

OPINIÃO PÚBLICA E POLÍTICA EXTERNA: O CASO DE PASADENA AOS OLHOS DO GRUPO GLOBO

DANIEL REI CORONATO*

ENZO FRANCISCATTO**

LETÍCIA CRISTINA ALENCAR LIMA***

LUCAS FERNANDES DIAS****

RESUMO

Este artigo objetiva compreender a crescente conexão entre os conceitos de Opinião Pública e Política Externa Brasileira dentro do campo das Relações Internacionais. Para tanto, este estudo utiliza a repercussão feita pelo Grupo Globo – maior empresa de comunicação do país – sobre o escândalo da refinaria de Pasadena – caso de corrupção na Petrobrás que havia sido atribuído à ex-presidente Dilma Rousseff. Este trabalho propõe-se a explicar o aumento de poder do ator não-estatal opinião pública dentro do Estado brasileiro, ao ponto de influenciar o curso político da nação. Para cumprir a proposta, buscou-se uma metodologia que objetivou realizar um amplo levantamento sobre a opinião pública, em especial aquelas publicadas pelo Grupo Globo sobre o caso de Pasadena em suas principais plataformas de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE

Opinião pública. Política Externa. Dilma Rousseff. Grupo Globo. Pasadena.

* Doutor em Relações Internacionais pelo Programa de Pós-Graduação em Relações Internacionais San Tiago Dantas (UNESP, UNICAMP e PUC-SP). Coordenador do Grupo de Análise de Conjuntura Internacional vinculado ao IPECI (Instituto de Pesquisas Científicas e Tecnológicas) e professor de Relações Internacionais e Histórica da Universidade Católica de Santos.

** Bacharel em Relações Internacionais pela Universidade Católica de Santos (UNISANTOS)

*** Bacharelanda em Relações Internacionais pela Universidade Católica de Santos (UNISANTOS)

**** Bacharel em Relações Internacionais pela Universidade Católica de Santos (UNISANTOS)

INTRODUÇÃO

Estudar a política externa de um Estado a fundo pode ser um trabalho mais revelador do que inicialmente imagina-se. Não é surpreendente que essa área possa ser vista, por muitas vezes, como um assunto de competência estritamente estatal, dada a longa e dominante das teorias realistas dentro do campo das relações internacionais. Pensamentos como o de Hans Morgenthau (2003, p.10), onde “emoções populares não podem prejudicar a racionalidade da política exterior” perduraram por muitas décadas de maneira a estrangular teorias de outras vertentes das Relações Internacionais.

Todavia, é notável que, com a evolução dos estudos teóricos e também da própria complexidade da estrutura de Estado ao redor do mundo, o espaço para novas interpretações da política externa e maneiras de enxergar o mundo cresceu. O Construtivismo de Alexander Wendt (1999), por exemplo, pontuará que a identidade do Estado será a responsável pelo comportamento deste. Identidade esta que seria construída por uma série de fatores sistêmicos relacionados à comunidade internacional ou à assuntos domésticos que não estão presos ao corpo político.

Com esse avanço dos pensamentos políticos em todo o mundo, principalmente após o início dos anos 1990, campos relativamente novos, como o da Análise de Política Externa (APE), integram-se aos estudos das Relações Internacionais para demonstrar – muitas vezes através de abordagens neoliberais – o papel de diversos atores não-estatais dentro da formulação e condução da política externa de um Estado. Nas palavras das autoras Leticia Pinheiro e Monica Salomón (2013), essa subdivisão de atores seria um ponto chave para criar o “estudo da política externa de governos específicos, considerando seus determinantes, objetivos, tomada de decisões e ações efetivamente realizadas”(SALOMÓN, PINHEIRO, 2013, p.40-59). Entrariam nesse conjunto empresas multinacionais, ONG’s, movimentos sociais e, entre outros, o ator que será o principal objeto de análise neste artigo: a opinião pública.

Por mais que a opinião pública tenha maior relevância nos dias atuais, trata-se esta de um ferramental antigo no mundo político. Em geral como uma ‘cartada de legitimação’, a conquista da aprovação da opinião pública tornou-se uma maneira de justificativa de ações para o Estado, tanto no plano interno quanto no externo. Este objeto foi explorado ao longo da história por diversos polos de poder, como: os regimes nazifascistas na Europa durante o século XX, com propagandas exageradas sobre seus líderes; as potências rivais Estados Unidos (EUA) e União Soviética (URSS) durante a Guerra Fria, com sátiras sobre seu inimigo capitalista ou comunista; até mesmo durante a Ditadura Militar no Brasil, enaltecendo feitos internos e externos do governo militarizado.

Nos períodos mais recentes, após a redemocratização nacional, a expressão da opinião pública expandiu-se de maneira imparável, ao passo que a globalização possibilitou a massificação do compartilhamento de informações através dos chamados veículos de mídia e principalmente da imprensa. Estas relações cresceram de tal modo que a própria imprensa passou a ser considerada por estudiosos como um valioso objeto de estudo e mecanismo de poder. Autores como Luiz Gonzaga Motta (2002, p.13) teorizam que não há “poder sem imprensa e nem imprensa sem poder”. Mais além, em estudos sobre a relação da mídia com

a política externa, autores como Page e Bouton (2006, p.201) veem que a carência do apoio popular para ações poderia constranger e desestabilizar escolhas políticas.

Sob o entendimento de que esta variável se aplica no geral às democracias e em razão da magnitude e importância do Brasil como ator internacional, este artigo visa explorar como se dá essa relação entre o campo da opinião pública e PEX no âmbito nacional e analisar o quanto a opinião pública em si evoluiu para um objeto além do poder estatal, através de grandes empresas de mídia – como o Grupo Globo, no Brasil. O país, em especial nas últimas três décadas, experienciou interessantes reveses no campo burocrático político que atraíram a atenção do Grupo Globo, o qual cresceu anualmente, através do jornalismo de massa e análises de fenômenos político-sociais em seus domínios.

Essencialmente na entrada do novo milênio, o Brasil passa por dois fenômenos: um no campo político e um no campo da informação, fruto das mudanças globais. No âmbito da informação, a modernização da mídia e principalmente da imprensa permite uma rápida veiculação de informações, em escala quase epidêmica, de forma que a grande maioria da população nacional passa a ter acesso a notícias por diversos meios. No campo político, a ascensão do Partido dos Trabalhadores (PT) ao poder cria uma nova forma de governo para o país, tanto na administração interna quanto na política externa. O que será percebido, ao longo do presente artigo, é que o funcionamento da opinião pública durante os governos petistas demonstrou a força que essa possui dentro e fora do corpo político de uma nação.

O proveito dessa emergência dos meios de comunicação e o potencial influenciador que eles dispõem acabou sendo desbravado durante o governo Lula, que colocou como parâmetro a construção de uma percepção vantajosa da sua atuação no âmbito nacional e internacional. Entretanto, por mais que os benefícios tivessem sido consistentes por toda a sua administração, a sucessão da sua liderança para Dilma Rousseff – o seu braço direito – criou uma ‘desafinação da música’ da prosperidade petista com a disseminação de notícias prejudiciais que repercutiram na opinião pública, bem como comprometeu a sua posição política.

Um conjunto de desdobramentos durante a administração Rousseff condicionaram a opinião pública a se tornar um agente influenciador nos eventos políticos no Brasil. Entre os acontecimentos, o escândalo da refinaria de Pasadena se torna apropriado para uma análise por afetar um dos instrumentos nacionais mais importantes do país – a Petrobrás –, atribuída como um motor que dinamiza a economia do Estado por gerações.

Sendo assim, faz-se importante pontuar que o decorrer deste artigo contará com uma divisão de tópicos de maneira linear. Inicialmente, será contextualizada a evolução da chamada opinião pública, seus fundamentos teóricos e sua incorporação na política brasileira. Em seguida, o foco de análise estará em conhecer o maior responsável pela circulação de notícias políticas no Brasil em termos de imprensa: o Grupo Globo. Por fim, o trecho final desta produção irá traçar um paralelo entre a opinião pública e a alta repercussão do caso de Pasadena, centrado na figura da ex-presidente Rousseff, estudando também os impactos dessa repercussão.

1. A OPINIÃO PÚBLICA

Antes de trazer a discussão do papel da opinião pública para o âmbito nacional, uma elucidação ao que o conceito desta realmente significa é desejável. Mesmo que o papel dessa venha crescendo gradativamente na política em geral, em especial com a chegada do século XXI, o estudo da relevância da população em democracias é antigo, plural e não-consensual.

Tão antigo, de fato, que mesmo pensadores de séculos passados já a teorizavam, como Maquiavel, ao apontar que “a opinião pública pode ser manipulada, mas nunca ignorada” (MAQUIAVEL, 1997 *apud* CERVI, 2006, p.109).

Analisando a evolução dessa ao longo das gerações, o período que compreende o século XVIII talvez seja o primeiro em que há uma junção significativa entre os termos ‘opinião’ e ‘público’, na Europa, com um sentido discutivelmente distinto dos tempos atuais. A opinião compreendia todo o conhecimento não necessariamente aprofundado sobre determinado assunto. Contudo, uma opinião só poderia ser atribuída como pública se interessasse à época e se veiculada através de intelectuais que pesquisassem sobre o tema. Esse interesse e essa veiculação pertenciam essencialmente aos membros da elite – principalmente política e religiosa – que detinham condições financeiras para estudos e capacidade de convencer as massas. Dessa forma, por mais contraditório que possa parecer, a opinião pública surgiu, na verdade, como a opinião das elites (CHAMPAGNE, 1996, p. 48).

O monopólio das elites na capacidade de influência e determinação de pautas em questões políticas, relegando as massas a um *status* marginal e de pouca relevância, vem também de um desinteresse das massas pelos assuntos de política interna e externa. Isso ocorria pelo grau de afastamento dessas questões da realidade enfrentada por esses indivíduos e pela complexidade dos eventos que congregavam a formulação de políticas (ALMOND, 1960) – algo que também pode ser atribuído à variável social, na medida em que o conhecimento custava caro e as informações eram pouco democratizadas.

Somente em períodos mais modernos o acesso à informação inicia sua caminhada para um caráter mais democratizado. Em 1935, nos Estados Unidos, cria-se um marco para a opinião pública: o American Institute of Public Opinion, uma agência de coordenação de pesquisas eleitorais, que pesquisou a intenção de votos entre eleitores dos presidenciáveis Franklin Roosevelt e Alfred Landon e previu assertivamente a vitória do democrata (PACE, 1984). O trabalho do instituto cresceu nos seguintes anos, assim como o interesse da opinião pública por assuntos do Estado.

A década de 1940 representou um grande avanço para tal área. O aprimoramento dos sistemas de pesquisa de opinião nos Estados Unidos, somado a dualidade do pensamento popular estadunidense sobre quais rumos seu país deveria tomar após a Segunda Guerra Mundial – liderança global ou isolacionismo – levou ao crescimento de estudos sobre o poder da opinião pública na política (HOLSTI, 1992, p. 442). Dada a influência dos EUA na política internacional, pode-se dizer que, em muitos momentos, o posicionamento externo do país era tão ou mais importante do que outros assuntos no momento de escolha de um presidenciável.

Isso mostra a volatilidade de funcionamento da opinião pública: como proposto por Powlick e Katz (1998), no que se refere à relação entre a política externa de um Estado e a opinião pública, existem momentos em que há uma predominância ‘*bottom-up*’, na qual o comportamento dos governantes seria guiado pela resposta do público à determinadas ações, e uma relação ‘*top-down*’, onde o público moldaria seu pensamento político através do que seus líderes exaltam e defendem.

Isso não significa, porém, que as elites tenham deixado de exercer um papel de dominância sobre a formação da opinião, como será evidenciado futuramente neste artigo. A utilização do termo ‘democratizado’ feita anteriormente, para a questão da opinião pública, compreende o fato de que mais pessoas passaram a ter importância dentro da esfera que forma os pilares desta, mas não que a massa a controla. Na realidade, a opinião pública é

composta de uma série de camadas, com grupos de população distribuídos entre elas, cada qual com sua importância e poder.

Como colocado por Karl Deutsch (1968), há uma hierarquia que se situa dentro do termo, onde cada nível concentra os interesses de um grupo específico – interesses os quais podem ser divergentes em relação aos demais ou não. No patamar mais elevado da hierarquia de Deutsch, estariam as elites sociais e econômicas, compostas principalmente por atores do ramo empresarial. Em sequência, estariam as elites políticas, seguidas pelo terceiro nível, das redes de comunicação em massa. Estas teriam um papel fundamental na pirâmide hierárquica, pois propagam os interesses dos níveis acima para os dois níveis abaixo. Os níveis mais baixos, respectivamente, seriam os líderes de opinião – a parcela da população engajada em assuntos políticos – e, por fim, o povo em geral.

O Brasil é um excelente cenário para exemplificar a atuação da opinião pública dentro das questões políticas nacionais, principalmente no âmbito da política externa. É perceptível que, após o fim da Guerra Fria em 1991 e a consolidação da estrutura capitalista neoliberal em boa parte das potências ocidentais, o fazer da política externa brasileira passou por alterações substanciais.

Tradicionalmente, o Itamaraty nasceu e cresceu como um corpo insulado dentro do governo brasileiro. Uma casa com um *ethos* rígido, elitizado, com grande maioria de sua história sendo alheia às interferências populares ou de outros órgãos de governo que não o poder executivo. Por esta razão, os assuntos externos sempre foram decididos de maneira burocratizada e não pertenciam aos conhecimentos da maioria da população brasileira. Somente no fim do século XX, pressionado por uma nova estrutura de mundo, o Ministério de Relações Exteriores cedeu às transformações, para que a casa integrasse um modo de operação mais público e abrangendo mais interesses de fora do MRE. Ainda que sob discordância das alas mais tradicionalistas do Itamaraty, o modelo liberalista prevaleceu no MRE. Sobre isso, percebe-se que

o processo decisório em política exterior do Itamaraty perdeu força sob outro ângulo também, na medida em que as decisões nas áreas da alfândega, das finanças externas e da abertura empresarial foram deslocadas para as autoridades econômicas, que aplicavam diretrizes monetaristas e liberais com desenvoltura e com conseqüências sobre a organização nacional. (CERVO, BUENO, 2002, p.488)

A incorporação do modelo neoliberal e a maior inserção do empresariado também foram responsáveis por um aumento da exposição do chefe do executivo como figura pública. Notam-se aumentos expressivos na aplicação da chamada diplomacia presidencial nos governos brasileiros pós-Guerra Fria, principalmente nos de Fernando Henrique Cardoso (FHC) e Luís Inácio Lula da Silva. FHC, nos primeiros anos de poder, viajou quase meia centena de vezes, para 43 países em 4 continentes diferentes, para celebração de acordos internacionais, visitas diplomáticas, presença em cúpulas e posses presidenciais. Lula fez o mesmo, para 80 países. A diplomacia presidencial tornou-se instrumento da promoção do Brasil do Real e das reformas, principalmente econômicas (DANESE, 2017, p.41). Tal promoção servia para as relações internacionais, mas também como uma maneira de conquistar o público interno com a divulgação dos avanços nacionais.

Nos exemplos de mudanças abordados anteriormente – a incorporação do empresariado na política e a diplomacia presidencial – identifica-se a inserção da opinião pública na casa de política externa por duas vias: a das elites, primeira camada na hierarquia da opinião pública, através das empresas, e a via popular, com a divulgação da diplomacia presidencial buscando

aprovação principalmente da população de massa e população politicamente engajada. Esta segunda via, como será visto, opera através daquilo que é publicado pela imprensa. Pela abrangência dos meios de comunicação atuais, pode-se pontuar que a imprensa seja um dos atores mais fortes e influentes do funcionamento da opinião pública.

Os interesses da imprensa em um país podem estar vinculados com os das elites econômicas, das elites políticas, da população de massa, ou até mesmo de nenhum dos anteriores, visto que a imprensa pode ter seus próprios interesses (DEUTSCH, 1968). Quando se aborda o fato de a opinião pública estar mais presente dentro do funcionamento de um governo, é crucial que se lembre sempre do poder que a imprensa em específico pode desempenhar.

O compromisso político da imprensa no Brasil funciona em sintonia com o papel que as empresas de mídia acreditam ter em relação ao interesse público nacional. Visto que a democracia nacional é encarada como uma espécie de ‘modelo ameaçado’ – dado o passado ditatorial – a imprensa brasileira estaria além de um ator meramente informativo: seria a verdadeira formadora de opinião (ALBUQUERQUE, 2008, p. 38). O profissionalismo da imprensa brasileira cumpriria a seguinte diretriz: ao entender que a sua concepção de democracia seria valiosa demais para ser deixada às mãos das massas e decisões populares, a imprensa configura-se como uma elite qualificada que transmite às massas seus interesses, a fim de realizá-los através das próprias instituições democráticas. Essa influência partiria da maneira como este ator analisa as questões da política interna e externa brasileira.

No Brasil, a imprensa volta-se em maioria ao chamado cidadão comum, na medida em que alega representar os interesses coletivos da nação. Contudo, a barreira de entre os cidadãos comuns e a empresa jornalística elitizada, que detém o saber sobre o funcionamento político, nunca é quebrada, principalmente pela forma como se vende a informação. Dessa forma, o jornalismo brasileiro reserva para si o poder de defender pautas autointituladas como de interesse geral, ainda que confrontem com verdadeiras demandas da sociedade (ALBUQUERQUE, 2008, p. 41). A maneira como os discursos são construídos teria, portanto, a capacidade de influenciar as camadas populares da opinião pública.

Olhando por este viés, cabe a reflexão de que o corpo jornalístico brasileiro teria, portanto, capacidade de traçar o curso da popularidade das figuras públicas, sejam elas indivíduos midiáticos, políticos conhecidos ou até mesmo do próprio chefe de Estado. Os atos cometidos por uma figura política obviamente cabem à sua própria ação e seu próprio governo, mas a maneira como tais fatos são noticiados, a linguagem, a frequência da pauta, são todos fatores de peso para a aprovação ou não de um governante. A relação de poder entre imprensa na opinião pública e atos políticos do governo poderá ser bem compreendida uma vez que analisada a maior rede de imprensa nacional: o Grupo Globo.

2. GRUPO GLOBO NA POLÍTICA DO BRASIL

O conglomerado de mídias hoje conhecido como Grupo Globo tem uma origem simples, datada em quase um século no passado, estando presente na divulgação de notícias desde 29 de julho de 1925. Nesta data, publicou-se a primeira edição do então novo jornal O Globo, no Rio de Janeiro. Fundado por Irineu Marinho Coelho de Barros, o jornal começou sua história sendo produzido por uma única máquina rotativa, de segunda mão, por uma turma de jornalistas que acompanhou Marinho em seu sonho (HISTÓRIA GRUPO GLOBO, 2013). O fundador faleceu menos de um mês após o início do jornal e após uma breve gestão de Eurycles de Mattos, a presidência do grupo passa a ser responsabilidade do herdeiro de Irineu Marinho, Roberto Pisani Marinho, em 1931.

Desta época em diante, a empresa cresceu anualmente, atraindo mais leitores e mobilizando opiniões. O sucesso das manchetes logo possibilitou a expansão do Globo para os jornais auditivos, com a Rádio Globo, criada em 1944, e para a expansão de seus trabalhos impressos através do nascimento da Rio Gráfica e Editora, em 1952. Em seus novos veículos de comunicação, a empresa de Marinho tornou-se conhecida por suas opiniões políticas explicitadas, como na constante oposição ao governo de Getúlio Vargas e apoio aos políticos da União Democrática Nacional. As críticas ocorriam vorazmente através das entrevistas de Carlos Lacerda na Rádio Globo, atraindo larga audiência (CALABRE, 2004).

Vargas agia para impedir a expansão do Grupo Globo para a televisão, no que seria conhecido como Canal 4, o que aumentava as animosidades. A crise política sobre Vargas cresceu, obrigando-o a afastar-se do cargo no mesmo ano, com sua renúncia, ato que foi precedido por seu suicídio. A população apoiadora do ex-presidente moveu-se contra a Globo de maneira voraz: ataques aos carros do jornal e rádio Globo, além de depredação da sede da empresa (CALABRE, 2004). Já desde esse período o Grupo Globo cresceu como uma mídia polêmica.

O direito da Globo de ter seu espaço na televisão só foi concedido em 1957, no mandato do então presidente Juscelino Kubitschek. Na época, o jornal da empresa dedicou um espaço à notícia na primeira página, onde escreveu-se:

O PRESIDENTE da República acaba de aprovar a exposição de motivos do Ministro da Viação, mandando fazer à RÁDIO GLOBO a concessão do canal 4, até então pertencente à Rádio Nacional. Os que têm preconizado, como O GLOBO, que o Estado não interfira na economia privada, sobretudo nos setores de imprensa, controlando a opinião pública, estão de parabéns. Mas o ato do Sr. Juscelino Kubitschek teve uma significação maior, pois veio reparar injustiça decorrente de perseguição política de que tinha sido vítima a RÁDIO GLOBO em consequência de suas críticas ao Governo. (READQUIRE, 1957)

A estreia expressiva da Globo nos meios televisivos, porém, só ocorreria alguns anos depois, quando Marinho e a empresa já haviam adquirido notável fama no âmbito nacional. Antes de tal estreia, todavia, não podem ser esquecidos os momentos críticos que o Brasil vivenciou alguns anos após o início da década de 60. Os anos que precederam a instauração da Ditadura Militar no país, tal como o ano de início, contaram com posicionamento da Globo. Assim como Vargas, o presidente João Goulart foi duramente criticado pelo jornal, acusado de ‘comunizar’ o Brasil. Quando chega o dia do golpe, em 31 de março de 1964, as manchetes que ocupavam a primeira página do jornal eram as seguintes: “*Reage o Congresso à Comunização do Brasil*”; “*A Nação Unida às Forças Armadas*” (REAGE; A NAÇÃO; 1964) e no dia 2 de abril: “*Ressurge a Democracia!*” (RESSURGE, 1964).

Em 26 de abril de 1965, inaugurou-se a TV Globo, que nos anos seguintes, com a criação de filiais ao redor do Brasil e cinco emissoras próprias, estaria presente em 5485 municípios, alcançando 99.5% da população brasileira, conhecida como a Rede Globo de Televisão (MEMÓRIA GLOBO, 2013). Nos anos de duração da Ditadura Militar, o Grupo Globo prosseguiu seu apoio ao regime, através de sutis ações televisivas, cabendo afirmar que seu crescimento exponencial na segunda metade do século XX ocorreu principalmente pela boa relação com a ditadura.

É possível enxergar exemplos das sutis ações de apoio: a transmissão da Copa do Mundo de 1970, feita de maneira a amenizar o caos social vivido pelo país na época, passava a imagem de um Brasil próspero e eufórico com a Copa, criando ‘hinos informais’ como a música “90

Milhões em Ação”, mas ignorando a tortura e os relatos de sofrimento dos brasileiros em um dos períodos mais cruéis da Ditadura Militar (ARBEX JR., 2015, p.12). Outro exemplo claro ocorre em 1977, quando durante a greve dos operários no ABC Paulista, com os pátios das montadoras recebendo protestantes, a Rede Globo transmitiu imagens antigas dos pátios vazios, numa tentativa de minimizar os protestos basicamente declarando sua ‘inexistência’ (MIGUEL, 2003).

São exemplos como esses que esclarecem a relação dos veículos de comunicação com a opinião pública. No período da Ditadura Militar, o posicionamento da Rede Globo convergia com os interesses da elite governamental da época. Por ser o conglomerado de mídias mais expressivo no Brasil, a Rede Globo usou seu poder buscando moldar a opinião, tanto da população politicamente engajada quanto das massas. Contudo, esse exercício de poder por parte das mídias não é eternamente exitoso. O controle dos militares sobre o Brasil enfraquece gradativamente nos anos 70, tanto por pressão externa da comunidade internacional, quanto pelos crescentes movimentos populares no país.

Nos anos seguintes, em meados da redemocratização nacional, o Grupo Globo tentou exercer mais manobras – desta vez, no interior da empresa – que favorecessem seus interesses no âmbito nacional. Em 1982, nas eleições para governador do Rio de Janeiro, Roberto Marinho pessoalmente posicionou-se contra o candidato da esquerda, Leonel Brizola, numa tentativa de diminuir sua popularidade. O fato foi relatado por Luís Carlos Cabral, jornalista da Rede Globo na época, à obra *A História Secreta da Rede Globo*, de Daniel Herz (1986), com as falas de Marinho:

- Quem era o responsável pelo jornalismo da Rede Globo ontem à tarde?
 - Pelo jornalismo nacional, Eduardo Simbalista; pelo jornalismo local, eu mesmo, Luís Carlos Cabral. - É com você mesmo que eu quero falar. Você me desobedeceu. [...] Eu disse que não era para projetar e você passou o dia inteiro projetando, dizendo que o Brizola vai ganhar. Você me desobedeceu. - Mas, Dr. Roberto, eu não podia desobedecer a ordens que não recebi. Projetei segundo a orientação de meus chefes. - E quem são os seus chefes? - Os meus chefes são, pela ordem, Alice Maria, Armando Nogueira e Roberto Irineu. - Eles não são chefes coisa nenhuma. O chefe aqui sou eu e você me desobedeceu.

Assim como ele, outros candidatos críticos da Ditadura Militar também obtiveram sucesso nos pleitos, como Franco Montoro, em São Paulo e Tancredo Neves, em Minas Gerais. Um explícito movimento antigoverno militar ocorria no Brasil no início da década de 80, mas manifestações populares exigindo eleições diretas para presidente em 1983 e 1984 continuavam a ser ignoradas ou retratadas como simples movimentos populares desconexos da política nacional (MIGUEL, 2003).

Quando os primeiros sinais de redemocratização começaram a se manifestar, Roberto Marinho buscou ser um dos precursores da adaptação da sua empresa nessa nova conjuntura desde 1984, projetando a manutenção do seu poder através da consolidação de seus interesses. Neste caso, suas manobras iniciais foram diálogos com Tancredo Neves, um dos nomes do MDB e designado para a presidência pós-ditadura (HERZ, 1986). Nos anos posteriores, precisamente na década de 90, a vertente neoliberal por parte do Grupo Globo fica mais nítida pela afinidade com partidos como o Partido da Reconstrução Nacional (PRN) e Partido da Social-Democracia Brasileira (PSDB) – dos presidentes Collor e Cardoso, respectivamente – em detrimento do Partido dos Trabalhadores (PT), um partido de esquerda.

Após o país assumir uma estrutura democratizada, o apoio aos candidatos dos partidos citados anteriormente passa a ser construído de forma mais explícita. Nas vésperas da eleição presidencial em 1989 entre Fernando Collor, um candidato das elites, e Lula da Silva, candidato popular, não faltaram matérias do Grupo Globo de cunho pró-Collor. Um exemplo mais claro de favorecimento ocorre ainda na exibição de um compilado de melhores momentos de Collor e piores momentos de Lula nos debates, no *Jornal Nacional*, no dia anterior ao segundo turno da votação (MIGUEL, 2003). No dia seguinte, Collor vence, com 53.03% dos votos válidos, representando um êxito dos veículos de mídia em fazer valer os interesses da elite.

Um outro episódio de favorecimento da matriz neoliberal por parte do Grupo Globo é exibido nas eleições de 1993, quando houve apoio a Fernando Henrique Cardoso pelo seu projeto do Plano Real. Como indicio dos efeitos desse suporte que a mídia confere ao FHC, ocorreu um período de baixa cobertura das campanhas políticas, provocando um esgotamento do debate público e transmitindo a sensação de que a reeleição de FHC era algo certo e inevitável (MIGUEL, 2003).

Entretanto, somente nas campanhas presidenciais de 2002 e na posse de Lula, do PT, ao posto de Presidente da República em 2003 que a mudança na atuação do Grupo Globo e da direção estratégica de Roberto Marinho se tornaram nítidas: a sutileza de sua performance para se desassociar de partidos políticos com adoção de críticas ao Estado e uma abordagem mais intensa acerca de políticas nacionais foram procedimentos necessários para a recuperação de audiência. Desse modo, sua cobertura diante da figura presidencial de Lula da Silva pode ser definida como um dispositivo de apropriação para a sua própria sobrevivência empresarial.

A economia brasileira estava no topo da lista de prioridades durante os governos Lula, concentrando-se somente em seu crescimento para o contentamento da classe média, empresarial e do próprio mercado. Com isso, o presidente se emancipava e reconhecia os pilares que sustentam a estabilidade nacional. A opinião pública estava entre esses alicerces, portanto, providenciou um incentivo financeiro para a mídia brasileira. Entre os anos 2003 e 2010, o Grupo Globo recebeu R\$4 bilhões em razão de publicidade da União (RODRIGUES, 2015).

Posto isso, compreende-se que o papel ativo do Grupo Globo diante do exercício político de Lula pode ser definido em um misto de colaboração e oposição, colocando este aspecto em destaque pelo histórico de distanciamento aos ideais sociais e proximidade com as alas empresariais. À vista disso, a publicidade deste veículo diante da proatividade da diplomacia presidencial do Chefe de Estado, por exemplo, coloca em evidência o ainda em curso “desencapsulamento” da política externa brasileira no século XXI. Por outro lado, havia uma linha negativa em suas matérias, como as menções negativas em relação à política externa de Lula para com a Bolívia¹.

Casos como este evidenciam que a relação entre o Grupo Globo e o governo do Partido dos Trabalhadores não era estática. O histórico da empresa para com governantes de esquerda mostra que o Grupo Globo sempre teve interesses diferentes para a política brasileira do que partidos de viés social. O perfil crítico da Rede Globo à agenda de política externa do Partido dos Trabalhadores ficará ainda mais evidente no governo da sucessora de Lula, Dilma Rousseff, afetando o curso da política brasileira de maneira significativa.

3. GOVERNO ROUSSEFF E PASADENA PARA A OPINIÃO PÚBLICA

Com o entendimento dos atores que tomam as rédeas da política externa brasileira e de como a opinião pública, no passar das décadas, tornou-se um fator de importância dentro do Estado brasileiro e de muitos outros no geral, este estudo agora avança para a figura política que esteve no centro do caso principal a ser tratado. Para compreender o quanto a opinião pública foi impactante em seu trabalho como presidenta do Brasil, delinear a sua trajetória vem a ser crucial.

A estima de Dilma Rousseff pela política vem desde os tempos ditatoriais, quando trilhou o caminho da guerrilha – fator influenciado pela Revolução Cubana – em oposição ao autoritarismo militar quando as vias pacíficas não se tornavam eficientes. No entanto, depois de vivenciar torturas e constantes fracassos na luta armada, dedicou-se à direção universitária com enfoque em Ciências Econômicas (MONTENEGRO; HIPOLITO, 2017).

A partir da gradual liberalização política e econômica que se decorria no país no início do governo Geisel, até a efetivação de um sistema democrático, Dilma Rousseff ampliou o seu catálogo político e assumiu diversos ofícios, desde a sua afiliação à corrente trabalhista começando pelo PDT e depois ao Partido dos Trabalhadores (PT), a publicação de artigos que criticavam a inserção pura do neoliberalismo no Brasil até a administração, respectivamente, de assessorias, secretarias e ministérios. Seu nome recebeu bastante notoriedade pelas suas gestões eficientes e iniciativas que alcançavam a esfera social (MONTENEGRO; HIPOLITO, 2017).

Sua reputação cresceu em um curto espaço de tempo. Se o seu desempenho político proporcionou grande proximidade nas fileiras do seu partido, a adesão de Rousseff como chefe da Casa Civil pode ser considerado o ápice de sua carreira como estadista em sua pré-presidência, contribuindo significativamente para a sua inserção no núcleo político brasileiro de modo que a mídia levantasse hipóteses sobre Dilma ser a sucessora de Lula, dadas as suas iniciativas em parceria com o Governo Federal como o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e os constantes elogios pela sua atuação por parte de Lula (FERNANDES, 2012).

Dilma Rousseff foi selecionada como candidata à presidência da república nas eleições de 2010, abrangendo o apoio do ex-presidente Lula, do seu partido e do próprio Governo Federal em uma disputa que levou a um segundo turno, alcançando a vitória com 56,05% dos votos e se tornando a primeira presidente (ou como preferia, presidenta) mulher do Brasil (FERNANDES, 2012).

É importante ressaltar que o posto de presidente é submetido a um extenso escrutínio, isto é, a imprensa e o público examinarão as suas ações e palavras, bem como o seu passado, pois as redes de atenção à política sempre são centralizadas pela figura do Chefe de Estado e de Governo. No caso de Dilma Rousseff, este costume acontecia antes mesmo de liderar o país, configurando que a sua atribuição a esta função intensificaria tal prática.

A posse de Rousseff produzia expectativa ao manter a prosperidade que se seguia com o seu antecessor pela continuidade de sua agenda prestigiosa, considerando o seu perfil visto como técnico e pragmático. Assumindo um país economicamente estável – herança deixada pelo governo Lula – foi possível conduzir suas diligências para o setor social, expandindo iniciativas como o “Brasil sem Miséria” e aprimorando programas como o “Minha Casa, Minha Vida” (MONTENEGRO; HIPOLITO, 2017).

No entanto, os primeiros sinais da potencialidade que era esperado em seu governo começariam a se desvigorar no instante em que a sua organização governamental mostrava os primeiros sinais de vulnerabilidade com a falta de sinergia com o Legislativo, a demissão

sucessiva de ministros por suspeitas de corrupção e um encolhimento do crescimento econômico do país (MONTENEGRO; HIPPOLITO, 2017).

Outros fatores diversos podem definir as circunstâncias que causaram essa atenuação ao desenvolvimento do Brasil durante a gestão de Dilma Rousseff: o seu distanciamento com os interesses da elite neoliberal através das suas políticas desenvolvimentistas e uma conjuntura internacional desfavorável que limitava o seu campo de atuação pela política externa, trouxeram impactos que limitaram a sua performance e restringiram possibilidades de contornar os efeitos adversos ao país (CORSI, 2016).

Apesar dessa redução do alcance de atuação no cenário global comprometer o estímulo econômico brasileiro, o descontínuo diálogo entre Estado e sociedade também foi determinante para chegar a essa situação e se mostrou uma das graves inconsistências do modelo logístico da presidenta Rousseff. A imposição tributária em excesso, especialmente nos lucros das empresas nacionais no exterior, contradizia a lógica de inserção brasileira no quadro global e levou um desencorajamento não só dessas empresas, como as estrangeiras de investirem apropriadamente no país (CERVO; LESSA, 2014).

As consequências dessa desarmonia do governo acabariam sendo anunciadas através da insatisfação popular, inicialmente manifestada através de um protesto contra o aumento tarifário nos transportes públicos em 2013. Conforme se intensificava, as exigências se expandiam, escalando para melhorias na administração do país e de iniciativas anticorrupção.

Ademais, a imprensa também contava com um papel atuante na mudança e no dimensionamento desses protestos. A exposição dos efeitos de uma economia enfraquecida, em conjunto dos escândalos de corrupção que se revelariam ao longo da gestão Rousseff² e da elevação do senso de desvirtuamento das prioridades do país com o investimento bilionário na iminente Copa do Mundo de 2014, seriam elementos que impulsionariam a rejeição do povo.

Como resposta à reprovação do povo, a presidenta buscou moderar a efervescência dos protestos com iniciativas que correspondiam às suas demandas: segurança econômica e controle inflacionária através da responsabilidade fiscal, incentivos à saúde, melhorias na mobilidade urbana por meio de acessibilidade e desenvolvimento tecnológico, bem como uma reforma política com participação popular (MENDES; COSTA; PASSARINHO, 2013).

Porém, esses empreendimentos não foram suficientes para amenizar as desestabilizações políticas que se anunciavam no palco nacional. A Petrobrás – um dos aparelhos geopolíticos mais importantes do Brasil – ficou evidenciada nos holofotes midiáticos quando surgiu a suspeita de superfaturamento e evasão de divisas em uma compra da refinaria de petróleo em Pasadena, no Texas, efetuada em 2006. Tal escândalo veio a ser agravante quando o nome da presidenta Rousseff, esteve no meio daquela negociação (ENTENDA A COMPRA, 2014).

Moldada em 1950 por meio de uma mobilização nacionalista de civis e atores governamentais, a Petrobrás foi construída para explorar o potencial do país pela sua abundância de recursos naturais, estruturado com um imenso território terrestre e marítimo. Foi a partir dessas condições vantajosas que a Petrobrás se desenvolveu, em especial no aspecto tecnológico, aprimorando as suas capacidades produtivas e conquistando patamares internacionais (COSTA, 2019).

Por esses fatores, com a empresa dispondo de uma criação com raízes estatais e com natureza econômica mista nos tempos atuais, torna-se crucial dimensionar a sua relevância pela sua contribuição à autonomia econômica e o desenvolvimento do Brasil diante da arena global. A sua linha à projeção no exterior – uma vertente expansionista – pode ser

compreendida como uma forma de política externa, começada em 1972 e fomentada durante o governo Lula, fazendo com que a Petrobras esteja presente em mais de vinte e cinco países em cinco continentes (PETROBRÁS, s.d.).

Ainda que esse arrojo mostre potencial vantajoso e estratégico para a empresa, a compra da refinaria de Pasadena demonstrou ser um dos mais controversos e prejudiciais negócios da história do país. Um dos indicativos iniciais dessa tese é do desembolso de US\$ 360 milhões por apenas metade das ações da unidade, enquanto a Astra Oil – antiga detentora da refinaria – havia adquirido ela por inteiro por US\$42 milhões.

Posteriormente, em 2008, a Petrobrás acabaria sendo prejudicada por uma disputa judicial com a empresa belga em razão de conflitos de investimentos, onde esta intencionava a estatal brasileira a comprar outra da metade da refinaria pelas cláusulas *Put Option* e *Marlim*¹. Em suma, a colisão entre as duas companhias resultou um rombo de US\$ 820 milhões por parte da empresa brasileira. No entanto, tais eventos não eximiram, aos olhos da fiscalização, a suspeita de superfaturamento e evasão de divisas (ENTENDA A COMPRA, 2014).

Os meios midiáticos exploravam o suposto envolvimento de Dilma Rousseff na aprovação da compra da metade das ações da refinaria de Pasadena, quando geria o Conselho de Administração da Petrobras e chefiava a Casa Civil durante o governo Lula. Atentando para prestar esclarecimentos sobre sua ligação com o caso, a presidente Rousseff declarou que as duas cláusulas citadas não estavam registradas no resumo executivo, documento redigido pelo setor internacional da estatal brasileira (ENTENDA A COMPRA, 2014).

Se todo este incidente envolvendo a Petrobras inflamou um contexto delicado no plano nacional, a imprensa ocupa grande espaço de autoria por este quadro: a comunicação intensa com a audiência acerca desse evento controverso, junto com a sua capacidade disseminadora de relatar os fatos, reforça a sua influência em direcionar a opinião pública conforme os seus interesses. À medida que o conhecimento dos eventos referentes à Pasadena crescia, diversos veículos de imprensa assumiram a vanguarda na produção de críticas, consequentemente reproduzindo-as ao público. Sendo assim, uma das referências para o papel nesta categoria seria o Grupo Globo pela sua posição preponderante na esfera midiática.

Ainda que corresponda à natureza do conglomerado de mídias Globo relatar os eventos que impactam a população, a maneira que atuavam na apresentação dos fatos durante o governo Rousseff revelavam uma linguagem incriminatória que incitava a busca de culpados. Os efeitos desta prática incitaram e potencializaram um sentimento de revolta da população de modo que se desenvolveu um ponto de ceticismo pela política brasileira e exigências de aprimoramento nas fiscalizações.

Um levantamento feito através do artigo “A Influência da Mídia na Disseminação de Informações: Estudo de Caso sobre a da Aquisição da Refinaria de Pasadena pela Petrobrás”, elaborado pelos autores Costa, Adriana Peixe, Gabriela Abreu Passos e Otávio Da Silva, Peixe revela a intensa atividade que os veículos de imprensa tomaram acerca do caso de Pasadena em uma linha temporal de dez anos, na qual o jornal O Globo se destacou por empreender 1684 reportagens, conforme a tabela abaixo:

¹ A cláusula *Put Option* é um item dito como comum nos contratos, que define a venda forçada das ações de uma empresa em caso de desavenças entre os associados. Já a cláusula *Marlim* determinava uma porcentagem mínima dos lucros da refinaria para a Astra Oil.

Tabela 1: Classificação das notícias e reportagens coletadas, no período de 2005 a 2015.

Anos	Carta Capital	Época Negócios	Estadão	Exame	Extra	Folha de S. Paulo	O Globo	Terra	Valor	Veja
2005	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
2006	0	0	15	0	0	1	10	0	7	0
2007	0	0	11	0	1	0	14	0	3	0
2008	0	0	17	0	20	1	14	0	2	0
2009	0	2	6	0	6	1	4	5	2	0
2010	0	1	8	0	9	4	9	3	3	2
2011	0	1	5	0	6	1	5	10	6	1
2012	0	4	48	10	21	9	10	8	17	20
2013	0	13	117	13	29	17	23	4	26	43
2014	29	128	1230	225	548	527	1372	250	411	578
2015	3	40	183	14	68	67	223	24	65	55
Total	32	189	1640	263	708	628	1684	304	543	699

Fonte: A influência da Mídia na Disseminação de Informações: Estudo de Caso sobre a aquisição da Refinaria de Pasadena pela Petrobrás (COSTA; PEIXE; PASSOS, 2016).

Atendendo ao material acima, os autores organizaram os conteúdos da mídia a respeito da refinaria de Pasadena em três categorias: (1) Investimento da Empresa Petrobrás; (2) Caráter de Denúncia e Investigação e (3) Penalidades e Influência Social e Econômica. A primeira delas consistiu na produção de notícias que destacavam os investimentos da exploração e produção da Petrobras, colocando a população nos debates em relação às aplicações dos recursos da estatal.

Por outro lado, o segundo item assume um formato investigativo, quando a mídia brasileira e a oposição política intensificaram a polêmica a partir de março de 2014 e enquadraram a questão de Pasadena como um desastre comercial para a Petrobras (OLIVEIRA FILHO, COUTINHO, 2014). Ademais, o incidente reverberou em esfera internacional, de modo que resultou na criação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito para investigação e apuração dos fatos, além do assunto receber maior atenção e cobertura por parte do Grupo Globo.

A terceira fase apresenta uma abordagem com enfoque à presidenta Dilma Rousseff, atribuída como responsável pela tomada de decisões em 2006, isto é, pela execução da compra da refinaria de Pasadena, posteriormente alvo de polêmicas. Durante o ano da eleição presidencial de 2014, a imprensa manifestou papel ativo nas matérias, tanto de denúncias quanto nas defesas por parte do governo. Portanto, compreende-se que a divulgação de informações e seu envolvimento com o caso da refinaria de Pasadena podem ser sido um dos fatores para o resultado das eleições terem tido uma margem tão estreita entre Rousseff e seus concorrentes, principalmente no segundo turno, com Aécio Neves, do PSDB (COSTA; PEIXE; PASSOS, 2016).

Dessa forma, torna-se importante atender à natureza da mídia: como qualquer empresa e serviço, os veículos de imprensa se alimentam da aquisição de seus produtos, ou seja, necessitam de clientela para acessarem os seus conteúdos jornalísticos. Sabendo que os escândalos são fenômenos que perturbam a normalidade e geram grande comoção e reprovação social, eles serviriam como bateria para a sustentabilidade de canais midiáticos

como o Grupo Globo, assim estimulando a sua atividade em um grau ainda mais intenso como um mecanismo de subsistência.

Salienta-se também que a controvérsia de Pasadena foi um dos pressupostos para o encaminhamento ao processo de impeachment de Dilma Rousseff, sob o argumento de crime de responsabilidade e competência (MATAIS; VILLAVARDE, 2015). Considerando o contexto irregular de revelações subsequentes de casos de corrupção no país e a reprovação acentuada e associações de seu nome nesses incidentes, a destituição da presidenta – que viria nos tempos posteriores – se desenrolaria de forma conveniente aos olhos da elite e da classe média, principalmente àqueles envolvidos com a ala do PSDB.

Os efeitos da abundância de materiais midiáticos - adicionado com os reveses econômicos e sociais que o Brasil suportava e conseqüentemente fragilizaram a posição da presidenta - se efetivariam de forma compacta, com a sua performance política avaliada negativamente pela opinião pública, com 65% de reprovação (G1, 2015). Com isso, a insatisfação popular se tornou um dos pretextos para a abertura do processo de destituição de Dilma Rousseff. Mendes (2018) argumenta que,

Além do embate Legislativo e Executivo, para Perez-Liñan (2007), uma razão fundamental da tempestade que leva ao impeachment é a crise econômica. É ela que debilita o apoio popular e faz com que os escândalos de corrupção se convertam em hostilidade efetiva contra a administração sob fogo cruzado. Para comprovar seu argumento, o autor lembra o caso do “mensalão” do PT, em 2005, quando – em meio à grave crise política e à ofensiva do mesmo PMDB, mas num momento sem crise econômica – o governo de Lula não caiu. Segundo Perez-Liñan (2007), a população é mais tolerante com a corrupção em momentos de bonança material.

O impeachment mudou a direção política brasileira, bem como provoca controversas e reflete discussões na atualidade. As propriedades de todo o processo do impeachment são questionadas na lente crítica, conceituando a ação com parâmetros jurídicos, mas com interesses políticos. Nessa lógica, a retórica criminal imposta contra Dilma Rousseff perde o seu rigor pelo desvirtuamento dos valores fundamentais que criam o alicerce de um Estado de direito, derivado de razões políticas peculiares.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Opinião Pública tornou-se um importante ator das Relações Internacionais. Enganam-se, porém, os que leem tal afirmação e interligam-na apenas à construção de ideias vindouras de massas, do público geral. Os itens analisados revelam que a Opinião Pública reflete uma ampla gama de interesses, participantes, meios e fins que, década após década, apresentam-se mais poderosos dentro da estrutura governamental de uma nação democrática.

É perceptível que, desde a ascensão do neoliberalismo nos anos 90, o Brasil vive um processo de mudança em sua estrutura estatal, seja no viés ideológico dos governantes nacionais ou nos campos de atenção no momento de formulação da política externa. Novos atores importantes vêm conquistando força dentro da estrutura de Estado. Dentre estes, percebe-se que a opinião pública é cada vez mais presente e capaz de impacto na política nacional, tendo poder para modificar o curso de uma sociedade através da política interna ou externa de um país. No caso do Brasil, a relação entre opinião pública e política externa foi uma das que mais cresceu.

A partir do momento em que as elites socioeconômicas – a primeira linha de formação da Opinião Pública – ganham maior representatividade dentro do MRE, a política externa nacional e os interesses do Estado deixam de ser tão desconhecidos ao público quanto foram no passado. Mas não só o aumento de poder das elites foi responsável por este fenômeno: o processo de globalização alavancou também a capacidade de comunicação e modernizou os veículos de notícias de uma maneira nunca presenciada. Os veículos de imprensa, também empresas, com seus próprios interesses, elevaram sua capacidade de noticiamentos políticos vertiginosamente, através de telejornais vinte e quatro horas ao dia e páginas de *internet* que estampam, de maneira chamativa, manchetes políticas instigantes para a população geral.

Empresas como o Grupo Globo profissionalizaram-se em análises políticas técnicas, duradouras, e que, acima de tudo, prendem seus espectadores pela forma como são conduzidas. E, a partir do momento em que a Globo detém a maior estrutura de imprensa nacional e fala com um público maior do que qualquer outra empresa de mídias no país, as opiniões políticas veiculadas em suas plataformas adquiriram um potencial para causar grandes impactos na estrutura democrática nacional.

O caso dos governos de Luís Inácio Lula da Silva e essencialmente o de Dilma Rousseff são exemplos de como o poder da opinião pública dentro da estrutura de governo cresceu. Os anos de poder do Partido dos Trabalhadores foram os que a reportagem política mais entrou em alta e modernizou-se. Pautas da política externa do PT e escândalos como o de Pasadena, ampla e excessivamente veiculados, foram alguns dos principais pontos que contribuíram para a queda de popularidade e aumento da desaprovação da presidente Rousseff. A visibilidade dada a cada detalhe sobre Dilma, o governo e sua ligação com Pasadena, fizeram com que o assunto circulasse por todo o país, aumentando sua reprovação em 4% no mês de maior circulação da notícia.

Os anos seguintes à grande veiculação das notícias representaram a etapa mais turbulenta de sua vida profissional e – possivelmente – de sua vida pessoal. A mobilização da opinião pública de maneira contrária à presidente Rousseff culminou em seu esgotamento político, duras críticas internacionais a sua gestão e até ameaças contra sua vida. O período entre 2014 e 2016 certamente ficará marcado na história nacional como uma das maiores mobilizações de opinião pública já presenciadas no Brasil.

O tema central desta reflexão não pode, no entanto, residir em responsabilizar ou inocular Rousseff pelos imbróglios de Pasadena. A análise está em como os assuntos externos tornaram-se presentes em todas as camadas da população e em como a imprensa, principal catalisadora da opinião pública nacional, detém meios para utilizar as pautas em prol de seus interesses próprios, se bem o desejar fazer. Através de sua eloquência, sua linguagem e credibilidade, a imprensa hoje concentra um poder de definição do que ‘importa’ para a sociedade, em alguns momentos equiparando tal poder com a capacidade do Estado em definir um chamado interesse nacional.

Por fim, é seguro afirmar que os conceitos de Política Externa e Opinião Pública nunca estiveram tão interligados quanto encontram-se na sociedade contemporânea, com a primeira sendo um importante objeto de elogios ou invalidação pela segunda, a depender de qual parcela da opinião pública detém mais voz na sociedade e para qual público o governo pensa sua política. Seja qual for o modelo de atuação de um Estado democrático, enquanto mantiver sua democracia em vigor, a opinião pública será parte do jogo de poder nacional e da construção da estabilidade – ou instabilidade – política e democrática.

REFERÊNCIAS

- A NAÇÃO Unida às Forças Armadas. *O Globo*, Rio de Janeiro, 31/03/1964. n° 11634. Disponível em: <<https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=196019640331>>. Acesso em: 23 de abr. de 2021.
- ALBUQUERQUE, A. Um outro “Quarto Poder”: a imprensa e o compromisso político no Brasil. *Revista Contracampo*, 2008. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17299/10937>>. Acesso em: 10 de abr. de 2021.
- ALMOND, G. *The American People and Foreign Policy*. New York, NY: Praeger Publisher, 1950
- ARBEX JR., J. Rede Globo: Teledramaturgia e poder sob a ditadura. PUC-SP. *Nhengatu – Revista iberoamericana para Comunicação e Cultura contrehegemônicas*. V. 2, n°3, 2015. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/nhengatu/article/view/34260>>. Acesso em: 24 de abr. de 2021.
- CALABRE, L. Conspirações sonoras: a Rádio Globo e a crise do governo Vargas (1953-1954). In: *Anais - Encontro Nacional Da Rede Alfredo De Carvalho*, 2004. Florianópolis..
- CERVI, E. U.. *Opinião Pública e Política no Brasil: o que o brasileiro pensa sobre política e porque isso interessa à democracia*. 359 f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas: Ciência Política). Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ)- Rio de Janeiro, 2006.
- CERVO, A.; BUENO, C.. *História da política exterior do Brasil*. 2. ed. Brasília: UnB, 2002.
- CERVO, A. L.; LESSA, A. C. O declínio: inserção internacional do Brasil (2011- 2014). *Revista Brasileira de Política Internacional*, v. 57, n.2, p.133-51.. Centro de Estudos Globais da Universidade de Brasília.2014.
- COSTA, W. M. da. A Petrobras e a indústria de petróleo no Brasil: geopolítica e estratégia nacional de desenvolvimento. *Open Edition Journals*. Confins, 32 | 2019, N° 40.
- COSTA, M, C.; PEIXE, A, M, M. PASSOS, G. de A.; SILVA, O. A. de P. A Influência da Mídia na Disseminação de Informações: Estudo de Caso sobre a Aquisição da Refinaria de Pasadena pela Petrobrás. In: 40° Encontro Nacional Dos Programas De Pós-Graduação Em Administração – EN-ANPAD, 2016. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/332762745_A_Influencia_da_Midia_na_Disseminacao_de_Informacoes_Estudo_de_Caso_sobre_a_da_Aquisicao_da_Refinaria_de_Pasadena_pela_Petrobras>. Acesso em: 19 de set. de 2021.
- CORSI, F. L. A política econômica de Dilma Rousseff: baixo crescimento e recessão. *UNESP*, v. 53 n. 1 (2016). Disponível em: <<https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/novosrumos/article/view/8495>>. Acesso em: 06 de set. de 2021.
- CHAMPAGNE, P. *Formar a opinião: o novo jogo político*. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 1996.
- DANESE, S. *Diplomacia presidencial: história e crítica*. 2. ed. rev. – Brasília: FUNAG, 2017.
- DEUTSCH, K.W. *The Analysis of International Relations*. Englewood Cliffs, N.J. Prentice Hall, 1968.
- ENTENDA A COMPRA da refinaria de Pasadena pela Petrobras. G1, São Paulo, 20/03/2014. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2014/03/entenda-compra-da-refinaria-de-pasadena-pela-petrobras.html>>. Acesso em: 02 de out. de 2021.
- FERNANDES, C. M. As representações midiáticas de Dilma Rousseff no cenário político brasileiro. *Aurora: revista de arte, mídia e política*, São Paulo, v.5, n.14, p.69-85, jun.- set. 2012. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/view/9266>>.
- HERZ, D. *A História Secreta da Rede Globo*. Porto Alegre: Tchê!, 1986.
- HISTÓRIA GRUPO GLOBO. *Lançamento de O Globo*. Grupo Globo, 2013. Disponível em: <<https://robertomarinho.globo.com/hgg/>>. Acesso em: 14 de abr. de 2021.
- HOLSTI, O. R. Public Opinion and Foreign Policy: Challenges to the Almond-Lippmann Consensus Mershon Series: Research Programs and Debates. In: *International Studies Quarterly*, n° 36, 1992. pp. 439 – 466. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/2600734?origin=JSTOR-pdf>. Acesso em: 07

de abr. de 2021.

MATAIS, A; VILLAVARDE, J. Parecer que gerou abertura de impeachment tem como base ‘pedaladas fiscais’ e Pasadena. *Jornal O Estado de S.Paulo*, 2015. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,parecer-que-gerou-abertura-de-impeachment-tem-como-base-pedaladas-fiscais-e-pasadena-10000003684>>. Acesso em: 19 de set. de 2021.

MEMÓRIA GLOBO. *Roberto Marinho. Perfis e Depoimentos*. Grupo Globo, 2013. Disponível em: <<http://memoria.oglobo.globo.com/perfis-e-depoimentos/roberto-marinho-9055075>>. Acesso em: 14 de abr. de 2021.

MENDES, P.; COSTA, F.; PASSARINHO, N. Dilma propõe 5 pactos e plebiscito para constituinte da reforma política. *G1*, 2013. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2013/06/dilma-propoe-5-pactos-e-plebiscito-para-constituente-da-reforma-politica.html>>. Acesso em: 08 de set. de 2021.

MENDES, G. G. O impeachment de Dilma Rousseff e a instabilidade política na América Latina: a aplicabilidade do modelo de Perez-Liñan. *Revista de Ciências Sociais*, Fortaleza, v. 49, n. 1, p. 253-278, mar./jun. 2018. Disponível em: <<http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/32406>>. Acesso em: 13 de set. de 2021.

MIGUEL, L. F. A eleição visível: a Rede Globo descobre a política em 2002. *Dados* 46 (2), 2003. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/dados/a/btxKtckGWqyMwv37ffNKS4M/?lang=pt>>. Acesso em: 12 de maio de 2021.

MORGENTHAU, H. J. *A política entre as nações: a luta pelo poder e pela paz*. São Paulo; Brasília: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo; Universidade de Brasília, 2003.

MONTENEGRO, D.; HIPOLITO, R. *Verbetes biográfico de Dilma Rousseff*. FGV, CPDOC. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbetes-biografico/dilma-vana-rousseff>>. Acesso em: 10 de set. de 2021.

OLIVEIRA FILHO, J. T. S.; COUTINHO, I. M. S. Entre Denúncias E Silêncios: A Cobertura Do Caso Pasadena Em Emissoras De Tv Comercial E Pública. Trabalho submetido ao GT de 16 Estudos de Periodismo do XII Congresso da *Associação Latinoamericana de Investigadores da Comunicação* – Pontifícia Universidade Católica do Peru, 2014. Disponível em: <<https://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/4.-ENTRE-DENUNCIAS-E-SILENCIOS.pdf>>. Acesso em: 28 de out. de 2021.

PACE, E.. “George H. Gallup is dead at 82; pioneer in public opinion polling”. *The New York Times*, 1984. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/1984/07/28/obituaries/george-h-gallup-is-dead-at-82-pioneer-in-public-opinion-polling.html>>. Acesso em: 07 de abr. de 2021.

PAGE, B.; BOUTON, M.M. *The Foreign Policy Disconnect*. What Americans want from our leaders but don’t get. Chicago, University of Chicago Press, 2006.

PETROBRÁS. *Quem Somos: Trajetória*. Disponível em: <<https://petrobras.com.br/pt/quem-somos/trajetoria/>>. Acesso em: 10 de fev. de 2022.

POWLICK, P.; KATZ, A. Defining the American Public Opinion/Foreign Policy Nexus. In: *Mershon International Studies Review*. V. 42, n° 1, 1998. pp. 29-61.

READQUIRE A Rádio Globo O Seu Canal De Televisão. *O Globo*, Rio de Janeiro, 11 de julho de 1957. Nº 9565. Disponível em: <<https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=195019570711>>. Acesso em: 23 de abr. de 2021.

REAGE O Congresso À Comunicação Do Brasil. *O Globo*, Rio de Janeiro, 31/03/ 1964. nº 11624. Disponível em: <<https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=196019640331>>. Acesso em: 23 de abr. de 2021.

RESSURGE A Democracia!. *O Globo*, Rio de Janeiro, 02/04/1964. nº 11625. Disponível em: <<https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=196019640402>>. Acesso em: 23 de abr. de 2021.

RODRIGUES, F. TV Globo Recebeu R\$ 6,2 bilhões de publicidade federal com o PT no Planalto. *Folha*

de São Paulo, 2015. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/06/1649933-tv-globo-recebeu-r-62-bilhoes-de-publicidade-federal-com-pt-no-planalto.shtml>>. Acesso em: 14 de maio de 2021.

SALOMÓN, M.; PINHEIRO, L.. Análise de Política Externa e Política Externa Brasileira: trajetória, desafios e possibilidades de um campo de estudos. *Rev. Bras. Polit. Int.* 56 (1): 40-59 [2013].

WENDT, A. *Social theory of international politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

10% APROVAM e 65% reprovam governo Dilma, diz Datafolha. G1, 20/06/2015. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2015/06/10-aprovam-e-65-reprovam-governo-dilma-diz-datafolha.html>>. Acesso em: 05 de nov. de 2021.

ABSTRACT

This article aims to understand the growing connection between the concepts of Public Opinion and Brazilian Foreign Policy within the field of International Relations. To do so, this study uses the repercussion made by Globo Group - the largest communication company in the country - about the Pasadena refinery scandal - a corruption case at Petrobras that had been attributed to former president Dilma Rousseff. This paper proposes to explain the increased power of the non-state actor public opinion within the Brazilian state, to the point of influencing the nation's political course. To fulfill the proposal, a methodology was sought to carry out a broad survey of public opinion, especially those published by the Globo Group on the Pasadena case in its main communication platforms.

KEYWORDS

Public opinion. Foreign Policy. Dilma Rousseff. Globo Group. Pasadena.

NOTAS

- ¹ O caso específico criticado pelo jornal O Globo foi a nacionalização de hidrocarbonetos por Evo Morales, medida apoiada por Lula.
- ² Uma operação realizada pela Polícia Federal acabou levando à prisão do diretor da ANAC, Rubens Vieira, acusado de formação de quadrilha em conjunto com o seu irmão, Paulo Vieira e Rosemary Noronha, chefe do escritório da Presidência da República, possuindo associação com o ex-presidente Lula.