

# **MÍDIA E ESCÂNDALOS POLÍTICOS: EFEITOS SOBRE A PERCEPÇÃO DA CORRUPÇÃO**

**ÉRICA ANITA BAPTISTA / HELCIMARA TELLES  
PEDRO FRAIHA / ANDRÉ ABREU**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

**FÁBIO JÚNIO MESQUITA**

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DE BELO HORIZONTE

## **Resumo**

A corrupção contraria a qualidade dos serviços públicos afetando diretamente a qualidade de vida dos cidadãos. No Brasil, seguindo uma tendência mundial, o tema tem grande visibilidade nos meios de comunicação. Tendo em vista a relevância do tema da corrupção, nossa proposta aqui é trazer alguns avanços da pesquisa “A representação da corrupção na mídia e na internet”, que parte da parceria entre a Universidade Federal de Minas Gerais, o Centro de Investigação Media e Jornalismo da Universidade Nova de Lisboa e as universidades de São Tomé e Moçambique na realização de um estudo comparado sobre a representação e a percepção da corrupção na mídia. Para tanto, recorreremos aos dados da pesquisa “Eleições municipais 2012” (UFMG/IPESPE) e aos resultados da análise de conteúdo de duas importantes revistas brasileiras de circulação nacional, *Carta Capital* e *Veja*, entre os meses de agosto e outubro de 2012.

## **Palavras-chave**

Corrupção; Percepção da corrupção; Interesse por política; Confiança nas instituições; Escândalo político; Mídia e política.

## **Introdução**

A corrupção é um dos fenômenos que atentam contra a qualidade dos serviços públicos afetando diretamente a qualidade de vida dos cidadãos. Ela também pode ser

um entrave para a confiança dos cidadãos na representação política, erodindo dessa forma a legitimidade e consequente estabilidade do regime democrático (MOISÉS, 2010). A corrupção política pode ser entendida como o uso ilícito da autoridade e do abuso ao poder para benefício próprio em detrimento ao bem estar da sociedade. Atualmente, a corrupção se apresenta como crescente visibilidade nos meios de comunicação dos regimes políticos democráticos. E o tema é recorrentemente veiculado na mídia brasileira.

As mídias são importantes fontes de informação para os cidadãos e inúmeras pesquisas reafirmam os altos índices de confiança nos meios de comunicação (Latinobarômetro de 2011; “Eleições municipais 2012” – UFMG/IPESPE). No entanto, diversas pesquisas alertam para o fato de que a cobertura da mídia para os casos de corrupção, a partir dos seus modos operatórios da notícia, pode condicionar a percepção do fenômeno, o que muitos autores denominaram como “indústria midiática do escândalo” (Heidenheimer, Johnston, Levine, 1999; Thompson, 2002).

Tendo em vista a relevância em compreender a percepção da corrupção sob a ótica midiática do escândalo, nossa proposta aqui é trazer alguns avanços da pesquisa “A representação da corrupção na mídia e na internet”, desenvolvida por meio de um convênio entre a Universidade Federal de Minas Gerais, o Centro de Investigação Media e Jornalismo (CIMJ) da Universidade Nova de Lisboa e as universidades de São Tomé e Moçambique, na realização de um estudo que visa analisar de forma comparada a representação e a percepção da corrupção na mídia. Nesta oportunidade, observamos possíveis correlações entre o interesse por política, a confiança nas instituições e a influência dos meios de comunicação, tendo como contexto explicativo o cenário eleitoral de 2012.

Para tanto, recorreremos aos dados da pesquisa “Eleições municipais 2012” (UFMG/IPESPE), realizada em Belo Horizonte (Brasil) e a análise de conteúdo das revistas *Carta Capital* e *Veja*, entre os meses de agosto e outubro de 2012. Partimos do pressuposto de que em momentos eleitorais, o tema da corrupção torna-se valência importante nas discussões políticas.

## **Abordagens teóricas da corrupção e a percepção do fenômeno**

De acordo com Filgueiras (2008), não se pode tratar, a rigor, de um consenso teórico do que seria corrupção no pensamento político ocidental. No Brasil, os estudos sobre corrupção são recentes, mas despretensiosos, ainda, de determinar

uma teoria geral e uma abordagem interpretativa. Para ele, a construção de uma teoria política da corrupção precisaria dar conta não somente das possibilidades descritivas dos conceitos políticos, mas deveria abrigar, ainda, o horizonte normativo expresso por cada teoria.

Antes de qualquer avanço, a corrupção deve ser pensada enquanto um “contraconceito de bom governo” e está relacionada a um julgamento de valores e qualidades de uma ordem política (Filgueiras, 2008a). O problema da corrupção não foge à moral política e, assim, seu conceito surge em momentos de crise de legitimidade das instituições.

Assinalam-se duas vertentes estudos, iniciados a partir do século XX, para o tema da corrupção. Na agenda denominada por “teoria da modernização”, que emergiu no contexto que sucede a Segunda Guerra Mundial, nos Estados Unidos, a tentativa é buscar no sistema organizacional dos países industrializados as variáveis sociais que tiveram na mudança sua base para o desenvolvimento. De modo geral, essa vertente trata de mudança social observada em grandes dicotomias, como subdesenvolvidas e desenvolvidas, por exemplo. E assim, a corrupção estaria relacionada ao subdesenvolvimento. Nesse contexto, a corrupção representa, então, o momento de mau funcionamento das organizações, estas que não se adaptam às mudanças.

Ainda na teoria da modernização, outra agenda estudada é a análise da corrupção a partir da cultura política. O ponto de partida, nesse caso, é que o desenvolvimento político estaria relacionado a uma preeminência da cultura sobre o político e o econômico.

Outra via, com ancoragem na teoria da escolha racional e que se tornou hegemônica a partir da década de 1990, aproxima a ocorrência da corrupção aos meandros dos setores públicos e privados, a partir de um sistema de favorecimento dos agentes públicos por meio de suborno e propina (Rose-Ackerman, 1999, 2002). Assim, a corrupção estaria correlacionada ao comportamento chamado rent-seeking, em que os agentes procuram maximizar seus lucros privados. Essa busca por maior renda possível é realizada dentro ou fora regras estabelecidas de conduta. Filgueiras (2008) destaca que esse viés atenta para a necessidade de reformas institucionais, de modo a consolidar o mercado e a democracia. Para tanto, os interesses precisam estar condicionados a regras fixas para a interação entre o público e o privado. “As reformas institucionais devem caminhar no sentido de restringir os sistemas de incentivo à corrupção, minimizando o papel das burocracias estatais no desenvolvimento”

(Filgueiras, 2008, p. 358). Importante ressaltar, também, que a corrupção pode causar efeitos significativos nas atividades do Estado, quanto à sua eficiência, justiça e legitimidade, como explica Rose-Ackerman (2002).

Compete mencionar, ainda, que definir a corrupção enquanto prática é uma das grandes dificuldades que se encontra no estudo da corrupção. Além disso, a falta de um consenso teórico sobre o tema revela a complexidade em tratar não apenas dos aspectos conceituais, mas também das consequências do fenômeno.

Nesse mesmo sentido, também se observam os problemas em compreender como a corrupção se apresenta de acordo com o contexto, e com o posicionamento e julgamento da opinião pública. Assim, mensurar a corrupção diretamente não é possível.

Como tentativa de solucionar o problema das medidas diretas, utilizam-se as medidas indiretas; considerando-se a existência de pontos positivos e negativos relativos à sua utilização. Dentre os principais indicadores indiretos da corrupção, destaca-se: a vitimização; a percepção; a tolerância; e os dados de agências governamentais de controle da corrupção. As investigações mais recentes sobre a corrupção têm se valido da medida indireta da percepção.

Casas e Rojas (2008) alertam para o fato de que “corrupção” e “percepção da corrupção” são conceitos distintos. A percepção da corrupção é primordial, uma vez que explica a sensação que os cidadãos têm na interpretação do seu entorno. No entanto, é preciso lembrar que a percepção está mediada por uma série de fatores que vão mais além das experiências pessoais de quem percebe seu entorno.

A corrupção e a percepção da corrupção podem ser consideradas, de acordo com Melgar, Rossi e Smith (2010) e Baptista e Fraiha (2014), enquanto um problema cultural, na medida em que dependem de como a sociedade compreende as regras e, ainda, do que constituem enquanto um desvio.

Sobre isso, é válido mencionar a pesquisa do Ibope Inteligência de 2006 – Eleitor, vítima ou cúmplice? – que buscou mensurar e qualificar a percepção dos brasileiros sobre a corrupção. Os resultados, de modo amplo, indicam uma crise de representatividade política, na medida em que os cidadãos não reconhece a representação e projetam em seus representantes uma imagem mais negativa que a sua própria.

**Tabela 1 – Percepção da corrupção no cotidiano (%).**

PERGUNTA	INCIDÊNCIA	OS BRASILEIROS	PESSOAS CONHECIDAS	O ENTREVISTADO
Quando tem oportunidade, tenta dar uma “caixinha ou gorjeta” para se livrar de uma multa.	Quase todos + / Sempre +	76	44	14
	Maioria / Algumas vezes	17	26	4
	Quase nenhum / nunca fez	5	25	82
Sonega impostos.	Quase todos + / Sempre +	66	26	7
	Maioria / Algumas vezes	24	30	2
	Quase nenhum / nunca fez	6	35	90
Recebe benefícios do governo, sabendo que não tem direito a eles.	Quase todos + / Sempre +	58	20	2
	Maioria / Algumas vezes	32	27	1
	Quase nenhum / nunca fez	6	44	96
Adquire documentos falsos ou falsifica documentos para obter algum tipo de vantagem (ex. identidade, carteira de motorista, carteirinha de estudante, diploma, etc.)	Quase todos + / Sempre +	43	11	1
	Maioria / Algumas vezes	45	26	1
	Quase nenhum / nunca fez	8	52	97
Quando tem uma oportunidade, pede mais de um recibo para um mesmo procedimento médico para obter mais reembolso do plano de saúde.	Quase todos + / Sempre +	42	16	2
	Maioria / Algumas vezes	35	24	1
	Quase nenhum / nunca fez	11	45	93
Compra produtos que copiam os originais de marcar famosas sabendo que são piratas ou falsificados.	Quase todos + / Sempre +	92	70	55
	Maioria / Algumas vezes	5	15	5
	Quase nenhum / nunca fez	2	11	40

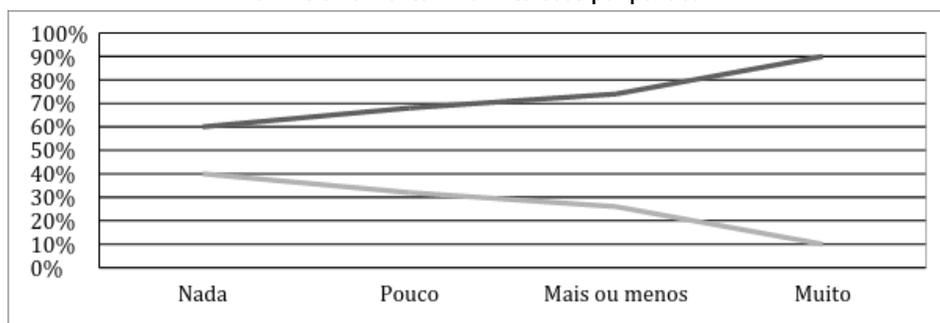
Fonte: Dados da pesquisa “Corrupção na política: eleitor vítima ou cúmplice?”, Ibope Inteligência, 2006.

Os representantes, além de serem identificados enquanto corruptos, são vistos como distantes dos interesses da população e mais preocupados em obter benefícios próprios e para seus pares. Os entrevistados repudiam atos ilícitos, porém, atribuem a existência de tais atos apenas à classe política. Os “pequenos desvios” cometidos pela população em geral, não são considerados pelos entrevistados como um comportamento desonesto (Ceverllini, 2006).

A percepção da corrupção também pode ter relação com a economia. Nesse sentido, acredita-se que as condições econômicas podem ser um fator de variação na percepção da corrupção; quanto mais problemática a situação econômica, maior será a percepção da corrupção. Cunha (2014) concorda e cita o exemplo de alguns países do sul da Europa que têm seus índices de percepção da corrupção aumentados em consonância com os problemas econômicos que têm enfrentado nos últimos anos.

Também acreditamos que a percepção da corrupção tem relação com o interesse por política. Para tanto, recorremos aos dados da pesquisa “Eleições Municipais 2012” que nos mostram que:

**Gráfico 1 – “Percebe que a corrupção está presente em Belo horizonte?” vs. Interesse por política.**



Fonte: Pesquisa Eleições Municipais 2012, Belo Horizonte - IPESPE.

Podemos concluir, portanto, que são muitos os fatores que competem para a dificuldade em encontrar um consenso conceitual a respeito da corrupção e, mais ainda, o entendimento sobre a percepção da corrupção.

## A corrupção e os escândalos políticos midiáticos

Partimos do pressuposto de que a corrupção é mais facilmente percebida pelos cidadãos do ponto de vista do escândalo midiático. Quando um caso de corrupção é descortinado, ganha visibilidade midiática e a desaprovação social, pode-se caracterizar o acontecimento enquanto um escândalo político midiático. Sobre isso, devemos observar que os índices de confiança na mídia são relevantes.

A emergência dos meios de comunicação alteraram as relações entre os campos político e midiático. A mídia surgiu como um recurso de publicização, estimulando o debate e destacando a visibilidade, deixando o relevo os atos do poder (Castro, 2006). Cunha (2014, p.373) destaca que a centralidade da mídia nas sociedades democráticas ocidentais é crescente o que reflete em uma necessidade de “adaptação dos sistemas políticos a novas estratégias de comunicação política”, entre elas, podemos considerar os profissionais de assessoria e marketing político que trabalham, entre outros, na construção e administração das imagens públicas.

Nesse cenário, os escândalos encontram terreno fértil, tanto para sua construção quanto publicização. Vale lembrar que um acontecimento que rompe normas, códigos ou valores responsáveis por regular as relações pessoais, políticas, econômicas etc., pode ser caracterizado como um escândalo, independente de sua classificação, seja político, midiático, sexual, etc.

**Tabela 2 – Confiança nas Instituições.**

Escala de 1 a 10	Média	Desvio padrão
Confiança nos partidos políticos	3,22	2,39
Confiança na Câmara dos Vereadores	3,44	2,555
Confiança no Congresso Nacional	3,76	2,582
Confiança no governo	4,41	2,703
Confiança na justiça	4,2	2,81
Confiança nas empresas privadas	5,07	2,604
Confiança na televisão	5,12	2,652

Escla de 1 a 10	Média	Desvio padrão
Confiança na imprensa (revistas, jornais)	5,15	2,616
Confiança nas ONGs.	5,63	2,802
Confiança na Igreja	6,54	3,045

Fonte: Pesquisa “Eleições Municipais 2012”, Belo Horizonte – UFMG/IPESPE, 2012. Base: 803.

No contexto em que há a combinação entre jornalismo investigativo, o crescimento da mídia de massa e das tecnologias de informação e comunicação, emergem os escândalos midiáticos (LIMA, 2006). A aproximação entre os campos político e midiático proporciona, por sua vez, o surgimento do escândalo político midiático. O escândalo político envolve os agentes e as ações dentro do campo político, e os reflexos afetam as relações dentro desse campo. No campo político, a aquisição e o exercício do poder político está relacionado, entre outras formas, pelo uso do poder simbólico. Thompson (2000) se refere ao poder simbólico como a capacidade de influenciar no curso dos acontecimentos e das ações, das crenças e outros, e mesmo de criar acontecimentos. O autor destaca, ainda, que “todo aquele que quiser conquistar poder político, ou exercê-lo de uma maneira durável e efetiva, deve também usar o poder simbólico para cultivar e sustentar a crença na legitimidade” (THOMPSON, 2000, p.132). Dessa forma, os agentes do campo político dependem do uso do poder simbólico para a persuasão e a influência, e para o curso dos acontecimentos. Nesse contexto, o escândalo político pode ser uma ameaça ao capital simbólico, pois pode esvaziá-lo.

O escândalo político é a luta pelo poder simbólico e a mídia descortina os acontecimentos previamente ocultados. Lima (2006) ressalta, ainda, que a apresentação dos escândalos políticos midiáticos na mídia e a sua repercussão não são secundários, e sim partes constitutivas dos próprios casos. E como observa Thompson (2000), o escândalo político midiático é desencadeado pela mídia e na mídia.

Para Lima (2006), a mídia tem o poder de definir o que é público e, mais ainda, opera na constituição do que seria o “evento público”. Aldé e Vasconcellos (2008, p.61) destacam a importância do escândalo para mídia enquanto forma de “atrair a atenção das audiências”, além de dar luz ao seu viés de atuação político e social.

Ao tratar de escândalo político midiático, deve-se destacar sua forma de visibilidade que é feita via mídia.

A percepção da corrupção por meio de informações da mídia pode estar relacionada às rotinas jornalísticas, sobretudo, ao agendamento. Ou seja, o modo como a mídia seleciona e confere visibilidade a determinados acontecimentos em lugar de outros, de modo a construir uma representação da realidade. Nesse caminho, é preciso ressaltar o que a mídia não influencia no comportamento dos indivíduos, mas aponta temas sobre os quais é importante e necessário ter uma opinião e uma discussão a respeito. Por último, ao hierarquizar os temas, a mídia estabelece o que é importante tanto para os jornalistas, quanto para o público em geral e o eleitor (McCombs, Shaw, 1972).

Na década de 1970, a hipótese do *agenda-setting* tratava da capacidade da mídia em influenciar o comportamento do indivíduo. Os estudos de McCombs e Shaw em 1972 avançaram no sentido de entender a influência de agendamento da mídia, porém o papel da mídia no direcionamento da atenção do público a determinados temas considerados como “de maior interesse” foi percebido, ainda em 1922, por Walter Lippman, na obra “Public opinion”. Para este autor, os meios de comunicação participavam ativamente na estruturação da ordem das informações e das imagens, direcionando e “facilitando” a assimilação por parte do público. Pouco depois de Lippman, Park (1925) afirmou que os meios de comunicação ordenavam os acontecimentos por grau de importância, o que interferia na assimilação das informações. A primeira menção ao *agenda-setting* foi em 1958, quando Norton Long afirmou a partir desse conceito que os jornais pautavam e influenciavam os leitores, na medida em que agendavam os debates na sociedade.

A partir da década e 1970, as investigações acerca da hipótese do *agenda-setting* dedicaram-se aos efeitos sociais dos meios de comunicação. Os estudos buscaram complexificar e introduzir a ideia de enquadramento das agendas de acordo com a demanda de instituições e dos cidadãos (MCCOMBS, 2004; Cunha, 2014). A importância do agendamento também pode ser compreendida por seu caráter de equilíbrio, na medida em que busca harmonizar três agendas: do campo político, da mídia e dos cidadãos. Em circunstâncias em que uma das agendas se sobressai às outras pode-se dizer de uma submissão dos interesses das agendas que não obtiveram destaque, o que, ao mesmo tempo, exige um esforço de equilíbrio dos envolvidos, podendo necessitar de acordos ou negociações. Transpondo essa hipótese para o tema da corrupção, pode-se sugerir que a visibilidade que é dada

ao tema tem relação não apenas com a necessidade em estimular a audiência, mas também, pode-se tratar de uma consonância com interesses e forças políticas opositoras (Cunha, 2014).

Porto (2004) explica que os pensadores do conceito de *agenda-setting* acreditavam que a mídia não teria capacidade de dizer às pessoas o que pensar, no entanto seria possível dizer sobre o que elas deveriam pensar. O autor reafirma a importância dos primeiros estudos acerca da hipótese de agendamento, porém critica que, em sua primeira versão, ela “*desconsiderou como as diversas formas de apresentação da informação afetam o processo de formação da opinião pública.*” (Porto, 2003, p.5, grifo nosso). O autor afirma que apenas identificar os temas enfatizados pela mídia não é suficiente, é preciso definir e compreender o modo como tais temas são apresentados ao público.

Os estudos avançaram para o conceito de enquadramento, referido como um “segundo nível de efeitos”; dessa forma, a importância não estava mais na maneira como a cobertura da mídia afeta no sobre o que as pessoas pensam – primeiro nível de agendamento –, mas em como o público pensa acerca desses temas – enquadramento.

Para Lima (2007, p.274) o “conceito de enquadramento (*framing*) representa um avanço importante na tradicional análise de conteúdo das mensagens da mídia, em particular das notícias.” Os estudos sobre o enquadramento foram muito influenciados pelos trabalhos de Goffman (1974), para quem os enquadramentos seriam quadros de referência geral, que são construídos socialmente, e que são acionados pelas pessoas para dar determinado sentido aos eventos e às situações sociais. Ao salientar certos aspectos da notícia em lugar de outros, a mídia acaba por determinar seu enquadramento, ou seja, além de dar uma definição particular ou própria ao evento, ela pode, também, orientar a interpretação.

## **A mídia e a percepção da corrupção**

No ano de 2012, ocorreram eleições municipais<sup>1</sup> no Brasil e partimos do pressuposto de que o tema da corrupção ganhou destaque na esfera de discussão pública. Dessa forma, nossa aposta foi de um aumento na percepção da corrupção

---

<sup>1</sup> As eleições municipais no Brasil ocorrem a cada quatro anos e dizem respeito à eleição dos prefeitos e seus respectivos vices, bem como dos vereadores, que compõem as Câmaras Legislativas.

durante o período eleitoral, ainda que nossa pesquisa não tenha como foco avaliar a influência do tema da corrupção na decisão do voto.

Para desenvolvermos este trabalho utilizamos os dados da pesquisa “Eleições municipais 2012” (UFMG/IPESPE)<sup>2</sup>, observando as informações sócio demográficas, variáveis de preferências e comportamento político, além de medidas de exposição aos meios de comunicação foram utilizadas em modelos de regressão logística para compreender as chances de percepção da corrupção. Também recorreremos aos resultados da análise de conteúdo de duas importantes revistas brasileiras de circulação nacional, *Carta Capital* e *Veja*, entre os meses de agosto e outubro de 2012 – foram analisadas 14 edições de cada revista no período mencionado – que foi guiada por dois eixos: a) codificação; e b) análise de enquadramentos (Porto, 2003, 2004). Nos amparamos, sobretudo, nas literaturas que tratam da percepção da corrupção e da importância da mídia nesse processo.

Algumas considerações sobre as revistas precisam ser feitas. As revistas permitem reportagens mais analíticas e oferecem conteúdos mais completos, informativos e segmentados (Scalzo, 2003). Por sua periodicidade regular, elas conseguem uma proximidade maior com o leitor e fidelizá-lo por meio de sua linha editorial. Ali (2009) explica que é possível categorizar esses impressos em três grupos: a) consumo, que são as revistas de interesse geral, segmentadas por público ou por interesses; b) profissionais, que são direcionadas a segmentações profissionais diferentes, como médicos, engenheiros, advogados etc; e c) organizacionais, que são as revistas de empresas, associações, universidades etc. As revistas escolhidas para a análise se enquadram na categoria consumo.

Cabe informar, ainda, que a *Veja* (45 anos) ocupa o primeiro lugar em vendas entre as principais do gênero no país e a *Carta Capital* (20 anos) ocupa a quarta posição<sup>3</sup>. Justifica-se que a escolha das referidas revistas se deu em função de serem distintas do ponto de vista editorial, o que permite a comparação.

A respeito da codificação, é relevante mencionar que os códigos são palavras ou expressões curtas que possuem um significado simbólico ou uma relevância em relação ao material e ao tema analisado (Saldaña, 2009). Nesta pesquisa, os dados

2 Pesquisa realizada em Belo Horizonte: 804 casos, margem de erro de 3 pp., entrevistas realizadas em setembro (uma semana antes do primeiro turno). Parceria entre o grupo de pesquisa Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral” da UFMG e o Instituto de Pesquisas Sociais, Políticas e Econômicas (IPESPE).

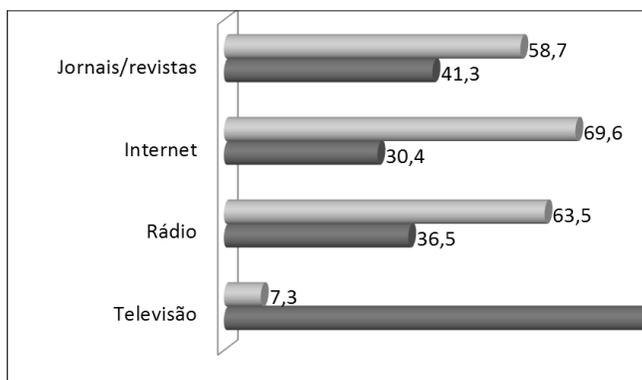
3 De acordo com dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC) de 2014.

extraídos da análise das duas revistas foram comparados.

A hipótese que permeia a relação entre conteúdo midiático e variações na percepção dos indivíduos e da qual compartilhamos, considera que o fluxo e o volume de informações podem influenciar no grau de corrupção percebida pelos cidadãos. Na qualidade de elo entre arena política e opinião pública, a mídia tem papel relevante na difusão de conteúdos e na assimilação do fenômeno por parte dos cidadãos.

Vale observar os dados abaixo, relacionados às fontes de informação dos cidadãos a respeito da corrupção.

**Gráfico 2 – Recebeu informações sobre casos de corrupção por: (apenas para aqueles que afirmaram conhecer casos de corrupção).**



Fonte: Pesquisa Eleições Municipais 2012, Belo Horizonte - IPESPE.

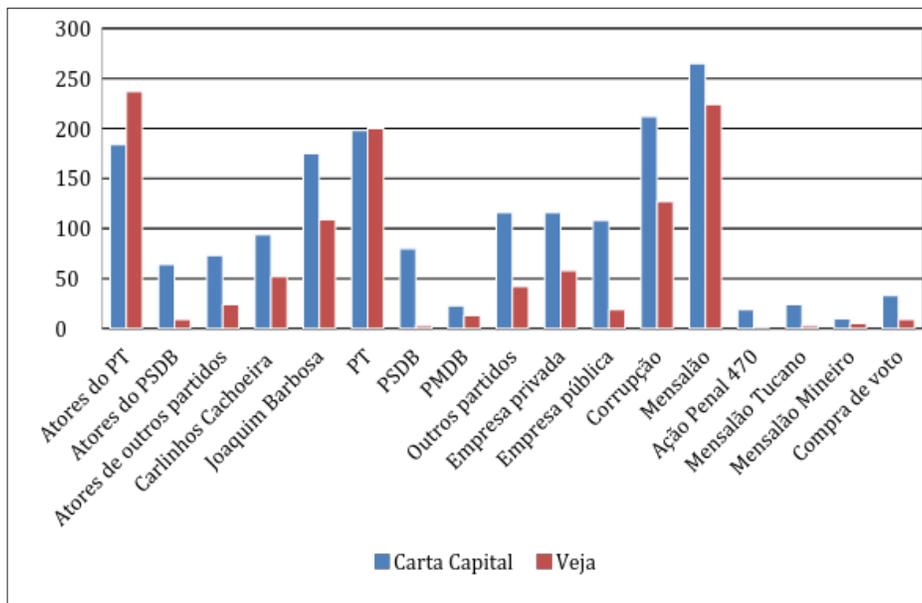
A respeito da repercussão do tema da corrupção nas capas das revistas, os dados mostram que se tratou de um tema relevante na cobertura jornalística no período analisado: 43% na *Carta Capital* e 67% na *Veja*.

Quanto a análise das notícias nas edições mencionadas, observou-se a recorrência dos termos que compõem o codebook e, nesta oportunidade, destacamos:

De acordo com a análise, as principais menções se referem ao caso de corrupção que ficou conhecido como Mensalão. O Partido dos Trabalhadores (PT) e atores políticos a ele relacionados, também foram recorrentes no período analisado, uma vez que eles estão relacionados a esse caso de corrupção. Interessante observar que o cenário eleitoral dessa ocasião tratou das eleições municipais no Brasil, em que são escolhidos prefeitos e vereadores. No entanto, o caso de destaque nas revistas

está relacionado a um caso de abrangência nacional, até porque foi o momento em que teve início o julgamento do Mensalão no mês de agosto de 2012. O nome de Joaquim Barbosa foi mencionado com destaque em ambas as revistas uma vez

**Gráfico 3 – Recorrência de termos relacionados ao tema da corrupção (agosto a outubro de 2012)<sup>4</sup>**



Fonte: Elaborado pelos autores

que ele era o magistrado responsável por conduzir o julgamento do caso. Outro nome evidenciado na análise é o de Carlinhos Cachoeira, também envolvido em um

4 Carlinhos Cachoeira: Em 29 de fevereiro de 2012, Carlos Augusto Ramos, o Carlinhos Cachoeira, foi preso em Goiânia (GO), em uma operação da Polícia Federal (PF) batizada de Monte Carlo. Segundo as investigações, Cachoeira é o chefe de uma quadrilha que explora máquinas caça-níqueis, envolvendo figuras políticas e com apoio de autoridades de todos os níveis.

Mensalão: Caso de corrupção envolvendo a compra de votos de parlamentares no Congresso Nacional. O caso foi denunciado na revista *Veja*, em 2005, pelo então deputado federal Roberto Jefferson (PTB-RJ), também envolvido no esquema de corrupção.

Joaquim Barbosa, em 2012, era presidente do Superior Tribunal Federal (STF) e foi o responsável pelo julgamento do mensalão.

Mensalão tucano ou Mensalão mineiro: caso de desvio de dinheiro público e lavagem de dinheiro que teriam ocorrido em 1998, na campanha do então candidato ao governo do Estado de Minas Gerais, Eduardo Azeredo (PSDB-MG).

escândalo de corrupção de expressão nacional.

Convém, ainda, apresentar os resultados da análise dos enquadramentos dos impressos. Podem ser explicados como recursos que organizam o discurso por práticas específicas (seleção, saliência, exclusão etc.) e terminam por construir e direcionar uma determinada interpretação dos fatos (Porto, 2004).

Porto (2004) trata de dois principais enquadramentos: noticiosos e interpretativos. Os primeiros relacionam-se com seleção e a ênfase dada pelo jornalista na organização das informações, além de se referir, também, aos padrões de apresentação dessas informações. Pode-se dizer, portanto, que seria o ângulo ou a direção da notícia. O enquadramento interpretativo possui certa independência quanto às ações dos jornalistas, na medida em que permite avaliações particulares de temas ou eventos políticos por atores sociais diversos. Nos baseamos nas definições de Porto (2004), nos trabalhos de Miguel e Coutinho (2007) e Nunomura (2012) para a escolha dos enquadramentos a serem analisados:

**Quadro 1 – Enquadramentos**

ENQUADRAMENTO	EXPLICAÇÃO
Enquadramento episódico	Possui um forte foco em eventos e faz com que as pessoas atribuam a responsabilidade pelos problemas políticos e sociais a indivíduos, em lugar da consideração de forças ou fatores sociais mais amplos; No sentido de responsabilizar as pessoas e não as situações de modo mais amplo.
Enquadramento corrida de cavalos	Quando o foco é mencionar a disputa entre candidatos, sobretudo com menções a pesquisas de intenção de voto.
Enquadramento do jogo	Quando as notícias enfatizam o “jogo político”, ou a disputa entre os envolvidos. Destaca as intenções de cada envolvido. Nesse caso, deve-se pensar sempre do ponto de vista “estratégico”, ou seja, a ênfase será sempre nos motivos que levaram determinada pessoa a denunciar um esquema de corrupção, ou a entregar outra pessoa para se livrar de alguma acusação, etc.
Enquadramento de responsabilização	Quando o foco é a busca por culpados.

Enquadramento estratégico	Chama a atenção do público para o cinismo e as manipulações dos políticos, ativando a desconfiança do público. Importante não confundir com o “enquadramento do jogo”, pois neste caso não se trata de “jogo político”.
Enquadramento dramático	Quando o foco é descrever a situação pela qual passam as pessoas, os partidos ou o governo diante das denúncias de corrupção. O enfoque é emocional.
Enquadramento moral	Diz respeito à crítica moral. Nesse caso, o foco é a crítica moral.
Enquadramento oficialista	Julga os casos de corrupção e indica as causas dos fatos com base nas evidências; pode-se dizer que é a mídia fazendo a denúncia e julgando.

Fonte: Elaborado pelos autores

A partir dos enquadramentos selecionados, analisamos as edições da *Carta Capital* e da *Veja* buscando padrões que nos permitissem compreender o enfoque dado às notícias de corrupção e, também, observar de modo comparativo as duas revistas.

**Quadro 2 – Análise de enquadramentos (Revistas *Carta Capital* e *Veja*  
(agosto a outubro de 2012))**

<i>CARTA CAPITAL</i>	<i>VEJA</i>
Enquadramento corrida de cavalos	Enquadramento estratégico
Enquadramento de responsabilização	Enquadramento dramático
Enquadramento moral	Enquadramento oficialista

Fonte: Elaborado pelos autores

O que podemos concluir a partir dos dados acima é o apelo da revista *Veja* por um julgamento moral dos casos de corrupção, buscando apontar culpados e destacando a influência dos casos no jogo político. Houve preferência por enquadramentos que “alertavam” o público sobre as manipulações políticas; o enfoque emocional, tratando de envolvidos diretos ou indiretos aos casos de corrupção; foco na função de “cão de guarda” da mídia.

A *Carta Capital*, por sua vez, optou pela responsabilização dos envolvidos nos casos de corrupção, enfatizando os atores políticos envolvidos em detrimento da

discussão dos casos. Também houve uma tentativa de evidenciar o viés estratégico do aparecimento dos escândalos em um momento eleitoral.

As categorias permitiram decupar o material e observar as imagens que mais se destacaram. Nesse sentido, pode-se inferir que as revistas buscavam destacar os envolvidos nos escândalos de corrupção (capital social), o que foi observado a partir da recorrência dos termos e expressões.

Ambas revistas destacaram seu papel de “cão de guarda”, atuando como denunciastas e podemos destacar, ainda, que elas se posicionaram enquanto atores políticos e utilizaram seus modos operatórios, aqui, destacadamente, a agendamento e o enquadramento, a fim de aproximarem as notícias e condicionarem a interpretação do leitor de modo a favorecer seu posicionamento político.

## **Considerações finais**

Como apontado neste artigo e discutido por diversas pesquisas, a corrupção é um problema, dentre muitos outros, que pode comprometer a qualidade da democracia e a estabilidade de um sistema político. São muitos os esforços para compreender e mensurar a corrupção nos países e, igualmente, diversos estudos procuram analisar a percepção da corrupção. No Brasil, assim como em muitos outros países, o tema tem grande visibilidade nos meios de comunicação e muito se discute a respeito da relação entre a mídia e a percepção da corrupção.

O presente artigo, partindo dessas considerações, teceu alguns comentários e apontamentos sobre a visibilidade dos casos de corrupção nos meios de comunicação, a forma como a mídia trata tais notícias e as possíveis influências na opinião pública. Para tanto, analisamos as edições impressas das revistas *Carta Capital* e *Veja*, de grande circulação nacional no Brasil, entre os meses de agosto e outubro de 2012. Vale lembrar que tratou-se de um período de eleições municipais no país.

Em princípio, concluímos que o tema da corrupção foi amplamente repercutido na mídia. A partir das análises, observamos que as revistas analisadas se posicionaram enquanto atores políticos e utilizaram suas estratégias (agendamento e enquadramento) para aproximarem as notícias e direcionarem a interpretação do leitor de modo a favorecer seu posicionamento político.

Concordamos, entretanto, com as hipóteses de que as medidas de percepção em geral, pelo fato de não corresponderem à prática concreta de corrupção na

sociedade, podem ser influenciadas por diversos aspectos internos e externos ao indivíduo. Os resultados nos mostraram que uma dessas influências externas pode ser as informações que indivíduos recebem via meios de comunicação.

Os dados da pesquisa “Eleições Municipais 2012” endossaram que o interesse por política tem íntima relação com a percepção da corrupção e, ainda, contribuíram para confirmar a importância da mídia como fonte de informação sobre a política, na medida em que a confiança dos cidadãos nos meios de comunicação é relevante.

Sobre a análise das revistas, vale ressaltar que ambas se confirmaram enquanto atores políticos e buscaram enquadrar os acontecimentos de acordo com o seu posicionamento político. Também ficou clara a ideia de mídia atuando como “cão de guarda” e cumprindo uma função denunciante. Além disso, ambas priorizaram os atores envolvidos em detrimento de análises mais explicativas sobre os casos de corrupção.

A revista *Carta Capital* destacou a responsabilização dos envolvidos e procurou evidenciar o viés estratégico da visibilidade dos escândalos em um cenário eleitoral. Quanto a revista *Veja*, o enfoque foi no julgamento moral e na busca por culpados, além de sugerir que os casos de corrupção têm influência no jogo político.

As categorias permitiram observar as imagens que mais se destacaram na cobertura midiática. E sobre isso, podemos dizer que houve destaque para os envolvidos nos escândalos de corrupção (capital social), por meio da recorrência de termos e expressões.

Novamente, ressaltamos que este trabalho faz alguns apontamentos sobre a relação entre a percepção da corrupção e os meios de comunicação, mas é uma parte de uma pesquisa maior, de modo que não tratamos aqui de dados conclusivos e acabados.

## **BIBLIOGRAFIA**

Aldé, A.; Vasconcellos, F. (2008), Ao vivo, de Brasília: escândalo político, oportunismo midiático e circulação de notícias. *Revista de Ciências Sociais (Fortaleza)*, 39: 36-48

Ali, F. (2009), *A arte de editar revistas*. São Paulo: Companhia Editora Nacional.

Avritzer, L.; Filgueiras, F. (orgs.) (2011), *Corrupção e sistema Político no Brasil*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.

Blankenburg, E. (2002), *From Political Clienteles to Outright Corruption — The rise of the Scandal Industry*. In *Political Corruption in transition*, ed. S. Kotkin, A. Sajó, CEU Press: Central European University Press.

Baptista, E. A.; Fraiha, P. (2014), *Exposição e confiança nos meios de comunicação: efeitos sobre a percepção da corrupção*. 38º Encontro Anual da Anpocs, Caxambu (Minas Gerais), Brasil.

Baptista, E. A.; Gama, B. M. B.; Ventura, S. S. (2013), *Jovens eleitores e novas tecnologias: percepção da política e participação*, *Em Debate*, (Belo Horizonte), 5: 124-132.

Baptista, E. A. (2013), *Internet e escândalos políticos: a corrupção e as eleições municipais de 2012*. In V Congresso da Compólitica, 2013, Curitiba.

Casas, D. P. M.; Rojas, H. (2011), *Percepciones de corrupción y confianza institucional*. In *Comunicacion y cidadania*, ed. Hernando Rojas; Margarita Orozco; Homero Gil de Zúñiga; Magdalena Wojcieszak, Bogotá: Universidade de Externado.

Castro, M. C. P. (2006), *Mídia e política: controversas relações*. In: Inácio, M., Novais, R., Anastasia, F. (Orgs.), *Democracia e referendo no Brasil*. Belo Horizonte: UFMG.

Cervellini, S. (2006), *Corrupção na política: eleitor vítima ou cúmplice?* São Paulo: IBOPE Inteligência.

Cunha, I. F.; Serrano, E. (2014), *A cobertura jornalística da corrupção política: sistemas políticos, sistemas midiáticos e enquadramentos legais*. Lisboa: Alêtheia Editores.

Filgueiras, F. (2008),  *Marcos teóricos da corrupção*. In: Avritzer, L.; Bignotto, N.; Guimarães,

J.; Starling, H. M.M. (orgs.). *Corrupção: ensaios e críticas*. Belo Horizonte: Editora da UFMG.

Filgueiras, F. (2008a), *Corrupção, democracia e legitimidade*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Filgueiras, F. (2006), *A corrupção na política: perspectivas teóricas e metodológicas*. *Cadernos Cedes*, IUPERJ, 5.

Goffman, E. (1974), *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press.

Heidenheimer, A. J.; Johnston, M.; Levine, V.T. (1999), *Political Corruption: a Handbook*, New Jersey: Transaction Publishers, 1999.

Lima, V. (2006), *Mídia: crise política e poder no Brasil*, São Paulo: Editora Perseu Abramo.

Melgar, N.; Rossi, M.; Smith, T. (2010), *The perception of corruption*. *International Journal of Public Opinion Research*, 22(1): 120-131.

Miguel, L. F.; Coutinho, A. (2007), *A crise e suas fronteiras: oito meses de 'mensalão' nos editoriais dos jornais*. *Opinião Pública*, 13(1): 97-123.

Moisés, J. A. (2010), *Corrupção Política e Democracia no Brasil Contemporâneo*. *Revista Latino-Americana de Opinião Pública: investigación social aplicada*. 1(0):103-124.

- Nunomura, E. (2012), O mensalão impresso: o escândalo político-midiático do governo Lula nas páginas de *Folha* e *Veja*. (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-graduação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.
- Park, R. E. (1925), *The City: Suggestions for the Study of Human Nature in the Urban Environment*, Chicago: University of Chicago Press.
- Porto, M. (2004), Enquadramentos da mídia e política. In *Comunicação e política: conceitos e abordagens*, Salvador: EDUFBA/Unesp.
- Porto, M. (2003), A Pesquisa sobre a recepção e os efeitos da mídia: Propondo um enfoque integrado. In XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, (Belo Horizonte – Brasil).
- Rose-Ackerman, S. (1999), *Corruption and government. Causes, consequences and reform*. New York: Cambridge University Press.
- Saldaña, J. (2009), *The coding manual for qualitative researchers*. London: Sage Publications.
- Scalzo, M. (2003), *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto.
- Speck, B. W. (2000), Mensurando a corrupção: uma revisão de dados provenientes de pesquisas empíricas, *Cadernos Adenauer*, (10).
- Thompson, J. B. (2002), *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Trad.: Pedrinho A. Guareshi. Petrópolis: Vozes.