

40º Encontro Anual da Anpocs

ST 17 Mídia, Política e Eleições

**Corrupção empresarial na Esfera de
Visibilidade Pública: Análise da cobertura
midiática de escândalos com empreiteiras**

Aline Lima Brandão

Corrupção empresarial na Esfera de Visibilidade Pública:

Análise da cobertura midiática de escândalos com empreiteiras

Aline Lima Brandão¹

Resumo

Esta pesquisa, em fase inicial, visa analisar a cobertura midiática de escândalos de corrupção envolvendo empresas do segmento de construção civil a partir da análise de dois jornais: O Globo e O Estado de S.Paulo. A etapa apresentada neste trabalho consiste em um levantamento preliminar voltado para análise quantitativa do período de 1950 até 2015. Os resultados apontam para o crescimento da exposição das empresas – Andrade Gutierrez, Camargo Corrêa, OAS e Odebrecht– em matérias que citam a palavra “corrupção”. Os dados levantados se constituem como ponto de partida para amadurecimento das fundamentações teóricas que sustentarão o estudo cuja proposta é investigar o crescimento do termo corrupção na esfera de visibilidade pública, considerando o papel das grandes empreiteiras na configuração desses escândalos.

Introdução

Analisar o crescimento da cobertura midiática dos escândalos de corrupção no Brasil – a partir dos jornais O Globo e O Estado de S.Paulo – é o objetivo deste trabalho. Tendo como fio condutor as notícias que associam grandes empreiteiras² à corrupção, busca-se compreender melhor este fenômeno na cultura política nacional, bem como os humores da opinião pública e suas exigências em relação à transparência, confiabilidade e prestação de contas da iniciativa privada na esfera de visibilidade pública. Nascidas dentro do segmento de construção civil³, as chamadas “quatro irmãs”

¹ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM-UERJ). É professora do curso de Jornalismo do IBMEC-RJ.

² Empresas do setor de construção civil que são chamadas desta forma por gerenciarem obras de empreitada em que o trabalho é pago globalmente e não por dias ou horas trabalhadas.

³ Criada em 1944, a Odebrecht torna-se sociedade anônima em 1954. É na década de 50 que se ampliam os negócios com o governo, construindo hidrelétricas e um oleoduto para a Petrobras. A Andrade Gutierrez foi fundada em Minas Gerais em 1948, sendo uma das principais beneficiárias da política da JK. A mais velha é Camargo Corrêa, de 1939, que também viveu um acelerado ciclo de expansão na

– Odebrecht, Andrade Gutierrez, OAS e Camargo Corrêa – diversificaram suas atividades e se tornaram grandes conglomerados econômicos.

Há anos paira uma forte suspeita de influência das empreiteiras nos rumos políticos e econômico do país por meio de financiamento de campanhas e licitações fraudulentas. A construção de Brasília, as obras do período militar e, mais recentemente, o acentuado crescimento da Petrobras, a construção da usina de Belo Monte e os “legados” da Copa do Mundo e das Olimpíadas são alguns exemplos.

A partir do conceito de escândalo proposto por Thompson, nossa proposta é entender melhor o crescimento acentuado do escândalo de corrupção no contexto brasileiro, compreendendo como as empreiteiras se configuraram em agentes econômicos e políticos na esfera de visibilidade pública e a emergência deste discurso infamante. O que mudou? De fato, algo mudou (ou está mudando) na sociedade brasileira?

De acordo com John B. Thompson, “*escândalo se refere a ações ou acontecimentos que implicam certos tipos de transgressões que se tornam conhecidos de outros e que são suficientemente sérios para provocar uma resposta pública*” (Thompson, 2002, pg. 40). O autor aponta que para as atividades de corrupção se constituírem como escândalo algumas condições devem ser preenchidas, a saber, tornar-se pública e provocar uma manifestação vigorosa de desaprovação. É preciso ainda que haja a articulação pública de um discurso infamante, ou seja, um “*discurso moralizador que censura e reprovava, repreende e condena, que expressa desaprovação das ações e dos indivíduos*” (Thompson, 2002, p. 48).

Para compreender o agir político e midiático das empresas na esfera de visibilidade pública, a pesquisa, ainda em fase inicial, se propõe a investigar como as empresas se manifestam perante a opinião pública em casos de escândalos e a reação da imprensa diante de tais posicionamentos, ou seja, quais são os enquadramentos e discursos noticiosos adotados. Para isso, serão analisadas as narrativas empresariais nas notícias referentes à corrupção envolvendo Andrade Gutierrez, Camargo Corrêa, OAS e Odebrecht em dois grandes jornais do país: O Globo e o Estado de S.Paulo. O escopo

década de 50. A mais nova é a OAS, criada em 1976 por dois engenheiros que haviam trabalhado na Odebrecht.

deste paper está concentrado na apresentação dos dados quantitativos preliminares analisados a partir de bases teóricas que sustentarão o desenvolvimento da pesquisa.

Levantamento e análise de dados

Como primeira etapa da pesquisa, realizou-se o levantamento quantitativo nos sites dos acervos digitalizados dos jornais O Globo e Estado de S. Paulo utilizando como palavras-chave “nome da empreiteira” e “corrupção”. Assim, na ferramenta de busca foi digitado, por exemplo, “Andrade Gutierrez” + “Corrupção”, compreendendo o período de 1950 até 2015. O procedimento foi repetido para as demais empresas. Os dois jornais foram escolhidos porque seus acervos estão disponíveis para acesso mediante assinatura dos veículos.

A pesquisa compreende de 1950 até a primeira metade da década de 2010. Alguns fatos nortearam a data de corte para início da pesquisa. É a partir de 1950 que três das grandes empreiteiras começam a expandir os seus negócios. O estádio do Maracanã é considerado um dos legados da Copa do Mundo de 1950 no Brasil; em 1953 é fundada a Petrobras; Juscelino Kubitschek foi eleito tendo o desenvolvimento como principal bandeira com o lema “50 anos em 5” e é quando se inicia a construção de Brasília. A década de 1950 também é referenciada no campo jornalístico pela consolidação da modernização da imprensa e sua “mítica” renovação, conforme assinala Marialva Barbosa.

O historiador Pedro Campos (2015) assinala em seus estudos o quanto, dentre os diversos setores da economia brasileira, a área de engenharia e construção se constituiu como um dos mais poderosos, sendo as empresas deste segmento portadoras de grande poder econômico e político. O autor aponta a ascensão extremamente acelerada ao longo do século XX dessas companhias, destacando como pontos altos da expansão três grandes marcos: o período Kubitschek (1956-1961), a ditadura civil-militar (1964-1988) e as políticas neoliberais adotadas a partir de 1990. As políticas de privatizações e concessões implementadas permitiram ainda que empresas do setor capitaneassem desde então a gestão de serviços públicos.

Nesse contexto, é a partir das matérias e reportagens veiculadas na grande imprensa que se busca compreender a atuação de tais agentes econômicos enquanto

atores políticos da esfera de visibilidade pública. Apesar de sucessivos e crescentes escândalos de corrupção, o setor de construção civil se expandiu, fortaleceu e diversificou suas áreas de atuação, formando grandes conglomerados econômicos, independentemente das denúncias de corrupção. A expectativa é que, em etapa qualitativa subsequente da pesquisa, seja possível entender melhor a emergência deste tipo de escândalo e a forma pela qual os mesmos foram narrados ao longo do tempo.

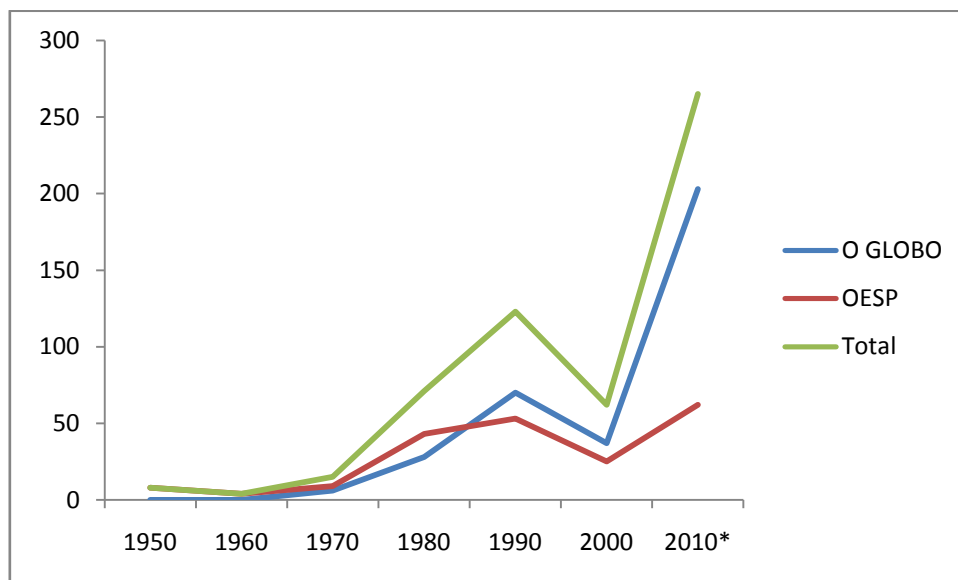
Os resultados quantitativos apontam que a primeira metade da década de 2010 já supera os totais de décadas anteriores. O acompanhamento da história recente do país permite auferir o impacto da operação Lava Jato na cobertura dos referidos jornais. Com exceção da Camargo Corrêa, que possui uma elevada queda na década de 1990 em relação à anterior, todos os demais gráficos apresentam um comportamento similar. Uma tendência de crescimento a partir de 1970 com pico em 1990, leve queda nos anos 2000 e novamente uma grande elevação a partir dos anos 2000 e na primeira metade da década de 2010. A data de corte foi dezembro de 2015.

Tabela 1: Quantidade de matérias - Andrade Gutierrez e corrupção

DÉCADA	O GLOBO	OESP	Total
1950	0	8	8
1960	0	4	4
1970	6	9	15
1980	28	43	71
1990	70	53	123
2000	37	25	62
2010*	203	62	265
TOTAL	344	204	548

Fonte/Autor: BRANDÃO, Aline Lima.

Gráfico 1: Quantidade de matérias - Andrade Gutierrez e corrupção



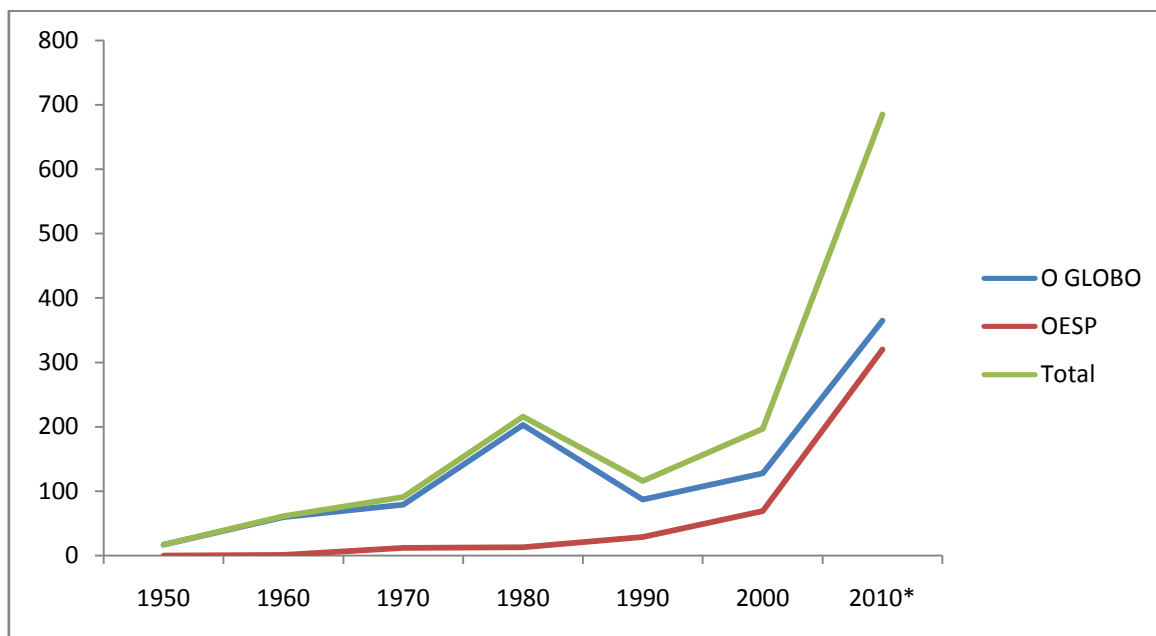
Fonte/Autor: BRANDÃO, Aline Lima.

Tabela 2: Quantidade de matérias – Camargo Corrêa e Corrupção

DÉCADA	O GLOBO	OESP	Total
1950	17	0	17
1960	60	1	61
1970	79	12	91
1980	203	13	216
1990	87	29	116
2000	128	69	197
2010*	365	320	685
TOTAL	939	444	1383

Fonte/Autor: BRANDÃO, Aline Lima.

Gráfico 2: Quantidade de matérias – Camargo Corrêa e Corrupção



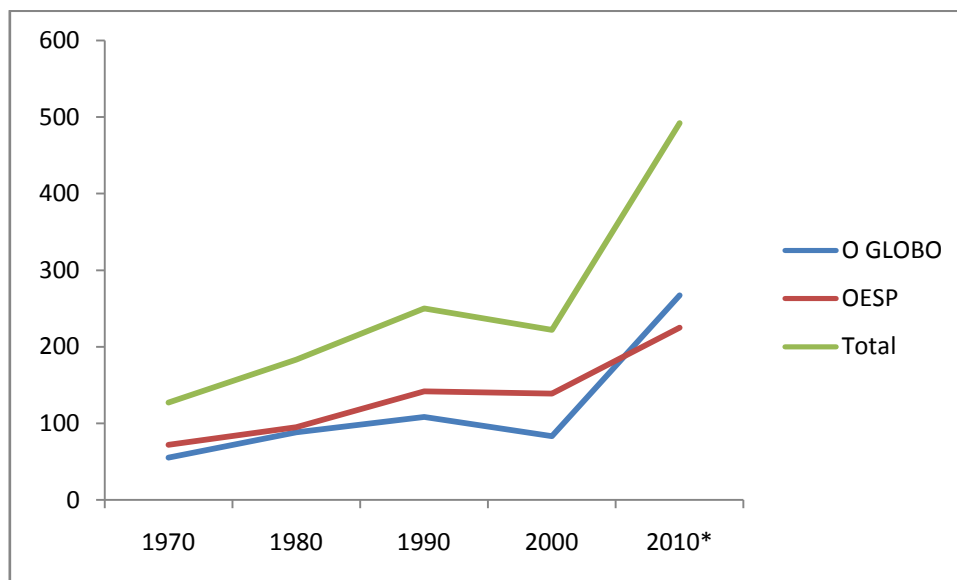
Fonte/Autor: BRANDÃO, Aline Lima.

Tabela 3: Quantidade de matérias – OAS e Corrupção

DÉCADA	O GLOBO	OESP	Total
1970	55	72	127
1980	88	95	183
1990	108	142	250
2000	83	139	222
2010*	267	225	492
TOTAL	601	673	1274

Fonte/Autor: BRANDÃO, Aline Lima.

Gráfico 3: Quantidade de matérias – OAS e Corrupção



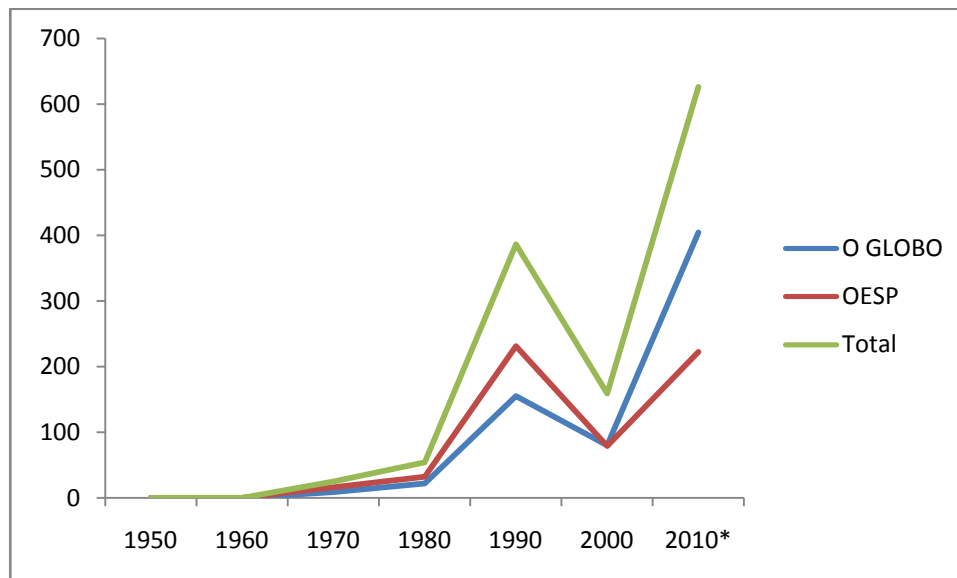
Fonte/Autor: BRANDÃO, Aline Lima.

Tabela 4: Quantidade de matérias - Odebrecht e corrupção

DÉCADA	O GLOBO	OESP	Total
1950	0	0	0
1960	0	0	0
1970	9	16	25
1980	22	32	54
1990	155	231	386
2000	80	79	159
2010*	404	222	626
TOTAL	670	580	1250

Fonte/Autor: BRANDÃO, Aline Lima.

Gráfico 4: Quantidade de matérias - Odebrecht e corrupção



Fonte/Autor: BRANDÃO, Aline Lima.

Reitera-se que esta é uma etapa preliminar da pesquisa. A próxima fase consiste na realização de um mapeamento mais profundo para classificar as matérias a partir da série de escândalos e dos principais acontecimentos políticos e econômicos da história recente do país. Retomando Thompson, é apenas a partir de uma análise mais criteriosa a respeito desses momentos históricos que será possível entender melhor as lutas pelo poder simbólico em disputa no centro de um escândalo. A análise posterior buscará identificar pontos comuns como, por exemplo, a abordagem de cada um dos jornais, a forma pela qual as empresas se posicionaram (ou não) em cada um dos episódios e como a cobertura foi sendo aos poucos descontinuada. Ao mesmo tempo, essas notícias são novamente ativadas na emergência de um novo escândalo. Por ora, o levantamento de dados e os gráficos apresentados se delineiam como objetos de estudo para se pensar a emergência do escândalo midiático no contexto brasileiro.

Interfaces epistemológicas: Jornalismo e História

Considerar os jornais como fontes de pesquisa requer alguns cuidados metodológicos, conforme assinala Marialva Carlos Barbosa ao descrever as trocas, diferenças e similaridades entre os campos teóricos e epistemológicos que configuram o

Jornalismo e a História. A interpretação de processos jornalísticos passados deve considerar como premissa que a história da imprensa deve ser considerada a de um sistema que envolve tanto a materialidade dos impressos quanto a complexidade dos atores sociais envolvidos. Há um circuito de comunicação.

Ao analisar as transformações do jornalismo brasileiro na primeira metade do século XX, Barbosa registra, por exemplo, a estratégia narrativa que estabeleceu o jornalista como agente intermediário entre o poder e o público. Além disso, a autora destaca o valor simbólico do jornalismo que fixa em suportes duráveis acontecimentos para o futuro, garantindo, além da fixação deste passado, a possibilidade de se fazer múltiplos usos acerca da narrativa. (Barbosa, 2012, pg. 462). O profissional da imprensa seria aquele capaz de construir um discurso neutro e objetivo sobre o mundo, “fixando o presente como o verdadeiro passado” (Barbosa, 2012, pg. 464). Nesta acepção, o “historiador do instante” toma para si a “monumentalização do passado”, ao registrar em suportes duradouros aquilo que um dia foi o “acontecimento fundador”. A “questão memorável” torna-se o vestígio atualizado a partir do presente.

É neste aspecto que se configura o desafio da pesquisa. O levantamento quantitativo de dados até o momento reforça a linha de recuperação da história por meio da materialidade dos impressos e das configurações discursivas a partir do escândalo. A partir desta inspiração teórica, busca-se identificar as práticas humanas relativas à corrupção e suas narrativas, entendimentos e posicionamentos dos atores políticos envolvidos. Apenas a análise qualitativa das matérias e reportagens permitirá se avançar na identificação de como esses aspectos se configuram.

O historiador Pedro Campos (2015) traz importantes elementos à discussão ao detalhar como interesses empresariais do setor de construção civil condicionavam reportagens, notícias e editoriais, servindo à estratégia das companhias em usar a imprensa para atingir determinados fins. Ao recuperar o depoimento do jornalista Jorge Ferreira, reproduzido abaixo, o autor mostra como a promoção política de alguns administradores passava por matérias pagas pelos empreiteiros em veículos de comunicação.

Eu bebia com o Jânio desde que ele era vereador, era amigo dele, até onde o Jânio pode ser amigo de alguém. Aí, veio o Jânio prefeito, o Jânio governador. A gente precisava mostrar que o Jânio sabia gerenciar. Só que custava 20%. Quem dava o dinheiro eram os

empreiteiros. Alguém do governo chegava na Camargo Corrêa e dizia: ‘arranja aí dez mil-réis para sair uma reportagem em O Cruzeiro’. (Campos, 2015, pg. 239)

De acordo com o jornalista citado por Campos, a estratégia também foi usada para divulgar as obras das administrações de Eliseu Resende, Mário Andreazza, Adhemar de Barros, Juscelino Kubitschek e Israel Pinheiro. Os empresários da construção civil, por sua vez, também buscaram influir na imprensa para pressionar por obras ou pagamentos de débitos de governo. O autor registra o aumento da influência dos empreiteiros na linha de importantes jornais a partir das obras do governo Kubitschek, tendo como fonte historiográfica a autobiografia do jornalista Samuel Wainer, fundador do jornal *Última Hora* (1951-1971). É um relato preciso.

Nos anos 50, os barões do café foram substituídos pelos grandes empreiteiros. Especialmente nos anos JK, quando começou a era das obras portentosas, os empresários do ramo compreenderam que valia a pena contar com jornais amigos; com a cumplicidade da imprensa, seria sempre mais fácil conseguir obras sem o ritual das concorrências públicas. Seria mais fácil também receber do governo – um mal pagador crônico – o dinheiro a que tinham direito pelas obras executadas. Feitas tais constatações, logo se forjaram sociedades semiclandestinas bastante rentáveis.

Assis Chateaubriand, por exemplo, costumava procurar pessoalmente ministros de Estado, ou mesmo o presidente da República, para solicitar que um trecho de uma determinada obra – uma rodovia ou hidrelétrica – fosse entregue a esta ou àquela construtora. Ficava claro que, se o pleito não fosse atendido, a ira do jornal desabaria sobre o autor da recusa. Era melhor, portanto, atender o pedido. Feito o acerto, as empreiteiras premiadas presenteavam o emissário com 10% do total da quantia orçada para a obra. (...) De quebra, os meios de comunicação faziam vista grossa para a irresponsabilidade das empreiteiras, que utilizavam material de segunda ordem, fraudavam cálculos e montavam orçamentos fictícios. Esse tráfico de influência tornou-se particularmente intenso no governo JK, durante o qual se consolidaram fortunas imensas. (APUD Campos, 2015, pg. 241)

O relato, datado de 1980, registra ainda que a presença de empreiteiros na cena política brasileira seguia sendo forte. Wainer afirmou ainda que “*não é possível escrever a história da imprensa brasileira sem se dedicar um vasto capítulo aos empreiteiros*”(APUD Campos, 2015, pg. 243). Em **Minha razão de viver**, o jornalista detalha o esquema de propinas em obras públicas do governo. As empresas escolhidas por meio de concorrências de cartas marcadas retribuía o acerto com contribuições clandestinas aos governantes. Wainer se beneficiou desta relação até o governo de João

Goulart. Com o golpe de 1964, empresários e jornais ligados ao governo passaram ser perseguidos. Já outros veículos jornalísticos ganharam força no regime como *O Globo*, *O Dia* e *Jornal do Brasil*, destaca Campos.

Ao analisar os depoimentos, o autor aponta os empresários do setor de comunicação como mediadores da relação estabelecida entre empreiteiros e altos funcionários do aparato estatal. A argumentação de Campos conclui que o uso da imprensa de maneira pontual e instrumental pelos empresários do setor de construção civil evoluiu, em especial no período da ditadura, para formas mais sofisticadas de atuação. A ditadura militar foi responsável pelo reposicionamento político dos empresários de construção garantindo que o segmento estabelecesse formas mais poderosas de influência política (Campos, 2015, pg. 248).

Dentre essas formas mais sofisticadas de atuação das empreiteiras, em uma comunicação apresentada durante um seminário de pesquisa, Campos (2015) traz outro exemplo ilustrativo para detalhar a influência dessas empresas nos rumos políticos do país. O autor recupera a primeira entrevista de Emílio Odebrecht⁴ à imprensa, concedida ao *Jornal do Brasil*, em 24 de maio de 1992. O executivo que na época comandava a empresa tentava explicar a atuação da empresa diante das acusações de contribuir com o esquema de corrupção de Paulo César Farias durante o governo Collor.

Jornal do Brasil – As acusações contra a Odebrecht falam de suborno. O ex-ministro Antonio Rogério Magri teria sido subornado pela Odebrecht, o governo do Acre também teria sido subornado para que sua empresa conseguisse a obra. O senhor já subornou alguém? Emílio Odebrecht – Essa é a pergunta que... primeiro vamos analisar o que é subornar...(...)Então, o que é hoje a corrupção nesse país? Eu acho que a sociedade toda é corrompida e ela corrompe. Hoje para o sujeito resolver alguma coisa, para sair de uma fila do INPS, encontra os seus artifícios de amizade, de um presente ou de um favor. Isso é considerado um processo de suborno. O suborno não é um problema de valor, é a relação estabelecida.(APUD Campos, 2015, pg.28)

Nessa mesma entrevista, Emílio Odebrecht justifica as ações do grupo empresarial alegando que “era a forma como as coisas funcionavam”, assumindo como

⁴ Foi sucedido na direção da empresa pelo filho Marcelo Odebrecht em 2008. Voltou a ter participação mais direta na gestão da companhia quando o sucessor foi preso, em 2015, como um dos desdobramentos da operação Lava Jato.

agia para que um determinado “processo [não] durma na mesa”. Afirmou: “[s]e for preciso a gente banca o funcionário para levar de um andar para o outro e assim por diante [...]”. O trecho transcrito acima permite compreender o quanto a análise qualitativa das matérias e reportagens pode indicar como o fenômeno da corrupção foi compreendido e narrado pela imprensa ao longo dos anos. Entender o escândalo na narrativa midiática a partir desse recorte ao longo do tempo é identificar eventuais rupturas e permanências na relação da imprensa e seus atores com esses grandes grupos empresariais.

A compreensão do escândalo midiático

John Thompson é um autor que se dedica aos estudos de como a mídia transforma e cria novas formas de ação e interação, alterando as condições da vida social e política. É nesta direção que o sociólogo desenvolve a *teoria social do escândalo*, considerando-o um fenômeno social da modernidade. O escândalo é analisado como uma característica da vida pública impactada pela nova amplitude do conceito de visibilidade. Tudo aquilo que está visível torna-se público. Portanto, entender a dinâmica do escândalo é compreendê-lo como um acontecimento capaz de afetar as fontes de poder em virtude de seu potencial devastador na reputação e no índice de confiança de pessoas e instituições. Enquanto lutas pelo poder simbólico que acontecem predominantemente no espaço público, o escândalo, nas palavras do autor:

(...) se tornou uma característica tão proeminente da vida pública nas sociedades modernas primariamente porque as pessoas que transitam pelo espaço público são muito mais visíveis que no passado, e porque a sua capacidade de traçar uma linha divisória entre sua personalidade pública e sua vida privada é muito mais limitada. Nessa era moderna de visibilidade midiática, o escândalo é um risco que ameaça constantemente tragar os indivíduos cujas vidas se tornaram o foco da atenção pública. (Thompson, 2002, pg. 31)

Thompson reconhece que a cultura do escândalo possui características diferentes em cada nação. Da mesma forma, assinala que a “*sensibilidade ao escândalo*” pode variar de acordo com os valores e normas morais e culturais de determinado contexto sócio-histórico. Afinal, o escândalo pressupõe certo grau de desaprovação pública e, sobretudo, a articulação pública de um discurso infamante que, na maioria das vezes, se presta aos usos dos meios de comunicação. É neste ponto, em especial, que se ancora o

fio condutor para compreensão do escândalo midiático. O que está em jogo é mais do que a honra e o orgulho pessoal. São lutas por reputação, um poder simbólico que deve ser acumulado, cultivado e protegido, conforme destaca o autor.

É importante ressaltar que Thompson se preocupa em afirmar que apesar de o escândalo estar muitas vezes associado à corrupção, suborno e nepotismo, na verdade, são fenômenos diferentes e as relações entre eles são complexas e contingentes. A corrupção só se torna um escândalo quando: (a) se torna pública; (b) se configura um alto grau de censura moral e sensibilidade em relação ao delito cometido e (c) se articula um discurso infamante pois conforme destaca o autor: *“uma revelação de atividades corruptas que não provoque resposta, não provoque uma condenação articulada ou reprovação, não dará origem a escândalo* (Thompson, 2002, pg. 58). Ou seja, a reprovação do ato de corrupção deve ter força suficiente para adquirir ressonância e conseguir desencadear um escândalo. Mantê-lo em pauta depende das respostas, da natureza da corrupção, da publicidade gerada bem como dos demais conjuntos de circunstâncias sociais e políticas.

Thompson entende o escândalo midiático como um fenômeno moderno que se inicia no fim do século XVIII e estende até hoje, estando estreitamente vinculado com o desenvolvimento dos meios de comunicação e os impactos trazidos na transformação da visibilidade. Os meios de comunicação possibilitaram a transmissão da informação e do conteúdo simbólico às pessoas que não partilham o mesmo local espaço-temporal (Thompson, 2002, pg. 63). Para ficar mais claro, o autor diferencia a publicidade tradicional de co-presença da publicidade midiática. Na primeira, um acontecimento se tornava um evento público se ocorresse diante de uma pluralidade de indivíduos fisicamente presentes. Com o advento da publicidade midiática, a publicidade de uma ação ou acontecimento é independente da partilha de um lugar comum. É uma espécie de publicidade desespacializada. As formas coexistem, mas o autor destaca nessa diferenciação como a ampliação e a transformação nas formas de tornar um acontecimento público trouxeram impacto no exercício do poder político.

Inspirado pelas análises de Joshua Meyrowitz (1986), Thompson aponta a capacidade de os líderes políticos se apresentarem como seres humanos comuns como uma das principais consequências das novas formas de publicidade. Criou-se a intimidade midiática, uma intimidade não-recíproca à distância. Com o

desenvolvimento dos meios de comunicação, essas lideranças e instituições perderam a “aura” e “majestade” que lhes era garantida pelo isolamento e pela distância que mantinham em relação às pessoas que governavam.

Thompson assinala ainda que é possível identificar a relação entre escândalos e mídia por volta do final do século XVI, primordialmente, na cultura do panfleto na qual o escandaloso era empregado para caracterizar afirmações, alegações e acusações articuladas com a palavra imprensa. No entanto, as mudanças fundamentais que lançam as bases do escândalo midiático como um fenômeno moderno está no fim do século XVIII e gestação ao longo do século XIX. Foi quando as mudanças econômicas e tecnológicas diminuíram os custos de impressão e o mercado de materiais impressos se expandiu. É quando surge o conceito moderno de notícia como algo a ser descoberto através de um processo de investigação (Ver Schudson) e ocorre a “separação” da notícia e do editorial de opinião. Essa circulação massiva diminuiu a dependência da imprensa em relação aos partidos políticos, atenuando os vínculos entre esses dois atores. Por fim, a emergência do jornalismo como profissão criou os parâmetros de um *ethos* profissional que define os princípios da boa prática jornalística. Para Thompson, o fato e o entretenimento foram ideias gêmeas da emergente profissão jornalística (Thompson, 2002, pg. 82).

A consolidação do escândalo midiático, segundo Thompson, se dá no século XX. É quando os acontecimentos são constituídos e se estendem muito além das ações ou transgressões originais que os constituem. A veiculação pela mídia se torna parte constitutiva do escândalo. Ou seja, é preciso que as atividades “previamente ocultadas e moralmente vergonhosas”, para usar as palavras do autor, sejam reveladas e se desenrolem através da mídia. Nem sempre o clima midiático de desaprovação corresponde necessariamente à opinião dos leitores e espectadores. Thompson alerta para a possibilidade de a apresentação de juízos negativos ser apenas auto-referencial. Ainda assim, é importante destacar o quanto os meios de comunicação agem como provedores de evidências nos escândalos midiáticos. Os meios de comunicação fixam a informação em um suporte relativamente durável, permitindo que este conteúdo simbólico seja reproduzido através do tempo. O autor destaca: “*Os escândalos midiáticos podem se tornar também dimensões sedimentadas da memória histórica, preservada em inúmeros materiais de mídia e podem ser reativadas de tempos em tempos*”(THOMPSON, 2002, pg. 101).

Novamente volta-se à fixação da informação em suportes materiais duráveis e o processo de narração e re-narração abordado (Barbosa, 2012). Trata-se de um importante ponto de contato para a fundação teórica da pesquisa. Identificar essas dinâmicas no âmbito dos escândalos de corrupção envolvendo empreiteiras é uma forma de compreender como os agentes sociais diferentes tempos históricos foram informados acerca deste tipo de notícia, sendo o fenômeno um possível indicador de reforço das estratégias narrativas que estabeleceram ao longo do tempo o jornalista como intermediário entre o poder e o público.

Retomando Thompson, o autor define a estrutura sequencial e aberta do escândalo midiático: pré-escândalo, escândalo propriamente dito, clímax e consequências. O resultado incerto e as especulações conduzem uma batalha de confrontação estratégica de informação e contra-informação. Neste desenrolar se entrelaçam o contar e recontar de histórias sobre os acontecimentos (ou supostos):

Escândalos midiáticos são eventos narrativos prolongados, no sentido que eles são constituídos em parte por um conjunto de narrativas midiáticas que vão sendo sempre mais aprimoradas e revisadas à medida que o acontecimento se desdobra. (...) Essa estrutura narrativa aberta, combinada com o caráter de interesse humano do escândalo como um conto de moralidade moderna, que faz com que o acompanhamento de escândalos seja uma fonte de prazer para alguns e um tópico de conversação para muitos. (Thompson, 2002 pg. 107)

Para Thompson, é justamente por propiciar oportunidades para que as pessoas reflitam sobre considerações éticas e políticas que o escândalo se configura como uma espécie de fábula da moralidade moderna. O escândalo torna-se uma experiência midiática cuja percepção é condicionada pela maneira diferenciada de recepção.

Em sua análise, o autor propõe uma taxonomia do escândalo detalhando a natureza do escândalo político e as características dos escândalos sexuais, financeiros e de poder na esfera política. Escândalos políticos não são considerados especificidades das sociedades democráticas liberais. No entanto, estas reúnem aspectos que as tornam mais propensas ao fenômeno. Isso porque a política em uma democracia liberal se organiza em um campo de forças competitivas que disputam entre si. Neste cenário, a reputação se torna um capital importantíssimo e um recurso vital para sucesso eleitoral. Há ainda a relativa autonomia da imprensa e o exercício do poder político se dá pela

regulamentação legal (Thompson, 2002, 129). Esse conjunto de características faz com que o escândalo político seja capaz de minar o capital simbólico do qual o exercício do poder político depende: reputação, sendo esta uma condição tão necessária e importante de eficiência política quanto uma boa organização partidária e forte apoio financeiro. O que entra em cena é a credibilidade das lideranças e a mídia se configura como arena central de disputa pelo poder simbólico.

É neste contexto de análise que Thompson entende a maior frequência do escândalo político a partir das transformações nas maneiras e no quanto as atividades dos líderes são avaliadas e radiografadas no domínio público. Não houve um declínio nos padrões morais dos políticos, mas registra-se, de fato, uma mudança nos códigos e convenções morais empregadas na avaliação do comportamento dos políticos e na forma como estes conduzem a vida pública. (Thompson, 2002, pg. 141). Com isso, o escândalo político se tornou uma característica endêmica da política contemporânea e um risco inerente para aqueles que transitam no espaço público. A conformação deste escândalo, no entanto, varia a partir do conjunto convenções e expectativas de cada nação.

Há uma pluralidade de culturas políticas do escândalo, cada uma delas caracterizada por suas próprias tradições distintivas, seu próprio estoque de procedimentos e memórias coletivas e seu conjunto de convenções e expectativas constantemente em mudança. (Thompson, 2002, pg. 151)

Enquanto lutas pelo poder simbólico travadas no espaço público, os escândalos se constituem, assinala Thompson, por ações e atos de falas de indivíduos e organizações que expõem, afirmam e condenam construindo uma narrativa na qual os atributos em jogo são a reputação e a confiança. Estas não são necessariamente destruídas ou totalmente enfraquecidas, mas os escândalos têm capacidade de esvaziá-las em diferentes graus, corroendo as relações de confiança que configuram o campo político. Avaliar o impacto reputacional do escândalo depende do conjunto de características dentro das quais os mesmos acontecem.

Os escândalos são potenciais esvaziadores de reputação e confiança pelas características desses atributos. A conquista da reputação é um processo de longo prazo. Conseguir o reconhecimento de outros de forma estável depende da construção de uma rede e das apreciações dos outros. Portanto, ela é intrinsecamente contestável e frágil, estando sempre aberta a disputa ou desacordo. A reputação pode ser rapidamente

esgotada pelo mau uso. Uma vez perdida, é muito mais complexo recuperá-la. Nas palavras de Thompson, “*a reputação pode ser, em algumas circunstâncias, um recurso não-renovável*”. (Thompson, 202, 298).

Assim como a reputação, a confiança não se esgota pelo uso. Pelo contrário, quanto mais é ativada, maior se torna o estoque de confiança. É igualmente frágil e vulnerável, estando sendo sempre sujeita aos efeitos das quebras de confiança. Mecanismos como contratos, cartas, procedimentos formalizados funcionam, segundo o autor, como “economizadores de confiança” à medida em que “*fornecem um referencial dentro do qual os indivíduos podem se engajar em relações cooperativas e, ao mesmo tempo, reduzir, até certo ponto, sua dependência de confiança*” (Thompson, 2002, pg. 304). Garantir níveis de confiança, afirma Thompson, é importante porque se trata de um componente importante nas relações e interações sociais. Embora em um regime de democracia liberal seja até positivo manter algum grau de suspeita e desconfiança para garantir a fiscalização das atividades dos representantes políticos pelo eleitorado, a desconfiança profunda e generalizada pode levar a consequências contraproducentes.

Em síntese, Thompson conclui que o escândalo se tornou uma característica da vida social e política, sobretudo, pela transformação da natureza do espaço público e dos limites entre as esferas pública e privada. O desenvolvimento de formas midiáticas de comunicação que levou os atores políticos a agirem dentro de um ambiente informacional que é mais intenso, extenso e de difícil controle (Thompson, 2002, pg. 313). Analisar o escândalo como fenômeno, portanto, torna-se uma tarefa complexa em função de seu componente contingencial. Afinal, a sua ocorrência depende do contexto e de um conjunto específico de circunstâncias.

Corrupção, mídia e opinião pública

Conforme mencionado anteriormente, Thompson destaca que a corrupção só se torna escândalo a partir do momento que se torna pública e há a articulação de um discurso infamante sobre a prática. Os elementos que configuram a corrupção, segundo o autor, são a violação de regras, convenções ou leis referentes ao exercício adequado das obrigações públicas para fins particulares, pecuniários ou de proveito pessoal; e a perversão ou subversão de padrões de integridade associados a uma função pública.

A autora Céli Regina Jardim Pinto (2011) também assinala a complexidade de se entender a corrupção como um fenômeno. Se, por um lado, a corrupção pode ser definida como a apropriação do público por interesses privados, por outro, apresenta diferentes matizes. Para compreendê-la no contexto brasileiro, a autora propõe dois grandes recortes: a corrupção como uma relação entre a iniciativa privada (considerando da grande empresa ao cidadão comum) e o setor público; e a corrupção intra-Estado, definida como apropriação de recursos públicos por parte de agentes públicos para diferentes fins (de enriquecimento próprio a financiamento de campanhas eleitorais).

A compreensão da corrupção só está disponível a partir da análise dos escândalos, ou seja, da negociata que não deu certo e se tornou pública. Para defender a tese que *“existe uma vasta rede de corrupção dentro e fora do aparato estatal”*, a autora busca *“rastrear as condições que viabilizam ter se tornado a corrupção no Brasil uma forma de governar, encontrando condições de se concretizar igualmente nos vários níveis de governo – federal, estadual e municipal”* (Pinto, 2011, pg.9). Com isso, ela não pretende reduzir a política brasileira a esquemas de corrupção, mas mostrar que atos de corrupção fazem parte de a sociedade se relacionar com o ente público.

Uma personagem importante na construção do discurso que identifica a política brasileira como sinônimo de corrupção é a mídia em suas variadas manifestações. Os escândalos e denúncias de corrupção ocupam parte significativa do noticiário político dos jornais diários, das revistas semanais e dos noticiários de tevê. No entanto, em sua defesa, deve-se indicar que a mídia não cria a corrupção, não a inventa, mas, de outra sorte, cria um discurso sobre a corrupção, fruto da investigação jornalística ou da prática do mero denunciamento. (Pinto, 2011, pg. 11)

Pinto assinala a centralidade da mídia na construção do discurso sobre corrupção condicionando a forma como cada brasileiro se relaciona com o mundo da política. A pesquisadora, no entanto, afirma que não é seu propósito investigar essa relação. É neste gap que esta pesquisa sobre os escândalos de corrupção na esfera de visibilidade pública se insere. Embora não considere o termo “condicionamento” como o mais efetivo para classificar essa relação porque nega-se a capacidade de reflexão do receptor, o eleitor brasileiro.

De acordo com Pinto, os políticos, de um modo geral, buscam simultaneamente escapar do escândalo e se tornarem os acusadores no espaço da mídia. Em outras palavras, a autora assinala que a corrupção, *“tem dado sentido à luta política entre*

atores que disputam o poder, entre partidos, entre poderes da República; tem dado sentido à relação entre o campo político e a sociedade civil e suas representações”, (Pinto, 2011, pg. 14) tornando-se um elemento constituidor da vida republicana brasileira pós-ditadura. Para Pinto, a sociedade organizada não é a principal agente de combate à corrupção do Brasil. A corrupção vem à tona a partir de um conjunto de denúncias ocorridas dentro do aparato do Estado e no campo das disputas políticas.

Para entender a corrupção no contexto brasileiro, Pinto endossa a perspectiva teórica proposta pelo sociólogo José Domingues. Segundo esta linha de análise, a corrupção não é indicativa de resquícios de um Brasil pré-moderno ou pré-democrático, *“mas uma forma de constituição da modernidade, um modo de governar decorrente de processos de inclusão que mantiveram desigualdades como característica central, quer seja ela econômica, social, cultural ou associada ao poder de tomada de decisão política”* (Pinto, 2011, pg. 35). Isso não significa a impossibilidade de enfrentá-la. A questão para a autora é mostrar a complexidade do fenômeno cuja superação requer mais do que “indignação sincera ou mediática”, sendo possível apenas mediante o entendimento e mudança da forma de organização da sociedade brasileira formatada “como legitimamente hierarquizada em um gradiente de desigualdades” (Pinto, 2011, pg. 159)

Para Pinto, é preciso romper com tradições teóricas que travam as análises sobre o país ao considerá-lo como pré-moderno, moderno atrasado ou com um projeto de modernidade inacabada. O enfrentamento à corrupção no Brasil só seria possível mediante a superação das desigualdades. E, nesta linha de análise, identifica três polos possíveis de combate à corrupção: o próprio Estado, em uma espécie de *accountability* horizontal, a mídia e a sociedade civil. De acordo com Pinto, na luta contra a corrupção, é muito comum a personificação e culpabilização apenas do corrupto. Este tipo de argumentação se baseia na premissa de que existe a corrupção porque existe o corrupto. No entanto, a compreensão do fenômeno deve ser entendida de forma mais complexa.

Os limites de intervenção do Ministério Público, da sociedade civil e da mídia estão bastante relacionados com o fato de a corrupção ser um efeito e não uma causa, isto é, a política brasileira não se encontra como está devido à corrupção, mas é corrupta porque tem uma forma específica de funcionar e de relacionar com os variados agentes sociais do país. As ações de combate à corrupção, desde aquelas com

o objetivo de causar escândalos até as mais seriamente levadas a efeito, visam sempre ao ato de corrupção e aos seus autores, e chegam, por vezes, a promover alguma nova legislação sobre um patamar específico, mas não ultrapassam esse patamar. (Pinto, 2011, pg. 145)

A autora agrupa em três perspectivas diferentes a discussão sobre o tema corrupção perante a opinião pública. A primeira é a forma como a própria mídia se apropria do conceito para legitimar seus atos de fala, colocando-se como representante e porta-voz desta opinião pública. A segunda perspectiva é a de que existe uma opinião pública dada, sendo necessário apenas aferi-la. Teóricos como Bourdieu são contrários a esta ideia. Afinal, o pesquisador é apenas capaz de ter a opinião privada de um conjunto de pessoas e a nem todas as pessoas têm opiniões sobre todos os temas em pauta. A terceira linha de análise segue a inspiração habermasiana de opinião pública com diversos autores com mais ou menos proximidade em relação ao autor alemão. Em linhas gerais, Pinto destaca que o grupo se caracteriza pelo núcleo que indica a existência de esferas públicas capazes de constituir uma opinião pública. A questão para a autora é entender que há razoável distância entre a opinião forjada na esfera pública e a indignação individual que, muitas vezes, é apenas emocional e subjetiva e de pouco impacto prático.

Para pensar opinião pública, faz-se necessário retomar o clássico “Mudança Estrutural da Esfera Pública” (2003), de Jürgen Habermas. No livro, cuja primeira edição data 1962, o autor retrata o surgimento, a consolidação e a decadência da esfera pública burguesa, entendida como um conjunto de pessoas privadas que se relaciona como um público. O autor expõe a desintegração da esfera pública no mundo da democracia de massa e aponta para o caminho que levaria à possibilidade de um diálogo realmente ao público. Para isso, a “opinião pública” – concebida como uma opinião racionalmente construída e bem informada – deveria adotar uma postura crítica diante da publicidade normal imposta na execução do poder político e social. Para Habermas, a opinião pública tornou-se uma ficção institucionalizada necessária para a manutenção da democracia contemporânea. Opiniões não-públicas dominam enquanto a pública não existe na realidade.

Para se chegar a uma nova opinião pública seria preciso existir uma reformulação social que resultasse em maior participação das pessoas em organizações públicas como partidos e associações, que propiciam uma esfera pública interna na qual os rumos e decisões são definidos por meio de discussões racionais. Para Habermas, é

na *práxis das publicrelations* que o econômico chega a ter consciência de seu caráter político. Cria-se uma opinião pública encenada, um consenso fabricado, e uma refeudalização da esfera pública. De acordo com Habermas, a *publicrelations* não estaria diretamente preocupada com a “*publicopinion*”, mas à *opinion* no sentido de *reputation*. A esfera pública se torna uma corte, perante cujo público o prestígio é encenado – ao invés de nele desenvolver-se a crítica” (Habermas, 1962, pg. 235).

Acerca do conceito habermasiano de “esfera pública”, Lattman-Weltman (1996) ao analisar o debate dos impactos dos meios de comunicação na vida política propõe uma concepção alternativa, um novo paradigma, na qual confere maior eficácia à prática dos atores. Essa concepção mais pragmatista se ancora nas propostas de Richard Rorty. O ferramental teórico do autor retrabalhado por Lattman-Weltmann se apóia em três pontos centrais: (i) contingência da linguagem pensada como meio de comunicação e criação de narrativas; (ii) contingência do *self* (re)construído por um esforço narrativo, por uma (*es*)*história* ou *bio-grafia*, permitindo pensar identidades e projetos políticos em sua contingência e autonomia auto-criativas; (iii) as proposições acerca da “*comunidade liberal*” e da solidariedade como possibilidades políticas pragmáticas abertas pelo contingenciamento do “ser” do social e da política.

Com objetivo de “pensar formas de intervenção teórica e prática” na economia simbólica dos discursos públicos (Lattman-Weltman, 1996, pg. 163), o autor aponta as limitações conceituais do modelo habermasiano, fundado na tradição iluminista, e contesta a noção de uma instrumentalidade social da esfera pública, destacando que o debate intersubjetivo sempre mobilizará jogos de linguagem que podem ou não produzir resultados práticos políticos e/ou institucionais. Assim, ao invés de uma comunidade universal de seres racionais, sugerida por Habermas, se contrapõem uma infinita possibilidade de comunidades contingentes “*cujo único elemento em comum é a sua equivalência e intercambialidade*”(Lattman-Weltman, 1996, 170).

Embora pareça paradoxal, Lattman-Weltman destaca que é com a “degradação teórica” - sem garantias de uma decisão política desenvolvida de necessidades e interesses públicos reais - se torna possível pensar a esfera pública na atualidade política, visualizando novas “instrumentalidades” ao conceito. A discussão teórica de Lattman-Weltman centralidade à questão da narrativa e dos acordos intersubjetivos estabelecidos na esfera pública, ajudando a compreender como empresas expostas a

uma visibilidade não desejada se posicionam quando pressionadas pela opinião pública e agem para garantir a perpetuidade de seus negócios. Cabe ainda refletir se e como, passado o escândalo, a imprensa “restaura” a credibilidade desses atores. Em jogo está a construção política e dinâmica das melhores narrativas para a opinião pública. Por isso, analisá-las pode ajudar a compreender melhor exigências quanto à transparência nos negócios, na política e nas próprias relações midiáticas.

Cabe ressaltar que o próprio Habermas (1999) reconhece a fragilidade de determinadas ideias e revisita a sua obra que se tornou clássica, sugerindo novas reflexões, em especial, acerca do papel da mídia de massa. Segundo o autor, o poder mediático, pré-estruturado e dominado pela mídia de massa, tornou-se uma arena de disputas para “um controle (tão dissimulado quanto possível) dos fluxos de comunicação eficazes. Em sua revisão teórica, Habermas reconhece seu diagnóstico reducionista e linear de que um público politicamente ativo havia se tornado um público privatista. O autor reconhece que subestimou o potencial crítico de um público de massa.

Considerações finais

A forma como se estabelecem as relações de oferta e demanda por informação nos jornais e como as empresas se posicionam diante da exigência de transparência na gestão privada se constitui como um dos eixos norteadores desta pesquisa. Em um contexto de grande exposição midiática em múltiplas plataformas e redes torna-se necessário tentar diminuir (ou reverter) os impactos na reputação diante de crises institucionais. A pesquisa que se inicia buscará por meio da análise das matérias e reportagens compreender como se estabeleceu ao longo dos anos a interação e as disputas entre a mídia e os agentes políticos e econômicos diante da emergência de um escândalo de corrupção.

A Lava Jato, por exemplo, um dos primeiros escândalos de corrupção que contou com a alta cúpula executiva do setor presa e condenada, foi apontada inúmeras vezes pelas estratégias de defesa dos acusados como apenas uma operação midiática. Entender o papel efetivo da imprensa brasileiras nos escândalos de corrupção ao longo do tempo pode ajudar a compreender os discursos e narrativas que os agentes estabelecem nesta esfera de visibilidade.

Na nossa história recente, o mensalão se tornou um caso emblemático para compreender a configuração do escândalo político no Brasil. Alessandra Aldé e Fábio Vasconcellos (2008) apontam que a mídia recorre aos escândalos como forma de atrair a atenção da audiência e de reafirmação da sua importância político-social. Os atores políticos, por sua vez, acionam a imprensa com o objetivo de construir percepções. Esse movimento, segundo os autores, configura um ambiente de oportunismo midiático à medida em que há uma relação de cooperação e dependência mútua entre esses dois campos. A luta dos atores políticos por oportunidades de visibilidade se amplia em virtude da cobertura “*focada na responsabilização de pessoas que na discussão de problemas estruturais da prática política, como o financiamento da campanhas*” (Aldé, A. Vasconcellos, F. 2008, pg. 62). A noticiabilidade do escândalo político aciona elementos espetaculares, personalistas e emocionais.

Para que um determinado acontecimento se transforme em escândalo político, a noticiabilidade e o valor-notícia das transgressões devem ser compartilhados pela imprensa e seus leitores, ingressando no circuito de notícias que pautam outros veículos e o debate público. (ALDÉ, A. VASCONCELLOS, F. 2008, pg. 65).

Como consequência deste fenômeno, os autores indicam o quanto a atuação estratégica nesta lógica de oportunismo midiático reforça tendências individualistas, aspectos pessoais e sensacionais dos personagens em detrimento de debates mais amplos sobre questões públicas. Ao mesmo tempo, a fragmentação partidária e a autonomia dos políticos em relação aos partidos, transforma o campo político em uma “arena de personalidades que incorporam em seus discursos demandas públicas” (Aldé, A. Vasconcellos, F. 2008, pg. 65).

O pesquisador Guilherme Nery Atem (2015) ao analisar a cultura midiática a partir de Marshall McLuhan e Todd Gitlin⁵ defende que vivemos o capitalismo semiótico, em uma “economia política da atenção” na qual comunicar torna-se mais importante do que os fatos comunicados. Empresas organizam e executam as ações para

⁵Todd Gitlin, em *The whole world is watching: mass media in the making of the new left*⁵, aponta que a mídia tem o poder de multiplicar (e também diminuir ou mesmo anular a importância) um acontecimento, agindo de forma mais influente na nossa vida cotidiana ao trazer para o espaço privado os acontecimentos da vida pública.

atingir o público-alvo e os jornais atrelam “suas notícias às regras do entretenimento e da diversão” (ATEM, 2015, pg, 8).

O conceito de economia política da atenção ajuda a pensar alguns aspectos. Se por um lado, o jornal (enquanto produto) tem nos escândalos políticos envolvendo essas empresas um forte apelo de noticiabilidade, por outro, os segmentos econômicos denunciados passam a enfrentar uma grave crise de reputação junto à opinião pública, repercutindo nos negócios. As empresas não desejam visibilidade aos seus atos e práticas. A regra popular do “falem mal, mas falem de mim” não se aplica. Aqui encontramos um ponto de contato com o impacto reputacional de um escândalo de que nos fala Thompson. O autor analisa do ponto de vista da esfera política. Igualmente podemos pensar os impactos na reputação corporativa das companhias para entender os meios pelos quais as empresas estruturam suas narrativas quando expostas à crise para posteriormente tentarem restaurar a confiança perante a sociedade. Da mesma, vale pensar se a estruturação da Lava Jato por fases/etapas, por exemplo, não teria semelhança com os capítulos de uma novela, episódios de um seriado com tons de reality show, dentro de uma lógica de entretenimento. Conforme assinalado por Thompson, fato e entretenimento foram ideias gêmeas da emergente profissão jornalística.

Gerir adequadamente a narrativa junto à opinião pública é central. As empresas devem minimizar danos à imagem desta exposição não requerida para garantir a permanência dos negócios no longo prazo e a sobrevivência das organizações. Ao passo que as empresas jornalísticas precisam manter, sobretudo, em escândalos longos, um permanente grau interesse para ter atenção de suas audiências. Pensar essa questão no que diz respeito às empreiteiras no Brasil apresenta diferentes níveis de complexidade. Não se trata apenas de um escândalo político. É todo um segmento econômico com profundas conexões políticas na berlinda da opinião pública.

O relacionamento das empresas com a mídia data o início do século XX quando surge a indústria da informação capaz de vender como mercadorias a “atenção pública” e a “audiência”. A credibilidade torna-se uma das propriedades comerciais do jornalismo, construindo ao seu redor um campo social. Na disputa pela visibilidade, os veículos com suas respectivas audiências representam a arena máxima de expressão da disputa pela atenção.

A análise de Wilson Gomes (2004) sobre as transformações da política na era da comunicação de massa apresenta subsídios para esta compressão deste campo de visibilidade. O campo jornalístico controla a esfera de visibilidade pública ao passo que o político produz fatos e mensagens capazes de superar filtros selecionadores para chegar à esfera midiática de visibilidade. A opinião pública passa a ser opinião pública produzida profissionalmente através de fluxos de comunicação destinados à audiência e, portanto, formada longe da discussão de públicos de cidadãos. A política então teria se apropriado dos recursos do campo da Comunicação para agir na esfera midiática.

A próxima etapa desta pesquisa visa identificar narrativas e dramaturgias próprias dos campos político e comunicacional apropriadas pelos agentes envolvidos nos escândalos de corrupção para agir nesta esfera de visibilidade pública. O que está em cena são as negociações de sentido, o jogo de transações e as narrativas para gerar um convencimento discursivo da opinião pública. Estariam as instituições vinculadas ao Judiciário adotando também essa estratégia enquanto atores políticos?

Retomando a análise de Gomes, há uma política em cena que chega ao público, objeto das práticas de política midiática. Nas ações tomadas publicamente há sempre embutido um cálculo de custo e benefício que fundamenta as negociações (e formas de composição de poder no interior do jogo de forças políticas), levando em consideração os “fatores de publicidade” junto à esfera civil e à esfera de visibilidade pública. O autor sugere que o exame da relação entre os domínios da política, da comunicação e dos negócios privados tem fortes conexões com outros âmbitos da sociedade. E, diante disso, política, comunicação de massa e a esfera dos interesses econômicos convivem, sob tensão, apesar de acomodadas como forças ao redor da política midiática.

A política midiática é uma política em cena ou para a cena. Já os interesses e os recursos dos domínios da política, da comunicação e dos negócios privados, que se orquestram como um sistema, originam-se e mantêm-se fora de cena. O seu lugar não é a exposição pública; antes, frequentemente, demandam reserva e sigilo como sua condição fundamental. (...) Em outros termos, podemos dizer que os interesses se articulam sistematicamente fora de cena, para funcionar, então, como condição de possibilidade da prática política em cena e para a cena. (Gomes, 2004, pg. 141).

No jogo da imagem pública, construção, tratamento, gerenciamento, exposição e circulação das imagens públicas fazem parte de um contexto em que a imposição da imagem se encontra em um ambiente extremamente competitivo e de alta disputa. Criar uma imagem não é apenas construir uma imagem, mas organizar os materiais de tal arte que o público a produza.

Construir é fazer construir. O criador de imagens, na verdade, produz apenas discursos e expressões caracterizadoras, que pode realizar na recepção as concepções caracterizadoras que constituem a imagem. São basicamente três os materiais com que se lida na engenharia de imagem pública: mensagens, fatos e configurações significativas (Gomes, 2004, 268).

A produção de imagem depende de um trânsito complexo e com muitos interventores. Essa rede sofisticada visa configurar opiniões e disposições afetivas a respeito de determinados sujeitos. A configuração de opiniões e sentimentos de grandes massas são preocupações das Ciências Sociais. Ferdinand Tönnies, um dos primeiros intelectuais a conceituar opinião pública por volta de 1920, aponta que o jornalismo seria por excelência o veículo no processo de formação de opinião pública enquanto transmissor de informação ao público e principal “meio de expressão” do público (Splichal, 2006, pg.48).

A proposta de um recorte temporal envolvendo os escândalos de corrupção desde 1950 busca encontrar indícios e vestígios de como a mídia brasileira narrou tais eventos, ou seja, como ela transmitiu essas informações. Desta forma, busca-se identificar as transformações relacionadas a este conjunto de convenções e expectativas. Ainda que a mídia seja muitas vezes auto-referencial, o jornalismo toma para si esse papel de intermediário entre a sociedade e o poder público. Portanto, pensar o Brasil retratado pela mídia é também uma forma de compreensão de fatos relacionados à nossa história política “monumentalizados no passado”. Entender a cultura do escândalo no Brasil contribui para avaliação das dinâmicas travadas dentro da esfera de visibilidade pública.

O crescimento da palavra “corrupção” associado a grandes empresas nacionais do setor de construção serve como ponto de partida para verificar a forma pela qual esta prática tem sido retratada ao longo do tempo pela mídia brasileira. O aumento, conforme apontado por Pinto, não deve ser avaliado como uma piora no quadro político nacional. É preciso tornar a discussão mais complexas, tentando entender a corrupção

associada ao fenômeno do escândalo na democracia liberal brasileira. A partir das bases teóricas de Thompson e demais autores, o próximo passo é identificar as disputas e as narrativas construídas no âmbito de veículos de expressão da mídia nacional, tentando identificar práticas que se transformam para perdurarem ao longo de tempo.

Bibliografia

ALDE, A.; VASCONCELLOS, F. **Ao Vivo de Brasília: Escândalo Político, Oportunismo Midiático e Circulação de Notícias**. Revista de Ciências Sociais (Fortaleza), v. 39, p. 61-69, 2008.

ATEM, Guilherme Nery. **Semiocapitalismo e mídia na modulação das afecções: de McLuhan a Todd Gitlin**. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/51105>, acesso 15 de julho de 2015.

CAMPOS, Pedro Henrique Pedreira. **Estranhas Catedrais: as empreiteiras brasileiras e a ditadura civil-militar, 1964-1988**. Editora da UFF: 2014.

GITLIN, Todd. **The whole world is watching: mass media in the making and unmaking of the new left**. Berkeley: University of California Press, 2003.

GOMES, Wilson. **Transformações da Política na Era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HABERMAS, Jürgen. **O Espaço Público 30 anos depois. Caderno de Filosofia e Ciências Humanas**. Ano III – n.o 12 Abril/99 – Unicentro/BH, 1999.

LATTMAN-WELTMAN, F. **A esfera pública: do conceito à palavra-de-ordem - notas para uma alternativa pragmatista de intervenção na comunicação política brasileira**. Comunicação & Política, Rio de Janeiro, RJ, v. III, n.1, p. 160-175, 1996.

MAROCO, Beatriz; BERGER, Christa (org.). **A era glacial do jornalismo – teorias sociais da imprensa: pensamento crítico sobre os jornais**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

RÉMOND, René. **Por uma história política**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

SENNETT, Richard. **O Declínio do Homem Público: as tiranias da intimidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999. **Cap. 8: Personalidade em público. pp. 190-242**

SPLICHAL, Slavo. “A teoria de Ferdinand Tönnies sobre opinião pública como forma de vontade social”. IN: **A Era Glacial do Jornalismo – teorias sociais da imprensa: pensamento crítico sobre jornais**. / Org. Beatriz Marocco e Christa Berger. Porto Alegre: Sulinas, 2006. Pg. 48

THOMPSON, John. **O Escândalo Político. Poder e visibilidade na era da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2002.