

Investigando a raiz: um estudo sobre o interesse dos internautas brasileiros pelos grandes jornais e pelo “mensalão” (2005-2006)

Thiago Perez Bernardes de Moraes

*Centro Universitário Campos de Andrade (UNIANDRADE).
thiagomoraessp@hotmail.com*

Romer Mottinha Santos

*Universidade Federal do Paraná (UFPR)
romermottinha@gmail.com*

Suelen Patricia Alves Maia Perez de Moraes

*Centro Universitário Internacional de Curitiba (UNINTER)
sueamaia7@gmail.com*

Recebido: 27 de janeiro de 2016.

Aceitado: 2 de maio de 2016.

Resumo

O objetivo deste trabalho é aferir se os eventos relacionados ao “mensalão” afetaram de alguma forma o interesse dos internautas brasileiros por jornais. Considerando o potencial midiático do evento, uma das hipóteses levantadas é que o “mensalão” tenha afetado de forma significativa o interesse dos indivíduos por jornais. Como o *Estado de São Paulo* foi entre os jornais analisados o que adotou um posicionamento mais agressivo no período, a segunda hipótese é que o evento tenha exercido uma influência maior no interesse do público em relação a este jornal. Para testar as hipóteses foram traçados, com auxílio da ferramenta *Google trends*, dois conjuntos de dados sobre a distribuição temporal de interesse —considerando o período de abril de 2005 até dezembro de 2006, totalizando 92 semanas de amostragem—, sendo que eles foram distribuídos em: 1) termos relacionados ao interesse pelo “mensalão”; 2) frequências do tipo Beta para os jornais: a) *O Estado de São Paulo*, b) *O Globo*; c) *Folha de São Paulo* e uma média destes. Os resultados não corroboraram a primeira hipótese, visto que não foi encontrada correlação entre a média de interesse dos internautas brasileiros por jornais e o interesse pelo “mensalão”. Todavia, a segunda hipótese se mostrou fiável, pois achou-se relação entre o interesse pelo “mensalão” e o interesse pelo jornal *O Estado de São Paulo*, e através de um modelo de regressão linear foi possível constatar que 15% do interesse registrado nos motores de pesquisa do Google por este jornal pode ser explicado pelo interesse pelo “mensalão”.

Palavras-chave: *Google trends*, Mensalão, *O Estado de São Paulo*, *O Globo*, *Folha de São Paulo*.

Investigando la raíz: un estudio sobre el interés de los internautas brasileños por los grandes periódicos y por el “mensalão” (2005-2006)

Resumen

El objetivo de este trabajo es evaluar si los eventos relacionados al *mensalão* afectaron de alguna forma el interés de los internautas brasileños por los periódicos. Considerando el potencial mediático del evento, la primera hipótesis es que el *mensalão* puede haber afectado de forma significativa el interés de los lectores por los diarios. Como *O Estado de São Paulo* fue, entre los diarios analizados, el que adoptó una posición más agresiva durante el tiempo que duró el escándalo, la segunda hipótesis sugiere que los hechos pueden haber ejercido una influencia mayor en el interés del público por ese periódico.

Para testear ambas hipótesis se trazaron —con ayuda de la herramienta *Google trends*— dos conjuntos de datos sobre la distribución temporal del interés, considerando el período de abril de 2005 hasta diciembre de 2006. La muestra toma 92 semanas que fueron distribuidas en: 1) términos relacionados con el interés por el *mensalão*; 2) frecuencias beta para los diarios con las siguientes subcategorías: a) *O Estado de São Paulo*, b) *O Globo*; c) *Folha de São Paulo* y un promedio de todos ellos.

Los resultados no corroboraron la primera hipótesis ya que no se encontró correlación entre el promedio de interés de los internautas brasileños por los diarios y el interés por el *mensalão*. Sin embargo, la segunda hipótesis se mostró fiable ya que se encontró relación entre el interés por el *mensalão* y el interés por el diario *O Estado de São Paulo*. Además, a través de un modelo de regresión lineal, se constató que el 15% del interés registrado en los motores de búsqueda de Google por ese periódico puede explicarse a través de interés específico de los lectores por el *mensalão*.

Palabras clave: *Google trends*, Mensalão, *O Estado de São Paulo*, *O Globo*, *Folha de São Paulo*.

Investigating the root of the matter: a study of Brazilian internet users and their interest in leading newspapers and the “mensalão” scandal (2005-2006)

Abstract

The goal of this paper is to evaluate if the Mensalão scandal in some way affected Brazilian internet users' interest in newspapers. Considering the affair's media potential, our first hypothesis is that the Mensalão scandal significantly altered readers' attitudes towards newspapers. Since, of all the analyzed newspapers, *O Estado de São Paulo* adopted the most aggressive stance during the scandal; our second hypothesis suggests that this episode might have played an even larger role in bolstering public interest in this particular newspaper.

To test both hypotheses, we used *Google trends* to develop two datasets that tracked the temporal distribution of interest between April 2005 and December 2006. The sample en-

compassed 92 weeks, distributed according to: 1) terms related to interest in the Mensalão scandal; 2) beta frequencies for newspapers with the following subcategories: a) *O Estado do São Paulo*, b) *O Globo*, c) *Folha de São Paulo*, and an average of the above.

Results did not corroborate the first hypothesis, since no correlation was found between Brazilian internet users' interest in newspapers and their interest in the Mensalão scandal. However, the second hypothesis proved more substantial, since a relationship was indeed found between interest in the Mensalão scandal and interest in *O Estado de São Paulo*. Also, through a linear regression model, it was revealed that 15% of interest in this newspaper, as recorded on Google, could be attributed to readers' interest in the Mensalão scandal.

Keywords: *Google trends*, Mensalão scandal, *O Estado de São Paulo*, *O Globo*, *Folha de São Paulo*.

Introdução

Escândalos políticos podem exercer pressões substantivas na curva de composição do agendamento midiático. Nesse sentido, a questão que guia este trabalho é: os eventos ligados ao “mensalão” podem ter afetado o interesse dos internautas brasileiros pelos jornais em suas versões on-line? Para esta análise foram selecionados três jornais, *O Estado de São Paulo* (Portal Estadão), *Folha de São Paulo* e *O Globo*. A primeira hipótese sugerida é que, provavelmente, houve alguma correlação entre a média de interesse pelos jornais e o interesse pelo escândalo do “mensalão”. Outra hipótese é que o interesse pelo tema “mensalão” teria influenciado de forma mais tangível o interesse dos internautas brasileiros pelo portal on-line do jornal *O Estado de São Paulo*, considerando que a abordagem deste jornal foi mais “agressiva”, esboçando um maior sentimento antipetista, antilulista (Miguel & Coutinho, 2007). Uma das justificativas para a execução desta pesquisa é que, ao que parece, a crise vivida pelo Partido dos Trabalhadores, não teve início com o escândalo da Petrobras ou com a Operação Lava Jato, mas antes disso, com o surgimento do “mensalão” na agenda midiática.

Para testar as hipóteses, traçou-se com a ferramenta *Google trends* uma frequência correspondente ao interesse pelo “mensalão” registrada nos motores de pesquisa do Google por internautas brasileiros, composta da média agregada de valores relativos aos termos – CPI¹, “mensalão” e corrupção. Ainda com auxílio desta ferramenta foram traçadas três frequências utilizando o recurso Beta para medir o interesse de pesquisas na web pelos internautas nos três jornais selecionados: 1)

¹ CPI é a sigla para Comissão Parlamentar de Inquérito que é um tipo de investigação conduzida pelo legislativo onde são colhidos depoimentos a fim de se apurar indícios de práticas ilegais.

O Globo, 2) *Folha de São Paulo* e 3) *O Estado de São Paulo*². A partir destes dados buscaram-se correlações entre as distribuições temporais de pesquisas no Google.

Os resultados obtidos não corroboraram a primeira hipótese visto que não foram encontradas correlações entre o interesse pelo escândalo do “mensalão” e a média total de interesse por jornais na internet. Entretanto, a segunda hipótese mostrou aderência considerando que houve uma correlação positiva entre o interesse na internet pelo “mensalão” e o interesse pelo jornal *O Estado de São Paulo*. Neste ponto, 15% da demanda por este jornal registrada nos motores de pesquisa do Google pode ser explicado pelo interesse pelo “mensalão”. *É possível, nesse sentido, que o posicionamento mais “agressivo” adotado pelo jornal O Estado de São Paulo possa ser um comportamento “estratégico” e racional para adquirir maior visibilidade (relação não observada para com os demais jornais da análise).*

Corrupção e sociedade

Em um sentido amplo podemos definir que corrupção é a classificação que recebe uma série de atos que podem levar a ganhos ilícitos, tais como trapaçadas, espólio, peculato, extorsão, nepotismo, conspiração, velhacaria, falsificação, dentre outros. Mesmo não havendo um consenso sobre o que é corrupção, é bem aceita a ideia de que ela é um meio pelo qual os agentes e grupos de interesse traçam estratégias para aquisição de capitais escassos (Moraes & Torrecillas, 2013, 2014).

Dessa maneira, “a corrupção representa momentos de mau funcionamento das organizações do sistema político, que criam sistemas de incentivo para que esse tipo de comportamento se torne comum na política” (Filgueiras, 2012, p. 301). A corrupção é um conceito normativamente dependente porque é um tipo de juízo moral, relacionado com aquilo que a sociedade considera como uma espécie de prática que degenera as instituições, uma vez que ela contraria normas fundamentais do interesse público (Filgueiras, 2013, p. 228). Os atos de corrupção são partes características do desrespeito generalizado na sociedade com o bem público, que perpassam os agentes privados e públicos e vão desde pequenos atos de desobediência até o desvio de expressivas somas de recursos públicos para as mãos de políticos ou de agentes privados. É, pois, um fenômeno muito mais generalizado do que os escândalos de corrupção que ocupam quase diariamente a mídia (Pinto, 2011, p. 7-8). Pode-se definir que a corrupção é a condição indispensável para a

² A justificativa para a escolha destes jornais especificamente é que entre os *quality papers* são os que detêm maior circulação e alcance no território nacional (Miguel & Coutinho, 2007).

existência de um mercado de compra e venda de decisões públicas que tendem a favorecer entes privados, geralmente, em revelia dos demais indivíduos e grupos sociais (Moraes, Santos & Torrecillas, 2014; Moraes & Torrecillas, 2014).

Portanto, “a publicação de denúncias de corrupção tornou-se uma prática de fiscalização dos governos que reforça e realimenta a imagem que os jornalistas e empresários do setor têm de si mesmos e legitima suas ações e interesses” (Lima, 2012, p. 442). A autoimagem dominante entre os jornalistas é a de profissionais que se consideram responsáveis pela missão de fiscalizar os governos e denunciar publicamente seus desvios. A revelação de segredos ocultos do poder é vista como uma forma de exercer sua missão de guardiões do interesse público (Lima, 2006, p. 12).

É no contexto deste jornalismo investigativo, combinado com o crescimento da mídia de massa e a disseminação das tecnologias de informação e comunicação, que surgem os escândalos midiáticos. Por outro lado, as transformações mais recentes na natureza do processo político, cada vez mais dependente da mídia, é que fazem surgir os escândalos políticos midiáticos (Lima, 2006, p. 12)³. Os indicadores periodicamente divulgados pela *Transparency International*⁴ mostram que o Brasil em 2005 ocupava a 62ª posição e em 2006 a 70ª posição no *ranking* de percepção de corrupção, ou seja, por estes critérios o país demonstra um padrão médio no índice de percepção. Tal percepção de corrupção é baixa se comparada com a dos demais países da América Latina e países da Ásia e da África, porém tal percepção se torna alta se comparada com países da América do Norte, Oceania e Europa, fato este que torna pertinente um aprofundamento no estudo deste tema (fig. 1).

Corrupção e escândalo do “mensalão”

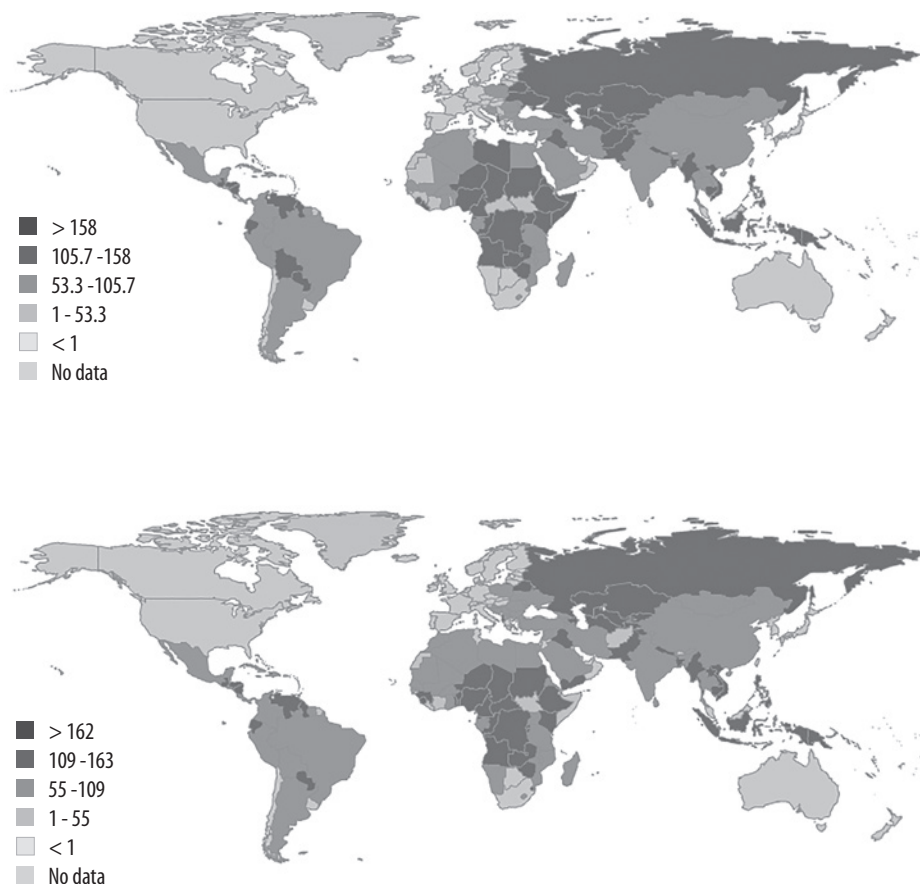
Na leitura de Norberto Bobbio podem-se definir três tipos de corrupção distintos. Nessa taxonomia, o primeiro tipo refere-se ao uso de recompensas veladas a fim de obter vantagens de um funcionário público. O segundo tipo prevê o nepotismo, enquanto o terceiro refere-se ao peculato, seja ele de apropriação e/ou desvio de fundos públicos para uso privado (Bobbio, 1984, 1997) (quadro 1).

O fato de um ato de corrupção vir à tona e se tornar um escândalo não é necessariamente sinal de fragilidade da democracia, ao contrário, pode ser sinal de

³ Escândalo político midiático é o evento que implica a revelação, por meio da mídia, de atividades previamente ocultadas e moralmente desonrosas, desencadeando uma sequência de ocorrências posteriores (Lima, 2006, p. 13).

⁴ Veja: <http://www.transparency.org>

Figura 1. Distribuição do ranking de percepção de corrupção nos anos de 2005 e 2006



Fonte: elaboração dos autores a partir do *Transparency International*.

robustez⁵. Pode-se considerar que os escândalos são como vias de mão dupla, pois, se de um lado tendem a afetar a confiança e a imagem pública dos agentes e ins-

⁵ Um escândalo é todo aquele que envolva um líder ou uma figura política. É o fato de o indivíduo que está no centro do escândalo ser uma figura política destacada —um líder, ou aspirante a líder, um funcionário eleito ou nomeado— que faz com que o escândalo se constitua em um escândalo político. Para compreender a natureza do escândalo político não se pode concentrar na figura ou no líder político apenas. É necessário levar em consideração as relações e instituições sociais em virtude das quais é atribuído poder político a um indivíduo, ou com respeito às quais o indivíduo procura o adquirir (Thompson, 2002, p. 124).

Quadro 1. Três níveis de corrupção segundo Norberto Bobbio.

No primeiro nível, parlamentar, geralmente estão agentes que querem obter acesso privilegiado a decisões através da influência de parlamentares, comissões entre outros.	No segundo nível o objetivo dos agentes é obter benefícios por meio de influência sob a administração pública.	Finalmente no terceiro nível a corrupção se dá por meio da lei, ou seja, os agentes buscam falhas a fim de se isentarem de possíveis sanções.
--	--	---

Fonte: adaptado a partir de Bobbio (1984, 1997).

tituições envolvidas, de outro, podem provocar mudanças no que diz respeito aos valores defendidos e às práticas realizadas (quadro 2).

Efetivamente, toda decisão política, em maior ou menor medida, produz ris-

Quadro 2. Quatro elementos da escandalização da corrupção

Transgressão de valores morais ou normas sociais, podendo ser tal transgressão real ou suposta.	A publicização da transgressão pela mídia e ou por outros atores sociais.
A reação do público que se identifica ou não com os valores e normas sociais transgredidas.	Consequências que recaem sobre os agentes e ou instituições associadas as transgressões denunciadas.

Fonte: adaptado a partir de Silva (2013).

cos externos que podem atingir os agentes sociais que são obrigados a consumir o resultado das decisões das quais não participaram. Entre os riscos é possível definir: riscos de tirania, incompetência e corrupção⁶. Em contrapartida, Bobbio afirma que um escândalo de corrupção, nada mais é do que a corrupção que vem à tona, que recebe publicidade. Nesse ponto, é desejável que os casos de corrupção se tornem escândalos (que seja publicizado), afinal, assim é possível que de alguma forma os riscos relacionados à decisão política se tornem mais amenos (Moodie, 1980; Anastasia & Santana, 2008; Thompson, 2002).

Do mesmo modo, podem-se distinguir várias formas diferentes pelas quais a questão da natureza do escândalo e suas consequências podem ser tratadas. John Thompson (2002) desenvolve quatro teorias sobre o escândalo e suas consequências: 1) Um modo de pensar o escândalo é considerá-lo como sendo um acontecimento efêmero, em grande parte construído pela mídia, que tem pouca

⁶ Pode-se dizer que a corrupção por parte dos atores políticos guarda relação com quatro variáveis identificáveis, sendo elas: 1) capacidade dos atores sociais de levarem suas demandas a agenda pública; 2) capacidade dos representantes de transformarem as demandas da sociedade em políticas públicas; 3) capacidade da burocracia estatal de levar tais políticas a representarem resultados sólidos; 4) capacidade dos governados de fiscalizar e atribuir responsabilidade aos governantes por suas omissões e ou por seus atos. Há uma relação inversamente proporcional entre essas variáveis e a corrupção, nesse sentido, se uma ou mais variáveis apresentadas estiver atrofiada, maior será a chance de a corrupção ocorrer (Anastasia & Santana, 2008).

ou nenhuma influência sobre os fatores e processos concretos que modelam a vida social e política. Thompson chama isso de *teoria da não-consequência*; 2) Há uma segunda forma de se pensar o escândalo, que reconhece que ele pode ter consequências importantes, no entanto sustenta que essas consequências são essencialmente conservadoras, no sentido que escândalos envolvem a reafirmação e consolidação do *status quo*. Escândalos são rituais de absolvição coletiva: momentos em que a sociedade confronta as limitações e transgressões de seus membros e, passando algumas vezes por meio do doloroso processo de revelação, denúncia e retribuição, em última instância reforça as normas, convenções e instituições que constituem a ordem social. Esta teoria, Thompson a denomina de *teoria funcionalista do escândalo*; 3) Há uma terceira maneira de pensar o escândalo que enfatiza seu potencial impacto deletério no discurso e no debate público, que Thompson sugere como sendo a *teoria da trivialização*. Essa é uma teoria que reflete a maneira como muitas pessoas pensam sobre o escândalo e seu impacto, embora ela possa também ser substanciada procurando algumas ideias associadas às teorias críticas da mídia e da esfera pública. Conforme esta teoria, a preocupação da mídia com o escândalo tende a subverter a qualidade do discurso e do debate públicos, concentrando a atenção das pessoas em matérias relativamente triviais, enquanto que os assuntos importantes são empurrados para as margens da esfera pública. Essa tendência iniciou com os tabloides e com a imprensa popular, entretanto, a competição crescente dentro do campo da mídia fez com que os grandes jornais e a mídia eletrônica fossem levados à contenda; 4) Há um quarto modo de pensar sobre o escândalo que vira a teoria da trivialização de ponta cabeça. Esse defende que o escândalo, longe de depreciar a qualidade do debate público, o enriquece, questionando as normas dominantes de jornalismo e virando as mesas dos poderosos e dos privilegiados. Esta é descrita como a *teoria de escândalo da subversão* (Thompson, 2002, p. 283-292).

Em suma, sugere-se que escândalos podem ser compreendidos como um mecanismo de mudança social e também formas de ação e controle. Pois, é por meio dos escândalos que o inconsciente coletivo altera, reitera e/ou cria normas de legitimação e conflito (Grün, 2011; Djerf-Pierre, Ekstrom & Johansson, 2013)⁷. Em se tratando de sistemas políticos, em uma lógica parecida com a de mercado, há uma

⁷ Em ambiente experimental, encontrou-se uma relação negativa entre escândalos e o dos cidadãos aos políticos profissionais e partidos, porém, sem afetar de forma significativa a confiança nas instituições e a satisfação com a qualidade da democracia (Maier, 2011).

série de regras intrínsecas implícitas ou não que geram seus próprios mecanismos de penalização a fim de dissuadir comportamentos fora dos padrões aceitáveis (Ball, 2009).

Dessa forma, a denúncia do “mensalão” só passou a ser encarada como um grande escândalo a partir de uma sequência de reportagens publicadas pela revista *Veja* e também pelos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo*. A partir daí, os outros meios de comunicação passaram também a dar grande enfoque ao tema (Aldé & Vasconcellos, 2008)⁸. A crise política que o país passou a partir do mês de maio de 2005 certamente se enquadra nas características identificadas por John Thompson (2002) como constituidoras de um escândalo político midiático. Ela provavelmente não existiria se não fosse na e pela mídia (Lima, 2006, p. 13).

Outrossim, a percepção dos fenômenos de corrupção política na mídia está vinculada às rotinas da cobertura jornalística, nomeadamente ao agendamento, isto é, a forma como os jornalistas e os meios de comunicação selecionam e dão visibilidade a determinados temas em detrimento de outros (Cunha, 2014, p. 266). Aqui se faz presente a necessidade de voltarmos aos conceitos previstos na tipologia proposta por McCombs e Shaw. Enquanto pesquisavam a relação entre mídia e campanhas presidenciais nas eleições americanas de 1968, 1972 e 1976, desenvolveram uma série de *insights* funcionais sobre o efeito da mídia. Dois pressupostos básicos se sobressaem: a) os meios de comunicação constroem e moldam a realidade ao invés de refleti-la; b) o fato de a mídia focar determinado assunto em revelia de outros, em alguma medida, leva os indivíduos a perceberem estas questões mais publicizadas como de maior importância em comparação com outros temas menos publicizados.

Essa ideia de publicização dos temas e sensibilização coletiva prevê que os meios de comunicação não podem *ad hoc* definir a opinião dos indivíduos sobre temas, mas podem, em larga medida, influenciar na definição sobre quais temas os indivíduos pensam (McCombs & Shaw, 1972, 1993). Por consequência, pode-se dizer que o agendamento é eficiente em afetar a agenda pública e também de forma simbiótica a agenda política. Assim, o modelo de *agenda-setting* basicamente visa

⁸ Em períodos democráticos, o *modus operandi* tradicional da imprensa segue um padrão de “cão de guarda”. Nesse sentido, vale lembrar que, quando a imprensa explora um escândalo político na esfera do executivo ou legislativo, há efeitos colaterais que se refletem na vida eleitoral e partidária. No caso do “mensalão”, com exceção da revista *Carta capital*, praticamente todos grandes jornais e revistas semanais, ao criticarem o Partido dos Trabalhadores por conta do envolvimento com o escândalo, favoreceram de forma direta a oposição (Martins, 2014; Barreiros & Amoroso, 2008).

mensurar o potencial que os meios de comunicação têm de agendar os assuntos que as pessoas irão considerar preferenciais em seu *ranking* pessoal de temas relevantes (Magalhães, 2014).

Os parâmetros que levam o campo jornalístico a analisar determinada informação e a *posteriori* transformá-la em notícia guardam relação com uma cadeia complexa de elementos, que inclui a agenda dos outros meios de comunicação, o perfil sociopolítico e comercial do veículo de informação e também a disponibilidade de dados. Assim, é possível dizer que os meios de comunicação recorrem a escândalos como uma estratégia para atrair maior audiência. Nesse ponto, observa-se que há uma dependência contínua entre o campo político e o midiático, ou seja, o que interessa aos atores da mídia não é exatamente a informação, mas sim o peso público da mesma, o potencial que tal informação tem enquanto notícia de despertar o interesse do público. É o mesmo que dizer que a noticiabilidade em muitos casos é o fiel da balança para formação da agenda midiática (Lester, 1980; Silva, 2005; Aldé & Vasconcellos, 2008).

Além da noticiabilidade é preciso chamar a atenção para a parcialidade política de cada jornal. Uma pesquisa internacional recente estudou a cobertura de 32 escândalos em 200 edições de jornais no período de uma década. Os resultados indicaram que, os jornais que tendiam a de alguma forma apoiar o partido Democrata eram os mesmos jornais que davam maior cobertura e com valência mais negativa a escândalos de corrupção envolvendo o partido Republicano. Da mesma forma, que os jornais que davam maior apoio aos republicanos, enfatizaram mais em sua cobertura escândalos envolvendo o partido Democrata. Face a isto, entende-se que os jornais, assim como os da amostra estadunidense analisada, podem se portar de forma a atender seus próprios interesses e os gostos partidários de seus leitores (Puglisi & Snyder, 2011).

É certo que uma série de fatores influenciou o curso dos acontecimentos para tornar o “mensalão” um escândalo singular⁹. Pode-se citar, a princípio, a forma inu-

⁹ Escândalos políticos e financeiros são fenômenos recorrentes no Brasil, só na década de 1990 estima-se que houve 97 escândalos e na década seguinte houve pelo menos mais 125 (Grün, 2011). Em relação ao escândalo, supõe-se que existem duas condições para determinar sua “potencialidade”: a) ser um evento incomum (algo menos frequente que outros temas); b) devem ser, em alguma medida “chocantes” (fatos que infrinjam as normas do pacto social). Essa lógica se mantém pelo fato dos indivíduos comuns debruçarem pouca atenção a acontecimentos recorrentes, logo, a lógica do escândalo se liga a eclosão de eventos infrequentes e que são, de alguma forma, moralmente inaceitáveis (Ball, 2009).

sitada com que o deputado Roberto Jefferson (PTB) denunciou a questão¹⁰. Além disso, é importante salientar o fato de que a denúncia atingiu em cheio pivôs da base governista e também o Partido dos Trabalhadores, o que em alguma medida trouxe um estigma contraditório para o cenário social, pois historicamente a imagem simbólica do partido até então estava cristalizada sob a bandeira da moralização da política. Mas, o fator decisivo foi a incapacidade do governo em abafar o escândalo, o que fez com que o então presidente Luiz Inácio Lula da Silva¹¹, com uma base frágil no Congresso, convivesse com diferentes CPI's investigando seu governo (Miguel & Coutinho, 2007). Por ser de alguma forma infrequente e também moralmente pouco aceitável esse tipo de prática denunciada, houve elementos para se talhar um grande escândalo político que de forma direta pode representar uma espécie de trampolim para sua visibilidade, atraindo a atenção de um número maior de leitores.

Uma pesquisa analisou os jornais *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo* e o jornal *O Globo* no período que corresponde ao primeiro dia de maio de 2005 (período de eclosão da crise) até 31 de dezembro de 2005, compreendendo um total de 1.803 editoriais, sendo que pelo menos 472 destes referiam-se à crise política. A pesquisa analisou os editoriais sob o prisma de 20 categorias temáticas e dos 1.803 editoriais, constatou-se que 26,2% deles tratavam do escândalo do “mensalão”. O jornal *O Estado de São Paulo* foi o que apresentou, por assim dizer, uma linha mais radical esboçando certo antipetismo e antilulismo de forma mais acentuada que o jornal *O Globo* e a *Folha de São Paulo*. Isso porque a cobertura levada a cabo pelo *O Estado de São Paulo* deu um maior enfoque ao Partido dos Trabalhadores e seus dirigentes, do que a cobertura relacionada à administração federal. Enquanto, nos outros dois jornais o padrão foi inverso, a abordagem foi maior na corrupção da administração pública federal. De todo modo, a cobertura do escândalo do “mensalão” publicada por estes três jornais apresentou um padrão bastante duro, o que

¹⁰ Segundo Roberto Jefferson, o esquema “mensalão” seria um salário mensal (R\$ 30.000,00) para obter apoio em votações relevantes na Câmara dos Deputados, entre o final de 2002 a junho de 2005. Ao que parece, para angariar o dinheiro necessário para financiar o esquema de compra ilícita de votos, os articuladores do núcleo político atuaram junto a empresários, oferecendo a estes, em troca de dinheiro, vantagens financeiras concedidas por instituições públicas e privadas controladas de forma direta e ou indireta pelo Governo Federal (Moisés, 2010).

¹¹ Observou-se que, apesar da intensa repercussão do “mensalão”, Lula teve alguma agilidade assertiva em manter seu capital social e político. Podem-se elencar três razões para que Lula fosse bem sucedido em manter o *status quo* de sua imagem: a) a recuperação da economia que se deu a partir de 2004; b) as políticas inovadoras levadas a cabo pelo governo federal, como o programa de distribuição de renda Bolsa família; c) a popularidade pessoal de Lula que, fortuitamente o isolou de alguma forma do escândalo que afetou seu partido e seus aliados (Pereira, Power & Raile, 2008).

pode de alguma forma, ter colaborado para incendiar ainda mais a crise (Miguel & Coutinho, 2007) (quadro 3).

Quadro 3. Cronologia do “mensalão” 2005-2006.

10 de maio 2005. Revelada imagens de Maurício Marinho negociando propina com empresários, ao que parece, com respaldo do Dep. Federal Roberto Jefferson (PTB).	6 de junho 2005. Roberto Jefferson denuncia um esquema de compra de votos parlamentares no Congresso Nacional, que ocorria desde 2003, sob coordenação de Delúbio Soares (tesoureiro do PT).	9 de junho 2005. É instalada CPI dos Correios, Polícia Federal prende suspeitos de participar de gravação envolvendo Maurício Marinho negociando propinas.
12 de junho 2005. Roberto Jefferson acusa Marcos Valério de ser articulador financeiro da compra de votos parlamentares.	16 de junho 2005. José Dirceu, por conta de denúncias de Roberto Jefferson, renuncia o cargo de ministro-chefe da Casa Civil, 10 dias antes da revelação do “mensalão”.	8 de julho 2005. José Adalberto Vieira, assessor do Dep. Estadual José Nobre Guimarães é preso no aeroporto com US\$ 100 mil alojados em sua roupa íntima e mais R\$ 200 mil em uma mala.
20 de julho 2005. Comissão parlamentar mista é formada a fim de avaliar as denúncias que envolviam compra de votos de parlamentares.	12 de agosto 20. Lula se desculpa em público pelos erros do PT e afirma se sentir “traído”.	31 de agosto 2005. Polícia federal indícia Delúbio Soares, Marcos Valério, José Genoíno e Duda Mendonça (marqueteiro) pelos crimes de lavagem de dinheiro e crime contra o sistema financeiro.
14 de setembro 2005. Roberto Jefferson é cassado por quebra de decoro parlamentar, além disso, é citado como participante de outros atos de corrupção.	16 de novembro 2005. É concluída CPI do “mensalão” sem um relatório final aprovado.	1 de dezembro 2005. José Dirceu tem seu mandato cassado por quebra de decoro parlamentar tornando-se inelegível até 2015.
5 de abril 2006. CPI dos Correios apresenta resultado dos trabalhos onde se indicou a ocorrência de pagamento de propinas a parlamentares.	11 de abril 2006. 40 pessoas são denunciadas ao Supremo Tribunal Federal pelo procurador-geral Antônio Fernando de Souza.	6 de dezembro 2006. Termina a série de julgamentos de parlamentares, sem punição para maioria dos envolvidos. 12 dos 19 deputados acusados foram absolvidos, outros quatro renunciaram e três foram cassados.

Fonte: adaptado a partir de Giraldi (2010) e Silva (2014).

Estudando tendências sociais a partir da internet

Nos últimos anos, a internet se tornou parte importante na vida das pessoas em todo o mundo, por conta disso, tornou-se impossível ignorar seu papel social. Assim, os motores de pesquisa adquiriram grande relevância para pesquisadores sociais considerando que eles representam o “portal de entrada” para a internet e suas informações. O motor de busca do Google, nessa perspectiva, surgiu como uma ferramenta ubíqua aos usuários de internet, vindo a se consolidar como o principal motor de busca do mundo (Breyer & Eisenberg, 2010).

O surgimento da internet tornou maior a importância das novas formas de visibilidade criadas pela mídia e, também, tornou-as mais complexas. Elas aumentaram o fluxo de conteúdo nas redes de comunicação e permitiram que um número maior

de indivíduos pudesse criar e difundir esse tipo de conteúdo. Além disso, dada a natureza da internet, é muito mais difícil controlar o fluxo de conteúdo dentro dela e, dessa forma, muito mais difícil para aqueles que estão no poder se assegurarem de que as imagens disponíveis aos indivíduos são as que eles gostariam de ver circulando. Desde o advento da imprensa, os líderes políticos descobriram que era impossível controlar inteiramente o novo tipo de visibilidade possibilitada pela mídia e deixá-la completamente a seu contento; agora, com o nascimento da internet e de outras tecnologias digitais, isso ficou mais difícil do que nunca (Thompson, 2008, p. 23-24).

Contudo, na relação das vantagens políticas da internet, há uma insistência frequente com relação às novas possibilidades de expressão que permitem ao cidadão ou a um grupo da sociedade atingir, sem maiores mediações institucionais, outros cidadãos, o que promoveria uma reestruturação, em grande escala, dos negócios públicos e conectaria governos e cidadãos (Gomes, 2005, p. 220).

Além disso, a internet também produz modificações na circulação das notícias. Ainda que um jornal possa ser distribuído por tecnologias como a RSS ou por meio de assinatura paga, o acesso pode ser também a partir de visitas ao longo do dia, tanto a página do jornal, quanto a alguma notícia específica. Se há algum tempo atrás a mensuração de popularidade era a quantidade de jornais distribuídos, atualmente novas métricas podem ser consideradas, como o número de acessos às notícias no site do jornal (Zago & Bastos, 2013, p. 17).

Nesse diapasão, trabalhos recentes (Goel, Hofman, Lahaie & Pennock, 2010) têm mostrado que os volumes de pesquisas em motores de busca podem “prever o presente”, ou seja, eles podem ser usados com alguma precisão a fim de controlar a mensuração de uma série de fenômenos sociais. O *Google trends* é uma ferramenta disponibilizada ao grande público pelo Google em 2006 a fim de apoiar as pesquisas sobre os volumes temporais e espaciais de buscas (Rech, 2007; Ripberger, 2011; Moraes & Santos, 2015a, 2015b).

Para exemplificar, pode-se citar um estudo recente onde se avaliou o padrão de acesso dos motores de busca no Brasil, comparando as frequências de interesse relacionadas ao tema eleições a cinco grandes áreas das políticas públicas: a) educação, b) transporte, c) saúde, d) economia, e e) segurança. Não foi encontrada uma relação entre os períodos eleitorais e o interesse por esses temas, indicando que a maioria dos usuários brasileiros em períodos eleitorais segue um padrão econômico de distribuição de interesse, mais instrumental, preocupado

com a burocracia a cumprir para poder votar e menos antenado aos temas de políticas públicas. Esse resultado parece guardar relação com uma histórica (por assim dizer) apatia aos assuntos políticos e também, com uma racionalidade, afinal, tempo também é um recurso, logo, os indivíduos distribuem seus interesses não podendo, num sentido *schumpeteriano*¹², gastar tempo com o entendimento de assuntos relacionados a políticas públicas (algo cognitivamente confuso e desgastante ao eleitor comum) (Moraes & Santos, 2014).

Há ainda estudos que comparam a distribuição geográfica de interesse em diferentes países. Como exemplo, pode-se abordar um outro estudo recente (Moraes, Santos, Torrecillas & Leão, 2014) que mensurou o interesse manifesto por ideologias e grupos sociais comparando a quantidade de acessos por termos de pesquisa relacionados à ideologia feminista e a distribuição da qualidade da democracia e a proporção de assentos ocupados por mulheres nos congressos em 101 países dos seis continentes. O resultado indicou que, onde os indivíduos são mais interessados por feminismo, há maior qualidade democrática e também, mais mulheres ocupando os assentos nos congressos como legisladoras. Isso não quer dizer que haja uma causalidade *ad hoc* implícita, mas pode-se conjecturar que o amadurecimento e maior compartilhamento de valores igualitários, de alguma forma, colaboram para a melhoria da sociedade.

Há também estudos que mensuram a distribuição geográfica, mas em nível regional, considerando os valores propostos pelo Google como média de acesso por região. Um exemplo ilustrativo, desta vez nos Estados Unidos, testou a influência do interesse relacionado à campanha de Barack Obama, rumores de tomadas de decisão política e o agendamento da mídia. De forma comparativa, o interesse maior por temas substantivos relacionados à campanha de Obama antecederam de forma consistente a forma com que a mídia agendou seu enquadramento (Weeks & Southwell, 2010).

¹² Joseph A. Schumpeter na obra *Capitalismo, socialismo e democracia* descreve que quando nos afastamos mais dos interesses privados da família e do trabalho e mergulhamos no domínio dos negócios nacionais e internacionais que necessitam de vínculo direto e inconfundível com esse interesse, o conhecimento dos fatos e os métodos de inferência deixam logo de satisfazer às necessidades. As grandes questões políticas tomam seu lugar na economia psíquica do cidadão típico lado a lado com os interesses das horas de lazer, que não alcançaram ainda a posição de *hobbies*, e com assuntos sem importância. Esse reduzido senso de realidade explica não apenas a existência de um reduzido senso de responsabilidade, mas também a ausência de uma vontade eficaz (Schumpeter, 1961, p. 312).

Metodologia

A fim de serem úteis, os volumes de pesquisa realizadas no Google devem ser comparados, seja no que se refere à distribuição no tempo, quanto no espaço¹³. Mudanças gerais no volume de consulta de pesquisa, picos repentinos no volume de busca¹⁴, representam de certa forma maneiras possíveis de avaliar se determinado assunto é proeminente e/ou importante. Como há uma tendência para que cada vez mais os indivíduos usem os motores de busca para se informar sobre seus interesses, fica explícito que os valores relativos aos motores de busca reversa oferecem um grande termômetro sobre a opinião e o interesse público (Granka, 2010; Moraes & Santos, 2013, 2015a, 2015b)¹⁵. A escolha do *Google trends* como fonte principal de dados leva em conta o fato de que o Google é o motor de buscas mais utilizado para navegação no Brasil (e também no mundo). Logo, os resultados quanto às pesquisas pelos portais dos jornais, é em alguma medida um termômetro engenhoso da visibilidade do portal *on-line* do jornal. Visto que, as pesquisas registradas no Google retornam para os usuários *hyperlinks* de notícias e textos atrelados ao portal do jornal.

Nesse trabalho para testar se o evento “mensalão”, em perspectiva temporal, teve influência sobre o interesse dos internautas brasileiros por jornais, foram formuladas duas hipóteses a serem testadas:

Hipótese 1: provavelmente, houve alguma correlação entre a média de interesse dos internautas brasileiros por jornais e o interesse pelo escândalo do “mensalão”.

Hipótese 2: considerando que a abordagem do *O Estado de São Paulo* foi mais “agressiva”, ao esboçar um maior sentimento “antipetista”, “antilulista” (Miguel & Coutinho, 2007), é possível que o interesse pelo tema “mensalão” tenha afetado de

¹³ Tradicionalmente, cientistas sociais a fim de estudarem a cognição política tem feito o uso de questionários aplicados a populações. Esse tipo de metodologia tem se mostrado robusta, entretanto, muito onerosa. Nesse ponto, os motores de busca inversa, como o *Google trends*, oferecem uma vasta gama de possibilidades aos cientistas sociais, isso considerando que motores de busca são a principal “porta de entrada” dos usuários a internet e também, que dados como os do *Google trends* podem ser baixados de graça, o que torna a pesquisa substancialmente menos onerosa. Esse tipo de ferramenta tem mostrado capacidade de nos levar a ideias contra intuitivas interessantes e também de mensurar com certa precisão preferências políticas e sociais (Seithe & Calahorrano, 2014).

¹⁴ Um estudo que se utilizou da ferramenta *Google trends* conseguiu aferir uma simbiose dependente entre o *modus operandi* de ação da mídia do Oriente Médio e o interesse pelos países Israel e Palestina. Os resultados mostram que no mundo, depois dos Estados Unidos, Israel e Palestina são as regiões que recebem mais destaque da cobertura internacional *on-line* o que desperta consequentemente, grande interesse por tais países, como registrado nas consultas aos motores do Google (Segev & Blondheim, 2013).

¹⁵ Em quase todo o mundo o *Google trends* representa uma ferramenta eficiente para mensurar tendências, entretanto, dois fatores jogam contra os dados comparativos do *Google trends* em perspectiva transnacional: 1) há países onde existem ferramentas que são mais utilizadas do que o Google para pesquisas, como por exemplo, o *Baidu* na China. Outra questão é a restrição à liberdade de uso, países como a Coreia do Norte, entre outros com tendências totalitárias, geralmente impõem severas restrições quanto ao uso da internet (Vaughan & Chen, 2014).

forma mais tangível o interesse dos internautas brasileiros pelo jornal *O Estado de São Paulo*.

Para compor o banco de dados, foram utilizadas frequências geradas a partir do *Google trends* no período de abril de 2005 até o final de dezembro de 2006, totalizando 92 semanas de amostras. Nesta metodologia, o índice de interesse dos internautas é medido em uma escala de 0 (pouquíssimo acesso) a 100 (altíssimo acesso), considerando como base de comparação todas as pesquisas realizadas em determinado recorte geográfico (nesse caso, o Brasil). Utilizou-se a terminologia “frequência de interesse” para se referir à quantidade de vezes com que determinado termo ou conjunto de interesse (como no caso das frequências do tipo Beta)¹⁶ é buscado por internautas que utilizam o motor de busca do Google. A ferramenta disponibiliza para *download*, em formato *csv*, os dados quantitativos referentes à distribuição temporal e espacial das faixas de interesse. Primeiramente, gerou-se uma frequência média relativa ao interesse pelo escândalo do “mensalão”, que foi compilada¹⁷ a partir do conjunto simples dos seguintes termos: “mensalão”, corrupção e CPI. Para diminuir o teor residual e segmentar apenas o internauta que de fato busca informação, utilizou-se o filtro de categorias, elencando apenas o índice Notícias¹⁸.

Em um segundo momento, foram geradas três frequências do tipo Beta relativas ao interesse dos internautas brasileiros por três jornais, sendo eles: 1) *O Estado de São Paulo*, 2) *O Globo*; 3) *Folha de São Paulo*. Além disso, foi gerada também uma média ao interesse temporal por jornais¹⁹. A escolha destes periódicos está relacionada ao

¹⁶ Diferente das frequências comuns do *Google trends*, que elencam resultados relativos a termos específicos, as frequências Beta são compostas de conjuntos de termos correlacionados que se referem a determinado tópico e ou assunto (Moraes, Santos, Torrecillas & Leão, 2014). No caso das frequências geradas relativas aos jornais, o fato de serem Beta elimina a maior parte do interesse residual, ou seja, prioriza os internautas que de fato estão buscando tais jornais de forma nominal.

¹⁷ Como o *Google trends* não oferece uma frequência do tipo Beta para o termo “mensalão”, procurou-se através desta aproximação (a média de três frequências simples) compor um dado próximo ao padrão Beta.

¹⁸ Esta segmentação é feita por um algoritmo que contabiliza sua atual pesquisa com base nas pesquisas realizadas em um curto espaço de tempo. Por exemplo, uma pesquisa para o termo “Apple” (pode se referir tanto a alimento, quanto a marca de computadores. Se em um curto espaço de tempo o indivíduo buscar, antes de *Apple*, termos como, “culinária”, “cenouras”, “receitas”, o *Google trends* classifica como parte da categoria “comida e bebida”. Agora, se ao invés disso, o usuário buscar termos como “loja de computadores”, “notebook”, “softwares”, a busca é classificada como da categoria “computadores e aparelhos eletrônicos”.

¹⁹ O *Google trends* gera para cada consulta dados temporais e espaciais sobre o interesse por determinado termo e ou tópico. Contudo, neste trabalho, foram utilizados dados referentes apenas à frequência temporal de interesse pelos termos e conjuntos Beta, selecionados para o Brasil, desconsiderando assim os dados que a ferramenta gerou para a distribuição de interesse por Estado e nas principais cidades e capitais. A decisão de desconsiderar tais informações residuiu no fato de que tais informações exigiriam um esforço qualitativo que foge do escopo deste trabalho e também da aderência para com a hipótese do trabalho. Sendo assim, consideramos as frequências temporais no período de 92 semanas sendo que o *Google trends* atribui a cada semana (para cada termo ou conjunto Beta) um único valor médio.

fato que dentre os *quality papers* estes são os de maior visibilidade no Brasil (Miguel & Coutinho, 2007). A partir das frequências organizadas, traçaram-se correlações matemáticas (utilizando o índice de *Pearson*) entre o interesse temporal pelo escândalo do “mensalão” e o interesse computado no Google por jornais.

A *posteriori*, criou-se um modelo de regressão linear para aferir se havia relação causal para com o resultado sugerido pelo índice de *Pearson*. Em todos os testes estatísticos, foi utilizada a ferramenta SPSS versão 21 (*Statistical package for the social sciences*), considerando um intervalo de confiança de 95%.

Resultados da pesquisa no Google sobre interesse por jornais e “mensalão”

Como fica evidente na tabela 1 e também nas figuras 2 e 3, dentre os jornais, a *Folha de São Paulo* foi o que obteve em todo período maior faixa de interesse (média, 55.696), mais do que o dobro dos jornais *O Estado de São Paulo* (25.543) e *O Globo* (24.848), o que em demonstra que esse jornal tende a ser mais popular que os demais. De toda forma, o objetivo deste trabalho não é cotejar o nível de popularidade de cada um dos periódicos, mas sim a influência que o tema escândalo do “mensalão” causou sobre a visibilidade dos mesmos.

Tabela 1. Estatística descritiva do interesse pelo escândalo do “mensalão”, pelos jornais *O Estado de São Paulo*, *O Globo*, *Folha de São Paulo* e a média total destes jornais.

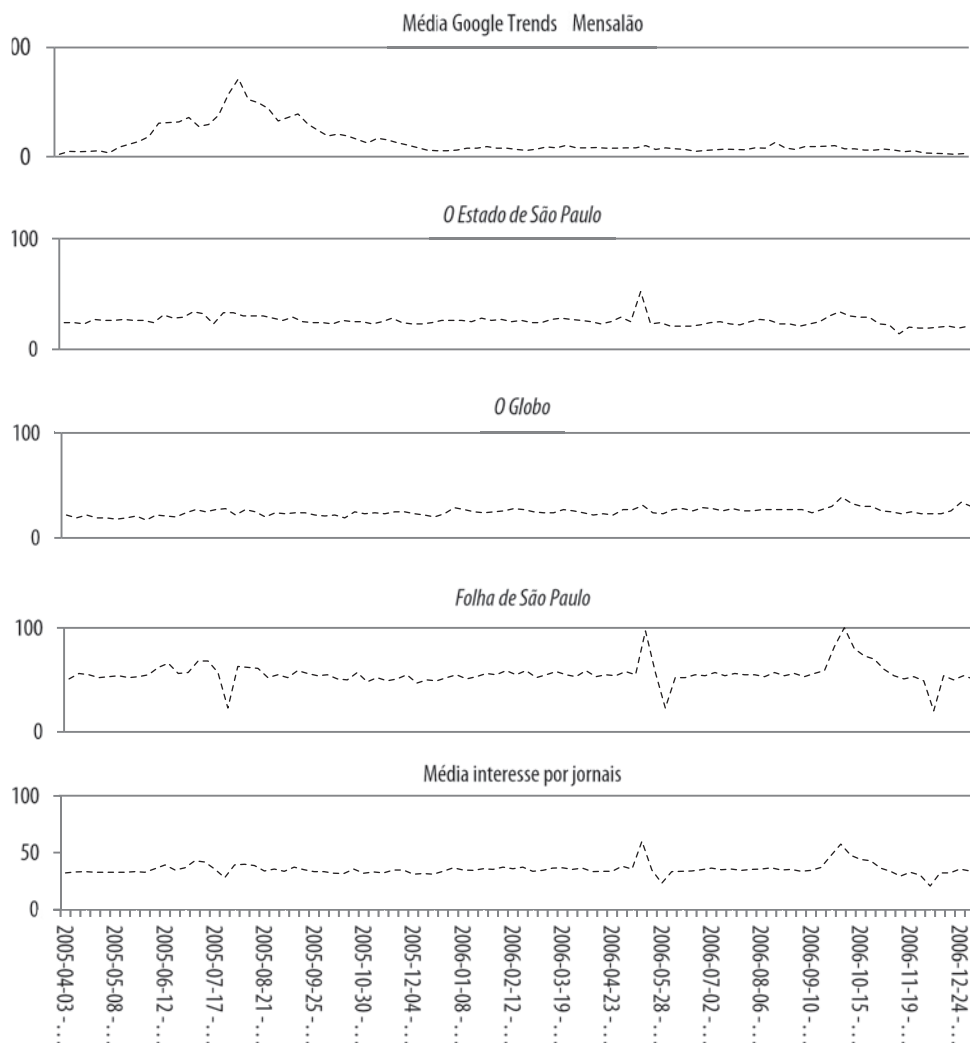
Grupo	Média	CI 95%	Desvio Padrão	Min	Max
Média Google trends “mensalão”	13.862	11.098 - 16.626	13.527	2.333333333	71.33333333
Média interesse por jornais	35.362	34.304 - 36.421	5.180	20.66666667	60.0
<i>O Estado de São Paulo</i>	25.543	24.627 - 26.460	4.483	14.0	52.0
<i>O Globo</i>	24.848	24.115 - 25.581	3.589	17.0	39.0
<i>Folha de São Paulo</i>	55.696	53.527 - 57.864	10.611	20.0	100.0

Fonte: elaboração dos autores a partir do *Google Trends* (2015).

Outro resultado que vale ressaltar é referente ao desvio padrão relativo ao “mensalão”, superior ao dos jornais. Isso indica fluxos temporais mais repentinos, picos de interesse, que podem ter sido causados pelo desenrolar dos acontecimentos ligados ao “mensalão” e também pelo enquadramento que a mídia deu ao mes-

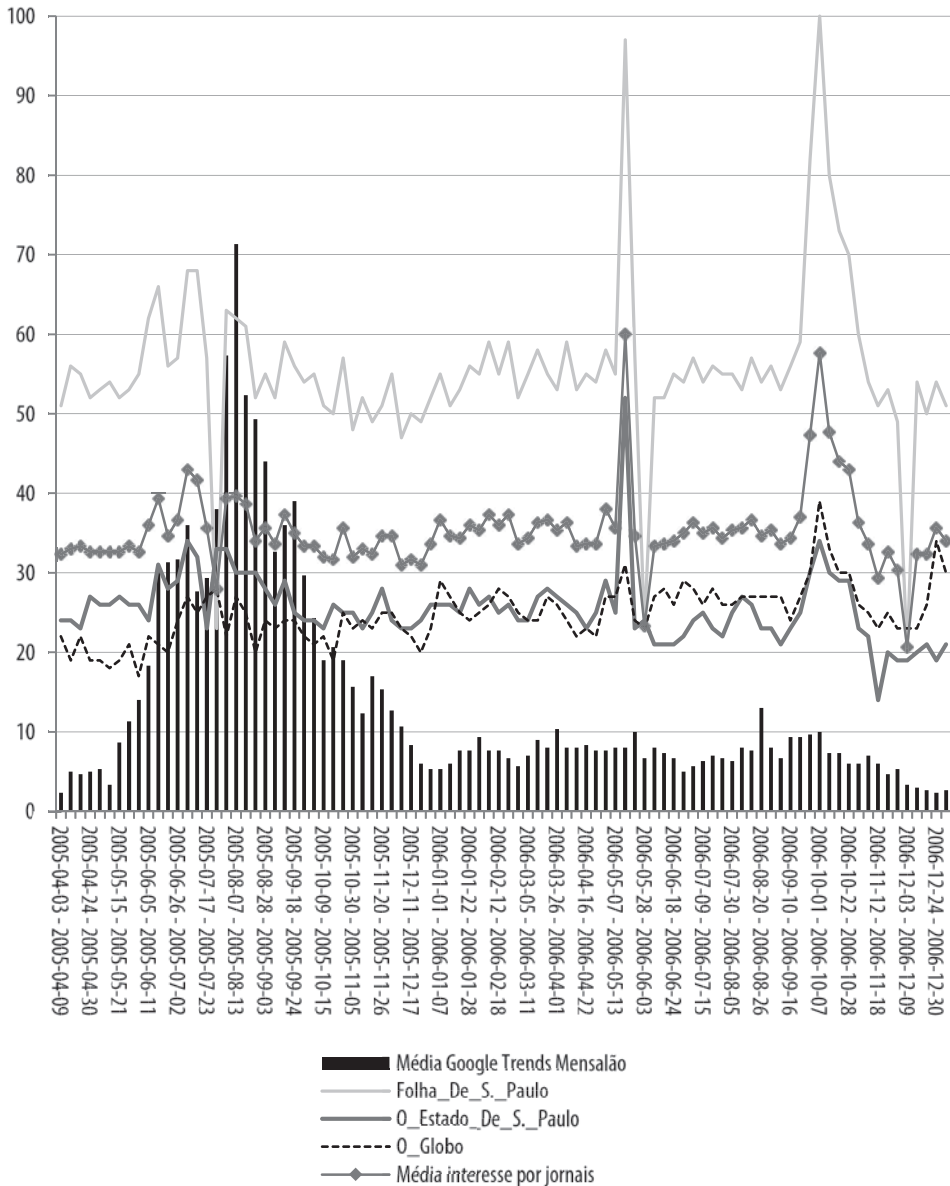
mo. Na figura 2 a seguir foram traçadas de forma separada cada uma das frequências temporais estudadas e na figura 3 compilaram-se todas em um único gráfico.

Figura 2. Frequências de interesse separados pelo “mensalão” e pelos jornais *O Estado de São Paulo*, *O Globo*, *Folha de São Paulo* e a média total destes jornais.



Fonte: elaboração dos autores a partir do *Google trends* (2015).

Figura 3. Frequências de interesse separados pelo “mensalão” e pelos jornais
O Estado de São Paulo, O Globo, Folha de São Paulo e a média total destes.



Fonte: elaboração dos autores a partir do Google trends (2015).

Para estudar o efeito que o escândalo do “mensalão” pode ter causado na visibilidade dos jornais, realizou-se um estudo de correlações a fim de avaliar o grau de intensidade das correlações entre o escândalo do “mensalão” e o interesse por jornais. Na tabela 2 e na figura 4 os resultados são apresentados.

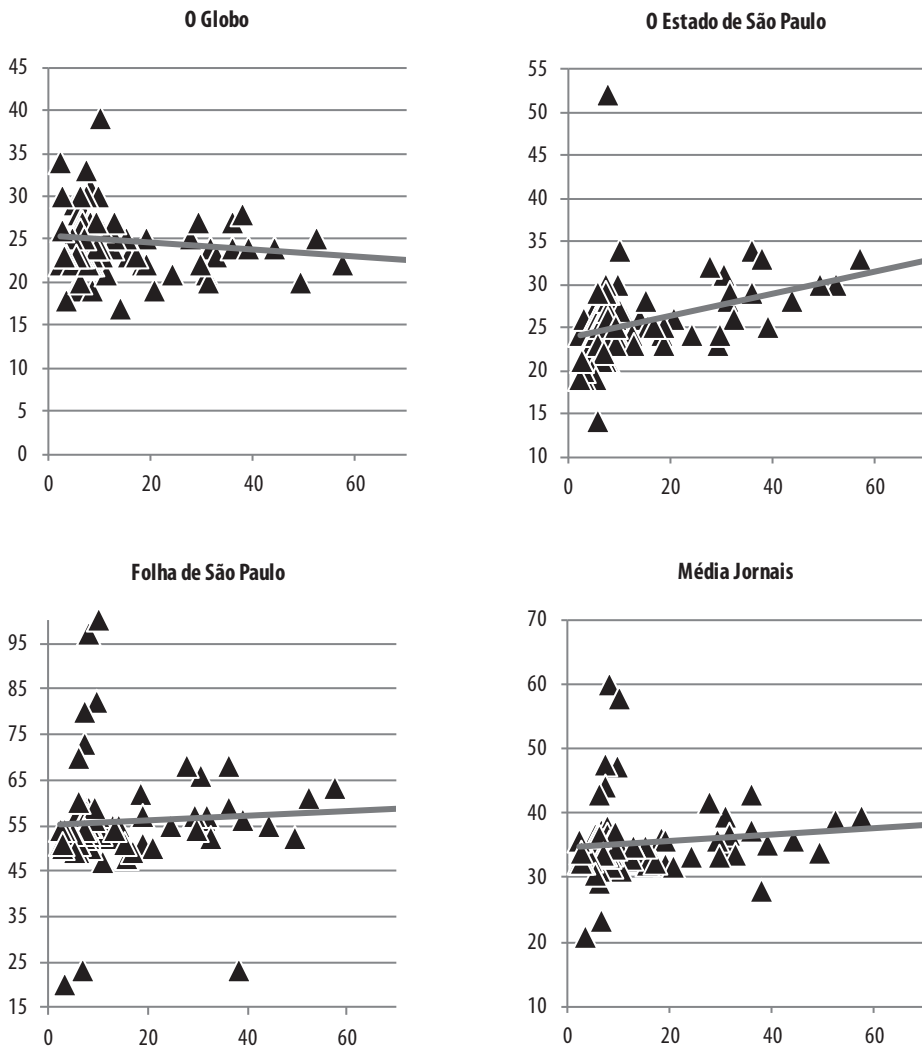
Tabela 2. Correlações entre interesse pelo “mensalão” e pelos jornais *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo* e *O Globo*

Jornais	<i>p</i>	<i>r</i>
<i>Folha de S. Paulo</i>	0.506	0.07
<i>O Estado de S. Paulo</i>	< 0.001	0.391
<i>O Globo</i>	0.154	-.015
Média dos 3 jornais	0.231	0.125

Os resultados expressos na tabela 2 e na figura 4 indicam que não há correlação entre a frequência média dos jornais e o interesse dos internautas brasileiros por “mensalão” (o que invalida a primeira hipótese), assim como também não se encontrou correlação entre tal interesse e o interesse manifesto pelos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo*. Entretanto, há uma correlação entre o interesse manifesto por “mensalão” e o interesse pelo jornal *O Estado de São Paulo*, o que indica que o evento “mensalão”, de alguma forma, afetou o interesse dos internautas brasileiros por este jornal específico. No limite, é possível que o evento “mensalão” tenha colaborado para que, o interesse dos internautas pelo *O Estado de São Paulo* superasse o interesse pelo jornal *O Globo* em alguns períodos específicos, sobretudo no período e 10 de maio de 2005 a 11 de abril de 2006. Para melhor estudar e definir o tamanho do escopo de influência que o “mensalão” exerceu no interesse pelo jornal *O Estado de São Paulo* foi traçada uma regressão linear considerando como variável dependente o interesse manifesto no Google pelo jornal *O Estado de São Paulo* e como variável independente o interesse médio por “mensalão”. Como não houve correlações para com os demais jornais, os mesmos foram desconsiderados no modelo (tab 3).

Nesse sentido, observa-se que o interesse por “mensalão” não manifestou grande influência sob o interesse pelos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo*, entretanto, exerceu significativa influência sobre o interesse pelo jornal *O Estado de São Paulo*, em um cenário onde a elevação do interesse pelo tema “mensalão” levou a uma elevação concomitante pelo jornal *O Estado de São Paulo*. A regressão linear apon-

Figura 4. Correlações entre interesse pelo “mensalão” e pelos jornais *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo* e *O Globo*



to para um r quadrado de 0,153, o que sinaliza que pelo menos 15% do interesse dos internautas brasileiros registrado no Google pode ser explicado pelo jornal *O Estado de São Paulo*.

Tabela 3. Resumo do modelo / ANOVA / Coeficientes^a

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa	
1	,391a	,153	,143	4,149	
Modelo	Soma dos Quadrados	df	Quadrado Médio	F	Sig.
1	Regressão	279,228	1	279,228	16,217 ,000b
	Resíduos	1549,598	90	17,218	
	Total	1828,826	91		
Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
	B	Modelo padrão	Beta		
1	(Constante)	23,748	,621	38,231	,000
	Média_Google_Trends	,129	,032	,391	4,027 ,000

^a. Preditores: (Constante), Mensalão

^b. Variável dependente: O Estado de São Paulo

Porém, fica evidente que tal estratégia racional de adotar um posicionamento agressivo em relação a um escândalo para obter maior visibilidade é funcional, entretanto, com potencial limitado (visto que o efeito é de curto prazo).

Considerações finais

O escândalo do “mensalão” foi um dos mais polêmicos casos de corrupção dos últimos tempos, logo, era de se esperar que a mídia gerasse em seu enquadramento grande inteligibilidade ao tema. Foge do escopo deste trabalho elucidar uma questão tão complexa, entretanto, existem indícios de que a crise vivida pelo Partido dos Trabalhadores não teve início com o escândalo da Petrobras ou com a Operação Lava Jato, mas antes disso com o surgimento do “mensalão” na agenda midiática. Neste ponto, entende-se que o “mensalão” foi o gatilho de um efeito dominó contra o Partido dos Trabalhadores. Um epifenômeno disso reside no fato de que, provavelmente em 2016 e em 2018, o Partido dos Trabalhadores saia das eleições como uma legenda de médio porte.

Os resultados mostram que a primeira hipótese não tem aderência, visto que não se encontrou correlação significativa entre a média de interesse dos internautas brasileiros pelos jornais e o interesse por “mensalão”. Entretanto, a segunda hi-

pótese levantada é fiável, considerando que, observou-se forte correlação positiva entre o interesse por “mensalão” e o interesse pelo jornal *O Estado de São Paulo*, além de evidências de que 15% do interesse dos internautas brasileiros registrado no Google pelo jornal podem ser explicadas pelo “fator” interesse no “mensalão”. Não é dizer que está ocorrendo um aumento das vendas (ou assinaturas) por conta do interesse pelo “mensalão”, contudo, a evidência aqui sinaliza que pelo menos no universo *online* de internautas brasileiros que utilizam o Google, o tema “mensalão” fez aumentar o volume de buscas pelo jornal (o que é um sinônimo de aumento de visibilidade). Considerando que este jornal foi o que adotou um posicionamento mais agressivo frente ao tema, é provável que tal posição seja uma estratégia racional do jornal para obter maior visibilidade. É possível concluir que os temas de corrupção podem alterar o interesse por jornais, todavia essa alternância guarda relação direta com o posicionamento adotado por cada jornal (em sentido *stricto*). Por conta disso, não foi encontrada nenhuma relação entre o interesse pelos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo* e as buscas pelo “mensalão”. Sugere-se que em futuros estudos o *Google trends* seja utilizado para testar a relação entre interesse por jornais e corrupção em outros países.

Referências

- Aldé, A. & Vasconcellos, F. (2008). Ao vivo, de Brasília: escândalo político, oportunismo midiático e circulação de notícias. *Revista de ciências sociais*, 39 (2), p. 61-69.
- Anastasia, F. & Santana, L. (2008). Sistema político. Em: Avritzer, L.; Bignotto, N.; Guimarães, J.; Starling, H. M. (orgs.). *Corrupção: ensaios e críticas* (p. 307-313). Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Ball, R. (2009). Market and political/regulatory perspectives on the recent accounting scandals. *Journal of accounting research*, 47 (2), p. 277-323.
- Barreiros, T. E.; Amoroso, D. (2008). Jornalismo estrábico: *Veja* e *Carta capital* na cobertura do “Escândalo do mensalão”. *Perspectivas de la comunicación*, 1 (1), p. 120-131.
- Bobbio, N. (1984). El futuro de la democracia. *Revista de las Cortes Generales*, n. 2, p. 9-26.
- Bobbio, N. (1997). *A teoria das formas de governo*. Brasília: Universidade de Brasília.
- Breyer, B. N. & Eisenberg, M. L. (2010). Use of Google in study of non infectious medical conditions. *Epidemiology (Cambridge, Mass.)*, 21 (4), p. 584-585.

- Cunha, I. F. (2014). Visibilidade da cobertura jornalística da corrupção política e indicadores de opinião pública. Em: Cunha, I. F; Serrano, E. (orgs.). *Cobertura jornalística da corrupção política: sistemas políticos, sistemas mediáticos e enquadramentos legais* (p. 371-420). Lisboa: Alethêia.
- Djerf-Pierre, M.; Ekström, M. & Johansson, B. (2013). Policy failure or moral scandal?: political accountability, journalism and new public management. *Media, culture & society*, 35 (8), p. 960-976.
- Filgueiras, F. (2012). Marcos teóricos da corrupção. Em: Avritzer, L.; Bignotto, N.; Guimarães, J. & Starling, H. M. M. (orgs.). *Corrupção: ensaios e crítica* (p. 299-306). Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Filgueiras, F. (2013). Corrupção e cultura política: a percepção da corrupção no Brasil. Em: Helcimara T. & Alejandro M. (orgs.). *Comportamento eleitoral e comunicação política na América Latina* (v. 1, p. 221-258). Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Goel, S.; Hofman, J. M.; Lahaie, S.; Pennock, D. M. & Watts, D. J. (2010). Predicting consumer behavior with web search. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107 (41), p. 17.486-17.490.
- Gomes, W. (2005). A democracia digital eo problema da participação civil na decisão política. *Fronteiras-estudos midiáticos*, 7 (3), p. 214-222.
- Granka, L.A. (2010). Measuring agenda setting with online search traffic: influences of online and traditional media. Em: *2010 Annual Meeting of the American Political Science Association, September 2-5*. Disponível em: <http://ssrn.com/abstract=1658172>
- Lester, M. (1980). Generating newsworthiness: the interpretive construction of public events. *American sociological review*, 45 (6), p. 984-994.
- Lima, V. A. (2006). *Mídia: crise política e poder no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Lima, V.A. (2012). Mídia. Em: Avritzer, L.; Bignotto, N.; Guimarães, J. & Starling, H. M. M. (orgs.). *Corrupção: ensaios e crítica* (p. 442-447). Belo Horizonte: Editora UFMG.
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36 (2), 176-187.
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1993). The evolution of agenda setting research: twenty five years in the marketplace of ideas. *Journal of communication*, 43 (2), p. 58-67.

- Magalhães, D. C. (2014). *Agenda-setting e internet: tendências e perspectivas de pesquisa* [tese de mestrado]. Brasília: Universidade de Brasília.
- Maier, J. (2011). The impact of political scandals on political support: an experimental test of two theories. *International political science review*, 32 (3), p. 283-302.
- Martins, S. A. (2014). Mídia e opinião pública: estudo de caso sobre o mensalão nas ópticas dos jornais *Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo*. *Universitas: arquitetura e comunicação social*, 11 (2), p. 47-58.
- Miguel, L. F. & Coutinho, A. D. A. (2007). A crise e suas fronteiras: oito meses de “mensalão” nos editoriais dos jornais. *Opinião pública*, 13 (1), p. 97-123.
- Moisés, J. A. (2010). Political corruption and democracy in contemporary Brazil. *Revista latino-americana de opinión pública*, 1 (0), p. 105-111.
- Moodie, G. C. (1980). On political scandals and corruption. *Government and opposition*, 15 (2), p. 208-222.
- Moraes, T. P. B. & Santos, R. M. (2013). Os protestos no Brasil: um estudo sobre as pesquisas na *web*, eo caso da Primavera Brasileira. *Revista internacional de investigación en ciencias sociales*, 9 (2), p. 193-206.
- Moraes, T. P. B. & Santos, R. M. (2014). Eleições no Brasil eo interesse dos eleitores por políticas públicas: um estudo empírico de janeiro de 2004 a dezembro de 2013. *Interesse público*, 16, p. 51-71.
- Moraes, T. P. B. & Santos, R. M. (2015a). Caça ao terrorismo e corrida eleitoral: um estudo sobre o impacto do interesse regional pela morte de Osama bin Laden e a relação com os votos nas eleições presidenciais de 2012 nos Estados Unidos. *Acta scientiarum: human and social sciences*, 37 (1), p. 13-20.
- Moraes, T. P. B. & Santos, R. M. (2015b). Caza al terrorismo y corrida electoral: un análisis sobre el impacto del interés regional por la muerte de Osama bin Laden y su relación con los votos en las elecciones presidenciales de 2012 en Estados Unidos. *Prisma.com: revista de ciências e tecnologias de informação e comunicação*, (27), p. 109-125.
- Moraes, T. P. B., Santos, R. M. & Torrecillas, G. L. (2014). Corrupção, democracia e confiança política na América Latina. *Revista eletrônica de ciência política*, 5 (1). Disponível em: <http://revistas.ufpr.br/politica/article/view/35514/22907>
- Moraes, T. P. B.; Santos, R. M.; Torrecillas, G. L. & Leão, E. C. (2014). Mulheres, política e sub-representação: um estudo sobre a correlação entre qualidade da democracia, ideologia e mulheres nos parlamentos. *Revista derecho y cambio social*, 36 (11), p. 1-29.

- Moraes, T. P. B. & Torrecillas, G. L. (2013). Por uma nova economia política: notas críticas à teoria neoclássica, ao direito económico e à política económica: uma contribuição epistemológica para os preceitos de administração pública no contexto da globalização contemporânea. *Revista angolana de sociologia*, 11, p. 51-62.
- Moraes, T. P. B. & Torrecillas, G. L. (2014). Administração pública e corrupção: relação entre corrupção na função pública, desemprego, desigualdade, qualidade da democracia e governança. *Revista internacional de investigación en ciencias sociales*, 10 (2), p. 135-153.
- Pereira, C.; Power, T. J. & Raile, E. D. (2008). *Coalitional presidentialism and side payments: explaining the Mensalão scandal in Brazil*. Oxford, England: Brazilian Studies Programme, Latin American Centre, St Antony's College. (Occasional papers; BSP-03-08).
- Pinto, C. R. J. (2011). *A banalidade da corrupção: uma forma de governar o Brasil*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Puglisi, R. & Snyder, J. M. (2011). Newspaper coverage of political scandals. *Journal of politics*, 73 (3), p. 931-950.
- Rech, J. (2007). Discovering trends in software engineering with google trend. *ACM SIGSOFT software engineering notes*, 32 (2), p. 1-2.
- Ripberger, J. T. (2011). Capturing curiosity: using internet search trends to measure public attentiveness. *Policy studies journal*, 39 (2), p. 239-259.
- Schumpeter, J. A. (1961). *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura.
- Segev, E. & Blondheim, M. (2013). Online news about Israel and Palestine: a cross-national comparison of prominence and trends. *Digital journalism*, 1 (3), p. 386-398.
- Seithe, M. & Calahorrano, L. (2014). *Analysing party preferences using Google trends*. München: Ludwig Maximilians University. Center for Economic Studies & Ifo Institute (CESifo) (CESifo working paper; 4631).
- Silva, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em jornalismo e mídia*, 2 (1), p. 95-107.
- Thompson, J. B. (2002). *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Thompson, J. B. (2008). A nova visibilidade. *Matrizes*, 1 (2), p. 15-38.
- Vaughan, L. & Chen, Y. (2014). Data mining from web search queries: a comparison

- of *Google trends* and Baidu index. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66 (1), p. 13-22.
- Weeks, B. & Southwell, B. (2010). The symbiosis of news coverage and aggregate online search behavior: Obama, rumors, and presidential politics. *Mass communication and society*, 13 (4), p. 341-360.
- Zago S. G. & Bastos, M. T. (2013). Visibilidade de notícias no Twitter e no Facebook: análise comparativa das notícias mais repercutidas na Europa e nas Américas. *Brazilian journalism research*, 9 (1), p. 116-133.