

Mudança institucional e opinião pública: estimando os efeitos da cobertura da ALMG realizada pelo Jornal Estado de Minas (1987-1994 e 1999-2002)

Embora o padrão de comportamento dos deputados estaduais mineiros não se destaque no cenário político brasileiro, pode-se falar da excepcionalidade da Assembleia Legislativa de Minas Gerais (ALMG). Desde o início dos anos 1990, a ALMG vem realizando um projeto de inovação institucional (ANASTASIA, 2001) e, com isso, tornou-se referência de instituição política moderna e democrática. No entanto, esse projeto não foi acompanhado por uma mudança das atitudes da sociedade mineira em relação ao legislativo estadual.

Partindo dessa temática geral¹, o tema específico deste artigo é o ambiente informacional que tem como assunto a ALMG. A importância do ambiente informacional para a compreensão das atitudes da sociedade mineira em relação à ALMG deve-se ao fato de que as inovações institucionais não se autodivulgam. Ou seja, a possibilidade de que as transformações pelas quais passou a ALMG resultem na formação, em curto e médio prazo, de uma nova imagem pública depende, quase exclusivamente, do ambiente informacional constituído pelos meios de comunicação.

¹ Essa temática norteia este artigo e a pesquisa a ele associada. Apresentamos aqui os resultados parciais da pesquisa "Mudança institucional e cultura política: uma análise da imagem pública da Assembleia Legislativa de Minas Gerais (1991-2006)", financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG). Além do autor deste trabalho, os seguintes assistentes de pesquisa participaram desta fase da pesquisa: Cinthia Barros dos Santos, Fabrício Fialho, Denise Bárbara de Sousa, Ramiro Queiroz, Renato Francisquini, Mariah Lança de Queiroz Casséte, Vinícius Baptista Soares Lopes, Fabrícia de Almeida Costa, Ana Luísa Gomes e Angel Dornelas Trindade.

Esse ambiente é composto pela cobertura política do principal jornal mineiro, o *Estado de Minas* (EM) e, em menor medida, pelas estratégias de comunicação da ALMG. Nossa análise concentrar-se-á no primeiro componente do ambiente informacional, buscando saber se e em que medida houve mudança no padrão da cobertura do EM como resposta às inovações institucionais em curso na ALMG durante o período coberto por nosso estudo (1987-1994 e 1999-2002). Ao responder essa questão, estaremos mais próximos de responder outra pergunta: se a mídia contribuiu ou não para a continuidade da imagem pública da ALMG.

Até onde a análise dos dados de que dispomos nos permite avançar, o que caracteriza a atitude do jornal *Estado de Minas* diante da ALMG, durante a maior parte do período investigado, é a “sobriedade”, caracterizada por uma postura equilibrada em matérias que ocupam, em geral, espaço moderado na cobertura política do jornal. Dessa postura resulta uma clara neutralidade na cobertura do jornal, mas uma neutralidade com viés, pois ela contribui para a reprodução de atitudes prévias e já consolidadas em relação à ALMG.

Isso não significa que a ALMG tenha sido vítima de uma estratégia arquitetada pelo EM² no sentido impedir a mudança da opinião pública mineira em relação ao legislativo estadual. Mas, apenas que, devido a critérios de noticiabilidade (WOLF, 1987), o padrão da cobertura da ALMG realizada pelo jornal *Estado de Minas* não sofreu alterações substantivas com as inovações institucionais realizadas pela ALMG, ao menos no sentido de surgir um novo padrão, bem definido e estável.

Ainda assim, a simples publicação de matérias sobre assuntos associados ao desenvolvimento institucional e sobre as atividades realizadas em parceria com a sociedade civil aumenta a visibilidade pública das novidades introduzidas pela ALMG. Em associação com outras formas de disseminação de informação, isso também contribui, em longo prazo, para uma eventual mudança mais substantiva da imagem pública da instituição. O período escolhido para a nossa análise tem como objetivo dar conta dos marcos principais do processo de mudança institucional, compreendendo o período que a precedeu (1987-1990), passando pelos seus primórdios (1991-1995) e concluindo com uma fase em que tal processo já estava consolidado (1999-2002), podendo, dessa forma, identificar continuidades e mudanças no padrão da cobertura do EM.

² Como veremos adiante, apenas na 14ª legislatura pode-se falar de ações deliberadas do EM, criando um ambiente de disputa aberta entre as duas instituições pelo controle da imagem pública da ALMG.

O projeto de inovação institucional³

No início da década de 1990, a ALMG criou um conjunto de eventos institucionais visando promover uma interlocução contínua com a sociedade mineira. Com tal objetivo, foram concebidos os Ciclos de Debates, as Audiências Públicas Regionais, os Seminários Legislativos e os Fóruns Técnicos, sendo que esses dois últimos culminam com a elaboração de projetos de lei.

Além da democratização da instituição, tornando-a mais permeável à presença e participação da sociedade civil na produção legislativa, a ALMG também investiu sistematicamente na sua modernização e profissionalização. Em 1992, a Assembleia mineira criou a primeira Escola do Legislativo do país, oferecendo formação e qualificação profissional para o seu corpo técnico⁴, além de desenvolver uma série de atividades pedagógicas no sentido de fomentar a “educação para a cidadania” (ASSIS, 1997).

A separação entre corpo técnico e política é, certamente, um dos marcos desse processo. Já em 1987, a Deliberação da Mesa 342/87 limita a lotação de servidor efetivo em gabinete parlamentar⁵, e, em 1990, por meio da resolução 5.086/90, a Assembleia Legislativa de Minas Gerais estabeleceu que, além de concursado, o seu corpo técnico serviria, exclusivamente, à estrutura administrativa da Casa. Ainda no início da década de 1990, a ALMG realizou concursos públicos para contratar técnicos especializados nas diversas áreas temáticas da produção legislativa.

Outro esforço pioneiro foi a informatização da Assembleia, iniciado em 1979, por meio de convênio estabelecido com o Prodasen (DULCI e FARIA, 2005), e consolidado com a disponibilização de todos os atos legislativos, desde os projetos de leis aos anais da ALMG, no site da Assembleia.

O conjunto dessas inovações colocou a ALMG, no decorrer da década de 1990, na “vanguarda” dos legislativos estaduais brasileiros. Mas, considerando que inovações institucionais não geram, automaticamente, mudanças nas atitudes políticas dos cidadãos, a aproximação mais efetiva da ALMG com a sociedade mineira dependeria ainda de um conjunto de ações na área de comunicação, capaz de promover uma imagem mais positiva da instituição.

³ Esta seção do artigo foi elaborada a partir de Fuks (2010).

⁴ Ver Assembleia Legislativa de Minas Gerais. Estrutura Organizacional e Visão Institucional da ALEMG, 2002.

⁵ Ver Assembleia Legislativa de Minas Gerais. Estrutura Organizacional e Visão Institucional da ALEMG, 2002.

Não por acaso, desde o início, o projeto de inovação institucional reservou um lugar especial para o setor de comunicação da ALMG. Também não foi por mera coincidência que, em 1990, a ALMG contrata a empresa de consultoria Lélío Fabiano & Associados para a realização do Planejamento Estratégico de Comunicação Social da Assembleia.

Esse Planejamento, que estabelece os princípios e indica medidas que nortearão as atividades desenvolvidas ao longo da década de 1990, sugere a criação de um setor de comunicação autônomo e profissional. Somente com essa equipe de profissionais e a criação de uma estrutura específica para lidar com a questão da comunicação, interna e externa, a ALMG seria capaz de reverter sua imagem negativa.⁶ Seguindo essa orientação foi criado, em 1990, o Departamento de Comunicação Social da ALMG.

Durante a década de 1990, a ALMG montou um potente sistema de comunicação, contanto com uma série de meios de produção e veiculação de informação para o público externo. Em novembro de 1995, a Assembleia Legislativa de Minas Gerais inaugurou o primeiro canal legislativo da América Latina⁷ (RENAULT, 2004). Outra importante iniciativa da área de comunicação da ALMG foi a contratação, em 2002, de duas agências de publicidade, visando dinamizar a comunicação com a população mineira. O edital de concorrência ressalta, de um lado, as realizações do setor de comunicação da ALMG ao longo de dez anos – “primeiro programa de televisão, primeira revista, primeiro sistema de informações *on-line*, primeira *homepage*, primeira TV legislativa” – e, de outro, a necessidade de se buscar novos caminhos para a divulgação de sua imagem pública, pois

(...) a Assembléia nunca conseguiu com eficiência emplacar um conceito forte perante a sociedade. A idéia que se tem da Casa – a julgar pela análise que dela fazem os licitantes em suas análises neste processo – é que seus propósitos, embora fortes e elogiáveis, não são percebidos pela sociedade. (Processo licitatório nº 72/2001. Edital de concorrência 003/2001 da Assembleia Legislativa de Minas Gerais para a contratação de duas agências de publicidade. Anexo I: Projeto Básico (briefing), p. 3)

No *briefing* do edital de licitação, é expresso o objetivo de mudar esse cenário adverso, por meio da disseminação junto à população da “ideia de

⁶ Ver Lélío Fabiano & Associados Comunicação Empresarial, Planejamento Estratégico de Comunicação Social para a Assembleia Legislativa de Minas Gerais, relatório, 1990, p. 2..

⁷ Criado logo após a publicação da Lei 8.977/95.

uma Assembleia trabalhadora e eficiente em suas ações” e “aberta à participação do cidadão e capaz de responder com agilidade às demandas e pressões populares”.

Dentre todas as iniciativas da área de comunicação da ALMG, merece destaque o programa *Assembleia Informa*. Esse noticiário institucional, com duração de 2 minutos, foi exibido, de segunda a sexta-feira, nas emissoras comerciais do estado, de outubro 1991 a outubro 2001. Com mais de duas mil edições, o *Assembleia Informa* divulgou, durante esses dez anos, informações sobre as atividades do legislativo mineiro. Além disso, a ALMG publicou, no mesmo período, matéria paga semanal no jornal de maior circulação no estado, o *Estado de Minas*, intitulada *Acontece na Assembleia*. Esse conjunto de informações veiculadas na mídia comercial constitui, provavelmente, a ação de maior envergadura já empreendida por um legislativo estadual no Brasil no sentido de conferir visibilidade pública à instituição.⁸

Esse abundante fluxo informacional produzido e veiculado pela ALMG deixa claro que a cobertura do EM ocorre dentro de um complexo ambiente informacional e que, portanto, mudanças e continuidades na opinião pública mineira têm de ser interpretadas à luz desse quadro mais amplo.

Seria de se esperar que a excepcionalidade da experiência da instituição parlamentar mineira, em associação com poderosos recursos de comunicação, fosse acompanhada por uma mudança perceptível da opinião pública. É exatamente esse o foco da próxima seção: se e em que medida esse amplo leque de inovações institucionais e estratégias de comunicação causou impacto sobre a imagem pública da ALMG. Como veremos na análise que se segue, tal mudança de imagem não ocorreu da forma esperada e, muito menos, de forma homogênea pela população mineira.

O padrão geral da cobertura

Já sabemos que a ALMG passou por uma profunda mudança, criando mecanismos de participação e de aproximação com a sociedade civil e de modernização institucional. Também sabemos que, apesar dos esforços da ALMG de levar para a sociedade uma nova imagem da Assembleia, as ati-

⁸ Não por acaso, o Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas dos Estados de São Paulo e do Paraná “concederam à Assembléia mineira o Prêmio Opinião Pública 94 – distinção dada aos melhores trabalhos de relações públicas realizados em benefício de empresas e instituições privadas ou governamentais do Brasil” (Documento elaborado pela Secretaria de Comunicação Institucional da ALMG, Desenvolvimento institucional da Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, Outubro de 1994).

tudes dos mineiros em relação à ALMG não foram alteradas, reproduzindo a desconfiança nas instituições políticas predominante no Brasil.

Como observamos no início do artigo, eventuais mudanças na imagem pública da ALMG só podem ocorrer, em curto e médio prazo, por meio das mensagens que circulam no ambiente informacional sobre a ALMG. No caso da ALMG, o ambiente informacional se reduz à cobertura da mídia impressa e às mensagens produzidas pela própria instituição. Aliás, essas duas principais fontes de informação sobre a ALMG interagem entre si, a tal ponto que algumas decisões estratégicas da área de comunicação da Assembleia tiveram como motivação fazer frente às mensagens sobre ela veiculadas nos jornais e, com isso, exercer maior controle sobre a construção de sua imagem pública.

Diante do fato de que a imagem pública da ALMG não sofreu alterações substantivas desde o início da década de 1990, seria uma grande surpresa se descobríssemos que as transformações pelas quais passou a ALMG tiveram impacto positivo significativo sobre a cobertura do *Estado de Minas*.

Os dados apresentados a seguir não frustram a nossa expectativa. O que eles trazem de novo é um melhor entendimento do papel da cobertura do EM no processo de reprodução da cultura política mineira. Veremos que durante a maior parte desse período, o padrão dominante da cobertura não foi o desinteresse ou ataque constante à ALMG, o que, certamente, não estaria em desacordo como a imagem pública da ALMG. Mas, também não se pode afirmar que o EM deu destaque e retratou de forma positiva a ALMG. A cobertura da ALMG realizada pelo jornal caracterizou-se por sua moderação, com tom ameno e equilibrado e sem esconder ou conferir destaque à instituição. Desse quadro, conclui-se que tanto os efeitos da mudança institucional sobre a cobertura política do EM como os efeitos, na opinião pública, das matérias sobre a ALMG publicadas no jornal foram, praticamente, nulos.

O padrão da cobertura do EM comprova a tese, na versão retomada por Zaller (1996), dos efeitos massivos dos meios de comunicação.⁹ O argumento de Zaller é simples e direto: os efeitos dos meios de comunicação de massa são

⁹ O curioso é que esta tese era o ideal normativo de um trabalho anterior do autor (ZALLER, 1992), mas, nesse caso, não, necessariamente, realizado. Ou seja, nesse trabalho anterior, a possibilidade da assimetria informacional fazia parte do modelo.

substantivos, mas eles são pouco visíveis porque, em geral, há um equilíbrio, no fluxo informacional, entre as mensagens das elites políticas em disputa e, portanto, os efeitos contrários se anulam. Assim fica a sensação de que os impactos da mídia, seja o da cobertura, seja o da propaganda política, são modestos. O autor ainda observa que, num contexto de baixo fluxo informacional, apenas os mais atentos estão sujeitos ao impacto da mídia, mas, quando esse fluxo se intensifica e ganha destaque, os efeitos dos meios de comunicação se ampliam na população.

Esse modelo é útil para analisar a cobertura da Assembleia Legislativa de Minas Gerais realizada pelo jornal *Estado de Minas*. Embora não se trate da dinâmica política que Zaller tinha em mente (pois não envolve a disputa entre elites política), podemos estimar aqui o resultado esperado do equilíbrio que identificamos no tom e na visibilidade das matérias sobre a ALMG. Seguindo também o modelo proposto por Zaller, espera-se que os efeitos sejam mais ou menos difusos em função da intensidade e do destaque do fluxo informacional sobre a ALMG, em períodos diversos.

De forma resumida, defendemos a tese de que o equilíbrio, na cobertura, promove, de forma não intencional, um estado de inércia na opinião pública.¹⁰ Ao contrário do estudo de Zaller, não se trata de um equilíbrio entre mensagens conflitantes, mas de um equilíbrio resultante do predomínio de matérias neutras na cobertura do *Estado de Minas*. O “caminho do meio”, nesse caso, teve como efeito não antecipado o reforço da visão convencional do legislativo mineiro, a qual, por sua vez, segue a imagem pública predominante a respeito das instituições políticas brasileiras. O viés da neutralidade, nesse caso, é que, embora predominantemente neutra, a cobertura do jornal EM, nas três legislaturas investigadas, favoreceu a permanência de uma imagem negativa da ALMG.

Nossas análises foram realizadas a partir dos dados referentes a dois períodos da cobertura do jornal *Estado de Minas* (1987-1994 e 1999-2002). Para construir o banco de dados, realizamos três amostras aleatórias, referentes à 11ª legislatura, à 12ª legislatura e à 14ª legislatura.

¹⁰ Não temos como controlar o efeito da cobertura sobre a opinião pública por outras variáveis relevantes. Nem tampouco, podemos estabelecer uma “sintonia fina” temporal entre a cobertura e os *surveys*, tendo em vista que os dados da cobertura são de natureza amostral e que os *surveys* são realizados em datas específicas.

Tabela 1: Constituição do banco de dados

Legislatura	Quantidade de dias	Amostra	Dias no banco	Quantidade de dias onde não foram encontradas matérias
11ª legislatura	1253	295	288	7
12ª legislatura	1296	298	297	1
14ª legislatura	1491	306	301	5

A coleta de dados foi estruturada por variáveis pré-codificadas, visando obter informações a respeito da data, do tamanho, do formato, da localização, dos temas e do destaque da ALMG na matéria. Criamos, a partir dessas variáveis, dois índices: centralidade e valência.¹¹ Ao criar esses índices buscamos superar as limitações presentes no uso de apenas uma variável no tratamento quantitativo de dados pouco precisos e de natureza complexa. Além disso, há uma considerável redução no viés de coleta de dados quando a valência é tratada como uma escala criada a partir da soma de inúmeras variáveis, sendo a maioria delas bem visíveis e objetivas se comparadas com uma variável geral de valência.¹² Da mesma forma, criamos o índice de centralidade da matéria com objetivo de termos um indicador multifacetado a respeito do destaque que as matérias sobre a ALMG recebem na cobertura do EM.

O número de matérias em todo o período analisado foi 6.650, e o número médio por dia, 7,4.¹³ O número surpreende por ser alto, mas o mesmo não pode ser dito a respeito do tamanho das matérias. As matérias sobre a ALMG ocupam um lugar discreto na cobertura do EM, sendo que 76% das matérias não ultrapassam 1/8 de página, e 90%, 1/4 de página. O tipo de matéria emblemática deste padrão são as “notas em coluna”.¹⁴ Das 6.650 matérias de nossa amostra, 2.474 são notas em coluna.

A sobriedade da cobertura pode também ser observada em relação à presença que as matérias têm nas páginas do jornal e que a ALMG tem nas matérias que se referem a ela. A distribuição das matérias em função de seu

¹¹ A descrição da construção desses índices encontra-se, respectivamente, nos anexos 1 e 2 deste artigo.

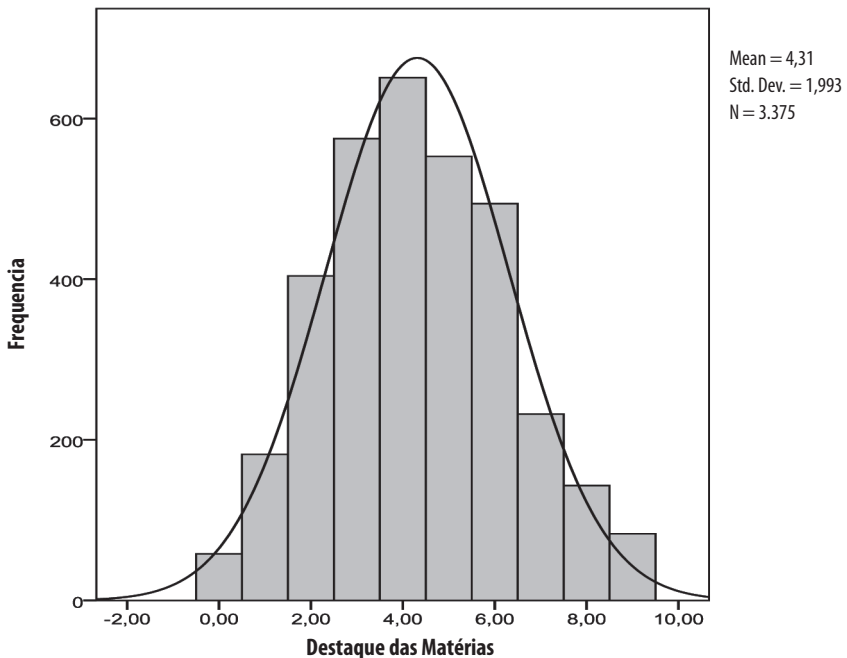
¹² O critério utilizado para definir a valência geral de uma matéria a partir de uma única variável é a resposta, positiva ou negativa, à seguinte pergunta: a ALMG gostaria de ver essa matéria publicada? (ARNOLD, 2004).

¹³ O critério para a inclusão da matéria no banco de dados é ela fazer alguma referência a deputado estadual ou à Assembleia Legislativa de Minas Gerais.

¹⁴ As notas de coluna são pequenas notas inseridas nas colunas assinadas.

maior ou menor destaque deixa claro como o “caminho do meio” é o padrão da cobertura do EM. As matérias sobre a Assembleia nem estão escondidas nas últimas páginas do jornal, nem estão estampadas na primeira página. Da mesma forma, a ALMG nem é o tema central, nem apenas “pega carona” nas matérias em que é citada.

Gráfico 1 – Distribuição do índice de centralidade



Fonte: Pesquisa Mudança institucional e cultura política: uma análise da imagem pública da Assembleia Legislativa de Minas Gerais (1991-2006).

O viés das matérias também retrata bem a moderação do *Estado de Minas* em relação à ALMG. Chega a ser monótono o padrão da cobertura do jornal, tal o predomínio da “neutralidade” no tom das matérias sobre a ALMG. Na escala de 15 pontos, que vai de -7 a +7, mais de 50% da cobertura se situa no ponto de equilíbrio absoluto e, mais de 80%, oscila em uma unidade, para cima ou para baixo, desse ponto. Além do predomínio de matérias que não têm consequências para a imagem da ALMG, aspectos negativos do desempenho dos deputados e positivos da ALMG se anulam nas páginas do jornal.

O que podemos prever como resultado desse padrão de cobertura, caracterizado por um fluxo informacional moderado, pela presença discreta e tom neutro? Nesse contexto, espera-se que o impacto do EM seja, praticamente, nulo. Considerando o desinteresse do brasileiro e, nesse caso, do mineiro por política, seria necessário um intenso fluxo informacional, com o predomínio de matérias em destaque, para que efeitos da cobertura alcançassem a opinião pública mineira. Ainda que as informações sobre a ALMG fossem socialmente difundidas, o equilíbrio não-polarizado da cobertura, além de não oferecer enquadramentos alternativos (DOUGLAS, 2004) que alimentem o debate público sobre a instituição, não afetaria a imagem prévia da ALMG. O resultado natural desse processo é, simplesmente, as coisas permanecerem como estão. Ou seja, o fluxo informacional gerado pelo principal jornal do estado de Minas Gerais¹⁵ não estimula uma mudança de sua imagem pública.

Conforme veremos adiante, num certo período, o *Estado de Minas* abandona a sua postura sóbria em relação à ALMG e passa a retratar, com regularidade, a ALMG de forma negativa. Rompida a era da neutralidade, nesse período, pela primeira vez, há um clima de controvérsia pública que coloca, de um lado, o jornal EM e, de outro, a própria Assembleia. Nesse período dominado pela “política da imagem” (GOMES, 2004) ou mesmo guerra de imagem, prevaleceu o jornal, colocando como principal tema da agenda política de 2001 o escândalo dos mega-salários dos deputados estaduais.

Essa visão geral da cobertura não nos permite avaliar a mudança de padrão durante o período analisado por nós. Somente desagregando os dados por legislatura e, em alguns casos, por ano, teremos uma compreensão mais clara a respeito de eventuais mudanças na cobertura do EM e, por sua vez, do impacto do jornal sobre a percepção do mineiro sobre a ALMG. Começaremos, na próxima seção, pela análise do padrão da cobertura por legislatura, deixando para a última seção do artigo as considerações sobre os seus efeitos sobre a imagem pública da ALMG.

¹⁵ De acordo com dados da superintendência de circulação do jornal, a tiragem, média, do *Estado de Minas*, é de 191 mil exemplares. A superintendência não disponibilizou dados da tiragem por dia da semana.

Continuidade e Mudança no Padrão da Cobertura por Legislatura

Eventos marcantes e contextos institucionais

A 11ª legislatura estende-se de fevereiro de 1987 a janeiro de 1991. O evento regional marcante desse período é, sem dúvida, a Constituinte mineira, instalada em 5 de outubro de 1988. Incluindo os seus preparativos e os eventos vinculados a ela que se desdobraram no tempo e, especialmente, na cobertura do jornal *Estado de Minas*, a Constituinte enquanto evento noticiável cobre, praticamente, toda a 11ª legislatura.

A Constituinte confere ao legislativo estadual um lugar incomum na agenda pública. Acostumada a ocupar o segundo plano da atenção pública e midiática e à condição de Poder subalterno, a ALMG, durante esse período, passa a ser percebida como uma instituição política relevante.

Outro aspecto singular é a dinâmica que envolve a relação entre a ALMG e a sociedade civil. Sabemos que, politicamente, a Constituinte foi o laboratório que gerou um novo padrão de interação entre segmentos da sociedade civil e setores da Assembleia que, anos depois, serviu como uma das bases de sustentação do projeto de inovação institucional da ALMG, em especial o seu “braço” democratizante.

A 12ª legislatura, que cobre o período de fevereiro de 1991 a janeiro de 1995, é o marco inaugural do projeto de inovação institucional da ALMG. Apenas como ilustração, nesse período, são criados os Ciclos de Debates (1991), os Seminários Legislativos (1991) e os Fóruns Técnicos (1992). Além disso, é criada, em 1992, a primeira Escola do Legislativo do país e, em 1995, o primeiro canal de televisão legislativo no Brasil. Portanto, por ser “novidade” e por gerar tantos eventos significativos, é esperado que, entre todas as legislaturas, a 12ª legislatura seja responsável por colocar a mudança institucional da ALMG na agenda pública e criar condições para uma mudança no padrão da cobertura jornalística da instituição.

A 14ª legislatura¹⁶, de fevereiro de 1999 a janeiro de 2003, se situa num período em que as bases da “nova” ALMG já estavam consolidadas. Não faltaram, nesse período, eventos marcantes que tiraram a Assembleia de sua

¹⁶ Para uma análise mais detalhada do contexto e da cobertura da 14ª legislatura, ver Fuks (2010).

rotina. Afinal de contas, na 14ª legislatura, foram diversos os episódios envolvendo a relação tensa entre a Assembleia e o governador Itamar Franco. Nem mesmo faltou um *issue* emblemático capaz de unificar e conferir visibilidade à 14ª legislatura: a privatização da Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig). Grandes eventos públicos sediados na ALMG também fizeram parte da 14ª legislatura. Entre eles, destacam-se os seminários legislativos “Desemprego e Direito ao Trabalho” e “Água de Minas II”.

Mas, apesar de todos esses “fatos”, a 14ª legislatura, assim como a 11ª legislatura, foi dominada por um grande evento, porém, ao contrário daquela, esse evento não está associado a uma imagem positiva da Casa. O que marcou a legislatura, assim como as páginas da cobertura política do *Estado de Minas*, nos anos 2001 e 2002, foi um escândalo envolvendo os salários dos deputados estaduais, conhecido como o escândalo dos mega-salários.

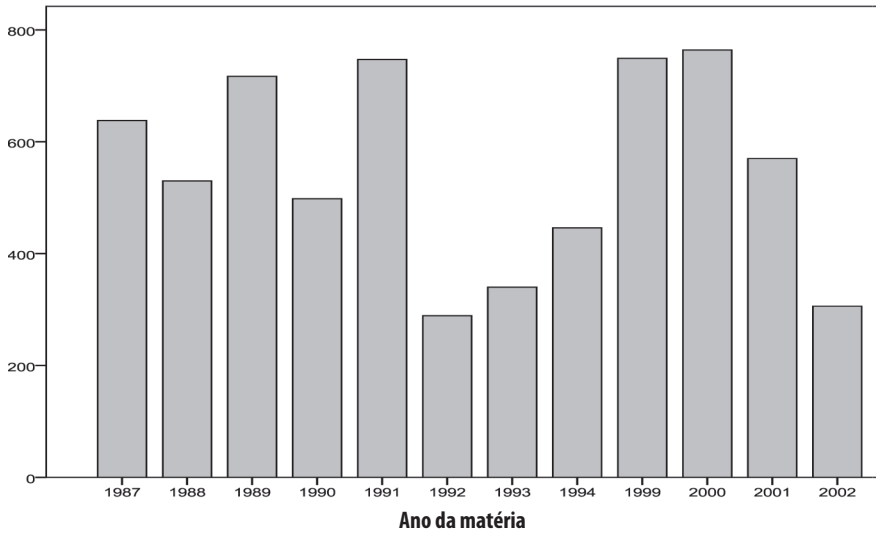
Esse escândalo inicia-se já como escândalo midiático (THOMPSON, 2002), pois é fruto de matéria investigativa publicada no dia 1º de agosto de 2001, no jornal *Estado de Minas*.¹⁷ Durante 45 dias, a sociedade mineira foi “bombardeada” com matérias que, além de alimentar o escândalo, exploravam todos os aspectos negativos do comportamento dos deputados estaduais e da Assembleia Legislativa de Minas Gerais.

A dinâmica temporal da cobertura

Uma primeira avaliação comparativa do volume da cobertura indica um equilíbrio entre as coberturas da 11ª (2.440 matérias) e da 14ª (2.406 matérias) legislaturas. A 12ª legislatura (1.804 matérias) foi a que menos ocupou espaço nas páginas do *Estado de Minas*. Desagregando a cobertura por ano, fica claro que a distribuição da cobertura dentro das legislaturas obedece a padrões distintos. Enquanto na 11ª legislatura a cobertura aumenta e diminui, alternadamente, na 12ª e na 14ª legislaturas, o padrão é mais linear, sendo que na primeira ela cresce com o tempo e, na última, torna-se mais escassa.

¹⁷ Para um estudo detalhado sobre o escândalo dos mega-salários, ver de Sousa (2007).

Gráfico 2 – Número de matérias por ano

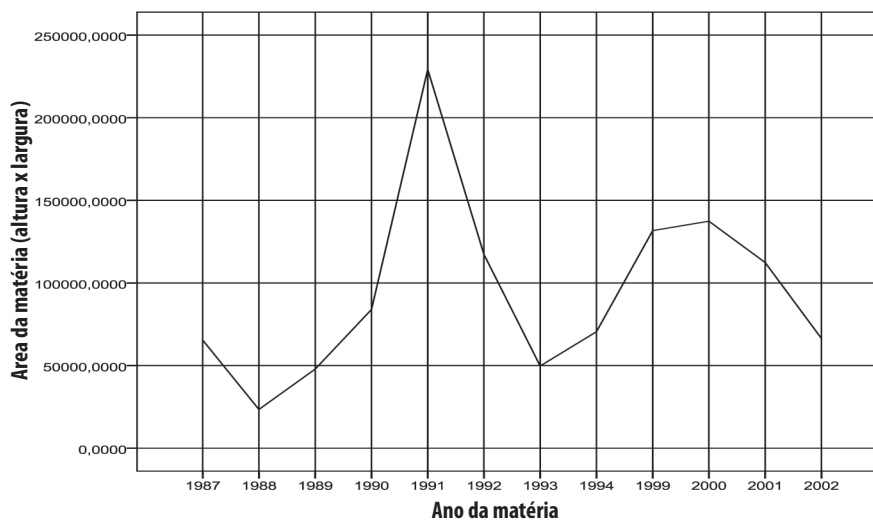


Fonte: Pesquisa mudança institucional e cultura política: uma análise da imagem pública da Assembleia Legislativa de Minas Gerais (1991-2006).

Curioso o fato de que, exatamente no período em que a ALMG estava ativamente engajada na criação de uma série de eventos inovadores e no desenvolvimento institucional e buscando, por meio de estratégias ousadas de comunicação, se tornar visível para a população, o parlamento mineiro recebe um número menor de matérias na cobertura do EM. Mas, quando consideramos a área total da cobertura por legislatura, o quadro fica mais claro, pois o padrão da 11ª legislatura é publicar muitas matérias pequenas, o da 12ª legislatura, poucas e longas matérias, e o padrão da 14ª legislatura são muitas matérias de tamanho moderado.

Chama atenção o “pico” de matérias mais longas em 1991 e 1992. Esse período coincide com o marco inaugural das mudanças institucionais na ALMG e faz todo sentido pensar que, se em algum momento, elas geraram notícia, isso teria ocorrido quando elas eram “novidade”.

Gráfico 3 – Média da área da matéria por ano

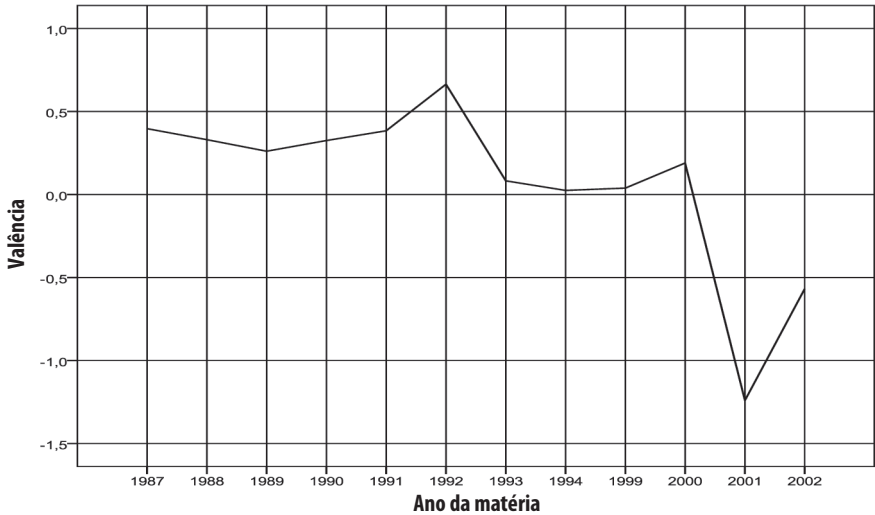


Fonte: Pesquisa mudança institucional e cultura política: uma análise da imagem pública da Assembleia Legislativa de Minas Gerais (1991-2006).

Essa hipótese é reforçada quando substituímos, na análise dos dados, o tamanho da matéria pelo destaque da matéria nas páginas do jornal e da ALMG no interior da matéria. Assim como a distribuição da área pelos anos das três legislaturas, a distribuição do índice de centralidade mostra o crescimento do destaque da cobertura da ALMG até chegar ao auge no ano de 1992 e, em seguida, declinar.

O mesmo padrão pode ser verificado em relação à valência das matérias: o início da 12ª legislatura é o período em que, em média, a valência das matérias é mais positiva.

Gráfico 4 – Média da valência por ano



Fonte: Pesquisa mudança institucional e cultura política: uma análise da imagem pública da Assembleia Legislativa de Minas Gerais (1991-2006).

Além disso, se comparado com a 11ª legislatura, há um súbito aumento de matérias sobre eventos legislativos (de 0,9% para 4,7% das matérias publicadas) e modernização da ALMG. Mas, depois que emerge na agenda jornalística, o tema das inovações mantém-se no mesmo patamar, com um ligeiro aumento da 14ª legislatura.

É possível que o *Estado de Minas* tenha sido, em alguma medida, contagiado pela novidade expressa pelo dinamismo e pelas atividades promovidas pela ALMG e, por isso, passou a dar mais destaque e retratar a instituição de forma mais favorável nessa época. No entanto, esse novo padrão de cobertura

não se sustenta no tempo. Isso pode ser atestado, no Gráfico 4, pela queda, vertiginosa, em 2001, na valência da ALMG na cobertura do jornal.

Essa queda merece atenção, pois está associada a um dos eventos marcantes do período estudado: o escândalo dos mega-salários. Tal é a predominância do escândalo dos mega-salários na cobertura dos anos 2001 e 2002 que, das 570 matérias em nossa amostra do ano de 1991, 101 foram, diretamente, dedicadas ao escândalo.

Essa análise comparativa da cobertura das três legislaturas no permite perceber que, de fato, o *Estado de Minas* não ignorou as transformações pelas quais passou a ALMG durante a década de 1990. Primeiro porque os assuntos referentes aos eventos promovidos pela ALMG junto à sociedade civil mineira e às iniciativas de modernização de sua estrutura e de profissionalização de seu corpo técnico entram na agenda do EM exatamente no momento em que surgem. Difícil de avaliar se o EM faz justiça ao peso e volume dos acontecimentos que sinalizam o desenvolvimento institucional da ALMG, mas a proporção de matérias sobre inovação institucional mantém-se estável desde 1991. Da mesma forma, há indícios de um efeito indireto, de curto prazo, das novidades introduzidas pela ALMG sobre a cobertura do EM. Quando essas novidades surgem, não apenas elas geram notícias como também aumenta, a partir de um enquadramento positivo, a atenção do jornal sobre a ALMG.

Mas, se o EM não ficou indiferente às inovações institucionais, não se pode dizer que houve uma mudança substantiva e inequívoca da cultura política do jornal em relação à instituição legislativa mineira. A evidência mais enfática nesse sentido é a de que a trajetória da cobertura do EM durante esse período não é linear. O número e o tamanho médio das matérias sobre a ALMG oscilam e, mais evidente ainda, a imagem da Assembleia é apresentada de forma mais ou menos favorável em períodos distintos.

Apesar dessas circunstâncias e variações, há, durante todo o período estudado, um padrão dominante de cobertura. Esse padrão é caracterizado pela sobriedade, sem excessos, nem para mais, nem para menos. Predominam matérias curtas, um tom discreto e a presença moderada da ALMG nos espaços de destaque do jornal.

Quanto ao impacto da cobertura sobre a opinião pública, parece que ele foi considerável, ao menos no sentido de contribuir para a permanência das atitudes tradicionais dos mineiros em relação à ALMG. A sobriedade do

tratamento que o *Estado de Minas* conferiu à ALMG só reforçou o efeito da “contaminação”, o qual impede que a sociedade mineira reconheça a singularidade de cada um dos objetos da política, nesse caso, a ALMG.

Mas, esse efeito de continuidade só ocorreu com a contribuição de fatores externos à cobertura. O primeiro deles é o impacto diferenciado da cobertura em públicos distintos. Apenas os mais atentos à política estão expostos à informação que não se situa nos espaços de maior destaque no jornal. A maioria desinteressada¹⁸ por política só consome, quando o faz, as notícias que se destacam e que, principalmente, ocupam as primeiras páginas do jornal. Sendo assim, somente os eventos que reúnem certos requisitos jornalísticos adquirem, na cobertura, o destaque necessário para se tornar um assunto da atenção pública. Como apontou a nossa análise, são eventos esporádicos, como o escândalo dos mega-salários, que alcançam tal condição. Seguindo o modelo aqui proposto, isso significa que o principal efeito da cobertura equilibrada e amena do jornal EM foi a sua não recepção por parte do grande público.

Como o ambiente informacional da ALMG só alcança os mais sofisticados, são esses e suas redes de interação social que, no curto prazo, podem formar uma nova imagem da ALMG. Como veremos a seguir, os dados de que dispomos sobre a opinião pública mineira sustentam a plausibilidade desse argumento.

A imagem pública da ALMG

Quais são as atitudes da sociedade mineira em relação à ALMG? Escolhemos explorar, aqui, uma atitude-chave que sintetiza o resultado de um estudo específico que realizamos sobre a imagem pública da ALMG¹⁹: a confiança nas instituições políticas. Os dados não poderiam ser mais eloquentes, pois, desde 1993, uma incômoda maioria expressa atitudes negativas em relação ao legislativo estadual. Essa maioria – um número nunca inferior a 64% – confia pouco ou não confia na Assembleia Legislativa de Minas Gerais.

Mas, o mais importante para a nossa análise é saber se houve – e em qual direção – alguma evolução temporal das atitudes dos mineiros em relação

¹⁸ Uma pesquisa da Vox Populi, realizada em 1995, revelou que apenas 32% dos mineiros manifestaram interesse por notícias sobre o trabalho realizado na ALMG e que somente 54% tinha, nos últimos 3 meses, lido, visto ou ouvido (inclusive em conversa) alguma notícia sobre a Assembleia Legislativa.

¹⁹ Uma análise detalhada sobre a imagem pública da ALMG encontra-se em Fuks e Fialho (2009). Essa seção do artigo retoma parte da análise contida nesse estudo.

à ALMG. Na verdade, a mudança que se percebe, ao longo do tempo, é no sentido contrário, expressa na tendência de redução daqueles que “confiam sempre” na instituição.

Tabela 2 – Confiança em instituições políticas (%)

	ALMG		
	1993	2003	2006
Confia sempre	13	10	6
Confia na maior parte do tempo	12	16	15
Confia pouco	26	37	34
Não confia nunca	38	31	38
NS / NR	11	6	6
N	1.153	5.000	6.300

Fontes: Vox Populi (1993; 2003; 2006).

Se os nossos dados longitudinais não nos permitem retroceder para o período anterior a 1993, podemos, ao menos, comparar, num mesmo período, a confiança na ALMG com a confiança dos mineiros em relação ao Congresso Nacional. Encontramos sempre níveis próximos, igualmente baixos. Em 1993, por exemplo, 72% dos mineiros manifestam desconfiança em relação ao Congresso Nacional e, em 2003, 71%. Mas, esse não é apenas um padrão regional. Ao contrário, parece ser o padrão recorrente nas atitudes dos brasileiros em relação às instituições políticas. Em 1996, a sondagem de opinião pública conduzida pelo Latinobarômetro revelou que 72% dos brasileiros tinham pouca ou nenhuma confiança no Congresso Nacional²⁰ (MOISÉS, 2006).

No geral, a imagem pública da ALMG mantém-se praticamente inalterada ao longo do período do nosso estudo. As alterações identificadas parecem seguir mais o ritmo dos acontecimentos políticos e institucionais (como, por exemplo, o escândalo envolvendo a ALMG, em 2001, e o escândalo envolvendo o Congresso Nacional, em 2006), do que uma dinâmica consistente de mudança de opinião pública. De toda forma, essas mudanças caminham no sentido inverso do esperado, indicando um aumento das atitudes negativas.

Os dados disponíveis excluem, portanto, a possibilidade de que, no geral, tenha havido uma mudança favorável na confiança dos mineiros em relação

²⁰ A Pesquisa Social Brasileira, realizada em 2002, revela um quadro de desconfiança ainda mais acentuada. Nela, 86% dos brasileiros não confiam ou confiam pouco no Congresso Nacional.

ao poder legislativo estadual. Apesar disso, congruente com a análise que apresentamos da cobertura do EM, na época em que se inicia o projeto de inovação institucional (os dados de 1993), há uma distância bem mais significativa do que em outros períodos entre a parte da sociedade mineira que não deposita confiança na ALMG (64%) e no Congresso Nacional (72%).

Importante observar que, seguindo as linhas da nossa análise do padrão diferenciado do consumo das matérias sobre a ALMG publicadas no jornal *Estado de Minas*, a recepção das mensagens não ocorreu de forma homogênea por todos os segmentos da sociedade. Se o impacto do fluxo informacional varia em função do grau de atenção dos diversos públicos (ZALLER, 1996), qual seria o segmento da população mineira que acompanha o que acontece no legislativo estadual? Conforme apontam os dados, esse universo é bastante restrito.

Seguindo os dados dos *surveys* da Vox Populi, em 1993, mais da metade dos mineiros não tinha o hábito de se informar sobre o que acontece na ALMG. A pesquisa realizada em 1995 revela um mesmo padrão: mais da metade da sociedade mineira, 65%, tem pouco ou nenhum interesse, nem costuma se informar a respeito do que acontece na Assembleia (54%).

Portanto, para a maioria dos mineiros, a ALMG se situa num espaço distante do seu mundo cotidiano, sem despertar interesse por informação.²¹ Assim como vimos em relação à confiança em instituições políticas, esse quadro de desinformação coincide com o que encontramos sobre política em geral no Brasil.²²

Se não se informa, é mais provável que a imagem que esse indivíduo tenha do legislativo estadual seja resultado de processos variados. Conforme salientado em nossa análise da cobertura do EM, a recepção de informação menos custosa e de maior destaque, como a primeira página dos jornais ou as chamadas do noticiário da noite, e, por inércia, o uso de certos “atalhos”, como, por exemplo, associar a imagem vaga que tem dos políticos e instituições políticas em geral à sua avaliação do legislativo estadual, são fatores decisivos.

²¹ A distância entre a sociedade e o legislativo mineiro acentua-se quando passamos da esfera da informação para o campo do comportamento. O número reduzido dos entrevistados que declaram já terem ido à Assembleia (8%) cai para 1%, quando consideramos apenas aqueles que frequentaram a ALMG para participar de reuniões de plenário ou comissões.

²² De acordo com o levantamento do Latinobarômetro, mais de 60% dos brasileiros, em 1996, não tinham o hábito de se informar sobre política, sendo que 3/4 da população declaravam ter pouco ou nenhum interesse por política (MOISÉS, 2006).

Por outro lado, uma minoria se informa não apenas pelas mensagens produzidas pelos meios convencionais de comunicação, mas também por mensagens produzidas pela própria Assembleia. É esse público que está diretamente exposto à cobertura cotidiana dos meios de comunicação.

Mas, quais seriam os segmentos socioeconômicos da sociedade mineira que constituem esse público? A resposta é simples e direta, pois a distribuição de informação a respeito da ALMG segue um padrão bem definido: o percentual de informados é sobre com o aumento da escolaridade e renda.

Tabela 3 – Percepção de informação sobre as atividades da ALMG, por nível de escolaridade (%)

	Até 4ª série	De 5ª a 8ª	Ensino Médio	Superior (%)
Tem muita informação a respeito	3	5	6	9
Tem pouca informação	20	26	35	40
Não tem quase nenhuma informação a respeito	20	23	26	28
Não tem nenhuma informação a respeito	55	46	32	22
NR	2	1	1	2
N	2.370	1.565	1.811	553

Fonte: Vox Populi (2006)

A imagem da ALMG reflete o nível de informação de que o indivíduo dispõe. No que diz respeito à relação entre informação e avaliação do trabalho realizado pela instituição, por exemplo, os dados de 2003 revelam que aqueles que consideram ter muita informação sobre a ALMG apresentam quase o dobro de chance de avaliarem positivamente a instituição quando comparados com aqueles que dizem não ter nenhuma informação (80% a 46%).²³

Parece, então, haver fundamento a suspeita de que, embora de forma modesta, a cobertura do EM integre o elenco de fatores que explicam as atitudes dos mineiros em relação à ALMG. A continuidade do padrão negativo das atitudes, a excepcionalidade da opinião pública em 1993 e as distintas imagens públicas da ALMG em função do tipo de público confirmam tendências esperadas pela cobertura política do EM no período incluído em nossa investigação.

²³ Outra evidência que corrobora a relação entre ter mais informação sobre a ALMG e uma visão mais positiva a seu respeito é o fato de que uma parcela significativa da audiência do programa Assembleia Informa afirmou, em 1993, ter mudado, no sentido favorável, sua opinião a respeito da ALMG (27%).

Importante reforçar que o nosso argumento se sustenta tanto no padrão da cobertura como no da sua recepção. Nesse sentido, o que explica as atitudes em relação à ALMG não é propriamente a cobertura, mas sua interação com uma cultura política prévia e com públicos diversos. Dessa forma, a inércia aqui identificada das atitudes dos mineiros em relação ao legislativo estadual deve-se, em parte, ao efeito da visão tradicional e negativa que os brasileiros têm do mundo da política, dificultando a recepção de mensagens que não reiterem essa imagem geral.

Além disso, devemos considerar que a veiculação de eventos negativos tem efeitos devastadores sobre a imagem pública das instituições, enquanto eventos positivos, quando tornados públicos, apresentam efeitos bem limitados.

Obviamente, apesar de todas as ações coletivas voltadas para a mudança institucional, a ação individual dos políticos – regida pela lógica de outras arenas e interesses que não a da instituição legislativa – é também responsável por uma imagem pública da ALMG menos favorável do que se esperaria.

Considerações finais

Este artigo buscou mostrar a relevância do ambiente informacional no processo que define a continuidade e a mudança da imagem pública da ALMG. De acordo com o nosso entendimento, uma eventual mudança, em curto prazo, na opinião pública dependeria das informações publicamente disponíveis a respeito da ALMG.

Nossa pergunta inicial foi se, após o início do amplo projeto de inovação institucional implementado pela instituição, houve mudança no padrão da cobertura do jornal EM. Antes de saber se o *Estado de Minas* exerceu influência na formação das atitudes dos mineiros em relação à ALMG foi necessário, primeiro, saber se as mudanças institucionais, no legislativo mineiro, geraram algum efeito sobre a cobertura do jornal. Descobrimos que a modernização e democratização da ALMG tiveram um efeito discreto sobre a cobertura política do EM. Destacam-se o efeito direto de o jornal passar a publicar matérias sobre as novidades institucionais introduzidas pela ALMG e possíveis efeitos indiretos de curta duração, em 2001, quando o EM conferiu maior destaque e retratou a Assembleia de forma mais favorável.

Diante de um público pouco interessado em política (e muito menos na ALMG) e de uma cultura política fundada em atitudes negativas em relação

às instituições políticas, as mudanças discretas no padrão da cobertura do EM pouco contribuíram para alterar a imagem pública da ALMG. Ainda assim, as informações que circularam, no jornal, sobre o desenvolvimento institucional da ALMG alcançaram o público composto pelos indivíduos atentos ao que acontece no mundo da política, possivelmente favorecendo, em relação a esse grupo restrito, a formação de atitudes mais favoráveis à instituição.

Alterações mais profundas na imagem pública da ALMG dependem de processos sociais mais complexos e duradouros, que passam por experiências reiteradas e envolvem o contato direto com a instituição. Nesse sentido, apesar de já ter passado mais de uma década e meia, o impacto das inovações institucionais sobre a opinião pública ainda não pode ser, devidamente, avaliado, dependendo do longo tempo que envolve a transmissão, por meio de uma complexa rede de fluxos informacionais, e a consolidação de atitudes políticas e a progressiva ampliação dos segmentos sociais que estabelecem contato direto com a instituição.

Referências bibliográficas

- ANASTASIA, Fátima. 2001. “Transformando o Legislativo: a experiência da Assembléia Legislativa de Minas Gerais”. In: SANTOS, Fabiano (org.). *O poder Legislativo nos Estados: diversidade e convergência*. Rio de Janeiro: FGV.
- ARNOLD, Douglas. 2004. *Congress, the press, and political accountability*. New Jersey: Princeton University Press.
- ASSIS, Luiz Fernandes de. 1997. “Educando para a cidadania: a experiência da escola do Legislativo”. *Educação & Sociedade*, n. 59, p. 367-385.
- DOUGLAS, Arnold (2004), *Congress, the Press, and Political accountability*. New Jersey: Princeton University Press.
- DULCI, Otávio & FARIA, Maria Auxiliadora. 2005. *Diálogo com o tempo: 170 anos do Legislativo Mineiro*. Belo Horizonte: Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais.
- FUKS, Mario & FIALHO, Fabrício. 2009. “Mudança institucional e atitudes políticas: a imagem pública da Assembléia Legislativa de Minas Gerais (1993-2006)”. *Opinião Pública*, v. 15, p. 82-106.
- FUKS, Mario. 2010. “Más notícias: a cobertura do jornal Estado de Minas e a imagem pública da Assembléia Legislativa de Minas Gerais (1999-2003)”. *Revista Sociologia e Política*, v. 18, n. 36, p. 257-276.

- GOMES, Wilson. 2004. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus.
- MOISÉS, José Álvaro. 2006. “A avaliação das Instituições Democráticas e a Qualidade da Democracia no Brasil”. Trabalho apresentado no XX Congresso Mundial da IPSA. Fukuoka, 8-13 de Julho.
- RENAULT, Letícia. 2004. *Comunicação e política nos canais de televisão do Poder Legislativo*. Belo Horizonte: Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais.
- SOUSA, Denise Bárbara de. 2007. “Mega-salários: o escândalo midiático em um contexto de mudança institucional na Assembléia Legislativa de Minas Gerais”. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Sociais), UFMG.
- THOMPSON, John B. 2002. *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- WOLF, Mauro. 1987. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença.
- ZALLER, John. 1992. *The nature and origins of mass opinion*. Cambridge/ New York: Cambridge University Press.
- _____. 1996. “The myth of massive media impact revived: new support for a discredited idea”. In: MUTZ, Diana C.; SNIDERMAN, Paul & BRODY, Richard A. (orgs). *Political persuasion and attitude change*. Ann Arbor: Michigan University Press.

Anexo 1 – Construção do índice de centralidade

O índice de centralidade foi composto pela soma das seguintes variáveis:

Localização da matéria no jornal.

Classificamos a localização da matéria em três categorias. A primeira delas, com valor 3, foi aplicada quando era matéria de primeira página. A segunda, com valor 2, refere-se à localização da matéria nas páginas 2 e 3 do jornal. A terceira, com valor 1, foi reservada para as matérias localizadas nas páginas 4 e 5. Para as matérias distribuídas no restante do jornal, atribuímos o valor 0;

Localização da matéria na página.

Essa variável indica se a matéria se inicia na parte superior ou inferior do jornal (acima ou abaixo da “dobra”). A matéria localizada na parte superior valia 1, e a matéria localizada na parte inferior valia 0;

Presença do termo “ALMG” no título da matéria.

Valores: quando a ALMG aparecia no título da matéria, 1, quando ela não aparecia, 0;

Presença do termo “ALMG” no lead da matéria.

Valores: quando a ALMG aparecia no lead da matéria, 1, quando ela não aparecia, 0;

Se a matéria cita a ALMG.

Valores: quando a matéria citava a ALMG, 1, quando não citava, 0;

Importância da ALMG enquanto tema da matéria.

Criamos aqui três categorias, seguindo, em ordem crescente o seguinte *ranking*: valor 1, quando a ALMG era um tema marginal na matéria; valor 2, quando a ALMG era um dos temas centrais da matéria; valor 3, quando a ALMG era o tema central da matéria.

Somamos, então, o conjunto desses valores e, assim, criamos o índice de centralidade.

Anexo 2 – Construção do índice de valência

O índice de valência foi composto pela soma das seguintes variáveis:

Se a matéria se refere ao tema da inovação institucional da ALMG.

Valores: 1 = se a inovação institucional é tema da matéria; 0 = se a inovação institucional não é tema da matéria.

Se a matéria se refere a serviços que a ALMG presta ao público, como, por exemplo, o Procon.

Valores: 1 = se a matéria faz referência a serviços prestados pela ALMG; 0 = se a matéria não faz referência a serviços prestados pela ALMG.

Se a matéria se refere a atividades de modernização da ALMG.

Valores: 1 = se a matéria faz referência a atividades de modernização da ALMG; 0 = se a matéria não faz referência a atividades de modernização da ALMG.

Se a matéria retrata a ALMG como instituição que exerce controle sobre os demais Poderes.

Valores: 1 = se a matéria retrata a ALMG como uma instituição que exerce controle sobre os outros Poderes; 0 = se a matéria retrata a ALMG como uma instituição que não exerce controle sobre os outros Poderes.

Se a matéria retrata a ALMG como uma instituição aberta à população.

Valores: 1 = se a matéria retrata a ALMG como uma instituição aberta à população; 0 = se a matéria retrata a ALMG como uma instituição que não é aberta à população.

Se a matéria retrata a ALMG como uma instituição transparente.

Valores: 1 = se a matéria retrata a ALMG como uma instituição transparente; 0 = se a matéria retrata a ALMG como uma instituição que não é transparente.

Se a matéria retrata a ALMG como instituição ativa.

Valores: 1 = se a matéria retrata a ALMG como uma instituição que é ativa/dinâmica; 0 = se a matéria retrata a ALMG como uma instituição que não é ativa.

Se a matéria retrata a ALMG como instituição autônoma.

Valores: 1 = se a matéria retrata a ALMG como uma instituição autônoma; 0 = se a matéria retrata a ALMG como uma instituição que não é autônoma.

Se a matéria faz referência a escândalos.

Valores: - 1 = se a matéria faz referência a escândalos, na ALMG; 0 = se a matéria não faz

referência a escândalos, na ALMG.

Se a matéria faz referência a clientelismo.

Valores: - 1 = se a matéria faz referência a práticas clientelísticas dos deputados; 0 = se a matéria não faz referência a práticas clientelísticas dos deputados.

Se a matéria faz referência à corrupção.

Valores: - 1 = se a matéria faz referência à corrupção, na ALMG; 0 = se a matéria não faz referência à corrupção, na ALMG.

Se a matéria faz referência à falta de compromisso dos deputados.

Valores: - 1 = se a matéria faz referência à falta de compromisso dos deputados em relação às suas responsabilidades; 0 = se a matéria não faz referência à falta de compromisso dos deputados em relação às suas responsabilidades.

Se a matéria faz referência a privilégios dos deputados.

Valores: - 1 = se a matéria faz referência a privilégios dos deputados; 0 = se a matéria não faz referência a privilégios dos deputados.

Valência do título.

Valores: 0 = negativa; 1 = neutra; 2 = positiva.

Valência da matéria.

Valores: 0 = negativa; 1 = neutra; 2 = positiva.

O índice final foi construído somando os valores positivos e negativos das quinze variáveis acima. O resultado foi um índice com 15 pontos, de -7 a +7.

Resumo

O artigo mostra a relevância do ambiente informacional na formação da imagem pública da Assembleia Legislativa de Minas Gerais (ALMG). Nossa análise tem como objeto a cobertura política do principal jornal mineiro, o *Estado de Minas* (EM), buscando responder duas perguntas: 1) se houve mudança no padrão da cobertura do EM como resposta às inovações institucionais promovidas pela ALMG durante o período coberto por nosso estudo (1987-1994 e 1999-2002); e 2) se a cobertura do EM contribuiu para a continuidade ou mudança da imagem pública da ALMG. Nossa análise aponta que o padrão da cobertura da ALMG realizada pelo jornal *Estado de Minas* não sofreu alterações substantivas. O que caracteriza a atitude do jornal *Estado de Minas* perante a ALMG, durante a maior parte do período investigado, é a neutralidade, o que contribui para a reprodução de atitudes prévias e já consolidadas em relação à ALMG. Em relação aos efeitos da cobertura sobre a opinião pública, as informações que circularam, no jornal, sobre o desenvolvimento institucional da ALMG, alcançaram apenas o público atento ao que acontece no mundo da política, favorecendo, em relação a esse grupo restrito, a formação de atitudes mais favoráveis à instituição. Concluímos que alterações mais profundas na imagem pública

da ALMG dependem de processos sociais mais complexos e duradouros, que passam por experiências reiteradas e envolvem o contato direto com a instituição.

Palavras-chave: opinião pública; cobertura política; Legislativo estadual.

Abstract

The article shows the relevance of the informational environment in the formation of the public image of the Legislative Chamber of Minas Gerais (ALMG). The study focuses the political coverage of Minas Gerais' main newspaper, *O Estado de Minas* (EM), aiming at answering two questions: 1) whether there has been change in the EM's coverage in face of the institutional innovations promoted by the ALMG during the period studied (197-1994 and 1999-2002); and 2) whether the EM's coverage contributed to the continuity or to the change of the public image of the ALMG. The analysis shows that the pattern of coverage of the newspaper concerning the ALMG did not undergo significant transformations. During most of the period considered, the coverage of the Legislative Chamber by the EM is characterized by neutrality, what contributes for the reproduction of prior and consolidated attitudes. In relation to the effects of its coverage upon public opinion, the information diffused by the newspaper only fostered more favorable attitudes towards the institution in the public with greater interest in politics. The article concludes suggesting that more profound changes in the public image of the ALMG depend on more complex and enduring processes involving recurrent experiences and the direct contact with the institution.

Key words: public opinion; political coverage; state legislature.

Recebido em março de 2010.

Aprovado em maio de 2010.