



31 DE MARÇO DE 2020

# Bolsonaro isolado: frágil e autoritário



■

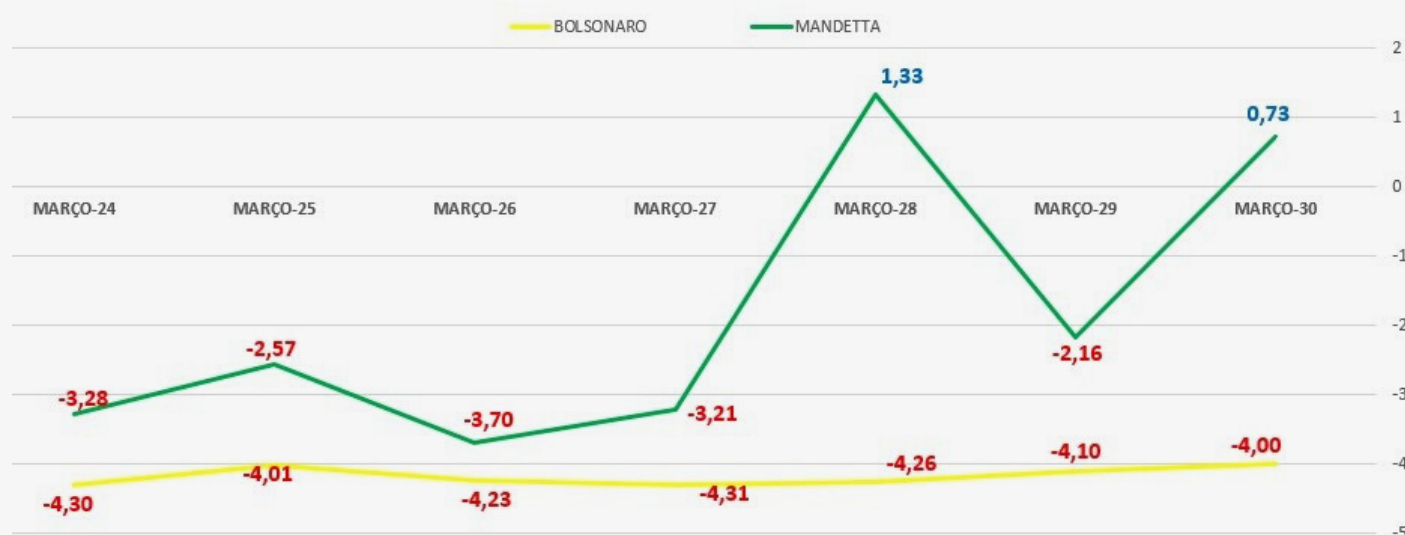
*A percepção pública foi analisada a partir de conteúdos dos 4 veículos de imprensa mais relevantes do País e teve como base a metodologia iVGR – índice de Valor, Gestão e Relacionamento. O estudo independente é realizado pela **Curado & associados***

# A IMAGEM DO GOVERNO FEDERAL NA GESTÃO DO CASO COVID-19

iVGR

Há dois governos em disputa na gestão da crise provocada pelo novo coronavírus. Com base nos últimos sete dias (entre 24 e 30 de março), o iVGR – índice Valor, Gestão e Relacionamento – mostra que o governo liderado pelo ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, tem percepção de **Prudente** e em nível de **Potencial positivo** de imagem, com índice **+0,15**; enquanto o governo do presidente Jair Bolsonaro aparece, pelo mesmo parâmetro, com o índice **-4,38** – nível de **Crise de imagem com necessidade de intervenção de terceiros**. A escala vai de +5 a -5.

Na comparação diária, Mandetta pulou a um patamar positivo de imagem no sábado (28/3), quando começou a sustentar com mais força sua posição técnica e em confronto ao radicalismo de Bolsonaro. O presidente perdeu, assim, a liderança nesta disputa.



---

# A IMAGEM DO GOVERNO FEDERAL NA GESTÃO DO CASO COVID-19

iVGR

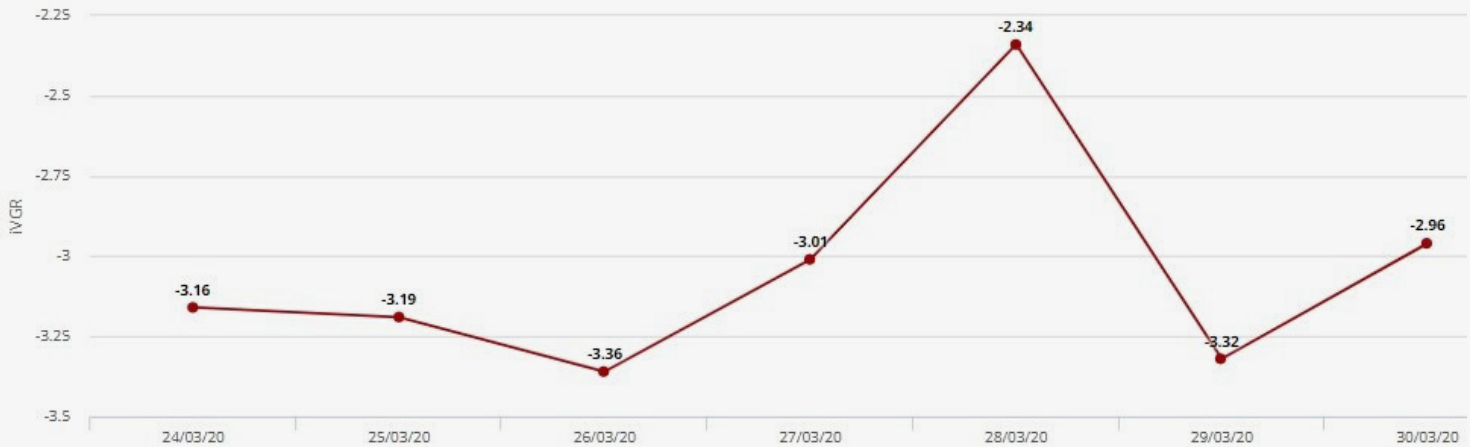
Na segunda-feira (30), a imagem de Bolsonaro de **Irresponsável** - 22% do total das citações - ainda predominou, mas esta ganhou uma nova qualificação, a de **Autoritário** (8%), pela ameaça de publicação de decreto para flexibilizar o isolamento social e ao decidir centralizar anúncios de ações do governo.

Na cobertura da pandemia, os 4 principais jornais do Brasil - Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo e Valor Econômico - publicaram, entre 0h e 23h59 de segunda-feira (30/3), 99 matérias - 83 negativas (84%) e 16 positivas (16%). Das negativas, 63 (76%) sobre a liderança frágil de Bolsonaro, com destaque para o isolamento político do presidente da República.

Destacaram-se as manifestações do Congresso, com todos os líderes partidários; do Supremo Tribunal Federal; e dentro do governo, com os ministros da Justiça (Sergio Moro) e da Economia (Paulo Guedes), além de Mandetta, no reforço à importância do isolamento social para conter a pandemia, na direção oposta à do presidente.

Quando incorporada a uma visão do governo como um todo, o discurso pró-isolamento de Mandetta da segunda-feira reduziu a dimensão da crise de imagem do governo federal, mas ela é ainda negativa nos 3 aspectos da imagem: Valor (moral e ética), Gestão (entrega de resultados) e Relacionamento (comunicação).

# A IMAGEM DO GOVERNO FEDERAL NA GESTÃO DO CASO COVID-19



Os níveis de imagem de +5 a -5:



---

# A IMAGEM DO GOVERNO FEDERAL NA GESTÃO DO CASO COVID-19

iVGR

O estudo analisa atributos e mensura a imagem projetada pelo governo federal em quatro grandes dimensões: 1) Gestão da Saúde Pública – ações de contenção e mitigação sanitária, 2) Gestão Econômica – apoio à preservação e à geração de bens, serviços e emprego, 3) Gestão da Proteção Social – iniciativas de amparo às populações social e economicamente vulneráveis, 4) Gestão Política – comunicação, habilidade de mobilização e de coordenação de recursos e de esforços.

O estudo resumido da imagem da gestão do governo federal para o Caso do Coronavírus é divulgado de segunda à sexta-feira, ao meio-dia – com projeção da imagem do dia e base no conteúdo publicado pelas versões digitais dos veículos no dia anterior –, na página da Curado no LinkedIn (<https://www.linkedin.com/company/curado-associados-consultores>).

Para mais informações do estudo, entre em contato, por gentileza, com [emerson.couto@curadoeassociados.com.br](mailto:emerson.couto@curadoeassociados.com.br)

---

# A IMAGEM DO GOVERNO FEDERAL NA GESTÃO DO CASO COVID-19

iVGR

## A Metodologia iVGR

O iVGR afere a imagem pública de organizações, instituições e pessoas projetada pela imprensa. A imagem é a representação de qualidades que são percebidas pelo outro. É o olhar externo.

A imprensa, quando relata fatos e faz comentários, utiliza palavras que incluem algum julgamento – seja pela reprodução de falas de terceiros, seja na seleção do enfoque.

A repetição da narrativa estimula e antecipa a criação de uma imagem pelo público que consome o seu conteúdo. Isso não significa que sozinho forme opinião – até porque a opinião é influenciada por vários outros fatores –, mas antecipa tendência de maior ou menor adesão a um discurso e comportamento. Ao se verificar qualitativa e quantitativamente essas menções, é possível entender a construção de uma imagem.

A imagem é um retrato do momento, a reputação é a repetição da imagem já consolidada ao longo de um tempo ou em decorrência de um evento emblemático e catalisador experimentado traumática ou positivamente pelas pessoas.

As qualidades contidas no discurso e que estruturam a imagem são divididas em três dimensões: Valor – atributos de natureza ética e moral, diz respeito à responsabilidade com o outro; Gestão – indica a qualidade das entregas, os resultados; e Relacionamento – tem a ver com liderança, comunicação, habilidade de juntar e de mitigar conflitos. Daí o iVGR – índice de Valor, Gestão e Relacionamento. Em cada uma dessas dimensões há qualidades positivas e negativas. Na metodologia são considerados 18 atributos básicos.



31 DE MARÇO DE 2020

Ao serem analisados os textos, palavra por palavra, aquelas qualidades são identificadas e medidas. Vários fatores são considerados para a produção do índice quantitativo, que vai de -5 a +5 – desde o número de citações, a localização dessa citação nos textos, se há imagens, entre outros. Além disso, um profissional treinado dá uma nota para cada notícia ou comentário, seguindo parâmetros auditados pelo sistema, e essa nota é considerada na definição do índice, com um peso de cerca de 25%.

O iVGR foi desenvolvido pela Curado, em parceria com estatísticos da Universidade Federal de São Carlos, jornalistas, linguistas e filósofos, e é utilizado como ferramenta de gestão por diferentes organizações.

## RESPONSÁVEIS PELO ESTUDO

**Olga Curado** – sócia-fundadora da Curado & associados  
[olga.curado@curadoeassociados.com.br](mailto:olga.curado@curadoeassociados.com.br)

**Emerson Couto** – consultor de imagem e reputação da Curado & associados  
[emerson.couto@curadoeassociados.com.br](mailto:emerson.couto@curadoeassociados.com.br)

**Juliana Gutierrez** – consultora de imagem e reputação da Curado & associados  
[juliana.gutierrez@curadoeassociados.com.br](mailto:juliana.gutierrez@curadoeassociados.com.br)  
Equipe da Redação da Curado & associados