro de rejeições segundo diferentes variáveis, a maior rejeição a Lula ocorre entre os estratos com maior escolaridade, renda ligeiramente mais alta, homens, expectadores da Rede Globo e que usam a mídia social. Na outra ponta, manifestando menor rejeição, estão os expectadores da TV Record, de escolaridade e renda mais baixa, mulheres, e os cidadãos que não usam mídias sociais para se informar sobre política.

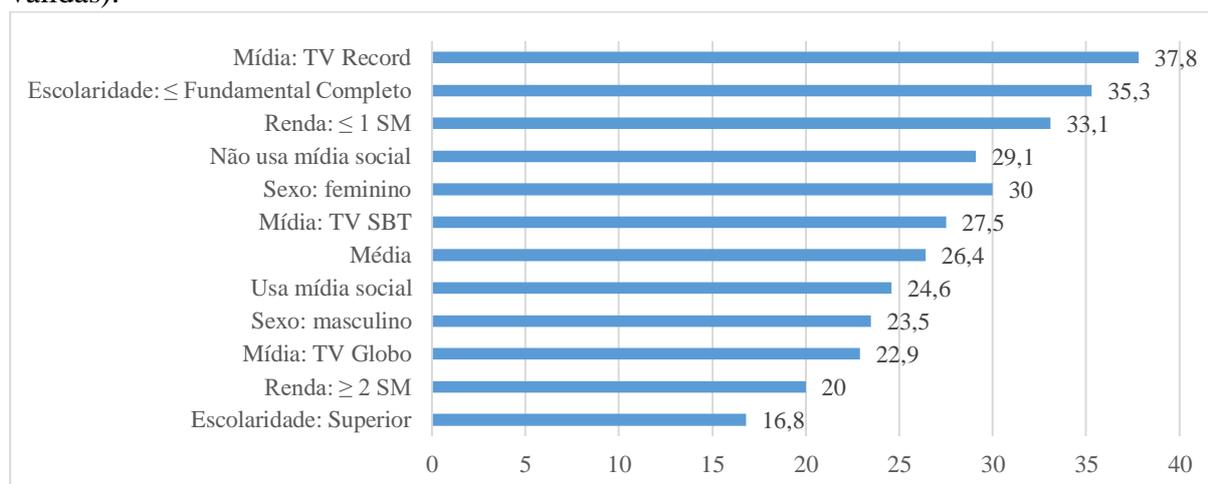
Gráfico 11: Não votaria em Lula para presidente de jeito nenhum (porcentagens, respostas válidas).



Fonte: Pesquisa, 2017.

A *maior* rejeição a Temer está localizada exatamente entre aqueles que *menos* rejeitam Lula: os expectadores da TV Record, os estratos menos escolarizados, de renda mais baixa, mulheres, e os que não usam mídia social. E na outra ponta, a *menor* rejeição está entre aqueles que têm Ensino Superior, renda ligeiramente mais alta, homens, e que usam mídia social e assistem à Rede Globo.

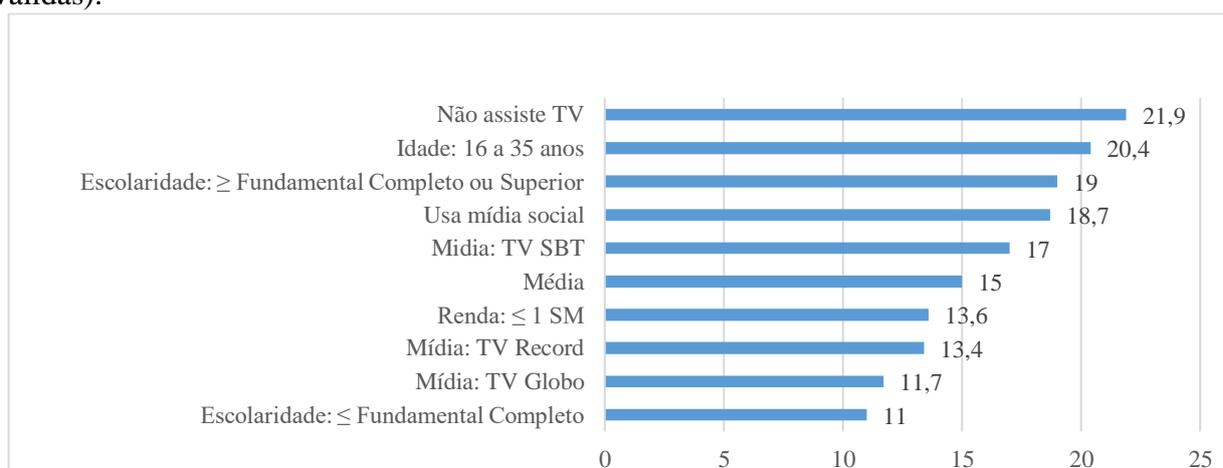
Gráfico 12: Não votaria em Temer para presidente de jeito nenhum (em porcentagens, respostas válidas).



Fonte: Pesquisa, 2017.

Quanto àqueles que citaram Bolsonaro como candidato mais rejeitado, não se identifica um padrão consistente. Há pouca oscilação entre as variáveis, com valores de apenas 5 pontos percentuais para cima ou para baixo. Interessante notar que os mais jovens, segmento que se destacou como apoiador da opção Bolsonaro, aparece como segmento mais contundente na rejeição. O mesmo vale para o estrato de baixa escolaridade: elencou a opção Bolsonaro para presidente com intensidade abaixo da média ao mesmo tempo em que manifesta rejeição também abaixo da média. Uma outra observação se refere ao papel da Rede Globo que aparece como mitigadora da rejeição de Bolsonaro, puxando sua média para baixo.

Gráfico 13: Não votaria em Bolsonaro para presidente de jeito nenhum (porcentagens, respostas válidas).



Fonte: Pesquisa, 2017.

Vale destacar que a rejeição a Bolsonaro nessa data somava *metade* dos índices de Lula e Temer.

4 QUAL FOI, AFINAL, O PESO DA MÍDIA NO GOLPE DE 2016?

A pesquisa na Região Metropolitana de Goiânia evidenciou que as mídias, tanto televisivas, quanto eletrônicas, impactam sim – e fortemente – na formação do posicionamento político. Os próprios entrevistados, 45,3%, externaram essa convicção quando apontaram a mídia como fator preponderante para a tomada de posição.

A capacidade de impor narrativas hegemônicas esteve bem explícita na questão da deposição da presidente Dilma em 2016, quando a variável “uso de mídia” superou em intensidade todas as demais. A exposição tanto ao noticiário de TV quanto às redes sociais, potencializou a torcida favorável em até 9 pontos percentuais. Na outra ponta, o não uso de TV ou de mídia eletrônica, reduziu a torcida em 20 pontos percentuais. Trata-se, portanto, de estabelecimento de um *pensamento consensual*, que arrastou todos os segmentos da população que de alguma forma foram expostos às mídias, independente de idade e condição social e econômica.

De forma não tão contundente, identifica-se impacto semelhante na avaliação da suposta competência da equipe econômica do governo de Temer. *Não assistir noticiário na TV e não usar mídias sociais* potencializou a rejeição à equipe econômica em 10 pontos potenciais acima da média. Na outra ponta, *a exposição à Rede Globo mitigou* a rejeição em quase 6 pontos abaixo da média.

Quanto às demais questões da pesquisa, verificou-se que a exposição às mídias sociais e à TV Globo determinaram, juntamente com outras variáveis, um posicionamento *mais* hostil aos ex-presidentes Dilma e Lula, e na outra ponta, *menos* hostil a Temer e suas contrarreformas.

O peso das Organizações Globo merece menção especial. A pesquisa revelou amplo domínio desse grupo midiático na área das comunicações. Liderou com folga na preferência de mídia televisiva, com 58,4%. Dominou o mercado de jornais através de dois veículos goianos, O Popular e o Jornal Daqui²² juntos somaram 69,2 % de participação entre aqueles que leem jornal. Dominou também a audiência das emissoras de rádio através da Rádio CBN, citado como a mais ouvida, com 26,2 % de participação. E, finalmente, ficou em primeiro lugar de uso de sites de notícias, com o G1, com 42,8 % de indicações. Com tamanho domínio, é possível afirmar que o posicionamento do conglomerado tem intenso poder na moldagem da opinião pública²³.

²² Publicações das Organizações Jaime Câmara, afilhada da Rede Globo.

²³ O caso da TV Record, que aparece em um campo político oposto ao da TV Globo, merece uma pesquisa específica, já que o perfil de expectadores na nossa amostragem é rigorosamente a mesma. Uma hipótese que poderia explicar essa discrepância pode ser o impacto dos jornais televisivos, pois à época do Golpe de 2016 o Jornal Nacional tinha 29%, contra apenas 9% do Jornal da Record. (KANTARIBOPEMEDIA, 2016), ou seja, os entrevistados que elegeram a TV Record como veículo preferencial, na verdade, assistiam pouco noticiário.

A pesquisa revelou ainda o peso decisivo da variável “escolaridade” no posicionamento político do cidadão. Independente de aspectos como idade e renda, a população *de escolaridade mais alta*, sobretudo aqueles com Ensino Superior, *apoiaram de forma mais expressiva* o impedimento da presidente Dilma, aceitaram em *maior* intensidade as *fake-news* sobre Lula, e posicionaram-se de maneira *menos* hostil frente a Temer. Já a população de *baixa escolaridade* (Fundamental Incompleto), explicitou posição oposta: 47%, (índice 12 pontos percentuais acima da média) posicionou-se *contra* o impedimento de Dilma, 46% (14 pontos acima da média) rejeitou a *fakenews* acerca do ex-presidente Lula, e uma fração menor, 35%, (13 pontos percentuais acima da média) indicou voto espontâneo em Lula. Não se trata ainda de um posicionamento contra-hegemônico, vez que esses percentuais estão abaixo de 50%, mas indica divergência consistente por parte da parcela mais vulnerável da população em relação à tendência majoritária.

O posicionamento largamente favorável ao impedimento por parte dos *mais escolarizados* reforça a tese acerca do alto poder de manipulação por parte da mídia. Poder-se-ia argumentar que estes, por terem mais informação e discernimento, rejeitariam com maior contundência os políticos petistas, à época acusados, julgados e presos por corrupção. Mas no momento da pesquisa, ao final de 2017, as evidências de envolvimento de Temer com corrupção já estavam amplamente divulgadas. E mesmo assim os *mais escolarizados* pontuaram níveis de rejeição abaixo da média em relação tanto ao político Temer, como também à contrarreforma trabalhista.

Na verdade, ocorreu uma mudança de lado: da defesa do Estado interventor e protetor para a adesão ao Estado liberal, resultando em maior aceitação – ou menor rejeição - ao governo Temer.

Ora, a adesão ao discurso liberal por parte da parcela mais escolarizada da população pode em certa medida ser creditado ao aumento de consumo de telejornais. (MUNDIM, 2016). Dado corroborado pela pesquisa, quando os *mais escolarizados* apontaram a “mídia” como fator determinante no posicionamento político do cidadão, (14 pontos percentuais acima da média), diferentemente dos *menos escolarizados* que indicaram a “conversa em família” como decisiva (19 pontos percentuais acima da média).

Há que apontar, porém, que a capacidade manipuladora da mídia tem limites. Em questões que conflitam frontalmente com os interesses profundos e a vivência consolidada do cidadão, a mídia consegue *influenciar* uma determinada posição, porém, não *revertê-la*. Foi o caso da Reforma Trabalhista, *rejeitada com veemência* pela grande maioria dos entrevistados. A exposição à TV Globo logrou reduzir a rejeição total à Reforma (explicitada pela nota zero) em 15 pontos percentuais, mas não conseguiu revertê-la para um posicionamento de apoio.

No caso do impedimento da ex-presidente Dilma, a mídia aproveitou-se de uma certeza largamente disseminada no seio da população - a de que todos os políticos e governos são corruptos - para penalizar apenas um partido, o PT. Construiu-se a narrativa de que o PT seria o mais corrupto dos partidos e que os seus governos quebraram o país. Segundo a pesquisa, quem esteve exposto a essa narrativa terminou apoiando o impedimento da presidente. Quem não consumia televisão ou mídias sociais foi majoritariamente contrário ou indiferente. Trata-se de uma estratégia claramente manipuladora, que foi decisiva para a consumação do Golpe de 2016.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As evidências acerca do poder de manipulação da mídia em geral, e das Organizações Globo em especial, nos acontecimentos que levaram ao Golpe de 2016 remetem à necessária discussão sobre mídia e poder na periferia capitalista.

Na América Latina, onde ocorreram 48 golpes de Estado entre 1950 e 1992, o nível de concentração de audiência da mídia televisiva em *apenas um* veículo é extremamente alto, acima de 50% e distante em média 30 pontos percentuais do segundo colocado²⁴ (BOAS, 2016). Padrão diferente do observado nos países centrais, onde a audiência se distribui de forma mais ou menos equitativa entre três ou quatro grandes redes²⁵.

Ao mesmo tempo observa-se claro uso político da mídia, caso do Brasil, onde durante a ditadura militar, entre 1964 e 1985, concessões de rádio e TV eram doadas em troca de apoio político, tanto em nível federal, como regional e local (PIERANTI, 2006). Para agravar a situação, a maioria das empresas de mídia na América Latina pertence a um único investidor, cujo posicionamento é imposto de cima para baixo às redações²⁶ (BOAS, 2016).

A mídia é na verdade uma peça central na arquitetura de poder nos países da América Latina. Diferentemente dos países centrais, os partidos políticos na periferia capitalista não atuam como correias de transmissão das demandas da sociedade²⁷, e sim como operadores de *interesses privados* no interior do Estado (SILVA, 2013). Situação que é fonte permanente de crise. Historicamente, uma gigantesca teia de “troca de favores” assentada no uso de recursos públicos,

²⁴ Chile constitui uma exceção com padrões de participação de audiência em níveis próximos dos países centrais. (Boas, 2016)

²⁵ EUA: CBS, (25%); FOX, (19%); ABC, (19%); NBC, (16%). (BOAS, 2016) Reino Unido: BBC (31%); ITV, (21%); Channel 4 (10%); Sky (9%) (BARB, 2016).

²⁶ Caso de Argentina, Brasil, Colômbia, México, e Venezuela, entre outros. (BOAS, 2016).

²⁷ Historicamente os partidos políticos nos países centrais foram criados e sempre atuaram nesse sentido. Com a globalização e a captura dos Estados nacionais pelas demandas de transnacionais e do capital financeiro, essa função vem se enfraquecendo (Altvater, 2005). Fenômeno que está na raiz da perda de representatividade dos partidos tradicionais e o crescimento de grupos de extrema direita (DEMIROVIC, 2018).

como, cargos, empregos, contratos, inclusive dinheiro²⁸ tem cumprido a função de estabilizar o poder. No caso do Brasil, a urbanização acelerada partir da década de 1960 passou a exigir a implementação de mecanismos mais sofisticados. O Estado passou a fomentar a expansão de empresas privadas de mídia com a função de garantir o estabelecimento de hegemonia e consenso político.

Nessa lógica, a narrativa da mídia é a narrativa dos grupos dominantes. Governos eleitos que contrariam interesses hegemônicos são incessantemente fustigados, e se necessário, derrubados por meio de golpes políticos.

Ainda assim, não está explicada a facilidade com que ocorreu o Golpe de 2016.

O dado sobre “a mudança de lado” do segmento populacional mais escolarizado fornece uma pista sobre o problema de fundo. Por que populações que ascenderam socialmente graças a determinadas políticas públicas se voltaram contra o próprio governo que os beneficiou?

Abre-se aí uma necessária reflexão sobre a natureza da inclusão social operada pelos governos petistas. Os mais pobres passaram a tomar café, almoçar e jantar, frequentar *shopping centres* e cursar universidades, conforme promessa programática de Lula em sua posse em 2003. Mas ao mesmo tempo, os donos do dinheiro e do poder ampliaram seu poderio. Tanto no plano econômico, como no plano político, o capital financeiro, as grandes corporações nacionais, o agronegócio e as tradicionais oligarquias regionais e locais, reforçaram suas posições²⁹. Os valores do consumismo e do individualismo propagados diuturnamente pelas mídias penetraram fundo em corações e mentes. E na sombra da expansão do capitalismo generalizou-se o “vale tudo” da corrupção e do crime organizado³⁰, disseminando um mal-estar no interior da sociedade.

Para ascender ao governo, não apenas o PT se aliou aos donos do poder. Também a Central Única dos Trabalhadora, CUT, e outros movimentos sociais gestados na década de 1980 – à exceção do Movimento Sem Terra – passaram a reforçar as alianças com a política tradicional, entrando para o interior do Estado e ocupando espaços. No momento em que os donos do dinheiro e do poder resolveram eliminar o PT do cenário político para colocar em prática um programa ultraliberal, nocivo aos interesses da sociedade e da nação, a resistência por parte da população estava minada, enfraquecida.

²⁸ A política de “troca de favores” vai desde a distribuição de terras rurais e terrenos urbanos, passando por distribuição de padrões de luz, atendimentos de saúde – como por exemplo realização de laqueaduras –, distribuição pura e simplesmente de dinheiro em troca de voto, empregos no serviço público, favorecimentos em concursos públicos, nomeações para cargos, entre outros.

²⁹ A exceção dos estados do Nordeste, onde efetivamente novos grupos ascenderam ao poder.

³⁰ Um “vale tudo” que se estendeu às práticas de corrupção que se tornaram altamente sofisticadas, passando a compor departamentos específicos das grandes corporações brasileiras (O Globo, 17 de maio de 2017). Quanto ao crime organizado, ver a publicação “Segurança Pública é a Solução” (Instituto Sou da Paz, Fórum Brasileiro de Segurança Pública, Instituto Igarapé, 2018).

Não estão claros ainda os desdobramentos do Golpe de 2016. Desde a ditadura militar a elite sempre teve o respaldo de uma mídia de massas com ampla penetração nos domicílios brasileiros. Na atualidade passou a contar com o trabalho de empresas e milícias digitais que promovem lavagem cerebral por meio de métodos científicos (BRADSHAW; HOWARD, 2018). Nesse sentido, o grau de manipulação do povo passou a ser ainda maior. Por meio de um paciente trabalho da grande mídia ao longo da década de 2000 e 2010, a colaboração do judiciário, e um ataque massivo por parte das mídias eletrônicas, logrou-se transformar um partido, o PT, com um histórico impressionante de realizações ao longo de três mandatos governamentais, em inimigo maior da nação.

Possivelmente essa ousadia acabe cobrando seu preço. Qual, não se sabe.

A esperança é que não piore o que já está ruim, e que a sociedade tenha forças para tirar lições do Golpe de 2016. E no centro das lições a serem tiradas, destaque para uma política de mídia que logre dar voz aos interesses plurais da sociedade.

REFERENCIAS

AGENCIA BRASIL. **Berzoini recebe reitores e movimentos sociais contrários ao impeachment.** Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2015-12/reitores-e-movimentos-sociais-entregam-berzoini-carta-contra-o-impeachment>. Acesso em: 13 de jun. 2019.

ALTVATER, E. **Das Ende des Kapitalismus, wie wir ihn kennen.** Münster: Verlag Westfälisches Dampfboot, 2005.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS DIRIGENTES DAS INSTITUIÇÕES FEDERAIS DE ENSINO SUPERIOR, ANDIFES. **V Pesquisa Nacional de Perfil Socioeconômico e Cultural dos (as) Graduandos (as) das IFES.** Uberlândia, Mai. 2019.

BARB. Broadcasters. **Audience Research Board.** Disponível em: <https://www.barb.co.uk/>. Acesso em: 31 de jul. 2019.

BOAS, T. C. Mass Media and Politics in Latin America. In: DOMÍNGUEZ, J. I; SHIFTER, M. **Constructing Democratic Governance in Latin America**, 4º ed. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2013.

BRADSHAW, S; HOWARD, P. N. **Why does junk news spread so quickly across social media?** Algorithms, advertising and exposure in public life. Miami: Knight Foundation, 29 de Jan. 2018.

DATAFOLHA. **Aprovação a Governo Dilma atinge 65%.** Disponível em: datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2013/03/1252102-aprovacao-a-governo-dilma-atinge-65.shtml. Acesso em: 31 de jul. 2019.

DATAFOLHA. **Recorde, reprovação a Dilma supera pior momento de Collor.** Disponível em: datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2015/08/1665278-recorde-reprovacao-a-dilma-supera-pior-momento-de-collor.shtml. Acesso em: 31 de jul. 2019.

DATAFOLHA. **Dilma vê reprovação subir e alta no apoio a sua saída.** Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2016/03/1752306-dilma-ve-reprovacao-subir-e-alta-no-apoio-a-sua-saida.shtml>. Acesso em: 31 de jul. 2019.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS ECONÔMICOS, DIEESE. **Política de Valorização do Salário Mínimo:** Depois de 20 anos, reajuste fica abaixo da inflação (INPC). Nota Técnica, nº. 166, jan. 2017.

ESTADO DE SÃO PAULO. **Conselho de igrejas critica impeachment.** Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,conselho-de-igrejas-critica-impeachment,10000004043>. Acesso em: 13 de jul. 2019.

FERES JUNIOR, J.; SASSARA, L de O. Corrupção, escândalos e a cobertura midiática da política. **Novos estudos CEBRAP**, São Paulo, v. 35. nº 2, p. 205-225, 2016.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Apoio a impeachment de Dilma cresce e chega a 68%, diz Datafolha.** Disponível em: <https://m.folha.uol.com.br/poder/2016/03/1751950-apoio-a-impeachment-de-dilma-cresce-e-chega-a-68-diz-datafolha.shtml>. Acesso em: 13 de jul. 2019.

FONTAINHA, F.; LIMA, A. C. de. Judiciário e crise política no Brasil hoje: do mensalão à Lava Jato. Em: KERCHE, F.; FERES JÚNIOR, J. **Operação Lava Jato e a democracia brasileira.** São Paulo: Contracorrente, 2018. p. 53-68.

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA, INSTITUTO SOU DA PAZ; INSTITUTO IGARAPÉ. **Agenda segurança pública é solução.** Disponível em: http://soudapaz.org/upload/pdf/agenda_priorit_ria_2018.pdf. Acesso em: 13 de jul. 2019.

FUNDAÇÃO ULISSES GUIMARÃES, **Uma Ponte para o Futuro.** Disponível em: <https://www.fundacaoulisses.org.br/wp-content/uploads/2016/11/UMA-PONTE-PARA-O-FUTURO.pdf>. Acesso em: 13 de jul. 2019.

IBGE. **Sistema de Contas Nacionais**, 2017. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101680_informativo.pdf. Acesso em: 7 de jul. 2019.

IBGE. **Síntese de Indicadores Sociais**. 2015. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95011.pdf>. Acesso em: 7 de jul. 2019.

IBGE. **Pesquisa Mensal de Emprego**. 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9180-pesquisa-mensal-de-emprego.html>. Acesso em: 7 de jul. 2019.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua**. 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?;t=o-que-e>. Acesso em: 7 de jul. 2019.

KANTARIBOPEMEDIA. Media Workstation. **Programas de maior audiência na Região GRJ TOP 5 GRJ – Audiência de TV – 11/04 a 17/04/2016**. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/top-5-grj-audiencia-de-tv-1104-a-17042016>. Acesso em: 7 de jul. 2019.

MUNDIM, P. S. “Assistindo ao Jornal Nacional”: determinantes da exposição aos principais telejornais brasileiros. **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 9, n. 3, p. 37-62, 2015.

NOGUEIRA, R. P.; CARDOSO JR, J. C. Transformações da Ocupação no Setor Público Federal Brasileiro: tendências recentes e questões a futuro. In: INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS APLICADAS (IPEA). **Boletim de Análise Político-Institucional**, n. 12, 2017.

O GLOBO. **Dono da JBS gravou Temer dando aval para comprar silêncio de Cunha, diz jornal**. Disponível em: <https://g1.globo.com/resumo-do-dia/noticia/quarta-feira-17-de-maio-de-2017.ghtml>. Acesso em: 13 de jul. 2019.

PETROBRAS. **Pré-sal**. Disponível em: <http://www.petrobras.com.br/pt/nossas-atividades/areas-de-atuacao/exploracao-e-producao-de-petroleo-e-gas/pre-sal/>. Acesso em: 13 de jul. 2019.

PIERANTI, O. P. Políticas para a mídia: dos militares ao governo Lula. In: Lua Nova: **Revista de Cultura e Política**, n. 68, São Paulo, p. 91-121, 2006.

POWELL, J. M.; THYNE, C. L. Global instances of coups from 1950 to 2010: A new dataset. **Journal of Peace Research**, 48 (2) p. 249–259, 2011.

PRONER, C.; CITTADINO, G.; TENENBAUM, M.; RAMOS FILHO, W. **A resistência ao Golpe de 2016**. Bauru: Canal 6 Editora, 2016.

SANTOS, F.; TANSCHKEIT, T. Quando velhos atores saem de cena: a ascensão da nova direita política no Brasil. **Colombia Internacional**, Bogotá, n. 99, p. 151-186, 2019.

DEMIROVIC, I. Autoritärer Populismus als neoliberale Krisenbewältigungsstrategie. In: PROKLA, Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft. Verlag Westfälisches Dampfboot, Münster, **Heft 190**, 48. n. 1, p. 27-42, 2018.

SERRANO, P. E. A. P. **Autoritarismo e golpes na América Latina**: Breve ensaio sobre jurisdição e exceção. São Paulo: Alameda, 2016.

SILVA, M. R. C. e. (Sub)desenvolvimento, (des)igualdade e o papel do Estado. **Revista Brasileira de Desenvolvimento Regional**. v. 1, n. 2, p. 5-28, 2013.