

COBERTURA JORNALÍSTICA DA CRISE POLÍTICA E FINANCEIRA E O “ISSUE” CORRUPÇÃO POLÍTICA

ISABEL FERIN CUNHA
Universidade de Coimbra

RESUMO - Nesta apresentação refletimos sobre as relações entre cobertura jornalística, comunicação política, crise e corrupção, tendo como foco as democracias ocidentais e, em particular, Portugal. Em primeiro lugar, disserta-se sobre comunicação política e cobertura jornalística, partindo do pressuposto de que a mercantilização dos objetivos das empresas mediáticas e da informação noticiosa alteraram as relações entre o campo da política e dos Media. Dentro dessa perspectiva, discute-se sobre as consequências dessas mudanças nas democracias ocidentais, levando em consideração alguns aspectos que tendem a subverter princípios inerentes à democracia representativa, mas também a eclosão de novos movimentos sociais que visam a uma maior participação democrática no espaço público. Em seguida, discorre-se sobre os conceitos de crise e corrupção política, procurando identificar os elementos históricos e culturais que interrelacionam os dois fenômenos nas democracias ocidentais, sobretudo em Portugal. A título de conclusão, abordam-se os processos de desocultação dos fenômenos de corrupção e as implicações para o campo jurídico, bem como os princípios de transparência da informação e suas consequências na democracia.

Palavras-chave: Cobertura jornalística. Media. Comunicação política. Crise europeia. Corrupção política.

LA COBERTURA PERIODÍSTICA DE LA CRISIS POLÍTICA Y FINANCIERA Y LA CUESTIÓN DE LA CORRUPCIÓN POLÍTICA

RESUMEN - En este trabajo se reflexiona sobre la relación entre cobertura de prensa, comunicación política, crisis y corrupción, centrándose en las democracias occidentales y, en particular, Portugal. En primer lugar, analizaremos la comunicación política y su cobertura informativa, a partir del supuesto de que la mercantilización de los objetivos corporativos de las empresas de información ha dado lugar a cambios en el balance entre el campo de la política y el de los medios de comunicación. Desde esta perspectiva se discuten las consecuencias de estos cambios en las democracias occidentales, teniendo en cuenta no solo algunos aspectos que tienden a subvertir los principios esenciales de la democracia representativa, sino también la aparición de nuevos movimientos sociales que buscan una mayor participación democrática en el espacio público. A continuación, nos centraremos en los conceptos de crisis y de corrupción política, para tratar de identificar los elementos históricos y culturales que establecen una correlación entre los dos fenómenos en las democracias occidentales, especialmente en Portugal. Para concluir, nos ocuparemos de los procesos de desenmascaramiento de fenómenos de corrupción y sus implicaciones jurídicas, así como de los principios de transparencia de la información y las consecuencias para la democracia.

Palabras clave: Cobertura informativa. Medios de comunicación. Comunicación política. Crisis europea. Corrupción política.

JOURNALISTIC COVERAGE OF POLITICAL AND FINANCIAL CRISES AND THE “ISSUE” OF POLITICAL CORRUPTION

ABSTRACT - This article analyzes the relationship between news coverage, political communication, crises and corruption, focusing on Western democracies and particularly Portugal. Firstly, political communication and news coverage are discussed, based on the assumption that the commoditisation of the goals of media and information companies has resulted in changes in the balance between the political and media fields. Within this perspective, attention is devoted to the consequences of these changes in Western democracies, taking into consideration not only certain aspects that tend to subvert underlying principles of representative democracy, but also the emergence of new social movements craving greater democratic participation in the public sphere. In addition, this study examines the concepts of crisis and political corruption, seeking to identify the historical and cultural elements that correlate the two phenomena in Western democracies, especially in Portugal. Finally, it addresses the processes of exposing corruption phenomena and their legal implications, as well as the principles of transparency of information and the consequences upon democracy.

KEYWORDS: News coverage. Media. Political communication. Western crisis. Political corruption.

1 PREÂMBULO

A cobertura da comunicação política nas democracias ocidentais vem sofrendo grandes mutações nas últimas décadas em decorrência de fatores tecnológicos e mudanças nos sistemas mediáticos, políticos e econômicos. Um dos fatores mais decisivos tem sido a crescente centralidade dos Media e a conseqüente necessidade de os sistemas políticos adaptarem-se a essa realidade. Entre as mudanças mais visíveis está a subalternização da política e a concessão de poderes a conselheiros especializados (assessores políticos e “spin doctors”) no desenho das estratégias políticas, as quais se fundamentam numa lógica de “atração e persuasão” das audiências. Este fenômeno determina a mobilização de todos os recursos políticos e discursivos disponíveis com vista a fragilizar e a retirar simpatizantes dentre os opositores, envolve também o recurso a denúncias e alegações de corrupção. Além disso, a pressão a que as empresas Media estão sujeitas no sentido de demonstrar bons resultados econômicos e crescentes indicadores de audiência levam a agendar, preferencialmente, determinados temas políticos, em detrimento de outros, tais como os escândalos e as denúncias de corrupção, dado incorporarem um potencial de atractividade e de aumento de cotas de mercado (ALLERN; POLLACK, 2012). Se acrescentarmos a essa situação o cenário de crise que se vive na Europa, que não é apenas financeira e econômica, mas também de valores democráticos, perceberemos a pertinência dessa reflexão.

Nesse contexto, começaremos por caracterizar as tendências de coberturas jornalísticas nas democracias ocidentais e as mudanças que se operaram na comunicação política, assim como apresentaremos os quadros da cobertura jornalística da corrupção política tendo como cenário a atual crise europeia (2008-2012).

2 CONTEXTOS DA COBERTURA JORNALÍSTICA E DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA

A representação da corrupção política nos Media nas democracias ocidentais está intrinsecamente relacionado com as características da cobertura jornalística da comunicação política. A comunicação política articula uma dimensão horizontal que descreve as relações entre políticos e os Media e uma dimensão vertical que envolve o conjunto das instituições políticas, os políticos e as suas relações com os cidadãos (BLUMLER; GUREVITCH, 1995). Trata-se de uma triangulação mediada ou mediatizada que envolve os atores políticos, as empresas e os profissionais dos Media e os cidadãos, entendidos estes últimos como audiências.

McNair (1999) considera que a comunicação política só pode ser entendida através da descrição e inventariação das organizações políticas e dos interesses políticos envolvidos, tais como os partidos (e as suas seções), as organizações públicas e os interesses organizados de cidadãos e de empresas, bem como grupos de pressão públicos e privados. Seguindo esse raciocínio, o autor enfatiza que os Media estão vinculados a grandes interesses econômicos, à publicidade, dependem de recursos tecnológicos e humanos, obedecem a padrões de produção e rotina e estão condicionados por índices de audiências. Salientando que a comunicação política depende dessas condicionantes mediáticas, o autor nota que a cadeia final desse fluxo é o público, que é simultaneamente o receptor mas também o elo mais fraco que tem apenas como forma de se expressar o direito de voto em eleições, uma única forma coletiva de resposta a um processo de comunicação longo e complexo. Nesse contexto, a substituição progressiva do princípio da mediação em comunicação política pelo princípio de mediatização, teve como resultado a penetração na esfera política dos valores inerentes à esfera mediática, alterando comportamentos, hierarquias, valores e princípios de cidadania (MAZZOLENI; SCHULZ, 1999; MEYER, 2002; RUBIM, 2004; AVRITZER; FILGUEIRAS, 2011).

O processo anteriormente descrito teve início na Europa nos anos 1980 em decorrência do desenvolvimento das políticas de

liberalização dos mercados e o desenvolvimento das novas tecnologias que conduziram progressivamente o jornalismo para a mercantilização da informação jornalística. Essa orientação teve consequências na cobertura jornalística dos fenômenos políticos, bem como nas estratégias de comunicação política, originando uma designada “americanização” da política, caracterizada pela introdução de lógicas publicitárias e de mercado (BLUMLER; GUREVITCH; 1995; 2000). Patterson (2003, 22), referindo-se ao percurso do jornalismo norte-americano nas últimas décadas do século XX, observa que as notícias “sérias” diminuíram em benefício das notícias “leves”, isto é, as notícias que envolvem a cobertura política, a comunicação política e as questões públicas substantivas — as notícias sérias — deram espaço a outras — as notícias leves — tendencialmente sensacionalistas, descontextualizadas no tempo e no espaço. Nesse contexto, essa tendência acresce um maior interesse pelas características pessoais e morais dos políticos e uma desfocagem relativa às políticas públicas.

Os políticos, por sua vez, viram progressivamente decrescer os tempos de exposição das suas mensagens (soundbytes), o que trouxe consequências na sua credibilidade e na da elite política, bem como na qualidade das políticas e na capacidade dos partidos e políticos dirigirem-se ao grande público. Em resposta a essa situação, os decisores políticos concentraram-se no marketing político e em agressivas estratégias de persuasão política no sentido de se imporem aos Media e atingirem de forma mais eficaz os eleitorados e os cidadãos em geral. No entanto, dada a utilização dessas estratégias, e levando em conta que as mensagens verbais dos políticos são sistematicamente truncadas, encurtadas e enquadradas pelos jornalistas, são as imagens dos políticos nos Media que adquirem atualmente grande impacto (GRABE, 2010). Assumindo essa realidade e com o objetivo de chegar ao público e superar os constrangimentos impostos pelos Media, especialmente na televisão, os governantes e os partidos tendem a escolher os leaders e os candidatos com base nas potencialidades pessoais, tais como boa aparência física, fluência e estar à-vontade.

O processo de personalização política é, dessa forma, uma resposta política às dificuldades que os governantes e os partidos políticos enfrentam quando apelam ao voto ou à atenção dos cidadãos, mas é também uma estratégia de construção nos Media das personalidades políticas como se fossem celebridades mediáticas pertencentes ao seu star-system. As imagens públicas de governantes e candidatos são, portanto, construídas no sentido de reforçar qualidades dos candidatos

tais como, verdade, autoridade e segurança. No entanto, a credibilidade dos atores políticos depende também dos aspectos da sua vida privada que se tornaram públicos, nomeadamente da aparência moral e física. Por exemplo, proficiência oral (discursar bem, utilizar as palavras certas no lugar certo); uma imagem conveniente (aparência calma, forma de se vestir e se apresentar conveniente); credibilidade (manter as promessas ou sugerir que as mantém) e reputação (honestidade, integridade e probidade).

Nesse contexto, a política envolve novos atores que se encontram preferencialmente localizados nos bastidores do governo e das campanhas políticas (ALMEIDA, 2004; LOUW, 2005). São, em geral, atores altamente qualificados como os que se encontram nas empresas de marketing, especialistas em políticas públicas, conselheiros políticos (spin doctors), jornalistas e comentadores políticos (leaders de opinião e fazedores de opinião). Esses profissionais caracterizam-se por serem especializados em estratégias e técnicas de comunicação política, não mantendo qualquer filiação ou lealdade partidária. Assim, a chegada desses especialistas à política tem não só complexificado as relações políticas nas democracias ocidentais, como também alterando as hierarquias e objetivos dos atores no jogo político.

Além disso, o papel que esses atores assumem na vida quotidiana do governo e dos partidos políticos resultou na proliferação das guerras de informação focadas nas estratégias dos assessores políticos, no sentido de impor uma “opinião favorável” ou uma “boa imprensa” (MAAREK, 2007). No campo da política e na opinião pública, a batalha para estabelecer uma atitude favorável face a um determinado político ou tema envolve competências relativas à introdução de agendas sobre “como pensar” determinados temas políticos (ALBUQUERQUE, 2004; MERAZ, 2011). Por conseguinte, a busca pela visibilidade e por novos públicos da política tem levado, igualmente, à utilização da multimédia (tradicional e W.2) e à criação de múltiplas estratégias de comunicação alternativas, as quais incluem as denúncias de corrupção que, afetando o carácter e a reputação diminuem, irremediavelmente, a legitimidade dos opositores (internos e externos) na esfera pública (JENSSEN; FLADMOE, 2012).

Desse modo, a cobertura nos Media desses alegados casos de corrupção e os escândalos a que dão origem, independentemente de se provar em justiça a culpa dos implicados, contribuem para o descrédito da democracia, do sistema político e dos atores envolvidos. Simultaneamente, a denúncia, ou a mera sugestão desses cenários,

constitui uma das armas mais eficazes da batalha política, minando e erodindo o patrimônio político dos políticos, centrado na personalização, na imagem e na reputação. Esse tipo de alegações e denúncias tornam-se uma das formas mais eficazes de neutralizar opositores internos e externos e promover “acertos de contas” na arena política. Ao mesmo tempo, essas estratégias alimentam a indústria mediática e encorajam a produção e o consumo das notícias, dando maior poder e visibilidade ao sistema Media.

Segundo Allern and Pollack (2012), a cobertura desses assuntos deve ser vista, também, em um contexto de crescente competição entre os Media tradicionais e o online. Se o online carrega, por um lado, a possibilidade de uma cidadania alargada e global, alertando e mobilizando os cidadãos, por outro, favorece a divulgação de rumores sobre transgressões políticas, acolhendo o anonimato e promovendo os “assassinatos” de caráter. Acrescenta-se que esses comportamentos incidem na clivagem entre os códigos públicos de comportamento exigidos aos políticos e as práticas individuais ditadas pelas estratégias de assessorias políticas focadas na aniquilação dos opositores e no controle das agendas políticas.

Sintetizando, o campo político envolve complexos processos de administração da informação e comunicação que requerem competências específicas na gestão de recursos humanos e tecnológicos. O objetivo estratégico foca-se no controle das agendas e na administração das impressões nos Media mainstream, especialmente na televisão, na qual os políticos sofrem uma maior exposição e são obrigados a adotar e manter um perfil. Ao mesmo tempo, os assessores e o pessoal de relações públicas, os homens de bastidores, tendem a monitorizar e ajustar de forma contínua a imagem do seu cliente em função das regulares sondagens realizadas.

A anterior tendência europeia e norte-americana vem refletir-se em Portugal, com algumas décadas de atraso, por diversas razões, tais como a implantação tardia de um mercado mediático e o conseqüente reflexo dessa mudança em práticas sociais e políticas (SERRANO, 2006; FERIN CUNHA, 2007; JALALI, 2007). Em Portugal, após uma década de expansão do campo dos Media e da publicidade assistiu-se, no início do milênio, a uma contratação originada pela crise econômica e financeira. Em resposta a essa situação, os grupos detentores de meios de comunicação impressos, televisão e online procuraram criar sinergias, objetivando baixar custos de produção. Iniciam-se, assim, processos de reformulação das redações noticiosas, com vista à unificação dos

centros de produção de notícias. Nesse ínterim, dá-se uma otimização nos recursos humanos, com uma crescente precarização dos jornalistas e demais profissionais, estimulando a flexibilidade de horários e tarefas e recorrendo-se a freelancers, tarefeiros e estagiários (GARCIA, 2010). A migração da publicidade — já de si diminuída pela crise econômica — para os canais pagos e para os Media digitais veio ainda criar mais constrangimentos ao jornalismo português.

Se os fatores econômicos e profissionais condicionaram nas últimas décadas a atuação dos Media noticiosos, originando um jornalismo “pouco dispendioso” e centrado no lucro — veja-se o caso News of the World — não é menos verdade que a necessidade de manter audiências evoluiu para a transformação da notícia em espetáculo. A notícia como espetáculo e a informação como entretenimento não configuram por si só um fator negativo para a democracia (McNAIR, 1999). Na verdade, esse tipo de cobertura, quando associada a discursos políticos fundados em princípio de credibilidade, pode potenciar maior visibilidade à comunicação política, contribuindo para que um maior número de cidadãos, tradicionalmente alheado das questões públicas, participe dos debates e, por conseguinte, da democracia (BRANTS, 1998). Mas tal como observou Patterson (1994), a abordagem sensacionalista e comercial da informação política, ao cair no sensacionalismo, tende a impulsionar o populismo, contribuindo para a politização do jornalismo, enfatizando os bastidores da política.

Esse conjunto de tendências na cobertura jornalística resulta, por um lado, na “tabloidização” (ESSER, 1999) da comunicação política e no afastamento crescente do cidadão comum do campo político, mas, por outro lado, estimula a emergência de um novo padrão de audiências caracterizado pela fragmentação, volatilidade e não filiação ideológica que busca suprir a falta de informação política acedendo a meios alternativos (ATKINSON, 2009; CANAVILHAS, 2009). Se os primeiros públicos centram-se preferencialmente nas televisões generalistas, os outros privilegiam o online procurando informação que possa suprir a dieta oferecida pelos meios tradicionais (NAPOLI, 2011). O cruzamento das duas anteriores tendências com estratégias agressivas de comunicação política— envolvendo elementos de pop cultura tem gerado um aumento de desconfiança face à democracia representativa, demonstrada no progressivo alheamento dos cidadãos dos atos eleitorais (WOLTON, 2008).

A essas condicionantes na generalidade, comuns às sociedades democráticas ocidentais, acresce particularidades da sociedade e da

democracia portuguesa, entre as quais se pode nomear a tradicional promiscuidade entre as elites do jornalismo e os políticos e entre os jornalistas e os meios judiciais, ao que se junta uma demonstrada rotatividade entre pessoas, filiadas ou próximas a partidos, que exercem funções públicas governamentais e cargos nas administrações dos grandes grupos econômicos do setor público e ou privado (MORGADO; VEGAR, 2003; MORGADO, SILVA; 2008; COSTA et al, 2010; TRANSPARÊNCIA E INTEGRIDADE REPORT, 2011).

Ressaltam-se, ainda, os grupos de interesse a que estão associadas as empresas Media, as pressões políticas e partidárias sobre essas empresas, a escassez da matéria-prima “notícia” e a sua capacidade de gerar audiências. Resta também acrescentar que o Estado, ou mais especificamente os governos, tem demonstrado controle sobre os meios de comunicação privados por meio da publicidade institucional, bem como pelos critérios impostos pelas agências de regulação da comunicação. Todos esses fatores condicionam a cobertura jornalística dos potenciais fenômenos de corrupção aos quais se agregam elementos inerentes ao campo político, tais como estratégias de marketing político dos partidos e dos governantes, situações de concorrência do mercado político, imagem dos políticos, percepção dos valores dominantes e emergentes e ações de contrainformação e controle de danos (MAAREK, 2007; LEES-MARSHMENT, 2011).

3 FRAMING CRISE E CORRUPÇÃO

Etimologicamente a palavra crise tem a sua origem no grego *krisis*, que significa separação, disputa, decisão, sentença ou juízo definitivo. No latim *crisis* designa “alteração, desequilíbrio repentino; estado de dúvida e incerteza; tensão, conflito” (CUNHA, 1982, p. 228). Norberto Bobbio, no seu Dicionário de Política (BOBBIO; MATTEUCI; PASQUINO, 2004), define crise como um momento de ruptura no funcionamento de um sistema e considera ainda que as crises podem ser caracterizadas por meio de três elementos: imprevisibilidade, duração limitada e incidência no funcionamento do sistema.

Portanto, para compreender uma crise é necessário ter em conta os contextos internos e externos que a antecedem e as mudanças no sistema que a originaram. Na fase da crise, propriamente dita, deve-se dar especial relevância para as questões de tempo e espaço que uma crise envolve e para os atores e protagonistas que se encontram em jogo. Ademais, Bobbio considera que as crises políticas e as crises econômicas estão intrinsecamente ligadas, tanto em âmbito nacional

como internacional, como demonstra a crise econômica internacional de 1929 a 1932 que teve severas repercussões sobre os sistemas políticos nacionais.

Assim, as crises podem ter uma origem interna ou externa ao sistema e evoluírem em função de picos, o que quer dizer que, ao longo da duração de uma crise, podem sobrepor-se outras crises, provocando sobrecargas nos sistemas políticos, econômicos, jurídicos e sociais. Por exemplo, a crise financeira que atravessa hoje a Europa tem tido várias crises internas e picos, que, por sua vez têm refletido nas oscilações das bolsas, nas agências de rating e nas medidas tomadas pelos países e UE (União Europeia).

O mesmo autor distingue também as crises do sistema, as governamentais e as internacionais. Para ele, a crise do sistema está associada a alterações do regime político, bem como a mudanças nos mecanismos e dispositivos jurídicos e constitucionais, como, por exemplo, o fim de um regime monárquico e a implantação de uma república, ou o fim de um regime ditatorial e o início de uma democracia.

Ainda dentro da crise do sistema, inscrevem-se as transformações das relações socioeconômicas que incluem as relações de produção, a distribuição de propriedade e de rendimentos e a concepção de família (BOBBIO; MATTEUCI, PASQUINO, 2004). Convém notar que os dois aspectos focados estão profundamente interligados, o que faz com que não haja mudanças de regime sem alterações nas relações socioeconômicas, nem alterações socioeconômicas sem substanciais mudanças na concepção e desenho de um regime.

Nessa perspectiva, as crises governamentais estão relacionadas com o funcionamento do subsistema Governo e podem ter origem em fatores internos, inerentes ao contexto e estrutura governamental; ou externos, referentes às relações com a sociedade ou com aspectos derivados de conjunturas internacionais desfavoráveis. Bobbio, Matteuci e Pasquino (2004) assinalam, ainda, que um dos elementos determinantes da crise de governo advém das relações entre classe política e sociedade e pode depender da falta de representatividade da classe política no poder, sendo que a institucionalização dos procedimentos com vista a solucionar as crises governamentais tem como objetivo controlar os danos que possam afetar o regime (AVRITZER et al. 2008). Essas reflexões, aplicadas à situação de muitos países europeus na atualidade, conduzem a urgentes questionamentos sobre a cidadania e o futuro da democracia representativa.

Quanto às crises internacionais, surgiram dos conflitos entre

países. Historicamente, o conceito esteve sempre associado a conflitos, a guerras e às ambições hegemônicas de determinados países. Segundo Bobbio, Matteuci, Pasquino (2004, p. 305) há uma enorme vantagem em analisar as crises internacionais do ponto de vista da informação disponível, da qualidade e do número dos atores envolvidos, bem como dos processos de decisão e resultados alcançados.

Um exercício que poderá ser útil no momento que se vive na Europa é a análise da cobertura jornalística da atual crise financeira. Ao realizar esse exercício, rapidamente se identifica um diminuto número de atores ativos personalizados; uma circulação profusa de dados e estatísticas, além de poucas medidas efetivas que possam conduzir à resolução da crise.

Nesse contexto, a cobertura jornalística dos Media assume o discurso de poder dos grupos de interesse representados no Estado, o qual, através de dispositivos econômicos, financeiros e jurídicos conforma os cidadãos aos interesses difusos, principalmente financeiros, nacionais e globais (NASH, 2005).

A caracterização desse processo faz-se, em grande medida, pela administração das vozes que chegam ao espaço público a que os Media atribuem voz ativa, por exemplo, os atores coletivos “mercados”, “bancos”, “praças financeiras”, “ricos”, G 20, G 8, ou ainda individualizando alguns países de reconhecido domínio geoestratégico. Os cidadãos, por sua vez, são relegados a atores passivos e reativos, identificados como “trabalhadores”, “contribuintes”, “funcionários públicos”, “aposentados”, “utentes de serviços públicos”. A voz dos sindicatos e das centrais sindicais tem também uma voz passiva ou reativa a decisões tomadas pelos atores ativos, atuando como os “manifestantes”, “desordeiros” ou “indignados”.

Já o deficit de representatividade no espaço público percebido pela massa de cidadãos em diversas regiões do globo e a desconfiança crescente face à dieta informativa administrada pelas empresas dos Media têm originado movimentos sociais com objetivos distintos, como, por exemplo, os movimentos sociais antiditaduras que eclodiram nos países do Norte da África; os movimentos dos Indignados contra os programas anticrise financeira, na Europa; ou ainda o movimento Occupy Wall Street, nos Estados Unidos, contra as práticas dos sistemas financeiros. Todos esses movimentos têm em comum o uso de ferramentas online e das redes sociais e uma estratégia concreta de alterar o discurso dominante do espaço público, impondo novos critérios de “verdade” e “credibilidade” (ATKINSON, 2009).

Para Raboy e Dagenais (1992), as crises são de grande interesse para os Media, não apenas porque se trata de um momento em que o sistema político — o adversário ou parceiro poderoso — é posto em causa, mas também pelas vantagens econômicas que essa situação pode acarretar às empresas, gerando um aumento de matéria-prima e fazendo crescer a demanda dos cidadãos/consumidores. Os anteriores citados autores consideram também que há uma propensão dos Media para fabricar ou enfatizar as crises, procedimentos que tendem a se coadunar com interesses difusos e atores poderosos. Subjacente a essa afirmação está a constatação (KEANE, 1992, 20-21) que as democracias ocidentais criaram um sistema de relações perigosas entre a classe política, as empresas, os Media e os jornalistas, abrindo espaço a situações menos claras. Essas observações apontam para o esbatimento de fronteiras entre os interesses do Estado e os de determinados grupos de poder hegemônicos, assim como para o surgimento de poderes não escrutinados, tráficos de influências e corrupções várias.

Em simultâneo, os sistemas políticos democráticos, em situação de crise, tendem a assumir medidas de segurança que passam pela imposição de restrições à atuação dos Media e também pelo controle das fontes e das agendas noticiosas – por exemplo, as medidas tomadas pelo mayor de New York acerca da acreditação de jornalistas que querem cobrir o movimento Occupy Wall Street – o que tende a condicionar a informação.

A crise é também um tipo de discurso sobre a coisa pública no espaço público, que envolve códigos específicos nos quais se privilegiam tipos de narrativas, determinadas fontes, atores e líderes de opinião. Nesse contexto, o discurso da crise utiliza dispositivos de persuasão e de atemorização centrados num conjunto coerente de sentidos que visam parametrizar os interesses e as opções ideológicas de setores muito específicos da sociedade.

Os Media convencionais têm tido, nessas circunstâncias, uma função de amplificação das vozes e das opções das elites, condicionando os espaços públicos de debate à participação de líderes de opinião e políticos afetos ao sistema dominante (COULDRY, 2010). Na crise financeira que se iniciou em 2007, com a derrocada do banco Lehman Brothers, e nos anos que se seguiram, as vozes do espaço público promoveram um pensamento único centrado na visão conformada e conformista das causas da crise financeira. Desde então, os meios de comunicação ocidentais incentivaram coberturas jornalísticas da crise financeira de tendência unívoca caracterizadas pela exaltação dos

interesses do capital, concertados nos “mercados” e pela punição da economia e do trabalho.

Acresce que as crises provocam, também, uma escalada de reivindicações sociais que, por sua vez, levam os atores e agentes políticos e econômicos a limitar direitos políticos e sociais, nomeadamente através do condicionamento da informação. Esse controle faz-se com base no escamoteamento de aspectos micro e macropolíticos conjunturais da crise, por meio de processos de orientação ideológica dos discursos sobre a situação econômica e financeira, desenrolando-se, em simultâneo, estratégias de ocultação e manipulação da informação no espaço público. Na atual crise financeira europeia é, sem dúvida, importante analisar como as coberturas jornalísticas estão centradas nos desígnios financeiros globais, ocultando as consequências econômicas e sociais das “medidas de austeridade” implementadas, por exemplo, em grande número dos países do Sul da Europa.

Além disso, constituem estratégias discursivas do desenvolvimento da crise política (BRUCK, 1992, p. 109-110), econômica e financeira os dispositivos de espetacularização e de hipermediatização de eventos e de atores. Entre as estratégias discursivas mais frequentes estão: a apresentação de forma exaustiva e condicionada de fragmentos de informação em soundbytes; o recurso a cenários de conferências ou cimeiras; a personalização de contextos institucionais e públicos; a negação dos macrocontextos e dos responsáveis diretos; o condicionamento das opiniões e das vozes que acedem ao espaço mediatizado e a opção por enquadramentos moralistas. Esses critérios incorporados pelas coberturas jornalísticas da imprensa e dos jornais noticiosos televisivos condicionam a percepção pública das crise(s), dificultam a compreensão dos macro contextos e das soluções alternativas, originam a quebra de solidariedade, de coesão social entre cidadãos e países e o reforço dos discursos moralistas de propensão xenófoba.

Na comunicação social portuguesa, as referências à crise são frequentes desde o início do milênio. Estudos empíricos sobre as coberturas dos finais de mandato de primeiros-ministros (Cavaco Silva, 1994-1995; António Guterres, 2001-2002; Santana-Lopes, 2004-2005) na imprensa de referência registam como tema recorrente as questões sobre o deficit, economia, crise e corrupção (FERIN CUNHA, 2007, 30-38). Em um estudo empírico posterior sobre as Legislativas de 2009, confirma-se a preocupação sobre as questões relacionadas “à crise” e à “corrupção” (FERIN CUNHA, 2012). Assim, na análise de imprensa, o segundo e o quarto temas mais focados foram “Economia, Finanças

e Crise” (19,9%, 208 registos sobre 1043), e “Escândalos e Processos Judiciais” (5,4%, 56 sobre 1043 registos); enquanto nos canais de acesso condicionado, com um total de 630 registos, os temas “Escândalos e Processos Judiciais” (9,7%, 61 registos) e “Economia, Finanças e Crise” (4,9%, 31 registos) ocupam, respectivamente, terceiro e quarto lugar na cobertura das eleições.

4 CORRUPÇÃO POLÍTICA

Rose-Ackerman (1999), na discussão que empreende sobre crise e corrupção, reflete que a crise gera mudanças políticas, econômicas, sociais e morais. Primeiramente, trata-se de um fenômeno que provoca o afastamento dos cidadãos dos seus governantes e tende a provocar uma despolitização do espaço público, abrindo campo para uma deslegitimação do sistema político e das instituições públicas. Em segundo lugar, as crises têm, na história contemporânea, um vetor preponderantemente econômico e financeiro que acarretam o defraudar das expectativas dos cidadãos e das sociedades e contribuem, de forma inequívoca, para o aumento de fenômenos de corrupção nas suas múltiplas variantes.

A esse respeito, Dobel (1978) considera que a corrupção deriva, em grande parte, da escassez de bens disponíveis em um determinado momento numa dada sociedade, o que tende a promover uma “luta pela sobrevivência” aliada a uma diminuição dos padrões éticos e cívicos. Para esse autor, a corrupção política constitui um fenômeno historicamente inerente aos contextos de crise e aos fins de regime, tendo estado sempre no Ocidente associada às crises de legitimação, em que os atores (cidadãos e políticos) qualificam a ordem política como corrupta e empreendem ações com vista à sua alteração.

Gambetta (2002) defende que, na linguagem comum, corrupção carrega diversos sentidos, sendo que três parecem ser os mais importantes. Em uma primeira acepção, corrupção refere-se à degradação do sentido ético de agentes (públicos ou privados) implicando uma falta de integridade moral e a sua conseqüente depravação. Como segunda perspectiva, corrupção surge associada a um conjunto de práticas sociais resultantes da degradação de algumas instituições (públicas e privadas), estando, por isso, o foco da corrupção nas relações institucionais e na organização da sociedade. Um terceiro sentido de corrupção acentua determinadas práticas sociais, com forte componente cultural, como, por exemplo, presentes etc., com vista a favorecer ou a premiar decisões de agentes públicos ou privados.

A definição mais abrangente de corrupção diz respeito à apropriação indevida de bens ou ganhos, enquanto o esmiuçar do conceito aponta para três grandes cenários: um primeiro em que ocorre uma degradação do sentido ético dos agentes envolvidos; um segundo, em que se observa um conjunto de práticas sociais predatórias no interior de determinadas instituições e, um terceiro cenário, no qual instituições e agentes acordam na apropriação indevida de benefícios (HEIDENHEIMER; JOHNSTON, 2002).

Em relação aos ilícitos classificados como corrupção, são de natureza diversa, tais como os “presentes”, “luvas”, relações de compadrio, cleptocracia, nepotismo, apropriação indevida de benefícios, crimes de colarinho-branco, criminalidade organizada. A percepção social de corrupção envolve elementos de cultura local e nacional, variando, em função dos períodos e dos países, a noção do que é legítimo e legal. Por exemplo, em alguns países, os donativos aos partidos são contra a lei, mas noutros não e, em certas circunstâncias, são aceitáveis: “Em Itália os socialistas argumentam que as propinas que os seus militantes recebem são para os partidos e não para benefício pessoal, e sem isto não haveria forma de financiar as campanhas eleitorais, por essa razão os donativos deveriam ser legalizados” GAMBETTA, 2002, p. 34).

Aprofundando as definições anteriores, considera-se que a corrupção política configura-se como um abuso de poder em benefício próprio de agentes políticos democraticamente eleitos. Essa situação pode ocorrer durante o exercício de funções públicas, ou após, quando os agentes políticos utilizam o capital relacional adquirido durante o exercício de funções para a obtenção de ganhos indevidos. Os ilícitos ocorrem fundamentalmente em quatro situações-tipo: na competição por cargos políticos; no exercício de cargos públicos; na ação de legislar e governar; bem como após o abandono de cargos de governação, mas mantendo esse agente determinadas funções político-partidárias (HEIDENHEIMER; JOHNSTON, 2002).

Além disso, a corrupção política articula as áreas da Política (poder), da Economia (empresas e negócios), da Justiça (quadro legal) e dos Media (publicitação da informação) (BLANKENBURG, 2002). La Porta e Meny (1997), Blankenburg (2002), Philp (2002) e Bobbio, Matteuci e Pasquino, (2004) consideram que as privatizações realizadas no espaço europeu, alargadas nas décadas de oitenta e noventa contribuíram para o aumento da corrupção. Salientam, primeiramente, que a mudança de paradigma económico e financeiro veio favorecer determinados grupos de interesses já instalados, que viram aumentados os seus privilégios,

assumindo estratégias – tais como a alternância de gestores entre cargos públicos e privados – com vista a influenciar decisões governamentais.

Donatella de La Porta e Ives Meny (1997) comprovam que a partir do final da década de oitenta avolumaram-se os fatores que indiciavam o aumento de práticas corruptas nas democracias ocidentais, de tal forma que um fenômeno que era considerado esporádico pelos cidadãos começa a ser percebido como endêmico. O aumento da percepção da corrupção, sobretudo política, nas sociedades ocidentais e nos países do sul da Europa, nomeadamente em Espanha, Portugal e Grécia, vinculam-se a mudanças políticas iniciadas na década de 1990, com a adesão desses países à CEE.

Desse modo, as alterações políticas, a expansão econômica e financeira e o crescimento da sociedade de consumo tiveram como consequência o surgimento de uma nova elite dirigente. Esse grupo, maioritariamente de origem rural e recém-chegado à política, veio conjugar práticas políticas tradicionais – como clientelismo, nepotismo e familiarismo – com valores capitalistas e de consumo, adotando estratégias de poder fundadas nos interesses econômicos e financeiros. Os tipos mais frequentes de corrupção política surgem, assim, sob a forma de fraude, suborno, clientelismo, apropriação indevida de bens, tráfico de influências, favorecimento seletivo e financiamento ilegal de partidos.

Em Portugal, os processos de desocultação dos fenômenos de corrupção política iniciam-se na década de 1990 e estão associados, como alguns trabalhos já demonstraram (PAIXÃO, 2010), ao surgimento de um mercado mediático, apoiado em operadores privados de televisão e em novas formas de fazer jornalismo. No entanto, os fenômenos de corrupção política adquiriram particular visibilidade no período dos XVII (12 de março de 2005 a 26 de outubro de 2009) e XVIII (de 26 de outubro de 2009 a 21 de junho de 2011) governos constitucionais, conduzidos pelo partido socialista sobre a presidência do primeiro-ministro José Sócrates. Nesse período, a organização internacional Transparency International colocou Portugal entre o 26º lugar (em 2006) e o 35º (em 2009) na percepção pública da corrupção.

5 DESOCULTAÇÃO E TRANSPARÊNCIA: UMA CONCLUSÃO INCONCLUSIVA

Na adversa conjuntura das democracias ocidentais nas quais a percepção do cidadão comum enquadra a governação como uma agência administrativa dos grandes interesses do capital e das finanças, os

discursos de desocultação e de transparência adquirem crescente valor simbólico (AVRITZER et. al.2008). Em ambos os processos recorrem-se a dispositivos comuns, como cenários, papéis e discursos jurídicos, independentemente das ações desenrolarem-se nos espaços públicos mediatizados. O objetivo desses procedimentos é repor a “verdade”, identificar a “mentira” e punir os “culpados”.

Quanto aos interesses dos Media, dos jornalistas e dos juízes, convergem no sentido de enfrentar um sistema político de poderes difusos fragilizando os interesses instalados no Estado. Os primeiros, em contextos de crise econômica e financeira, ganham com a apresentação da matéria-prima corrupção e a subsequente judicialização da política. Por sua vez, a justiça vê nos Media e nos jornalistas potenciais aliados para vencer a lentidão da burocracia jurídica e conter eventuais pressões do campo político. No entanto, enquanto o juiz surge aos olhos do cidadão comum como um justiceiro, cuja ação está travada por obrigações e códigos, o jornalista parece estar aparentemente mais livre, movendo-se por uma representação da justiça que transcende os limites da instituição. Esta percepção pública da justiça faz com que os Media assumam a intermediação entre poderes, exercendo ora o papel de acusadores, ora de advogados de defesa, ora de juízes nos casos com maior potencial mediático. Nesses casos, é também frequente a violação do segredo de justiça promovida pelos Media por meio da divulgação de informações de fonte judicial, gerando um conhecimento parcial dos fatos designada “informação hipótese” e os julgamentos na praça-pública.

Desse modo, os Media tornam-se um permanente palco de discursos de desocultação da corrupção, onde se define e redefine, por meio de discursos morais e argumentos legais, a “verdade” conveniente. O marketing político e a comunicação política têm, nesse contexto, um papel crucial no desenho e levantamento de cenários, na criação de estratégias para os agentes políticos e no controle dos discursos de “verdade”. Por conseguinte, o recurso à desocultação e à denúncia não só afeta os agentes políticos, deslegitimizando as suas ações, como promove o descrédito e a desconfiança na democracia representativa como um todo.

Em paralelo aos processos de desocultação, surgem os apelos à transparência da governação com vista a reforçar a confiança na democracia. Lindstedt e Naurin (2010), confirmam que tornar a informação acessível ou promulgar legislação sobre a corrupção não é condição suficiente para a combater. Os autores consideram que as

medidas tomadas pelos agentes públicos e governamentais, no intuito de tornar as instituições transparentes, têm mais possibilidades de não se efetivarem ou terem menos sucesso que as empreendidas pelos cidadãos organizados.

Nesse sentido, a desconfiança face às medidas tomadas pelos governos/estados fundamenta-se na percepção que existem dois tipos de transparência: a que é controlada pelo agente produtor da informação (o ator que produz a informação assume a responsabilidade de a publicitar) e aquela que não é controlada pelo agente produtor, ou seja, a informação que é publicitada por quem não a produz e não está envolvido no processo. A primeira forma de transparência tem mais possibilidades de se revelar ineficaz, simulando apenas procedimentos formais de transparência.

Essas afirmações apontam para o papel determinante dos cidadãos no combate à corrupção, nomeadamente por meio da consciencialização dos danos causados à democracia representativa e à economia. Portanto, para que a transparência seja de fato um meio de prevenir a corrupção política, é necessário disponibilizar a informação aos cidadãos, alertando-os para a dimensão dos crimes e aos eventuais prevaricadores, inibindo as suas condutas criminosas. Contudo, para que as instituições sejam mais transparentes, a participação torne-se mais alargada e haja maior responsabilidade cívica, é imprescindível uma mudança radical na concepção de democracia e de participação democrática.

Torna-se, pois, necessária uma maior democracia participativa, que congregue novos atores e formas de comunicação política, recorrendo, para tanto, aos Media e aos conteúdos políticos alternativos, de modo a poder quebrar o domínio dos interesses instalados nas democracias representativas ocidentais.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso de. Propaganda Política e Eleitoral. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.). **Comunicação e Política**. Salvador: Edufba, 2004. p. 451-482.

ALLERN, Sigurd.: POLLACK Ester. The mediated construction of Political

Scandals in **Four Nordic Countries**. Goteborg: Nordicom, University of Gothenburg, 2012.

ALMEIDA, Jorge. O Marketing Político-eleitoral. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org.). **Comunicação e Política**. Salvador: Edufba, 2004. p. 310-346.

ATKINSON, Joshua D. **Alternative Media and Politics of Resistance: a communication perspective**. New York: Peter Lang, 2009.

AVRITZER, Leonardo; FILGUEIRAS, Fernando (Org.). **Corrupção e Sistema Político no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

AVRITZER, Leonardo; BIGNOTTO, Newton; GUIMARÃES, Juarez; STARLING, Heloisa Maria M. (org.). **Corrupção: Ensaio e críticas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

BLANKENBURG, Erhard. From political clientelism to outright corruption — The rise of the scandal industry. In: KOTKIN, Stephen; SAJÓ, Andras. **Political corruption in transition: A skeptic’s handbook**. Budapest: Central European University Press, 2002. p. 149-165.

BLUMLER, Jay; GUREVITCH, Michael. **The Crisis of Public Communication**. London: Routledge, 1995

BLUMER, Jay; GUREVITCH, Michael. Rethinking the Study of political Communication. In: CURRAN, James; GUREVITCH, Michael. **Mass Media and Society**, 3th edition, London: Arnold, 2000.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCI, Nicola; PASQUINO, Giamfranco. **Dicionário de política**. Brasília: Universidade de Brasília, 2004.

BRANTS, Kees. Who’s Afraid of Infotainment? **European Journal of Communication** 13 (3), 315-335.1998

BRUCK, Peter .Crisis as Spectacle: Tabloid News and Politics of Outrage. In RABOY, Marc; DAGENAIS, Bernard. **Media, Crisis and Democracy**. London: Sage: 108-119. 1992

CANAVILHAS, João. **A Comunicação Política na Era da Internet**. 2009: Covilhã: Labcom

COSTA, Jorge; FAZENDA, Luís; HONÓRIO, Cecília; ROSAS, Fernando; LOUÇÃ, Francisco. **Os donos de Portugal**. Porto: Afrontamento. 2010.

COULDRY, Nick. Why voices matters: Culture and politics after neoliberalism. London: Sage, 2010.

CUNHA, Antônio Geraldo da. **Dicionário etimológico da língua portuguesa**. São Paulo: Nova Fronteira, 1982.

DELLA PORTA, Donatella; MENY, Yves. **Democracy and corruption in Europe**. London: Observatoire du Changement en Europe Occidental, 1997.

DOBEL, J. Patrick. The corruption of the state. Los Angeles. **American Political Science Review**. v. 72, n. 3. New York, 1978. p. 958-973.

ESSER, Frank. Tabloidization of the News: A comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism. **European Journal of Communication**, 14: 3: 291-324, 1999

FERIN CUNHA, Isabel (Coord.) **Jornalismo e democracia**. Lisboa: Paulus,

2007.

FERIN CUNHA, Isabel. A cobertura televisiva de partidos, candidatos e temas nas legislativas. In: FIGUEIRAS, Rita. **Os Media e as eleições**: Europeias, legislativas e autárquicas. Lisboa: Universidade Católica Editora, 2012. p. 95-131.

GAMBETTA, Diego .Corruption: An analytical map. In: KOTKIN, Stephen, SAJÓ, Andras. **Political corruption in transition**: a skeptic's handbook. Budapest: Central European University Press, 2002. p. 33-56.

GARCIA, José Luís. Para o estado da arte da investigação sobre os jornalistas portugueses. **Revista Media & Jornalismo**. v. 9, n. 2. Lisboa, 2010. p. 125-150.

GRABE, Doris. **Mass Media and American Politics**. Washington: CQPress,

HEIDENHEIMER, Arnold J.; JOHNSTON, Michael (Ed.). **Political corruption: Concepts & contexts**. (3. ed.). New Jersey: The State University. 2002

JALALI, Carlos . **Partidos e democracia em Portugal**. Lisboa: ICS, 2007.

JENSSEN, Anders Todal; FLADMOE, Audun . Ten Commandments for the scandalization of political opponents. In: ALLERN, Sigurd; POLLACK, Ester (Eds.) **Scandalous!**: The mediated construction of political scandals in four Nordic countries. Gothenbourg: University of Gothenburg, 2012. p. 53-71.

KEANE, John. La vida pública y el capitalismo tardío: Hacia uma teoria socialista de la democracia. México: Alianza, 1992. LEES-MARSHMENT, Jennifer. **Political marketing: Principles and applications**. Park Square: Routledge, 2011

LINDSTEDT, Catharina; NAURIN, Daniel. Transparency is not enough: Making transparency effective in reducing corruption. **International Political Science Review**. v. 31, n.3, London, 2009. p. 301-322.

LOUW, Eric. **The Media and Political Process**. London : Sage 2005

MAAREK, Philippe J. **Communication & marketing de l'homme politique**. Paris: LexisNexis Litec, 2007.

MCNAIR, Brain. **An Introduction to Political Communication**. London : Routledge, 1999

MAZZOLENI, Giampietro ; , SCHULZ, Winfried. « **Medialization** » of Politics : A Challenge for Democracy ? *Political Communication*, 16(3), 247-262,1999

MERAZ, Sharon. The fight for “how to think”: Traditional media, social networks, and issue interpretation. **Journalism**. v. 12, n. 1. New York, 2011. p. 107-127.

MEYER, Thomas. **Media democracy**: How the media colonize politics. Cambridge: Polity Press, 2002.

MORGADO, Diogo; SILVA, Patrícia. Recompensas dos altos cargos: Portugal uma perspectiva comparada. **IV Congresso da Associação Portuguesa de Ciência Política**. 2008

MORGADO, Maria José; VEGAR, José. **Fraude e corrupção em Portugal: O inimigo sem rosto**. Lisboa: Publicações D. Quixote,. 2003.

NAPOLI, Philipe M. **Audiences Evolution**: New Ttechnologies and the

Transformation of Media Audiences. New York: Columbia University Press. 2011

NASH, Kate. **Contemporary Political Sociology**: Globalization, Politics, and Power. Oxford: Blackwell Publishing 2005

PAIXÃO, Bruno. **O Escândalo político em Portugal**. Coimbra: Minerva, 2010.

PATTERSON, Thomas E. **Out of Order**. Nova York: FirstVintage, 1994

PATTERSON, Thomas E. Tendências do Jornalismo Contemporâneo: Estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a Democracia? Lisboa. **Revista Media & Jornalismo**, 2, :CIMJ, pp. 19-47, 2003.

PHILP, Mark. Political corruption, democratization, and reform. In: KOTKIN, Stephen; SAJÓ, Andras. **Political Corruption in transition**: A skeptic's handbook. Budapest: Central European University Press, 2002.

RABOY, Marc; DAGENAIS, Bernard. **Media, crisis and democracy**. London: Sage. 1992.

ROSE-ACKERMAN, Susan. **Political Corruption and Democracy**. Faculty Scholarships Series Paper 592.1999.

RUBIM, António Albino Canelas. Espetacularização e Miatização da Política. In: _____ (Org.). **Comunicação e Política**. Salvador: Eufba, 2004. p. 181-221.

SERRANO, Estrela. **Jornalismo político em Portugal**: a cobertura de eleições presidenciais na imprensa e na televisão (1976-2001). Lisboa: Ed. Colibri, 2006.

TRANSPARÊNCIA E INTEGRIDADE REPORT. **Sistema nacional de integridade**. Lisboa: Transparência Internacional/ICS, 2011.

WOLTON, Dominique. La communication politique: construction d'un modèle In : **La Communication Politique**. Paris : CNRS, 2008.

Isabel Ferin Cunha é professora Associada com Agregação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação. Investigadora sénior do Centro de Investigação Media e Jornalismo.
E-mail: barone.ferin@gmail.com

RECEBIDO EM: 14/11/2012 | ACEITO EM: 07/07/2013