



# O que pensa o novo Congresso Nacional

Pesquisa Mídia e Política - 2011

**Coordenação-geral**

Wladimir Gramacho

**Concepção e Análise**

Wladimir Gramacho, Max Stabile e Gustavo Amaral

**Coordenação**

Max Stabile e Leonardo Rodrigues

**Equipe de entrevistadores**

André Jacomo, Bruno Duarte, Camila Marques,  
Catharine Rocha, Clauber Beserra, Janaina  
Bittencourt, Juliane Aragão, Laura Benevides, Leticia  
Medeiros, Lia Kunzler, Mariana Marques, Marina  
Fernandes, Marla Lacerda, Olívia Pessoa, Thaysa Vaz,  
Vanessa P. M. Silva, Willian Wives

**Capa e Projeto Gráfico**

Eduardo Dias

**Fotografia da capa**

Rodolfo Stuckert / Agência Câmara

[www.institutofsbpesquisa.com.br](http://www.institutofsbpesquisa.com.br)

# **O que pensa o novo Congresso Nacional**

Pesquisa Mídia e Política - 2011

## SUMÁRIO

Amostra .....	4
Hábitos de uso da mídia .....	6
Os partidos .....	14
Agenda legislativa 2011 .....	20
Avaliação e expectativas institucionais .....	26

## APRESENTAÇÃO

Em sua quarta edição, a pesquisa “Mídia & Política” revela o que pensa o novo Congresso Nacional (2011-2015) ao reunir dados referentes à agenda preferencial de votações no primeiro semestre deste ano, a algumas tendências decisórias sobre matérias importantes e à avaliação do Governo Lula e dos trabalhos desenvolvidos pela Legislatura anterior, além das expectativas sobre o mandato da Presidente Dilma Rousseff e o desempenho da próxima Legislatura. A pesquisa também informa os hábitos de uso da mídia pelos parlamentares brasileiros e a importância da imprensa na formação de suas opiniões.

As reformas política e tributária são a prioridade do novo Congresso, com grande distância em relação a outros temas. Os dados também indicam que não há espaço para aumento da carga tributária (ao contrário, o Congresso quer vê-la reduzida rapidamente), que a Contribuição Social para a Saúde (CSS) seria derrotada e que há tendência decisória favorável à redução da jornada de trabalho de 44 para 40 horas semanais. Quando se informam, os parlamentares usam prioritariamente os jornais impressos e sites de notícias.

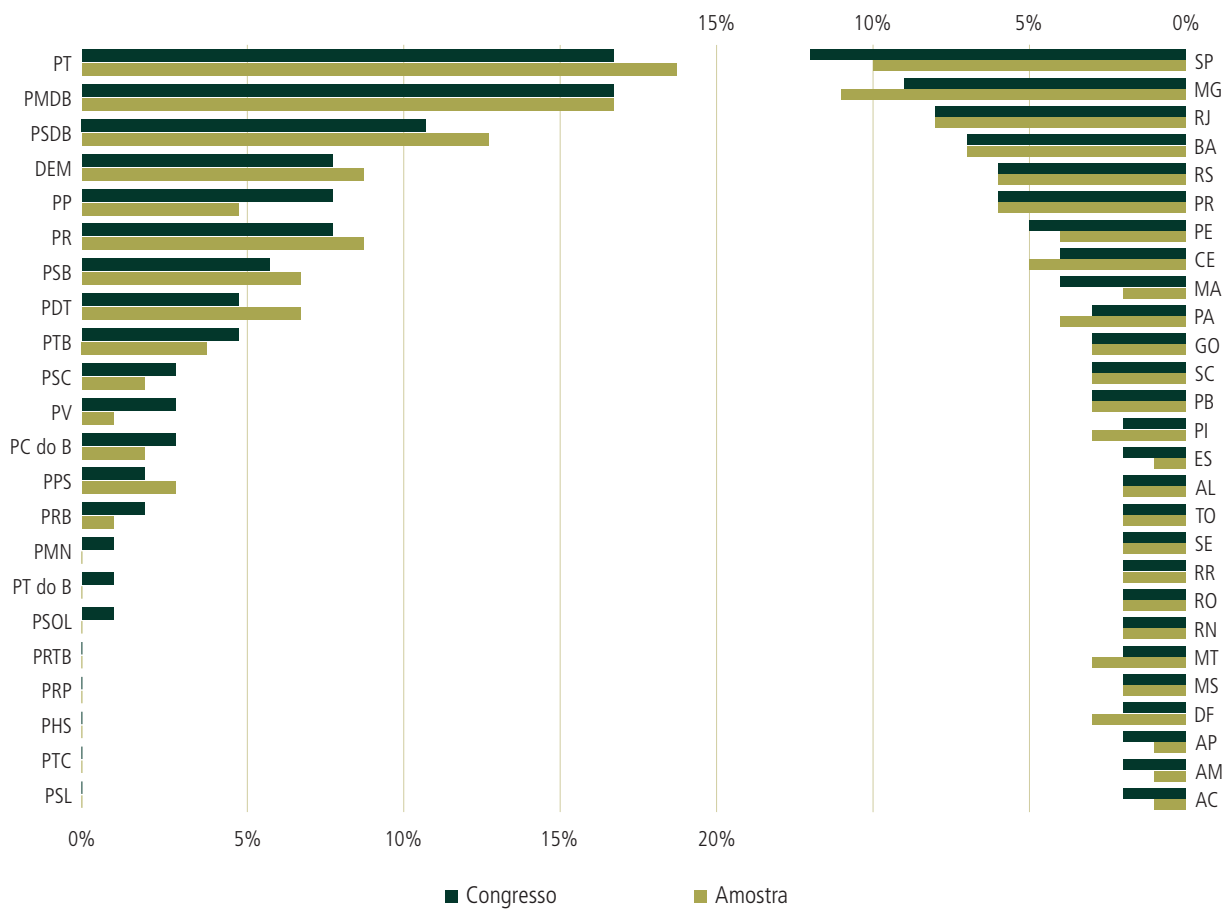
Neste ano, foram entrevistados 340 parlamentares, sendo 307 deputados federais e 33 senadores: 57% dos parlamentares da nova Legislatura. Na Câmara dos Deputados, foram ouvidos 181 reeleitos e 126 novos deputados. No Senado Federal, cinco senadores reeleitos, 12 com mandatos que se encerram em 2015 e 16 novos. A amostra mantém a proporcionalidade das bancadas de todos os partidos e Unidades da Federação com representação no Legislativo.

Com este trabalho, o **Instituto FSB Pesquisa** espera contribuir com o Congresso Nacional, com a mídia e com a sociedade. Esta publicação traz dados relevantes sobre a relação entre a Mídia e o Congresso Nacional, duas instituições cruciais para o funcionamento da recente democracia brasileira, para a construção de políticas públicas e para a garantia da governabilidade no País.

**Wladimir Gramacho**  
Sócio-Diretor  
Instituto FSB Pesquisa

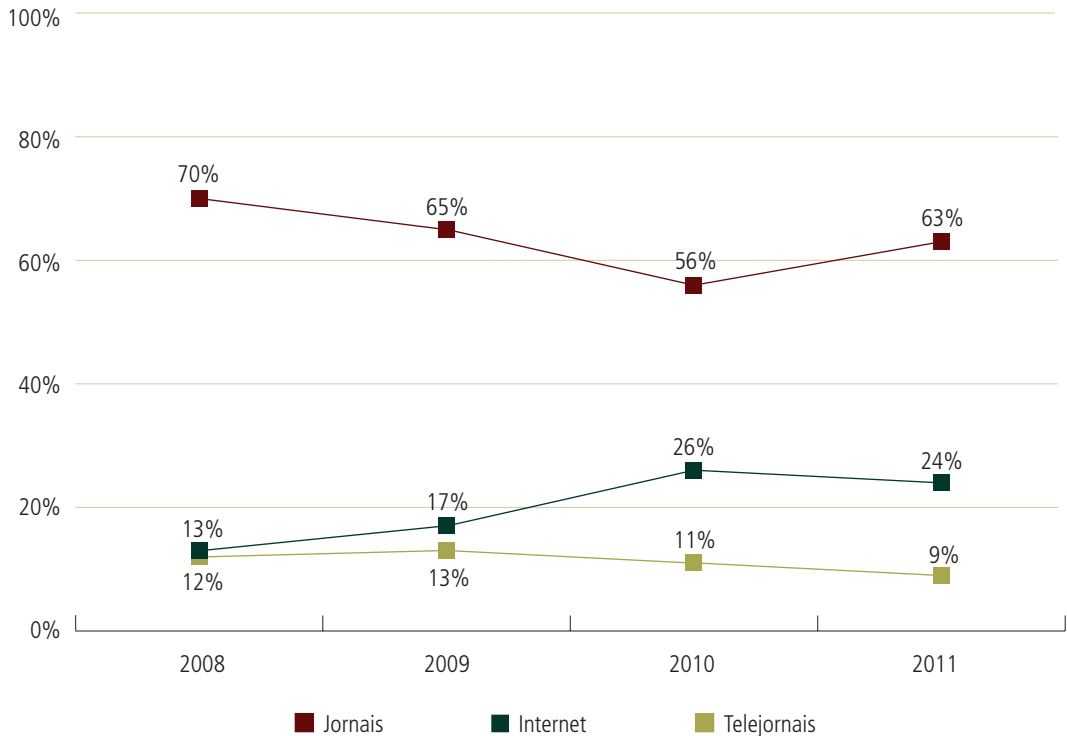
# AMOSTRA

### Distribuição dos entrevistados por partido e UF



# HÁBITOS DE USO DA MÍDIA

Qual é sua principal fonte de informação?<sup>1</sup>  
(estimulada)



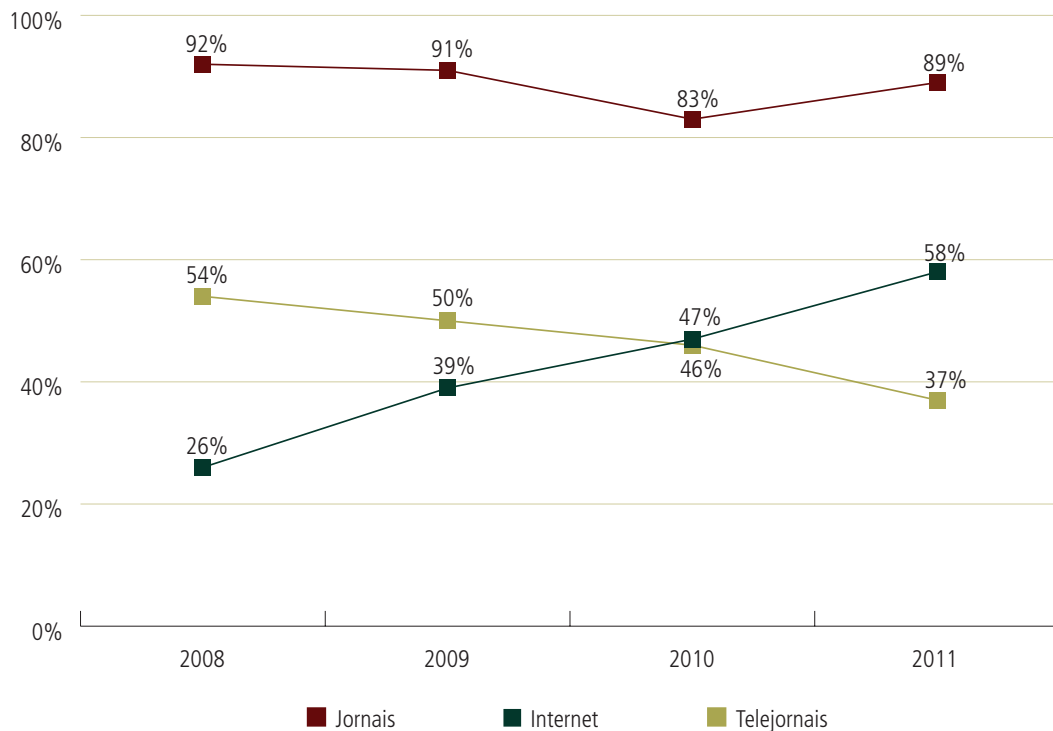
	2008	2009	2010	2011	2011-2008 <sup>2</sup>
Jornais	70%	65%	56%	63%	-7
Internet	13%	17%	26%	24%	11
Telejornais	12%	13%	11%	9%	-3
Rádio	3%	2%	4%	3%	0
Revistas	0%	1%	2%	1%	1
Outras	2%	2%	1%	0%	-2

1 Dados apenas para os Deputados Federais

2 Variação em pontos percentuais

## Os veículos mais consumidos<sup>1</sup>

(soma da 1ª e 2ª principais fontes de informação)

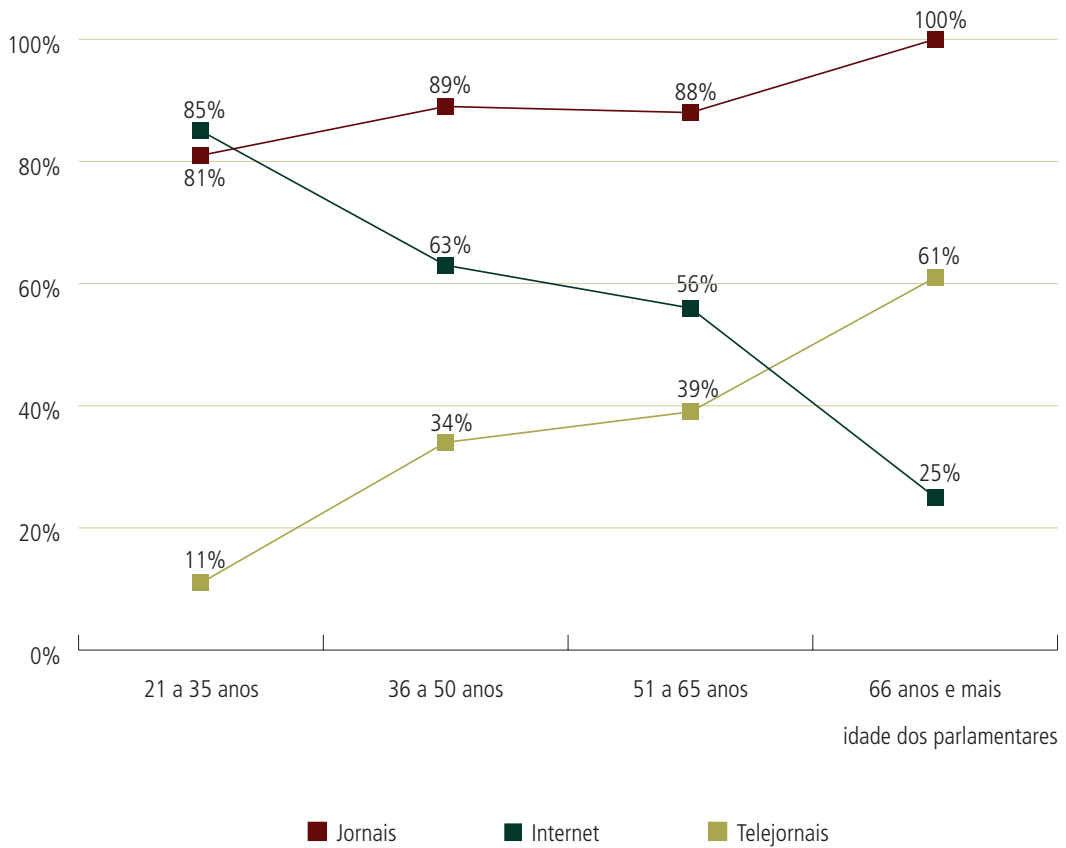


	2008	2009	2010	2011	2011-2008 <sup>2</sup>
Jornais	92%	91%	83%	89%	-3
Internet	26%	39%	47%	58%	32
Telejornais	54%	50%	46%	37%	-17
Rádio	14%	9%	9%	7%	-7
Revistas	9%	8%	8%	8%	-1
Outros	5%	2%	2%	0%	-5

1 Dados apenas para os Deputados Federais

2 Variação em pontos percentuais

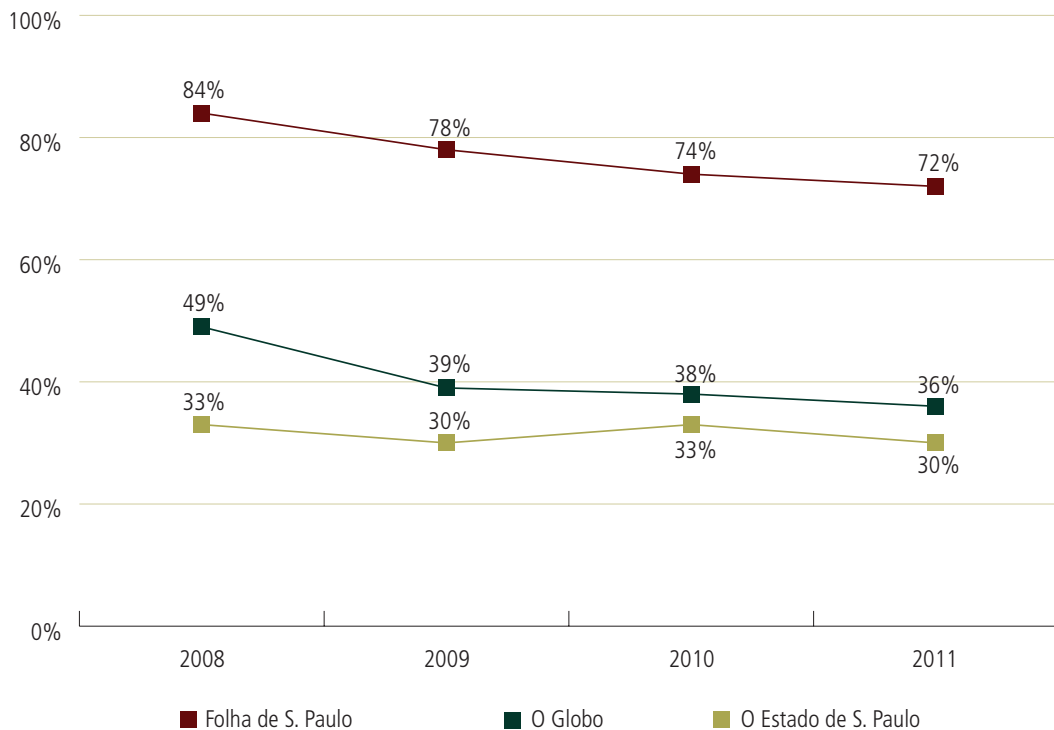
A internet supera os jornais entre os mais jovens<sup>1</sup>



1 Dados apenas para os Deputados Federais

## Quais são os jornais de sua preferência?<sup>1</sup>

(espontânea e até três citações)

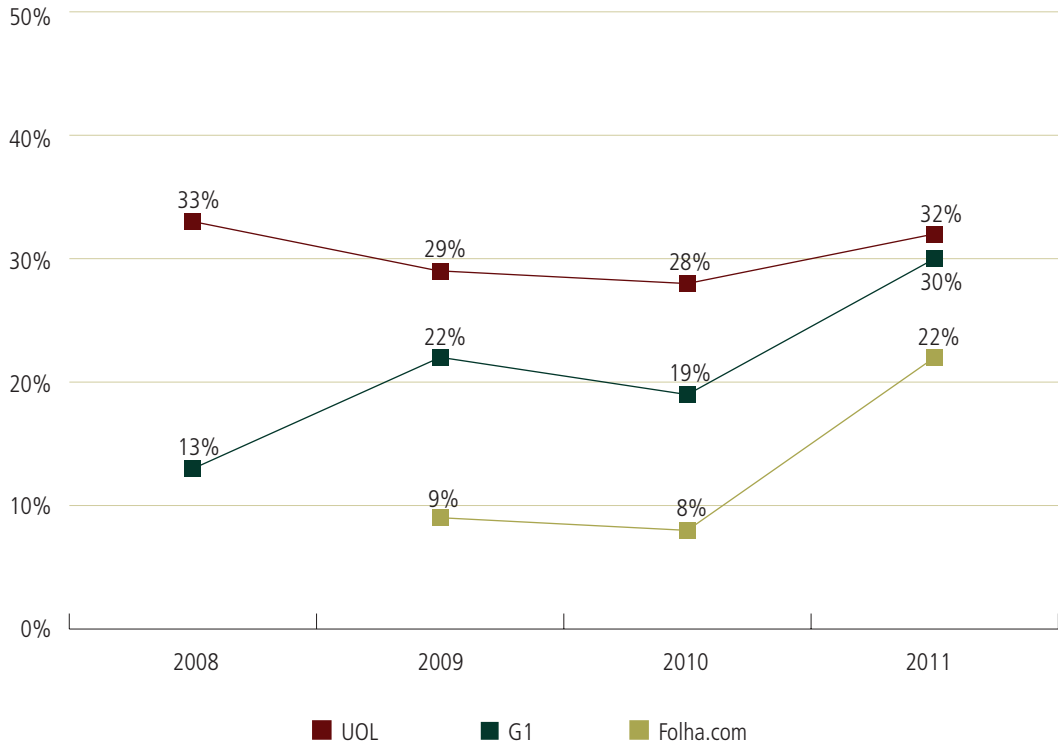


	2008	2009	2010	2011	2011-2008 <sup>2</sup>
Folha de S. Paulo	84%	78%	74%	72%	-12
O Globo	49%	39%	38%	36%	-13
O Estado de S. Paulo	33%	30%	33%	30%	-3
Correio Braziliense	32%	29%	23%	18%	-14
Valor Econômico	12%	10%	14%	12%	0
Outros	80%	43%	41%	68%	-12

1 Dados apenas para os Deputados Federais

2 Variação em pontos percentuais

E na internet, quais são os sites de notícias de sua preferência?<sup>1</sup>  
(espontânea e até três citações)



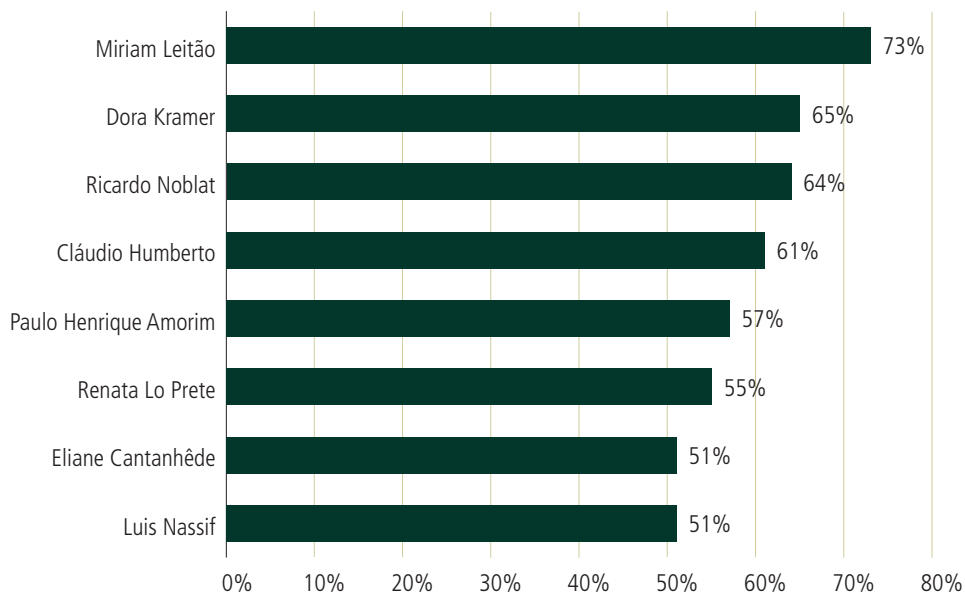
	2008	2009	2010	2011	2011-2008 <sup>2</sup>
UOL	33%	29%	28%	32%	-1
G1	13%	22%	19%	30%	17
Folha.com	-	9%	8%	22%	22
Terra	14%	16%	20%	19%	5
Outros	142%	101%	96%	100%	-42

1 Dados apenas para os Deputados Federais

2 Variação em pontos percentuais

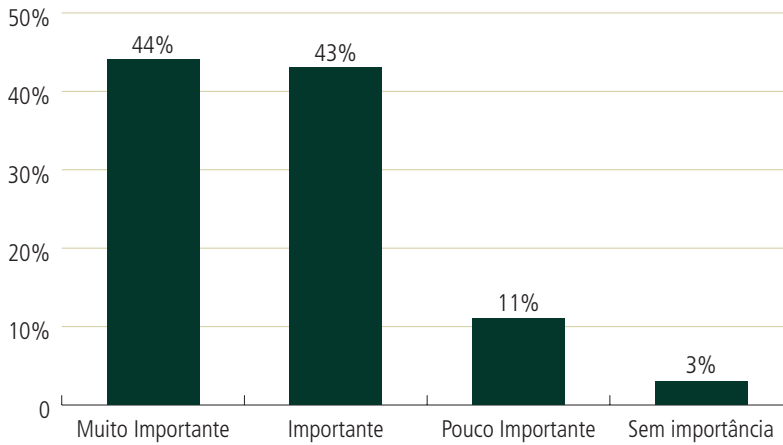
## O(a) Sr(a) tem o hábito de ler o(a) colunista... ?<sup>1</sup>

(estimulada, porcentagens de respostas "sim")

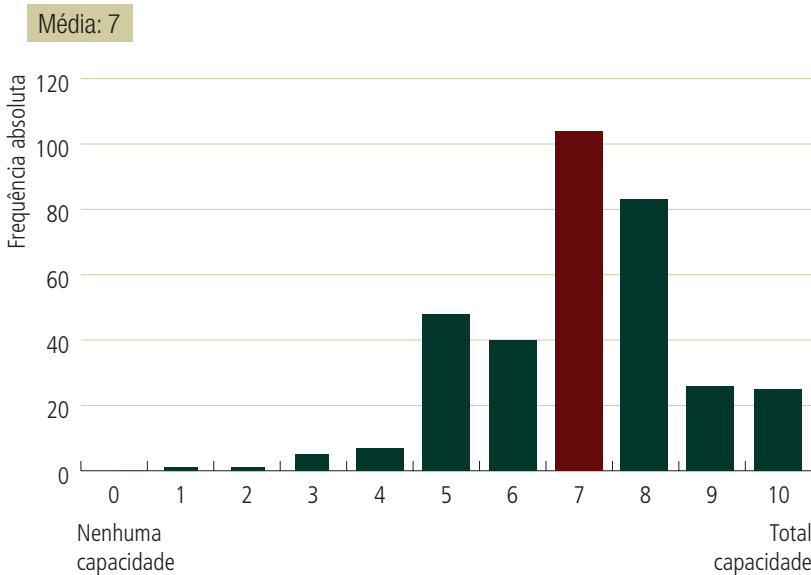


<sup>1</sup> Dados apenas para os Deputados Federais e apresentados apenas os colunistas com mais de 50% de respostas "sim". Consideramos apenas os colunistas de jornais impressos com pelo menos três colunas semanais e os colunistas de blog na internet, as duas plataformas mais utilizadas pelos parlamentares. Foram estimulados os seguintes nomes: Dora Kramer, Renata Lo Prete, Miriam Leitão, Cláudio Humberto, Ilimar Franco, Eliane Cantanhêde, Fernando Rodrigues, Ricardo Noblat, Josias de Souza, Paulo Henrique Amorim, Reinaldo Azevedo, Merval Pereira e Luis Nassif.

**Qual a importância da mídia na formação da sua opinião política?**  
(estimulada)

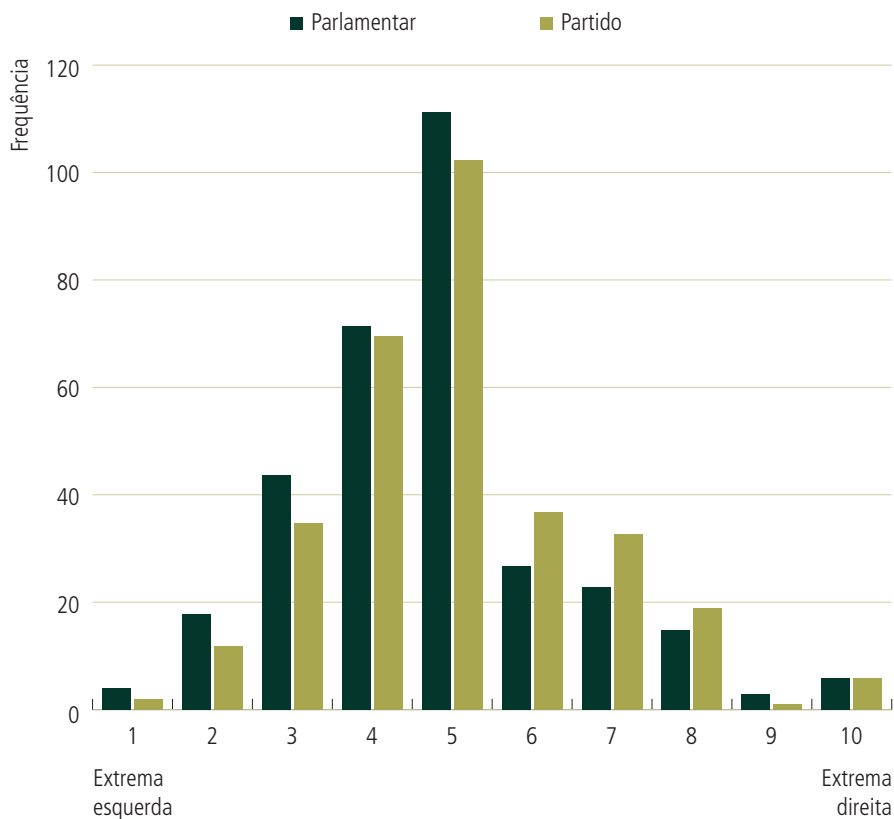


**Qual a capacidade que a mídia tem de influenciar as opiniões dos deputados e senadores?**  
(em uma escala de 0 a 10, em que 0 significa nenhuma capacidade e 10 significa total capacidade.)



# OS PARTIDOS

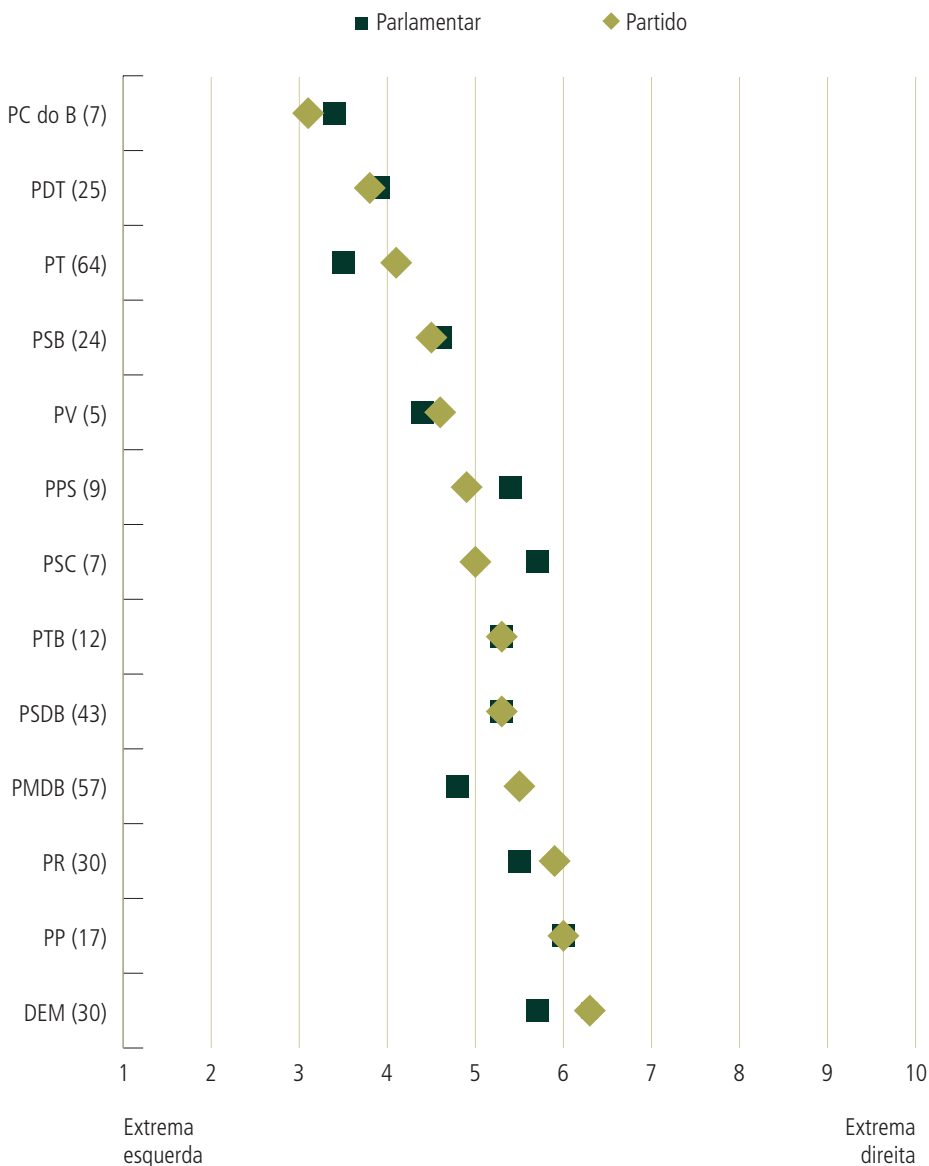
Pensando em uma escala ideológica, em que 1 significa extrema esquerda e 10 extrema direita, em que posição o(a) Sr(a) se colocaria? E em que posição colocaria seu partido?



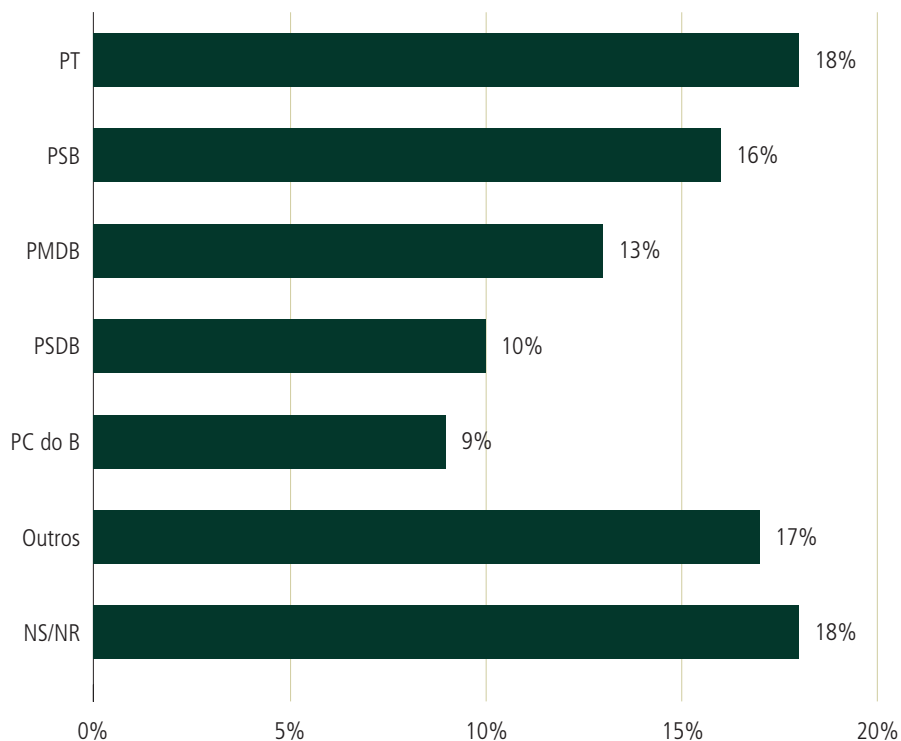
	Média
Parlamentar	4,7 <sup>1</sup>
Partido	5 <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Desvio-padrão de 1,6

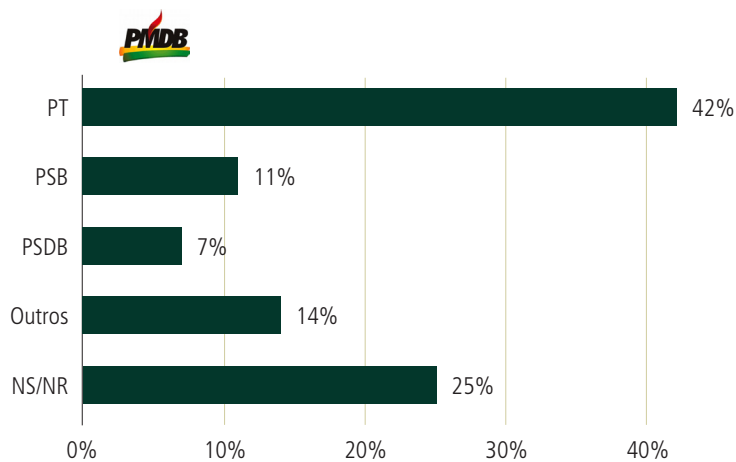
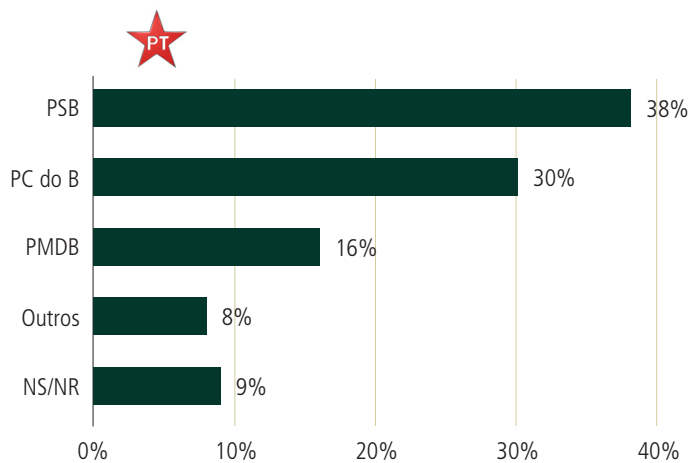
### Posição na escala ideológica entre o parlamentar e o partido, por partido

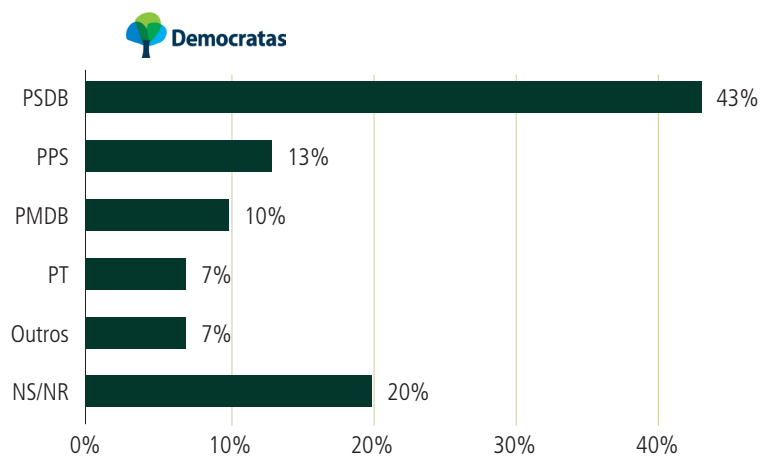
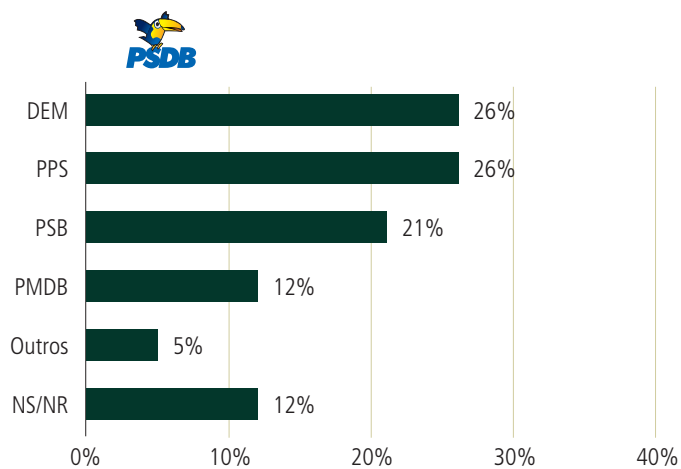


Além do seu partido, qual é o outro partido com que o(a) Sr(a) possui melhor relacionamento, hoje?



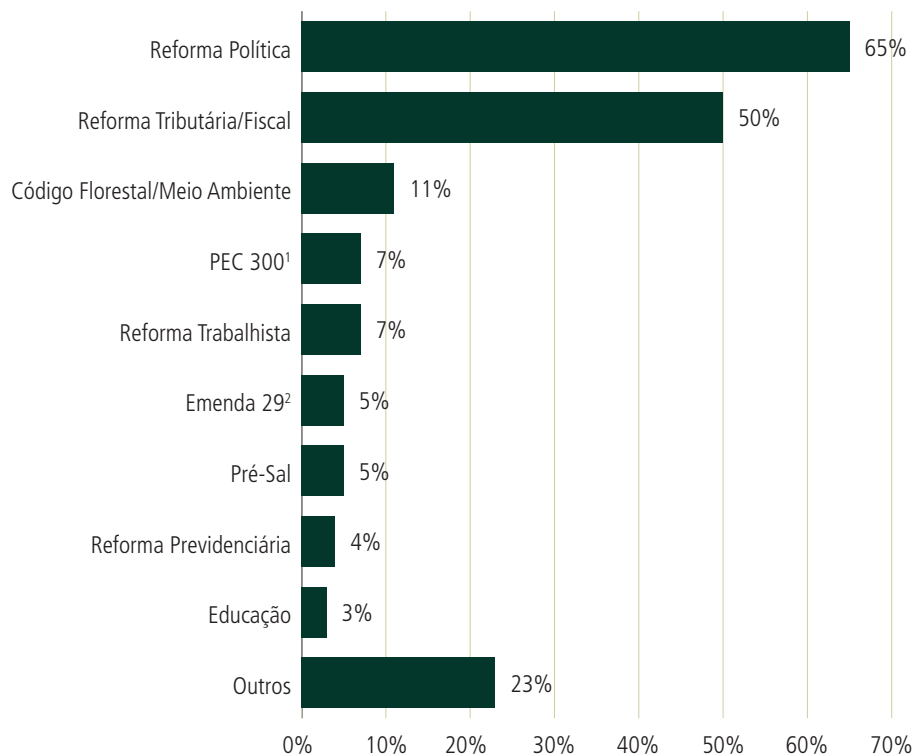
Partidos com os quais os parlamentares do PT, PMDB, PSDB e DEMOCRATAS se relacionam melhor





# **AGENDA LEGISLATIVA DE 2011**

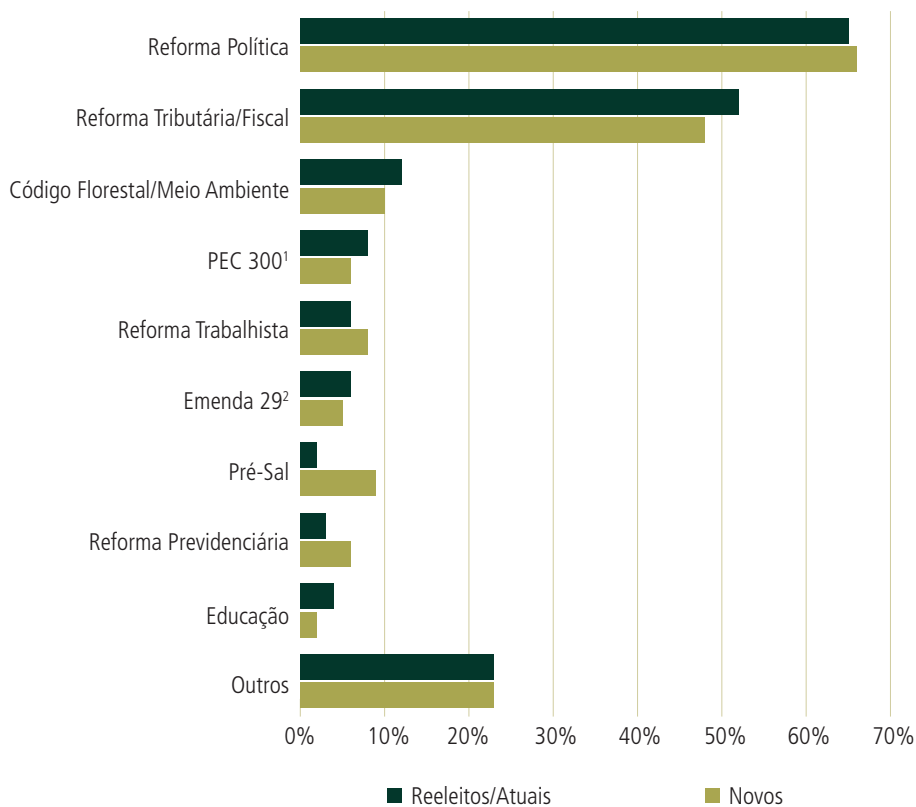
Qual é o principal tema que o(a) Sr(a) gostaria de votar no 1º semestre de 2011?  
(até duas citações, espontâneas)



1 Piso salarial para policiais civis e militares e bombeiros

2 Financiamento da saúde pública

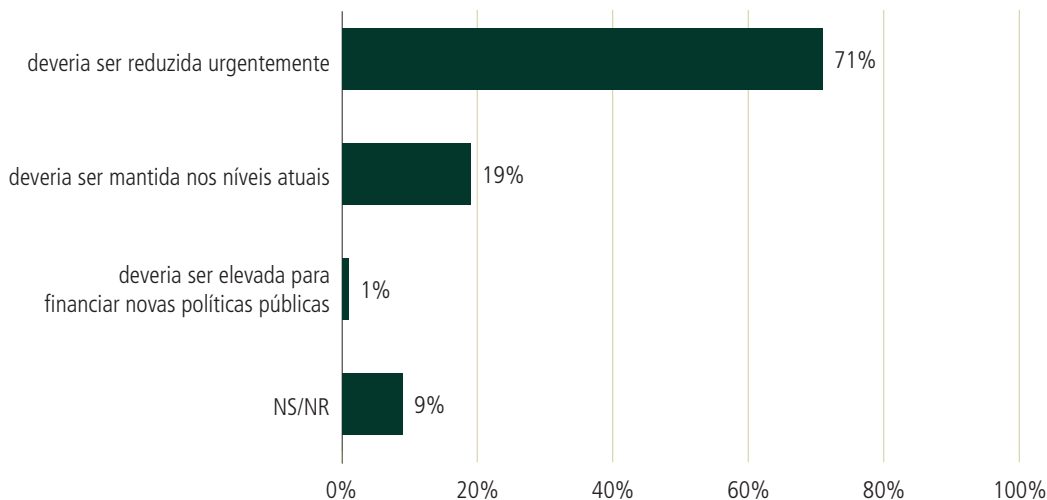
**Qual é o principal tema que o(a) Sr(a) gostaria de votar no 1º semestre de 2011?**  
 por parlamentares reeleitos e novos parlamentares (até duas citações espontâneas)



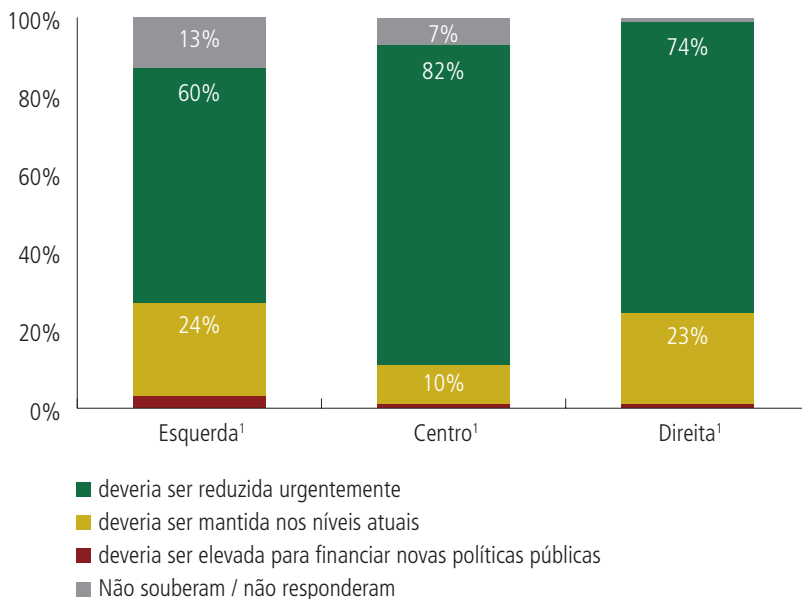
1 Piso salarial para policiais civis e militares e bombeiros

2 Financiamento da saúde pública

## Sobre a carga tributária no Brasil, o(a) Sr(a) acha que...

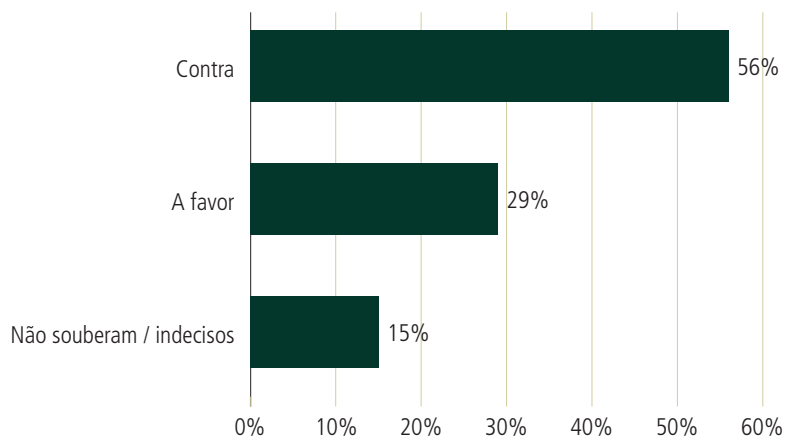


## Por espectro ideológico

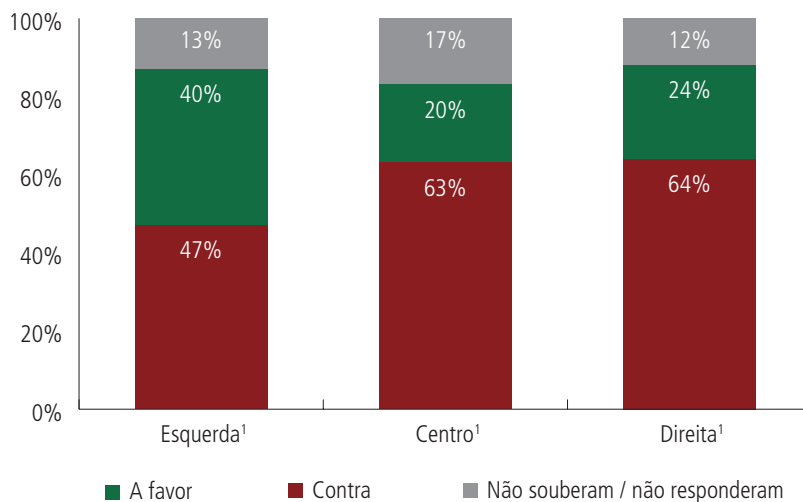


<sup>1</sup> Consideramos como de “esquerda” o parlamentar que se posicionou nos pontos de 1 a 4 da escala ideológica, como de “centro” o que identificou com o valor 5 e de “direita” aquele que escolheu valores de 6 a 10. Para mais informações, veja os dados da página 15.

## O(A) Sr(a) é a favor ou contra a criação da Contribuição Social para a Saúde, a CSS?

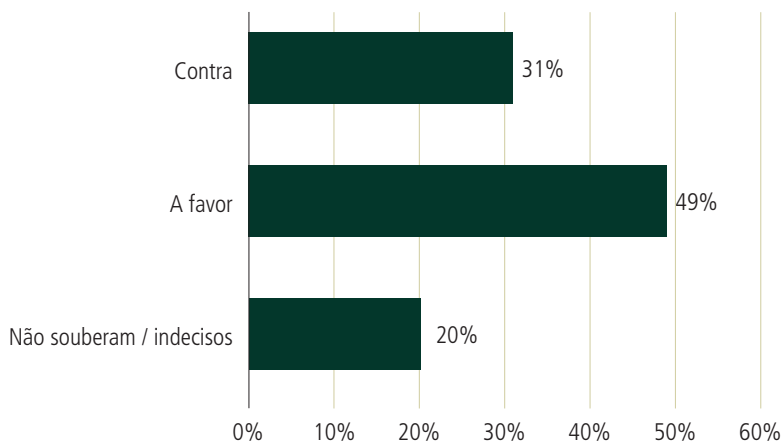


### Por espectro ideológico

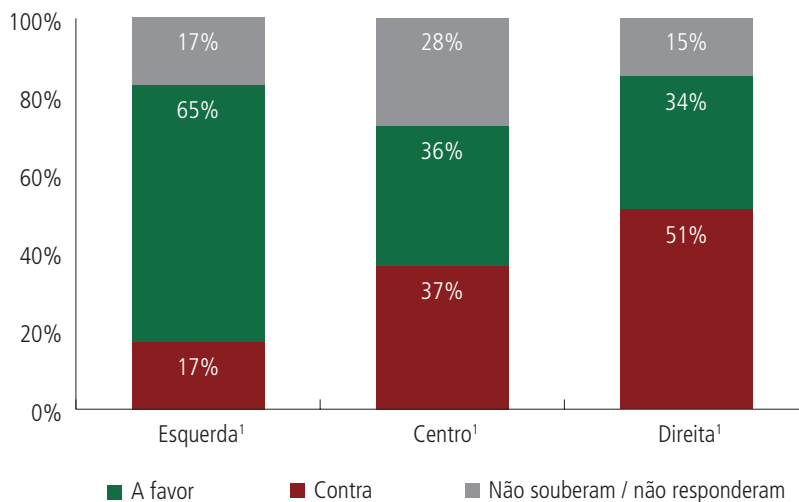


<sup>1</sup> Consideramos como de “esquerda” o parlamentar que se posicionou nos pontos de 1 a 4 da escala ideológica, como de “centro” o que identificou com o valor 5 e de “direita” aquele que escolheu valores de 6 a 10. Para mais informações, veja os dados da página 15.

O(A) Sr(a) é a favor ou contra a redução da jornada de trabalho de 44 para 40 horas semanais?



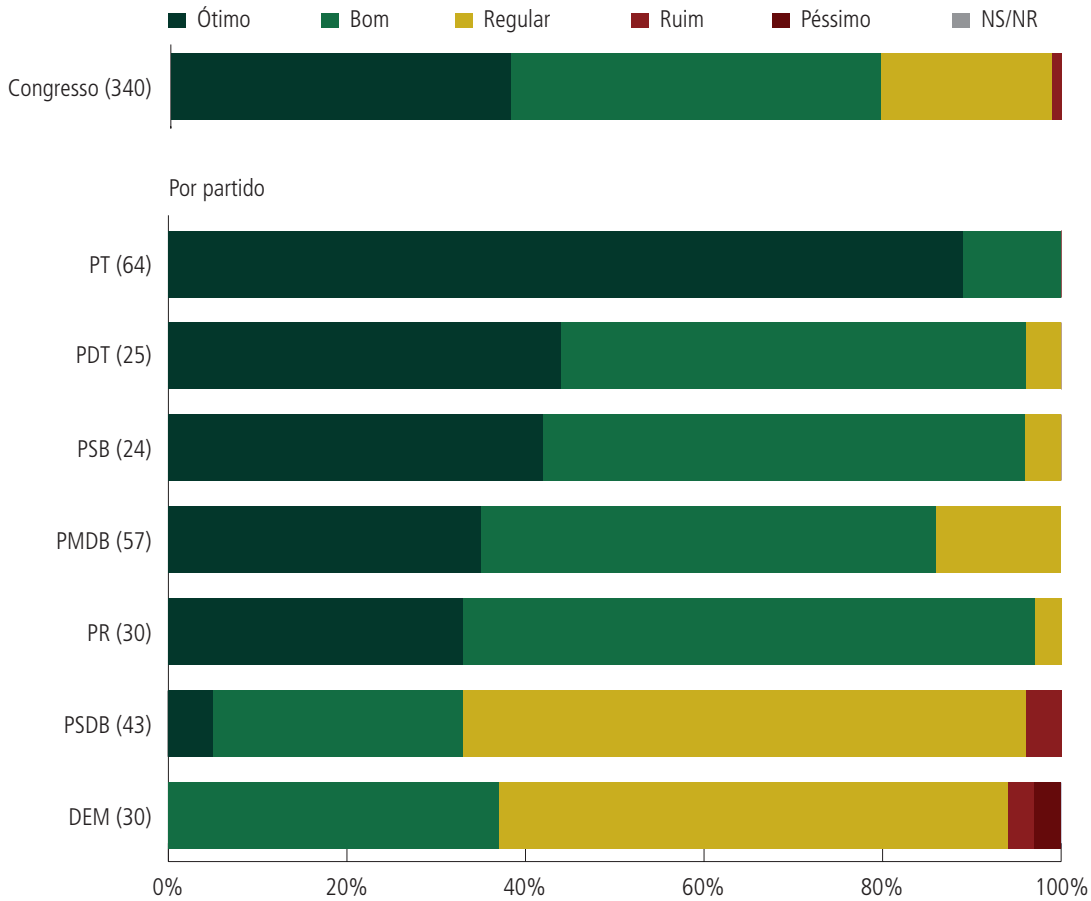
Por espectro ideológico



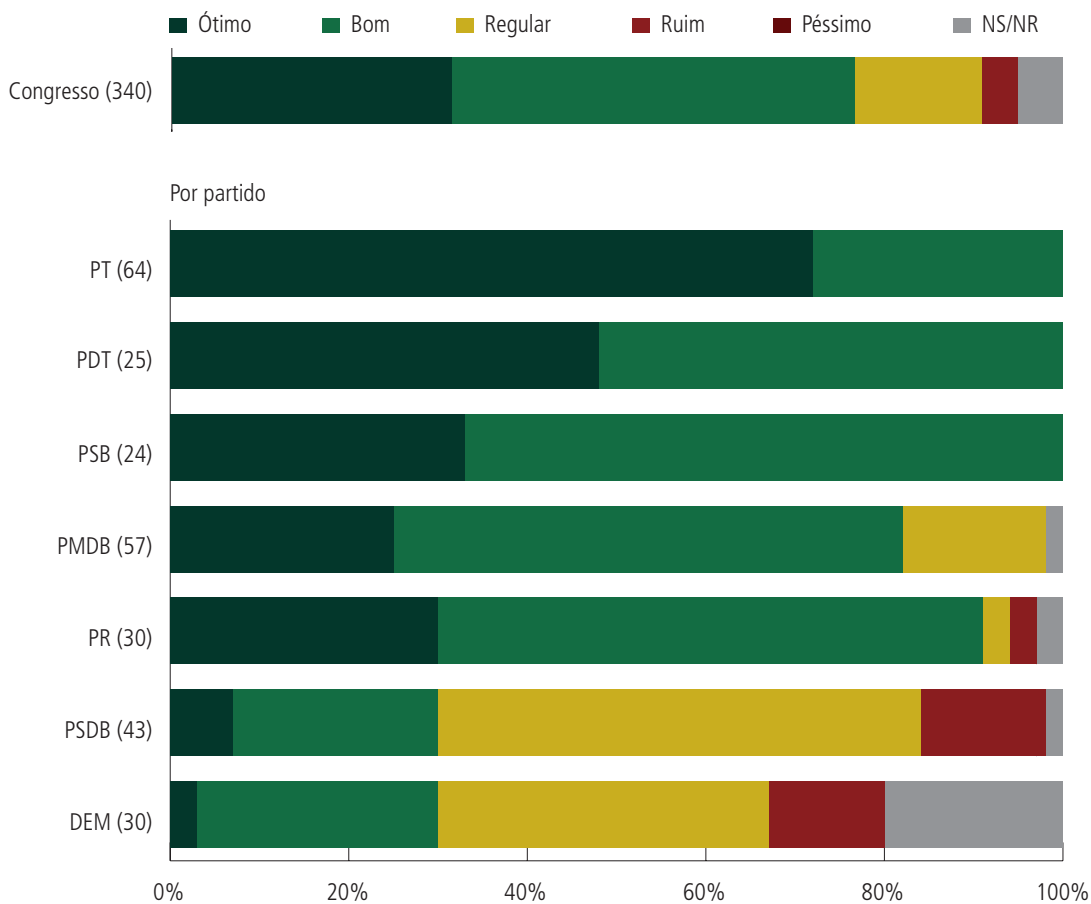
<sup>1</sup> Consideramos como de “esquerda” o parlamentar que se posicionou nos pontos de 1 a 4 da escala ideológica, como de “centro” o que identificou com o valor 5 e de “direita” aquele que escolheu valores de 6 a 10. Para mais informações, veja os dados da página 15.

# **AVALIAÇÃO E EXPECTATIVA INSTITUCIONAIS**

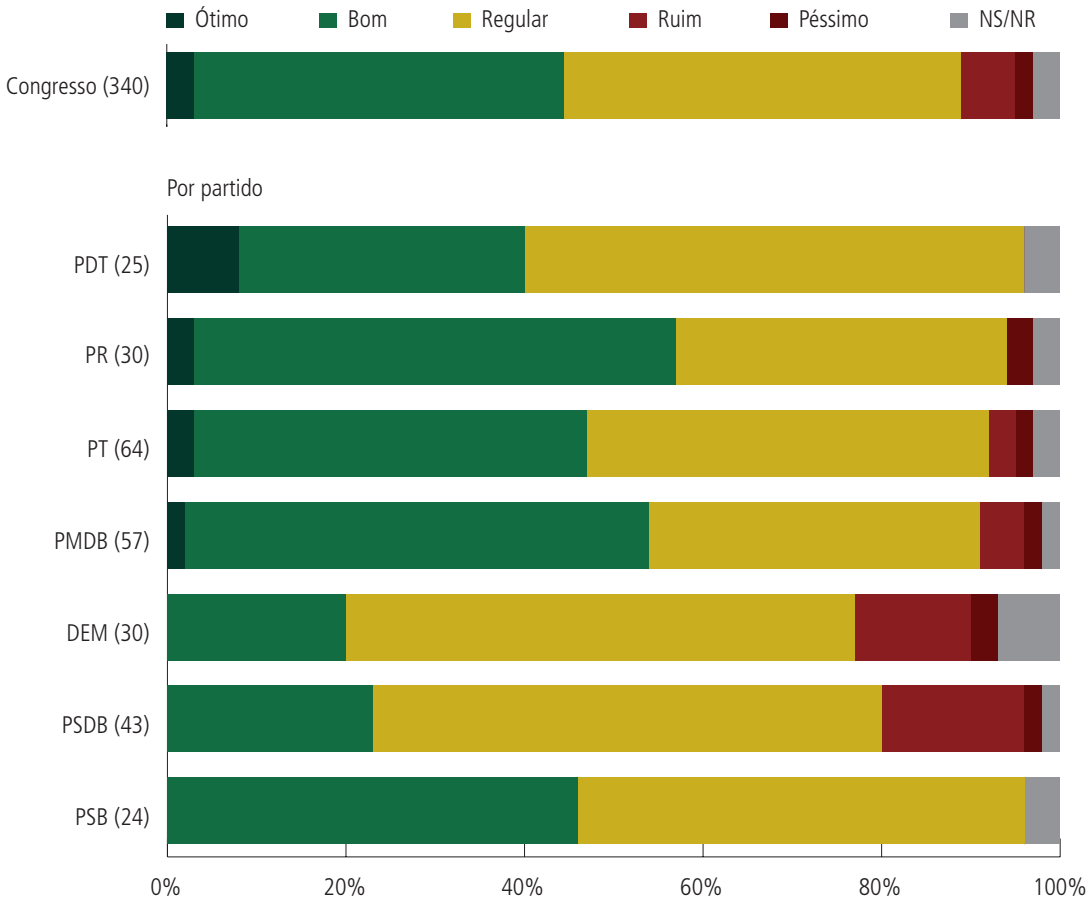
Qual é a sua avaliação dos oito anos do Governo Lula?



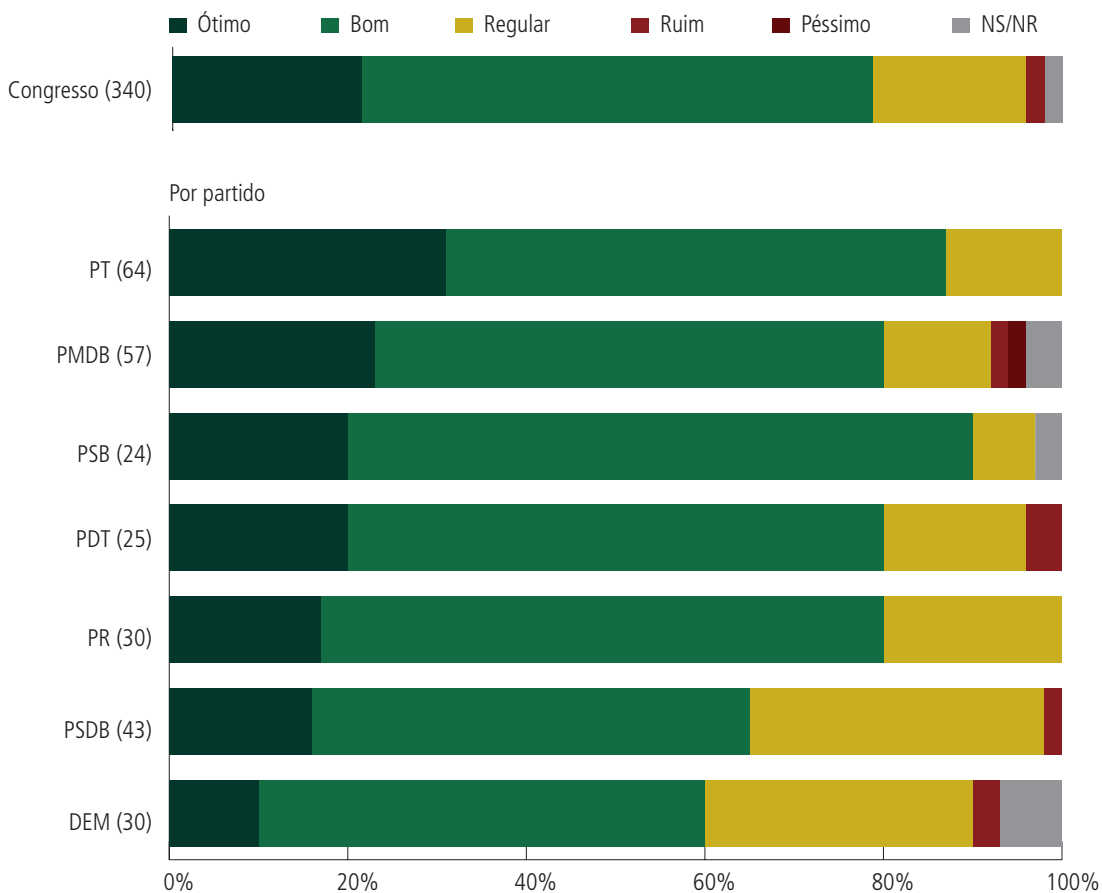
## E qual é a sua expectativa com relação ao governo Dilma Rousseff?



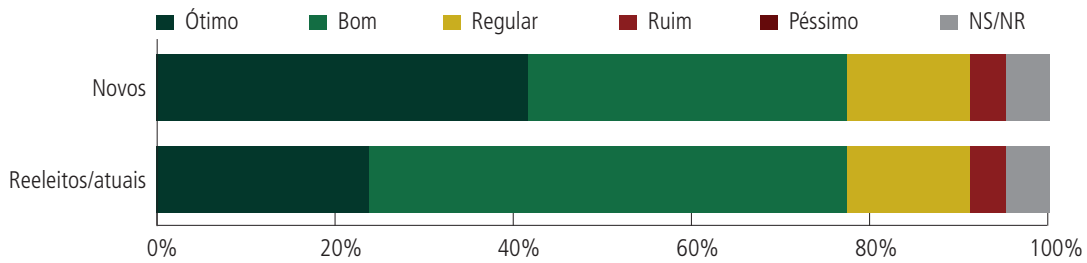
Qual é a sua avaliação da atual legislatura (2007-2011) no Congresso Nacional?



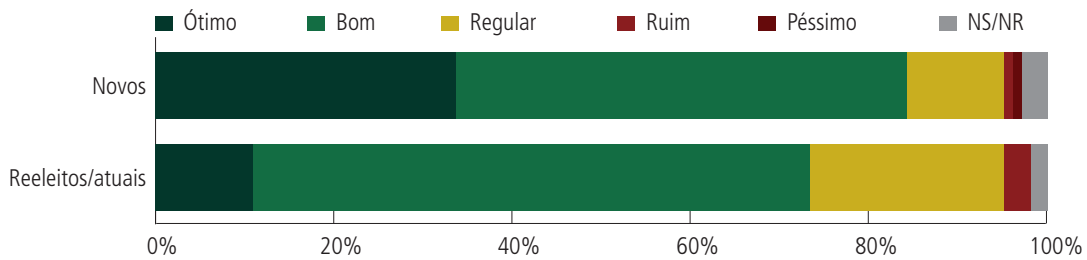
Qual é a sua expectativa com relação à próxima legislatura (2011-2015) no Congresso Nacional?



Expectativa com relação ao governo Dilma Rousseff por parlamentares novos e reeleitos



Expectativa com relação à próxima legislatura (2011-2015) no Congresso Nacional por parlamentares novos e reeleitos





## **O INSTITUTO FSB PESQUISA**

O **Instituto FSB Pesquisa** tem compromisso com a produção de estudos relevantes para decisões estratégicas de seus clientes. Por isso, perseguimos a inovação permanentemente, em ideias, objetos de pesquisa, metodologias, técnicas, na interpretação de dados e na construção de conhecimento íntegro e focado em resultados.

Nossa experiência concentra-se em diagnósticos de imagem e desenho de cenários a partir de levantamentos com parlamentares, jornalistas, demais líderes de opinião e tomadores de decisão. Também realizamos projetos junto a eleitores e à sociedade em geral.

Estamos especializados em estudos sobre a Comunicação e o comportamento da mídia e da política, áreas nas quais se concentra a experiência profissional e acadêmica da nossa equipe, oriunda da ciência política, da sociologia e da comunicação.

Nosso compromisso com resultados relevantes apóia-se no espírito inovador da equipe do **Instituto FSB Pesquisa** e no estrito cumprimento dos padrões de qualidade da ABEP e da ICC/ESOMAR.



## **PRODUTOS**

### **PESQUISA COM PARLAMENTARES**

Entrevistas estruturadas ou em profundidade com parlamentares sobre a construção da agenda legislativa e tendências decisórias sobre temas de interesse dos clientes.

### **PESQUISA COM LÍDERES DE OPINIÃO**

Entrevistas em profundidade com especialistas e porta-vozes – no âmbito acadêmico e nos setores público e privado – sobre temas estratégicos, ciclos de atenção e enquadramento de discursos e notícias com impacto sobre marcos regulatórios.

### **PESQUISA COM JORNALISTAS**

Entrevistas com jornalistas especializados em temas de interesse dos clientes, que atuam em veículos de referência nacional ou regional e com grande poder decisório sobre a publicação de notícias.

### **PESQUISAS DE OPINIÃO PÚBLICA E ELEITORAL**

Estudos quantitativos (*survey e tracking*) e qualitativos (grupos focais) destinados a entender a agenda de prioridades da população, a avaliação de políticas públicas, governos, parlamentares, partidos e candidatos e a identificação de oportunidades de construção do discurso político.



**Brasília**

SHS Quadra 6 bloco E - conj. A sala 713  
Ed. Business Center Park CEP 70322-915  
tel. 55 61 3323.1072 fax 55 61 3323.2404

**São Paulo**

Rua Pedroso Alvarenga, 900 - 4º andar  
Itaim Bibi CEP 04531-003  
tel. 55 11 3061.9596 fax 55 11 3086.0211

**Rio de Janeiro**

R. Visconde de Pirajá, 547 - conj. 312  
Ipanema CEP 22410-900  
tel. 55 21 3206.5050 fax 55 21 3206.5053

**Belo Horizonte**

Rua Fernandes Tourinho, 147 - conj. 1102  
Savassi CEP 30112-000  
tel. 55 31 3228.1000 fax 55 31 3228.1001