

COMUNICAÇÃO



Esta seção traz uma radiografia da distribuição de verba para os grandes grupos de comunicação nos últimos doze meses, em troca de apoio às reformas e políticas anti-populares. Também analisa o comportamento da imprensa internacional em relação à crise política e mostra a reação dos usuários de redes sociais ao depoimento de Lula no último dia 10 de maio.

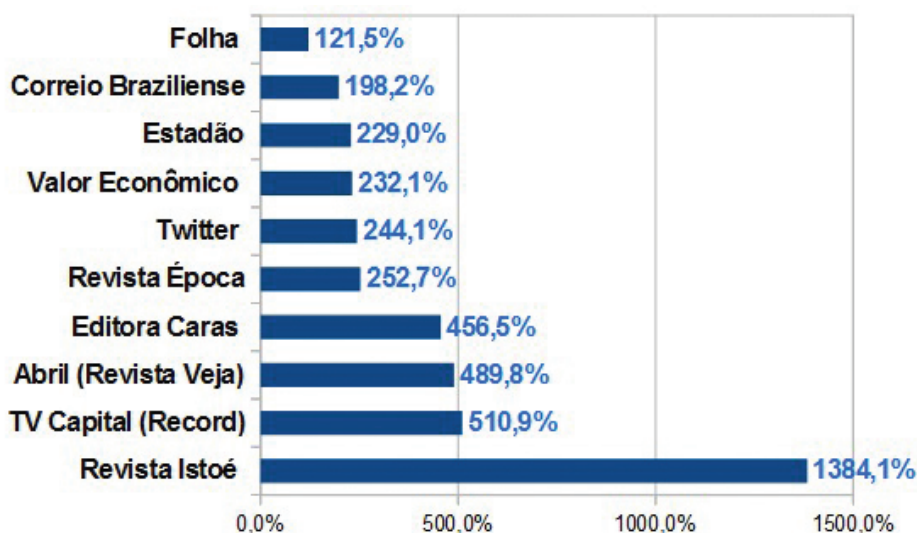
Golpistas ampliam gastos com publicidade

O blog O Cafezinho publicou em 21 de maio texto de Miguel do Rosário segundo o qual o governo golpista fez anúncios da ordem de 153,9 milhões de reais nos últimos doze meses, que configuram um aumento de 21% sobre o ano anterior. Os números não consideram a publicidade das empresas estatais, responsáveis por cerca de dois terços da publicidade federal. O texto baseia-se em dados da Secretaria de Comu-

nicação do governo federal (Secom).

Além do aumento irrefreado de gastos com publicidade em época de ajuste, as peças produzidas e veiculadas com recursos públicos não trazem nenhuma informação de utilidade pública. Ao contrário, limitam-se à defesa de uma posição política. No último ano tornou-se comum a realização de merchandising pelo governo, como ocorre por exemplo com a Reforma da Previdência, o que moralmente é questionável.

Maiores altas da publicidade federal da Secom. Variação % nos últimos 12 meses



Fonte: Secom / Elaboração blog O Cafezinho

A revista *Veja* recebeu 3,24 milhões de reais da Secom, aumento de 490% sobre o ano anterior. Já a *Globo*, empresa dos Marinho, lidera o montante de recursos recebidos em doze meses: 42,24 milhões de reais, um aumento de 11% sobre o ano anterior.

A Istoé, que elegeu Temer como “Homem do Ano” e fez uma cerimônia na qual Sergio Moro e Aécio Neves sentaram-se juntos e trocaram sorrisos e gentilezas, recebeu mais de 700 mil reais da Secom, ou

1.384% a mais do que no ano anterior.

O *Infoglobo*, responsável pelo jornal *O Globo*, recebeu 1,6 milhão de reais da Secom nos últimos doze meses, um aumento de 82% sobre o período anterior.

A publicidade das estatais não é publicada no portal da transparência e desde o golpe, ao contrário dos que vinha ocorrendo em anos anteriores, nenhum veículo da grande mídia se interessou em apurar os gastos federais com publicidade.

Secom: Gastos federais de publicidade executados

Em reais. Período: 12 meses Mai/Abr dos últimos 2 anos

Veículos de mídia		2016/17	2015/16	Var.%
1	Total Globo	42.244.646	37.899.410	11,5%
2	TV Globo	39.228.784	35.853.065	9,4%
9	Total Record	14.112.775	13.332.654	5,9%
3	TV Record	12.060.636	12.996.715	-7,2%
4	SBT	10.467.333	10.349.074	1,1%
5	Facebook	6.102.612	3.090.246	97,5%
6	Bandeirantes	4.488.421	3.472.811	29,2%
7	Abril (Revista Veja)	3.245.992	550.338	489,8%
8	TV Capital (Record)	2.052.139	335.939	510,9%
10	Twitter	1.759.700	511.424	244,1%
11	Infoglobo	1.616.493	889.880	81,7%
12	Folha	1.378.469	622.316	121,5%
13	Editora Caras	1.372.705	246.676	456,5%
14	UOL	1.208.115	1.592.288	-24,1%
15	Estadão	1.197.844	364.139	229,0%
16	Redetv!	1.042.007	1.398.099	-25,5%
17	Revista Época	992.270	281.371	252,7%
18	Revista Istoé	702.087	47.307	1384,1%
19	Valor Econômico	531.209	159.969	232,1%
20	Correio Braziliense	475.167	159.354	198,2%
21	EBC	258.739	663.079	-61,0%
Subtotal		146.538.140	124.816.152	17,4%
Outros		7.391.666	2.287.160	223,2%
Total		153.929.806	127.103.312	21,1%
Fonte: Secom / Elaboração blog O Cafezinho.				

Crise política volta a ser destaque internacional

Depois de muitos meses o assunto “Brasil” retornou com força aos jornais estrangeiros. O motivo é novamente a crise política. Jornais de diversos países trataram do assunto: “Presidente do Brasil endossa suborno por empresário em gravação secreta, diz jornal”, no *New York Times*; “No Brasil, o presidente Temer atingido por novas revelações”, no *Le Monde*; “Líder do Brasil nega relato de que ele tenha endossado suborno de ex-legislador”, no *Washington Post*; “Temer foi gravado a dar aval para subornar Eduardo Cunha, no *Diário de Notícias de Portugal*; “Gravam Temer dando sinal verde para entrega de suborno”, no *El Mundo da Espanha*; “Gravações explosivas implicam presidente Michel Temer em suborno”, no *The Guardian* da Inglaterra; “Gravações vazadas são problema para Michel Temer”, na *The Economist*; “Escândalo de corrupção atinge presidente do Brasil”, no *Süddeutsche* da Alemanha; ainda foi possível rastrear a notícia nas páginas dos jornais da Itália, da China e do Japão.

Diante de toda essa amplitude, fica claro que o abalo à imagem de Michel Temer, mas principalmente, à do Brasil, é enorme. Aproximadamente um ano depois do golpe de Estado que o mundo todo acompanhou com desconfiança, o homem que foi representado nesses veículos de imprensa como alguém que costumava agir nas sombras, que foi denunciado por Dilma Rousseff como traidor, usurpador e golpista, agora vê seu nome rodar o mundo por estar envolvido com a compra do silêncio de outro personagem mais do que relevante no processo de impeachment, Eduardo Cunha, que foi identificado pelos jornais estrangeiros como o arquiteto e líder do processo de destituição da presidenta Dilma.

Alguns desses veículos de comunicação estão acompanhando atentamente o que ocorre no Brasil. O alemão *Süddeutsche* publicou a reportagem “‘golpista’ ou salvador? O presidente brasileiro Temer” em que relembra-se as vaia na abertura das Olimpíadas que, segundo o texto, foram um espetáculo embaçoso para o mundo. A publicação passa pelo caso da gravação da conversa e depois afirma que Temer era uma esperança para o mercado, mas não para os cidadãos. Em reportagens posteriores abordando os protestos e o risco de Temer perder o cargo, o jornal chama o caso de “Brasilgate” em referência ao escân-

dalo políticos dos EUA que entrou para a história conhecido como “Watergate”.

O estadunidense *New York Times* é outro que fica ligado ao que ocorre no Brasil. Além de registrar os protestos, descreve a reação da economia brasileira e o que pode ocorrer caso Temer deixe o poder. O jornal também explicou o caso de Aécio Neves e o identificou como um forte aliado de Temer. A manchete de uma reportagem publicada na sexta-feira, 20/5, diz que “escândalo no Brasil aumenta o medo de retorno do tumulto”. A matéria reproduz trechos do diálogo entre Joesley Batista e Michel Temer e entrevista o cientista político do Insper, Carlos Melo. Ele afirma que a popularidade que já era baixa, agora é ainda menor, o que torna muito difícil a aprovação de reformas impopulares. O professor de relações internacionais na Universidade de Columbia (EUA), Marcos Troyjo, afirmou à reportagem que esse escândalo pode abalar severamente a imagem de que Temer estava fazendo a agenda econômica “andar”.

Na Inglaterra, o *The Guardian* noticiou que Michel Temer foi formalmente acusado de conspirar contra a Operação Lava Jato. O texto informa que o governo de Temer vem passando de crise em crise desde que chegou ao poder, há um ano, “após ele ter planejado o impeachment de Dilma Rousseff”. A mesma notícia explica que Aécio Neves faria parte da conspiração com Temer e ainda coloca o senador como participante de outro plano conspiratório, dessa vez com o ministro do STF Gilmar Mendes, também para enfraquecer a Lava Jato. Além disso, cita o editorial do jornal *O Globo* que solicitou que Temer renunciasse e, reproduz uma fala do ex-presidente do STF Joaquim Barbosa em que ele afirma que a única saída é a população ir para as ruas exigir a renúncia do presidente. A notícia finaliza dizendo que todos os partidos do país foram atingidos pela delação premiada da JBS que diz ter pagado propina para mais de 1.800 políticos.

A dúvida que surge é sobre qual será a imagem do Estado brasileiro e da política “tupiniquim” diante da comunidade internacional após esse processo. Por vezes, jornais estrangeiros mencionaram que o Brasil passou de economia ascendente com possibilidade de futuro próspero para uma economia em frangalhos sem perspectiva de crescimento e com

tendência de diminuir.

Obviamente que o caso Temer-Joesley não foi o único assunto relacionado ao Brasil que a imprensa estrangeira tratou. A greve geral foi noticiada por muitos desses veículos, mas foi considerada por todos como um movimento aquém do esperado. O depoimento

de Lula ao juiz Sergio Moro também foi alvo de muitos periódicos estrangeiros. Porém, eles não deram à audiência a mesma importância que a imprensa brasileira deu. O jornal francês Le Monde talvez tenha sido o que deu mais destaque. Tratou a audiência como um show e descreveu Lula como uma figura amada e odiada no Brasil.

Rede sociais e o depoimento de Lula

Durante o dia 10/05 foram capturadas **841.852** ocorrências no Twitter ligadas a Lula e seu depoimento realizado em Curitiba (PR).

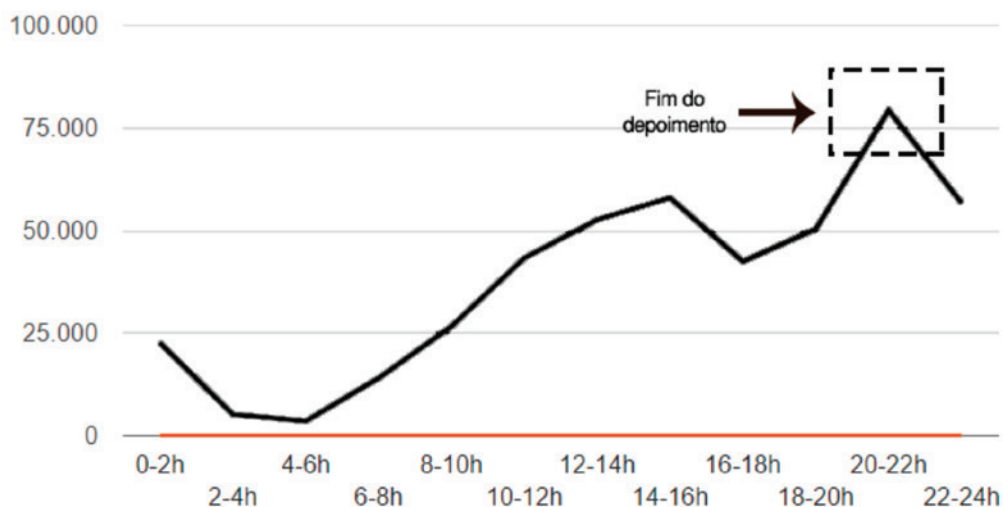
Termo monitorado	Menções capturadas
Lula	455.089
#LulaEuConfio	111.795
#MoroOrgulhoBrasileiro	148.946
#MoroPersegueLula	126.022
TOTAL	841.852

Nas redes sociais online, as principais notícias em número de compartilhamentos foram:

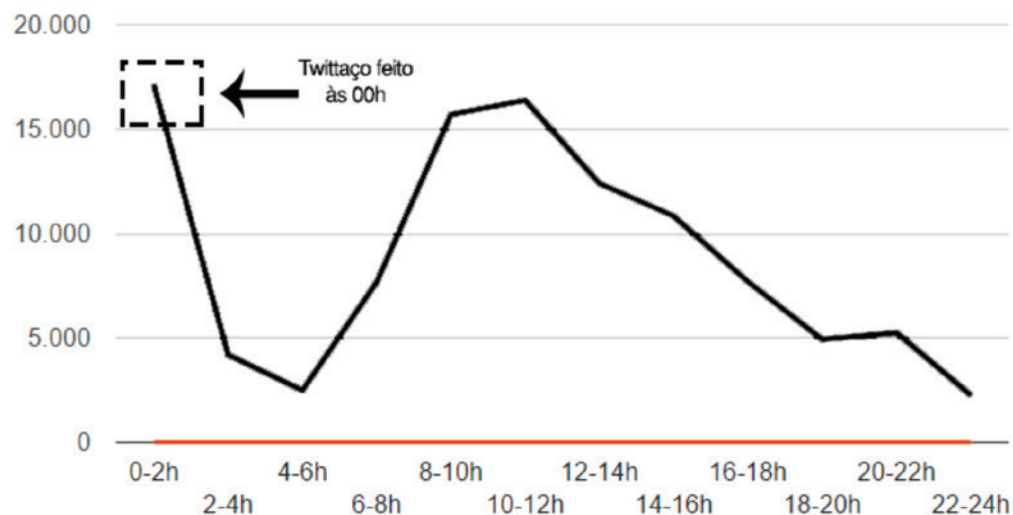
NOTÍCIA	PORTAL	SHARES
Policial 'gato' chama atenção ao escoltar Lula em Curitiba	O Globo	47.900
Moro interrompe Lula em depoimento: 'Não é programa eleitoral'	Veja	28.800
"Não quero ser julgado por interpretações, e sim por provas", diz Lula após depoimento	UOL	25.900
Lula de Jato e a massa de ônibus. Eis o socialismo real	O Reacionário	22.700
Globo News esconde multidão a favor de Lula e dá cobertura a 15 manifestantes a favor de Moro	Falando Verdades	22.600
Juiz que suspendeu Instituto Lula atribuiu decisão a pedido do MPF que não existiu	UOL	22.100
Lula passa mal antes de depoimento	Papo TV	20.300
"Se um dia eu tiver que mentir, prefiro que um ônibus me atropele", diz Lula após depoimento a Moro	Jovem Pan	20.300

Os picos, menções e horários de maior movimentação dentre os termos monitorados foram:

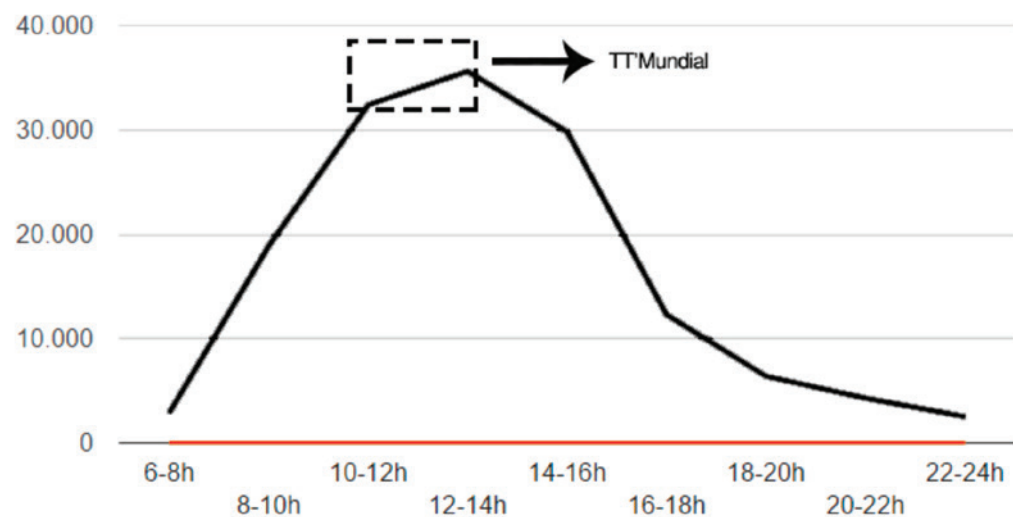
Lula – pico entre 20 e 22h:



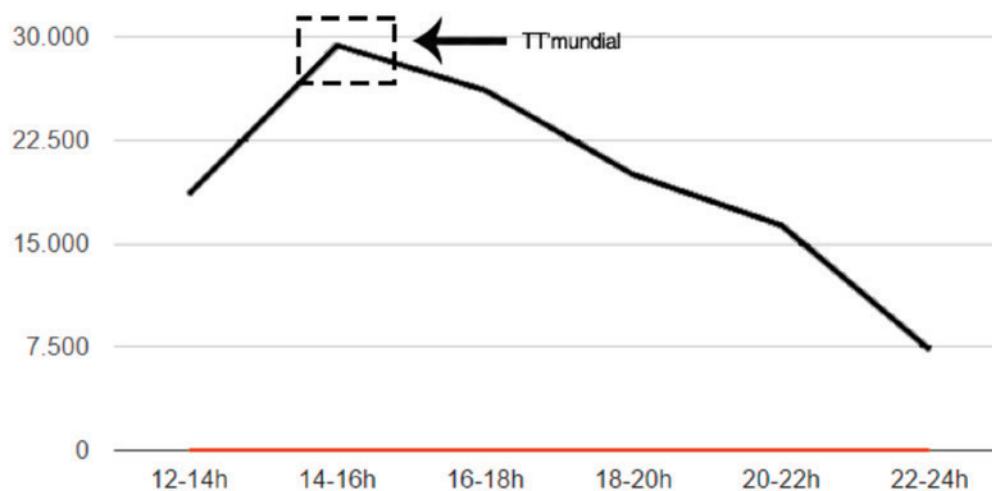
#LulaEuConfio – pico entre 0 e 2h e 8 e 10h:



#MoroOrgulhoBrasileiro – pico entre 10 e 14h:



#MoroPersegueLula - pico entre 14 e 16h:



O grafo final foi gerado com 95.726 nós (perfis) e 347.275 arestas (menções, retweets e follows). Três grandes agrupamentos foram formados e analisados de forma individual:

1. Agrupamento azul: 42,03% - 40.229 nós e 146.083 arestas.
2. Agrupamento vermelho: 30% - 28.772 nós e 148.248 arestas.
3. Agrupamento amarelo: 24,72% - 23.666 nós e 32.384 arestas.



O agrupamento vermelho, de apoiadores do ex-presidente Lula, teve mais influência sobre o amarelo, aqueles que não se engajam usualmente no debate político de forma ideológica, do que os detratores de Lula, apoiadores de Sergio Moro.

Devemos ressaltar o grande número de robôs atuando dentro desse agrupamento azul para que a hashtag #MoroOrgulhoBrasileiro subisse ao *trending topics* do Twitter. É importante ressaltar que 14,48% do grafo tem quarenta seguidores ou menos. Juntos, representam ainda 0,54% das arestas do grafo e 13.858 nós.

Agrupamento	Nós	Arestas	%
Azul	7.233	1.109	17,17
Vermelho	4.773	660	16,59
Amarelo	1.542	1	6,5

Talvez o ponto mais valioso aqui, para o agrupamento vermelho, seja o carisma que o presidente Lula tem e é explorado incessantemente pelo agrupamento amarelo. Aqui, no momento “pós-depoimento”, memes, pílulas de vídeo e argumentos que possam afirmar que Lula venceu o juiz foram e continuam sendo essenciais para transmitir, nas redes, a imagem de que Lula venceu o depoimento.

É possível afirmar que a disputa pelo agrupamento amarelo é a que pode definir o quão efetivo foram as ações nas redes. Assim, o agrupamento amarelo

aparece com um maior número de conexões com o agrupamento vermelho [2,6% a mais do que em comparação com o agrupamento azul].

Análise das redes sociais

Um nó [usuário] com grande centralidade conecta vários grupos diferentes, que não estariam tão interconectados se esse nó não existisse. Essas pontes também são responsáveis pela redução da distância social na rede, aproximando grupos diferentes. Os cinquenta principais perfis ao analisarmos a *betwennesss centrality* foram os seguintes:

