

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MARCOS MARIANO

**(IN)VISIBILIDADE DAS CPIs DA ALEP EM UMA ANÁLISE DA COBERTURA
POLÍTICA “NADA ESCANDALOSA” DE TRÊS MEIOS DE COMUNICAÇÃO**

CURITIBA

2015

MARCOS MARIANO

(IN)VISIBILIDADE DAS CPIs DA ALEP EM UMA ANÁLISE DA COBERTURA
POLÍTICA “NADA ESCANDALOSA” DE TRÊS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Artigo apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal do Paraná como requisito parcial para a obtenção do grau de especialista em Sociologia Política.

Orientador: Prof. Dr. Emerson Urizzi Cervi

CURITIBA

2015

Dedico este trabalho a minha esposa e meus filhos.

RESUMO

Este artigo desenvolve uma análise comparativa da cobertura política sobre o trabalho das CPIs da Assembleia Legislativa do Paraná – CPI dos Planos de Saúde, CPI da Telefonia Móvel e CPI dos Pedágios –, durante o ano de 2013, realizada pela assessoria de imprensa da ALEP, comparada com o jornal diário Metro e com os telejornais da RPC TV, relativizando o conceito de escândalo político midiático de Thompson (2002). Tendo como referência a perspectiva do enquadramento, entendido como uma ideia central organizadora, a investigação buscou identificar mecanismos midiáticos de administração da cobertura política, especialmente a dinâmica de apresentação da luta simbólica travada durante tais episódios e a participação de fontes de informação na cobertura. Para orientar a avaliação do noticiário, a pesquisa emprega a técnica descritiva do conteúdo com a intenção de verificar o que se assemelha e se distancia dos veículos estudados. Uma das hipóteses é a forma de abordagem do tema CPI pelos meios de comunicação escolhidos para a pesquisa e a outra a invisibilidade da cobertura regional comparada à CPIs nacionais. Como resultado, a pesquisa pode comprovar que a mídia tradicional contribuiu com a (in)visibilidade ao reproduzir as fontes oficiais e não houve uma cobrança maior, por parte dos grupos de oposição, do trabalho das CPIs estudadas.

Palavras-chave

Cobertura política; CPIs da ALEP; Visibilidade; Análise Comparativa.

ABSTRACT

This study develops a comparative analysis about the political coverage of the work of CPIs (Parliamentary Commission of Inquiry) from Paraná's Legislative Assembly – Health Insurance CPI, Mobile Telephony CPI and Tolls CPI -, along the year of 2013, held by ALEP's press consultancy, compared to the daily newspaper Metro and RPC TV's newscasts, relativizing the concept of Thompson's (2002) political media scandal. Referencing the perspective of the framework, understood as a central organizing idea, the investigation sought to identify media mechanisms of political coverage administration, especially the dynamics of the presentation of the symbolical fight held during such episodes and the participation of information sources on the coverage. To orient the evaluation of newcast, the research employs descriptive contents of the technique with the intention of checking that resembles and distance of the vehicles studied. One hypothesis is the form of CPI approach to the subject by the media chosen for the research and the other the (in)visibility of regional coverage compared to the national CPIs. As the result, the research can prove that the traditional media contributes to the (in)visibility when broadcasting the official sources while there were no major supervision, from the opposing groups, on the work of the studied CPIs.

Keywords

Coverage policy; ALEP's CPIs; Visibility; Comparative Analysis.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
2	JOHN B. THOMPSON, ESCÂNDALOS POLÍTICOS MUDIÁTICOS E A COBERTURA ELEITORAL “NADA ESCANDALOSA” DE CPIs	8
2.1	THOMPSON E A TEORIA SOCIAL DO ESCÂNDALO	8
2.2	ESCÂNDALOS POLÍTICOS MUDIÁTICOS.....	12
2.3	COBERTURA POLÍTICA DE CPIs NACIONAIS.....	13
2.3.1	CPI do Mensalão.....	16
2.3.2	CPI da Petrobras.....	17
2.3.3	O caso “diários secretos” da ALEP.....	18
2.4	ESCÂNDALOS E VISIBILIDADES NO CAMPO DO JORNALISMO.....	21
2.5	ENQUADRAMENTO, ALGUMAS VERTENTES.....	24
2.6	“PACOTE INTERPRETATIVO” DE ENQUADRAMENTO	25
3.	CONCEITUANDO A ESCOLHA DA COBERTURA	29
4.	COBERTURA SOBRE AS CPIs DA ALEP: PESQUISA DE CAMPO	32
5.	CONCLUSÕES	34
	REFERÊNCIAS	37

1 INTRODUÇÃO

Com o intuito de estudar a forma de abordagem dada às notícias sobre CPI da Assembleia Legislativa do Estado do Paraná este artigo analisa a mediação feita por três meios de comunicação (assessoria de imprensa da ALEP, telejornais da RPC TV e o jornal Metro) e como é apresentado o tema ao público geral. Pretende-se responder a seguinte pergunta: Como foi a cobertura que os meios de comunicação deram às CPIs da Assembleia Legislativa do Paraná durante o ano de 2013. As CPIs regionais têm o mesmo tratamento que é dado às CPIs nacionais? Esta pergunta é pertinente para uma análise comparativa, pois pode determinar os tipos de abordagens, quais CPIs tiveram maior cobertura jornalística na mídia.

Durante o ano de 2013 – o ano de recorte escolhido para a realização da pesquisa –, estavam em funcionamento as seguintes CPIs na Assembleia Legislativa do Paraná: CPI dos Grandes Devedores de Tributos; CPI Ibope Eleições 2012; CPI da Copa do Mundo; CPI da Telefonia Móvel; CPI dos Planos de Saúde e CPI dos Pedágios. Para nossa pesquisa, foram consideradas e coletados os materiais produzidos que abordaram a cobertura de três das CPIs relacionadas: CPI dos Pedágios, CPI dos Planos de Saúde e CPI da Telefonia Móvel. Este recorte se fez necessário porque pelo levantamento de materiais produzidos, estas CPIs foram as que maior número de cobertura tiveram nos três meios de comunicação analisados.

Uma escolha considerada fundamental, foi a delimitação dos meios de comunicação analisados. Avaliar de forma comparativa três meios de comunicação diferentes – assessoria de imprensa da ALEP, telejornais da RPC TV e o jornal diário Metro – teve a intenção de, num primeiro momento, propiciar uma análise comparativa de linhas editoriais diferentes e também para verificar o que se assemelha e se distancia dos veículos comparados. E foi com esse intuito que preferimos nos concentrar em veículos que pudessem atingir a um maior número de pessoas e de públicos variados, levando em consideração, também, que esta pesquisa trata de mídia e legislativo, o que não é comum no Brasil.

Restringimos nossa análise de televisão aos telejornais da RPC TV por ser este veículo de comunicação o de maior audiência¹ em suas oito emissoras do estado e, principalmente, porque este veículo disponibiliza o conteúdo das reportagens na internet, diferente dos telejornais concorrentes que não deixam disponível o conteúdo para acesso das reportagens e quando estas reportagens estão disponíveis na internet ficam por um período de tempo limitado, o que prejudicaria a pesquisa. A escolha pelo

¹ Pesquisa Ibope confirma liderança da RPC TV no Paraná. Disponível em: <http://www.portaldapropaganda.com.br/portal/propaganda/36853--pesquisa-ibope-confirma-lideranca-da-rpc-tv-no-parana>. Acesso em: 13 set 2014.

jornal diário Metro se fez por ser este um meio novo de comunicação e pelas edições estarem disponíveis em formato PDF no site do jornal. As matérias sobre as CPIs foram levantadas por meio da Agência Sinal de Notícias, que é o conjunto de mídias pertencentes ao Legislativo paranaense sob a coordenação do departamento de Divulgação da Assembleia. A agência é composta por quatro vertentes: notícias/releases; TV Sinal; Rádio Sinal e web/redes sociais. O jornal Gazeta do Povo, mesmo sendo o veículo de maior circulação no Paraná e de maior tiragem, não foi utilizado na pesquisa porque faz parte do mesmo grupo de comunicação da RPC TV no estado e também por considerarmos que os veículos do mesmo grupo possuem uma mesma linha editorial.

Uma hipótese é a forma de abordagem do tema CPIs pelos meios de comunicação escolhidos para a pesquisa. A assessoria de imprensa da ALEP, por exemplo, tende a ser mais institucional, a princípio neutra, sobre o dia a dia das CPIs. Já os telejornais da RPC tendem a ter o poder mais investigativo, indo além do simples factual da notícia. E por último o jornal Metro atuaria meramente de forma factual ao relatar o trabalho das CPIs, porém a forma de abordagem de cada um desses meios de comunicação tende a variar.

Ao fazer a cobertura de acontecimentos políticos e abordar assuntos que sejam de interesse da população, a mídia também sofre influências que podem acarretar que foco ou direcionamento suas matérias terão. Wilson Gomes (2007) destaca que ao selecionar e processar o conteúdo que a mídia considera relevante e do interesse do seu público, ela intervém na formação do pensamento da opinião pública. As escolhas e enquadramentos influenciam e direcionam os leitores, além de agendar os temas e assuntos que farão parte do debate público, podendo até mesmo interferir na agenda política ao apresentar temas que repercutem entre os cidadãos e eleitores (DRUMMOND, 2013).

2 JOHN B. THOMPSON, ESCÂNDALOS POLÍTICOS MUDIÁTICOS E A COBERTURA ELEITORAL “NADA ESCANDALOSA” DE CPIS

Os escândalos no campo do jornalismo apresentam uma parceria ambivalente de profissionais da imprensa e fontes de informação Gomes (2004: 143-144). São 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, p. 47). A utilização dos escândalos como meio para a disputa política faz com que os escândalos sejam definidos, em sua origem, como lutas pelo “poder simbólico”. Quando falamos em campo da política, nos baseamos na argumentação de Thompson (2002) que, tendo Bourdieu como referência, defende que todo escândalo que atinge o campo da política é um escândalo político, seja ele sexual, financeiro ou propriamente político.

Especialmente no campo da política, os escândalos podem interferir na dinâmica de reputação e confiança dos atores envolvidos. Diferenciamos aqui a política. Do grego “politikós”: aquilo que é relativo à “pólis” (cidade) ou seja, tudo o que se refere à administração pública, ao poder de influência do homem sobre o homem e à arte de transformar a sociedade por meio das ideias, da mobilização, da cobrança, da organização.

A ampla cobertura da imprensa contribuiu para a instalação de um palanque eleitoral de dimensão nacional. Focada mais na responsabilização de pessoas que na discussão de problemas estruturais da prática política, como o financiamento de campanhas, a imprensa ampliou, a nosso ver, a luta dos atores por oportunidades de visibilidade. Do ponto de vista do sistema democrático, embora identifiquemos uma saudável pluralização da oferta informativa, o predomínio do oportunismo midiático como principal estratégia política dos agentes públicos, oferece uma série de questões para o sistema representativo e para a democracia de massa na contemporaneidade.

2.1 THOMPSON E A TEORIA SOCIAL DO ESCÂNDALO

Com a redemocratização do país no fim da década de 1980 e o restabelecimento da liberdade de imprensa como direito efetivamente garantido na Constituição de 1988, os escândalos políticos na mídia se intensificaram e ela passou a ser utilizada como um instrumento propício para sua difusão. A estruturação de aparatos fiscalizadores, como é o caso do Ministério Público, também explica em parte o aumento com que escândalos se apresentam (CHAIA, 2001; NASCIMENTO, 2008). Senne (2009) aborda

em sua pesquisa que um dos casos mais marcantes, discutido por uma ampla literatura especializada, foi o processo de *impeachment* do primeiro presidente da República do Brasil eleito sob o voto direto pós-redemocratização. A queda de Fernando Collor de Mello em 1992 mostrou de forma escancarada um cenário em que a mídia consolida sua importância – aparece de forma fundamental tanto na eleição do então desconhecido governador do estado de Alagoas como em sua derrubada² (SENNE, 2009, p.14).

Thompson caracteriza o escândalo midiático como um fenômeno moderno que teve início no final do século XVIII principalmente com “desenvolvimentos ligados à invenção e exploração dos novos meios de comunicação e de difusão da informação”, para relatar as mudanças que ocorreram desde a invenção da imprensa por Gutenberg em 1440, depois dos jornais semanais e diários, em seguida pela descoberta da eletricidade, telefone e mais no início do século XX, a transmissão por rádio e televisão.

O desenvolvimento de novos meios trouxe mudanças na troca de informações, o que antes era feito face a face, de caráter dialógico, passou a ter a interação de pessoas por um meio técnico em espaços-temporais distantes. Essas mudanças causadas pelo nascimento dos meios eletrônicos, especialmente no plano dos escândalos políticos, são fundamentais não só por terem ampliado a difusão dos conteúdos, mas principalmente na medida em que alteraram o modo pelo qual as notícias passaram a ser apresentadas e a própria natureza da visibilidade política.

Surge, então, com a introdução dos meios de comunicação um novo ambiente de informação, conforme aponta Thompson (2002, p.313-4) mais intenso pois a quantidade de informação é maior, mais extenso por haver uma amplitude maior e menos controlável, já que a proliferação das formas midiáticas de comunicação mantem ocultas informações ou determinam as consequências de possíveis revelações. Como lembra Thompson (2002:31), nessa era de visibilidade midiática, o escândalo é um risco que ameaça constantemente tragar os indivíduos cujas vidas se tornaram o foco da atenção pública.

No âmbito da política, o fluxo contínuo, intenso, acelerado e multidimensional de informação caracterizam esse novo ambiente, estando os atores sujeitos a ondas cada vez mais crescentes de hipereposição (GOMES, 2004, p. 112). Paulatinamente, a censura prévia passa a ser vista como uma “brutalidade arcaica”, (GOMES, 2004, p.

² Ainda que a presença da mídia como elemento determinante na ascensão e queda de Collor da Presidência da República seja evidente, a mensuração da efetiva influência dos meios de comunicação é um tema controverso. O retorno do mesmo Collor ao Senado Federal, em 2006, é uma demonstração de que o tema envolve outras variáveis fundamentais (SENNE, 2009, p.14).

112). Nesse cenário de informações as exposições de figuras públicas ganham uma importância cada vez maior, como sistematiza Miguel (2004):

- a. A mídia tornou-se o principal instrumento de contato entre a elite política e os cidadãos comuns;
- b. O discurso político transformou-se, adaptando-se às formas preferidas pelos meios de comunicação de massa;
- c. A pauta de questões relevantes, postas para a deliberação pública, é em grande parte condicionada pela visibilidade de cada questão nos meios de comunicação;
- d. Muito mais do que no passado, os candidatos à elite política devem cuidar da “retaguarda” das suas vidas, isto é, das esferas privadas, que não deveriam estar expostas aos olhos do público. A gestão do escândalo político torna-se um componente cotidiano das ações de governo, partidos, parlamentares e candidatos (MIGUEL, 2004, p. 8-9).

Quando em um ambiente não é exercido o controle de informações pode-se esperar que qualquer esforço para controlar essa exposição de figuras públicas tenha uma importância cada vez maior. Com a alteração brutal na escalada da visibilidade pública, os impactos da exposição podem escapar das rédeas das autoridades envolvidas e, ocasionalmente, funcionar contra elas (THOMPSON, 1998, p. 16). Como lembra o autor, “o escândalo é um risco profissional da política na era da visibilidade mediada” (THOMPSON, 1998, p. 130).

Escândalos, de qualquer natureza, podem ser vistos como acontecimentos confusos justamente porque valores e normas são contestados ou estes acabam sendo implicados a partir dos desdobramentos subsequentes de ações e falas dos personagens envolvidos. Há, invariavelmente, uma repercussão implícita a partir de sua divulgação. Esse caráter transgressor ou que contradiz determinados valores da sociedade é a primeira característica que define um escândalo. Mas, adverte Thompson, essa ação ou esse acontecimento devem se tornar conhecidos de outros, possuir um certo grau de desaprovação pública e ter potencial para prejudicar a reputação dos indivíduos, embora esta última não seja uma condição necessária.

Thompson explica que os escândalos não são novos, na verdade existem há séculos, mas foi a partir do desenvolvimento das sociedades modernas que eles passaram a sofrer influências das formas midiáticas de comunicação:

Escândalos midiáticos não são simplesmente escândalos noticiados pela mídia e que existem independentemente dela: eles são, de diferentes maneiras e até certo ponto, constituídos por formas midiáticas de comunicação. Como se deu essa conexão entre escândalo e mídia? Que há no escândalo que se preste a uma exibição na e através da mídia, e o que há nela que facilite a ocorrência de escândalo? Há, certamente, uma estreita afinidade entre escândalo e mídia que foi explorada pelos

provedores da palavra impressa desde a era dos panfletos e dos libelos: o escândalo vende (THOMPSON, 2002, p. 59).

Cabe registrar que Thompson entende que os escândalos puderam crescer e se expandir a partir da presença efetiva dos meios de comunicação. Eles operam como um esquema referencial, concentrando a atenção em um indivíduo ou uma suposta atividade, impedindo que o escândalo se encerre rapidamente e permitindo que o fluxo de informação em torno dele tenha abrigo em seus espaços editoriais. Na prática, é preciso que imprensa e jornalistas passem a ter interesse em explorar esses assuntos. É por isso que se pode falar em narrativas prolongadas porque, como o autor já sinalizava: – O escândalo vende! E por que escândalo e política permitem, cada vez mais, associações nas sociedades modernas?

Em primeiro lugar, a política em uma democracia liberal é um campo de forças competitivas que são organizadas e mobilizadas através de partidos e outros grupos de interesse. Isso cria uma atmosfera tensa, algumas vezes altamente carregada, em que o conflito e a confrontação são a norma; partidos e outros grupos de interesse estão constantemente preocupados em atacar seus opositores, procurando tirar proveito dos possíveis pontos fracos existentes. Nessas circunstâncias, o escândalo pode ser uma arma poderosa. (THOMPSON, 2002, p. 128).

Um ponto importante na obra de Thompson, ainda para se compreender a natureza de um escândalo político, é quando afirma ser necessário conhecer a estrutura desse campo e é onde entra o conceito de campo do sociólogo francês Pierre Bourdieu, visto como um espaço de posições cujas propriedades são definidas pelas relações entre essas posições e pelos recursos ligados a ela, e onde os indivíduos fazem usos desses recursos a fim de alcançarem seus objetivos. Para Bourdieu (1998), são nesses espaços que ocorrem conflitos e tensões, que vão definir a produção da realidade social. Dessa forma, cada campo cria suas próprias leis que regem a entrada, a permanência e a saída dos atores sociais (NUNOMURA, 2013, p. 40).

Sendo assim, pode-se compreender que, pela interdependência entre os políticos e os representantes dos meios de comunicação, para o exercício do poder, é preciso lançar mão de vários recursos, mas principalmente a mídia, que produz e transmite capital simbólico (BOURDIEU, 1998). Compreende-se, assim, o ciclo para delinear o que Thompson chamou de teoria social do escândalo, quando “escândalos são lutas pelo poder simbólico em que a reputação e a confiança estão em jogo”:

Alguns escândalos se referem sobretudo ao poder político, com a infração de regras e procedimentos para seu exercício e como o desenvolvimento de

redes ocultas que frustram mecanismos formais de responsabilidade, como vimos; outros escândalos se referem a conexões entre poder político e econômico, chamando a atenção para formas de corrupção e conflitos de interesse que são incompatíveis com os padrões de conduta que deveriam ser esperados de funcionários públicos. Mas mesmo os escândalos que se concentram no poder político e econômico, referem-se também ao poder simbólico; todos os escândalos envolvem lutas pelo poder simbólico e pelas fontes do poder simbólico. (THOMPSON, 2002, p. 296).

A pesquisa do artigo analisa a cobertura política dada pelos meios de comunicação escolhidos sobre o trabalho das CPIs da Assembleia Legislativa do Paraná vamos relativizar o conceito de escândalo político de Thompson, porque, segundo o autor, se existem escândalos é porque a mídia está dando visibilidade às denúncias e/ou irregularidades e não as está ocultando, como mostra pesquisas sobre as CPIs nacionais, porém o levantamento mostrou que regionalmente a mídia não deu visibilidade comparada aos escândalos que geraram CPIs no âmbito nacional, portanto não será dado o mesmo tratamento como o conceito de escândalo e visibilidade como aborda Thompson (2002).

2.2 ESCÂNDALOS POLÍTICOS MUDIÁTICOS

O Brasil não está livre de escândalos políticos midiáticos já que acontecimentos como desvios de dinheiro, compra de votos, financiamento de campanhas com caixa 2 foram explorados pelo nosso jornalismo. Alguns exemplos concretos servem para nos dar a certeza de que o Brasil não está isento de EPMS que são discutidos na imprensa nacional.

A presença de escândalos políticos midiáticos não é apenas importante, mas recorrente. Com a redemocratização do país no fim da década de 1980 e o restabelecimento da liberdade de imprensa como direito efetivamente garantido na Constituição de 1988, os escândalos políticos na mídia se potencializam e passam a contar com um palco mais propício para sua difusão. A estruturação de aparatos fiscalizadores, como é o caso do Ministério Público, também explica em parte a fatura com que escândalos se apresentam (CHAIA, 2001; NASCIMENTO, 2008).

Dentre os desafios que se apresentam à análise mais sistemática dos escândalos políticos midiáticos está, por um lado, a capacidade de reflexão sobre um objeto que é parte integrante do cotidiano da política, mas que está essencialmente fora do curso normal das instituições. Tais fenômenos também não se apresentam como assuntos homogêneos. A natureza³ e as temáticas que movimentam estes eventos variam de um

³ John B. Thompson na obra “O escândalo político” oferece uma conhecida taxonomia dos escândalos políticos, no qual define a existência de escândalos sexuais, financeiros e do poder (THOMPSON, 2002, p. 154).

país para outro (MARKOVITS & SILVERSTEIN, 1988). Por outro lado, são sempre pautados por grande imprevisibilidade: dependem de personagens, de condições políticas específicas e de detalhes de enredo únicos. Frequentemente, a transgressão inicial, foco do escândalo, é desviada ou até mesmo esquecida por força da sequência de ações e acontecimentos que dão desdobramento ao caso (THOMPSON, 2002: 43).

2.3 COBERTURA POLÍTICA DE CPIS NACIONAIS

A imprensa nacional teve papel fundamental na divulgação da cobertura política de vários escândalos políticos. Para lembrar alguns escândalos, podemos mencionar os laranjas⁴ de Renan Calheiros; os atos secretos do Senado Federal; o caso do juiz *Lalau*; a compra de votos para a emenda da reeleição de Fernando Henrique Cardoso; o projeto Sivam; os *anões* do orçamento; o caso PC Farias e o *impeachment* de Fernando Collor; o escândalo batizado pela mídia como o “Mensalão do DEM”; o suicídio de Getúlio Vargas para exemplificar um caso mais antigo;

No período de 1995 a 2002, esteve em cena o governo de Fernando Henrique Cardoso (FHC) que teve sua eleição calcada no sucesso de um plano de estabilização da economia e pela subsequente formação de uma forte base política de sustentação, especialmente no primeiro mandato, FHC contou com boa estabilidade política em termos da condução de votações no Congresso e aprovação de reformas (COUTO & ABRÚCIO, 2003). A coalizão, contudo, também viveu períodos de desgaste, expressos em momentos como as denúncias envolvendo o secretário-geral da Presidência da República, Eduardo Jorge (2000/2001), o episódio da violação do painel do Senado (2001), o caso Sudam e suas relações com o senador Jader Barbalho (2001), os grampos no BNDES durante o processo de privatização do sistema Telebrás (1988), o caso Sivam (1995) e a suposta compra de votos para a Emenda da Reeleição (1997).

Com o governo Luiz Inácio Lula da Silva (de 2003 a 2006 e reeleito para um segundo mandato) – cujo pleito contou com votação expressiva e o reforço simbólico da inédita eleição de um operário ao maior posto da nação –, os escândalos políticos também tiveram espaço cativo. Já no segundo ano do governo o caso Waldomiro Diniz (2004) expunha funcionários de confiança da administração federal. Em meados de 2005, se deflagra uma das maiores crises políticas do período democrático, com o caso do “Mensalão” (2005/2006) que dominou fortemente a agenda da imprensa no período e derrubou lideranças expressivas do governo. Uma nova convulsão política surge no

⁴ Laranjas são pessoas que disponibilizam seu nome, conta bancária, para que outra, utilizando tais dados, faça negociações ilícitas sem expor sua identidade. Essa prática é muito usada por corruptos que encontram nos laranjas a escapatória para seus negócios irregulares, dinheiro sujo, licitações irregulares, e diversas outras transações comerciais. Por isso, o “laranja” está, muitas vezes, ligado a procedimentos ilegais. Disponível em: <http://www.mundoeducacao.com/curiosidades/os-laranjas-as-praticas-ilicitas.htm>. Acesso em: 21 set 2014.

período eleitoral – ocasião em que a recondução de Lula à Presidência estava em jogo. O escândalo esteve sustentado na denúncia de compra de suposto dossiê envolvendo políticos do PSDB por partidários do PT – sigla do governo.

Vários foram os episódios de escândalos políticos midiáticos abordados na imprensa nacional, principalmente durante o período da redemocratização. Algumas pesquisas científicas abordaram o tema, que citamos a seguir, para mostrar que a cobertura política, pela imprensa nacional, teve maior visibilidade. Trabalho de mestrado da pesquisadora Silva (2012)⁵ traz como o jornalismo brasileiro narrou, descreveu e interpretou sob o aspecto ético, os eventos políticos que redundaram no escândalo do Senado ou, como ficou denominado, Escândalo dos Atos Secretos, retratados pelas revistas semanais *Carta Capital* e *Veja*, durante o ano de 2009. Essa crise, como aborda a pesquisadora, é rica para efeitos de análise, visto as descobertas de ações ilícitas – denúncias de corrupção, nepotismo, uso indevido de recursos financeiros da União, abuso de poder e outros desvios éticos, reflexos das práticas patrimonialistas, de fisiologismo e clientelismo exercidos no Congresso Nacional.

O contexto político deste escândalo abordado pela pesquisadora trata da disputa fevereiro de 2009, o senador ganhou a disputa pela presidência do Senado da República entre o senador José Sarney (PMDB/AP) e do senador Tião Viana (PT/AC). O PMDB fazia base de sustentação do governo e mesmo com a aliança do Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), o candidato do PMDB saiu-se vitorioso com 49 a 32 votos. Essa disputa pela presidência envolve interesses partidários e o comando do Congresso Nacional⁶. José Sarney prometeu que iria acabar com a “vergonha que achincalha o Parlamento”. Mas denúncias, em março de 2009, do jornal O Estado de São Paulo, afirmam a nomeação de João Fernando M. G. Sarney, 22 anos, neto de José Sarney, para o cargo de secretário parlamentar do senador Epitácio Cafeteira do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), com um salário de R\$ 7.600 por meio de “atos sigilosos”.

A cobertura completa de Neuma Silva (2012) catalogou durante o período de 18 de março a 26 de agosto de 2009, perfazendo um corpus de 48 edições das revistas semanais, 24 edições de cada, com 62 matérias entre as duas publicações, sendo 32 da revista *Veja* e 30 da revista *CartaCapital* totalizando 170 páginas sobre o escândalo.

⁵ SILVA, Neuma Augusta Dantas. *O jornalismo político sob o aspecto ético: o escândalo do Senado, de 2009, nas revistas Carta Capital e Veja*. 285 f. il. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012.

⁶ O mandado da presidência do Senado dá ao presidente selecionar a pauta de votações em ano eleitoral, por exemplo, o partido ganha força para negociar com o governo e oposição na fase pré-eleitoral; administra um orçamento estimado em R\$ 2,7 bilhões ao ano e pleiteia cargos na Mesa Diretora. Ainda autoriza, ou não, a instalação de Comissões Parlamentares de Inquérito (CPIs) (SILVA, 2012, p. 116).

Em trabalho de pesquisa de análise de cobertura de Tavares (2012)⁷ nos mostra três casos de escândalos que foram pesquisados nas revistas *Veja* e *IstoÉ*. No final do primeiro mandato do presidente Fernando Henrique Cardoso a mídia divulgou com muita ênfase o que foi denominado ‘Escândalo do Sivam’, em novembro de 1995 que eram irregularidades nos contratos de execução do projeto Sistema de Vigilância da Amazônia (Sivam) e pelas consecutivas denúncias de tráfico de influência envolvendo membros do alto escalão do governo. O ponto vulnerável no processo licitatório, segundo informações da pesquisadora, foi a indicação da empresa norte-americana Raytheon Company, maior fabricante de material bélico dos Estados Unidos, mas que segundo apontou a pesquisa a escolha da multinacional envolvia acordos entre os países Brasil e Estados Unidos, e as publicações das reportagens de *Veja* e *IstoÉ* apontavam que a proposta tecnológica da empresa norte-americana não atenderia às necessidades do grande território da Amazônia (SILVA, 2012, p.89).

O segundo trabalho de pesquisa de Tavares (2012) trata da cobertura política do Escândalo do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) que em 1988 esteve à frente do maior leilão de privatizações do Brasil, e vendeu 12 empresas estatais de telefonia. Durante o processo de privatização da Telebrás, grampos instalados no BNDES mostraram conversas de integrantes de sua cúpula que tentavam influenciar os escolhidos nas privatizações. O caso ganhou, segundo Silva, o rótulo de ‘escândalo do BNDES’ ou ‘escândalo das privatizações’, e esteve na pauta das revistas semanais entre novembro de 1988 e novembro de 1999 e é o segundo escândalo com maior extensão temporal do governo FHC.

O terceiro caso de escândalo no trabalho de Silva (2012), segundo a pesquisara, foi também de considerável destaque e teve repercussão na mídia porque abalou a imagem do presidente Fernando Henrique Cardoso, trata-se das suspeitas que envolvem o nome do ex-secretário-geral da Presidência da República, Eduardo Jorge Caldas Pereira. Eduardo Jorge é suspeito de envolvimento no esquema de liberação de verbas para a obra superfaturada do prédio do Tribunal Regional do Trabalho (TRT), em São Paulo, além de superfaturamento no Serviço Federal de Processamento de Dados (Serpro), de montar caixa-dois para reeleição de FHC, de ter feito lobby para empresas de informática, de manipular recursos dos fundos de pensão nas privatizações, entre outras relações que a mídia veiculou sobretudo após a saída de Eduardo Jorge do cargo oficial em 1998. Segundo dados da pesquisa este escândalo foi batizado pela mídia como ‘Escândalo do Tráfico de Influência’ e esteve em pautas nas revistas *Veja* e *IstoÉ*

⁷ TAVARES, Michele da Silva. FHC e os escândalos políticos: Os ‘modos de dizer’ de *Veja* e *IstoÉ* sobre as crises personalizadas. 348f. il. 2012. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012.

por um tempo maior que os outros dois escândalos abordados na pesquisa de Silva (2012), durante os meses de julho, agosto e início de setembro de 2000.

2.3.1 CPI do Mensalão

Um dos escândalos de maior repercussão na mídia nacional foi o caso “Mensalão”, que teve início em maio de 2005, com a publicação pela revista *Veja* de matéria que denunciava um esquema de corrupção na Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos. Foi criada uma CPI no Congresso pelos partidos de oposição ao governo Lula, na época. Mas foi com a publicação, pelo jornal *Folha de São Paulo*, em junho de 2005, denunciando suposta operação para “abafar” a CPI que o deputado Roberto Jefferson acusou o PT de comprar votos. A partir de então o escândalo foi deflagrado com uma grande repercussão na opinião pública que contou com grande atenção por parte da mídia até os finais das eleições presidenciais de 2006, mas que repercute até agora, em 2015. A reeleição de Lula encerrou o escândalo, mas não a discussão. O papel da mídia no período tem sido alvo crescente do debate público (LIMA, 2007).

O escândalo do Mensalão foi alvo de pesquisas como a de Nunomura (2012)⁸ que faz uma análise da cobertura do jornal *Folha de S. Paulo* e da revista *Veja* sobre o escândalo político midiático do mensalão no primeiro mandato do governo de Luiz Inácio Lula da Silva. Este estudo, segundo Nunomura (2012) indicou que a partir do mensalão *Veja* aumentou as críticas sobre o presidente petista Lula, enquanto poupou o tucano Fernando Henrique Cardoso. Já *Folha* elevou sua cobertura crítica ao petista durante a crise política, mas esse comportamento guarda semelhanças com o padrão que adotou com o tucano.

Em um trabalho de pesquisa de dissertação Silva (2008)⁹ contribuiu analisando o comportamento das principais revistas semanais brasileiras – *CartaCapital*, *Época*, *IstoÉ* e *Veja* – a respeito do “Escândalo do Mensalão” evidenciando os contrastes, tratamentos e enquadramentos nas abordagens do tema, em narrativas jornalísticas de 51 matérias durante o período de 13 de junho de 2005 a 21 de setembro de 2005. Outro trabalho científico trata de analisar o comentário político do Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão sobre os conflitos políticos do Escândalo do Mensalão em trabalho do pesquisador Celso Braga Junior (2007). O corpus desta pesquisa foi discutir o papel dos comentaristas como formadores de opinião e sua relevância nas disputas políticas que se apresentam nos espaços da mídia.

⁸ NUNOMURA, E. **O mensalão impresso: o escândalo político-midiático do governo Lula nas páginas de Folha e Veja**, 2012. 210f. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

⁹ SILVA, Vevila Junqueira da. **O escândalo do mensalão em revistas semanais: uma análise de enquadramento**, 2008. 140f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2008.

2.3.2 CPI da Petrobras

Presente quase que diariamente no noticiário nacional é o caso da Petrobras¹⁰, e que com certeza será alvo de trabalhos científicos futuros. A empresa está sendo investigada por meio de uma Comissão Parlamentar de Inquérito com a finalidade de verificar quatro suspeitas que envolvem a empresa – a aquisição da refinaria de Pasadena, no Texas; indícios de pagamento de propina a funcionários da estatal pela companhia holandesa SBM Offshore; denúncias de que plataformas estariam sendo lançadas ao mar sem equipamentos primordiais de segurança; e indícios de superfaturamento na construção de refinarias, entre as quais a planta de refino de Abreu e Lima, em Pernambuco.

A CPI da Petrobras foi instalada por iniciativa de parlamentares de oposição em decorrência de diversas denúncias envolvendo a Petrobras. Em março de 2014, quando a Operação Lava-Jato, da Polícia Federal, revelou relações entre o doleiro Alberto Youssef e Paulo Roberto Costa, ex-diretor de Abastecimento da Petrobras, a gestão da estatal foi posta à prova já que os dois foram presos em uma investigação de um esquema de lavagem de dinheiro que movimentou R\$ 10 bilhões, a chamada Operação Lava Jato da PF, iniciada em março de 2014 com o objetivo de desarticular organizações criminosas que tinham como finalidade a lavagem de dinheiro em diversos estados do país.

Por conta disso, a oposição cobrou a instalação de uma CPI para investigar irregularidades. No entanto, devido a divergências entre oposição e governo, há duas investigações em curso desde maio. Uma apoiada pela bancada governista, no senado, e outra mista (com integrantes de ambas as casas), que é defendida pela oposição.

As CPIs estão investigando irregularidades envolvendo a Petrobras ocorridas entre os anos de 2005 e 2014. Entre os fatos investigados estão a compra da refinaria de Pasadena, no Texas (EUA), o lançamento de plataformas inacabadas, denúncias de pagamento de propina a funcionários da estatal e o superfaturamento na construção de refinarias. Pasadena é um dos de maior repercussão. A refinaria no estado do Texas, nos Estados Unidos, foi comprada pela Petrobras por 1,2 bilhão de dólares, em 2007. Pouco antes, seu antigo dono a havia comprado por 42,5 milhões de dólares. Segundo Paulo Roberto Costa, a operação de compra de Pasadena também estava envolvida no mega esquema de corrupção denunciado por ele à PF.

¹⁰ <http://g1.globo.com/politica/noticia/2014/05/cpi-da-petrobras-convoca-foster-e-cervero-mas-rejeita-chamar-lula.html>. Acesso em 06 jun 2014.

A CPI da Petrobrás investiga, também, políticos que teriam recebido propina como é o caso do ex-diretor de Abastecimento e Refino da Petrobrás, Paulo Roberto Costa, que está em regime de delação premiada com a Polícia Federal, o que vai possibilitar, caso condenado, a uma redução em sua pena. Segundo o ex-diretor ao menos 25 deputados federais, 6 senadores, 3 governadores, um ministro e pelo menos 3 partidos políticos (PT, PMDB, PP), teriam recebido propina. Outra investigação da CPI da Petrobrás está a aquisição da refinaria de Pasadena, nos EUA, suspeita de ter causado prejuízo milionário.

Mas como avançar rumo a um entendimento mais amplo do fenômeno? Ainda que os escândalos políticos tenham, com frequência, se mantido na agenda pública de discussões, parecem não receber o mesmo acompanhamento por parte dos estudos acadêmicos, sendo incipiente a produção de pesquisas mais sistemáticas e investigações comparativas – um quadro que se reflete no campo da Ciência Política, da Sociologia e da Comunicação. Para o sociólogo John B. Thompson, um dos poucos acadêmicos que sistematizaram teoricamente o tema dos escândalos, há uma enorme quantidade de relatos de histórias específicas, sem, contudo, a apresentação de estudos mais analíticos sobre o tema (THOMPSON, 2002: 30).

Estes casos relatados mostrados para ilustrar são de denúncias e/ou escândalos associados a cobertura política por meio da imprensa nacional tiveram ampla cobertura por parte dos meios de comunicação. Denúncias e investigações que geraram CPIs no Congresso Nacional de ampla visibilidade.

2.3.3 O caso “diários secretos” da ALEP

Relembramos um caso emblemático ocorrido no Paraná intitulado “Diários Secretos” denunciados no trabalho investigativo do jornal Gazeta do Povo e da RPC TV que durou dois anos e que é um exemplo de escândalo político midiático. Em 2010, as matérias jornalísticas mostraram o desvio de dinheiro público na Assembleia Legislativa do Paraná (ALEP) através da nomeação de “funcionários fantasmas”¹¹, que recebiam salários mas não trabalhavam para o Legislativo. Este caso foi abordado pela pesquisadora Andreola (2013). Segundo a autora, a divulgação teve início em março de 2010, mas as investigações iniciaram aproximadamente dois anos antes com dois objetivos: primeiro o de levantar a quantidade de funcionários da Assembleia e segundo o de acabar com os diários avulsos que existiam. “A investigação revelou a existência de 2.178 atos secretos do Legislativo entre janeiro de 2006 e março de 2009. Todos

¹¹ Esta denominação é dada às pessoas que são nomeadas para cargos públicos mas que não desempenham a função.

publicados em diários oficiais avulsos, que serviam para ocultar nomeações, demissões e pagamentos irregulares”. (GAZETA DO POVO, 2010).

O trabalho investigativo do jornal da Gazeta do Povo e da RPC TV, analisou 724 edições do Diário Oficial da Assembleia Legislativa do Paraná, publicadas entre 1998 e 2009. O levantamento durou dois anos e desvendou um esquema criminoso, de acordo com os investigadores, de desvio de dinheiro que, segundo estimativas do Ministério Público, pode ultrapassar R\$ 200 milhões. Os recursos públicos, como mostrou a investigação, eram desviados por meio da contratação de servidores fantasmas ou laranjas – muitos dos quais parentes dos envolvidos. O esquema foi ocultado durante décadas da sociedade, por meio de uma série de entraves criados pela própria Assembleia para a divulgação dos diários oficiais da Casa, onde eram oficializadas as contratações dos funcionários que não trabalhavam. Em protesto, milhares de paranaenses foram às ruas no dia 8 de junho de 2010 contra a corrupção e pedir mais transparência. A série levou à abertura de 20 ações, dez criminais e dez cíveis.

Com a gravidade das informações, alguns nomes foram revelados, como os de Abib Miguel, o “Bibinho”, ex-diretor geral da ALEP e José Nassif, ex-diretor administrativo. A partir daí, houve forte pressão da opinião pública. O deputado Nelson Justus, presidente na época da Assembleia, inicialmente negou as irregularidades, de acordo com a pesquisadora, mas abriu sindicância interna e anunciou o recadastramento de todos os funcionários da Casa.

Após dois anos da divulgação dos escândalos e das denúncias mostradas pela série “Diários Secretos”, segundo a reportagem do jornal Gazeta do Povo, em 16/03/2012, nenhum acusado do esquema de desvio de recursos na ALEP foi julgado pela Justiça. Apesar de os julgamentos não terem ocorrido, o Ministério Público (MP) conseguiu bloquear os bens dos responsáveis pela gestão de recursos do Legislativo, em caráter de liminar. Os deputados Nelson Justus, ex-presidente da Casa, Alexandre Curi, ex-primeiro secretário e Nereu Moura, além do ex-deputado Hermas Brandão tiveram seus bens indisponíveis, pelo fato de responderem ações por improbidade administrativa, já que o MP entendeu que tiveram responsabilidade pelas nomeações de fantasmas.

O trabalho investigativo realizado pelos jornalistas Katia Brembatti, James Alberti, Gabriel Tabatcheik e Karlos Kohlbach, com apoio de uma equipe de mais de 40 profissionais dos dois veículos de comunicação foi tão importante que rendeu reconhecimento internacional. Esta série investigativa recebeu importantes prêmios no Brasil, como o Grande Prêmio Esso e o Tim Lopes de Jornalismo Investigativo além de

ser agraciada como o título de melhor reportagem investigativa da América Latina e com Global Shining Light Award, prêmio concedido ao mais importante trabalho realizado em país em desenvolvimento¹² conforme divulgado pelo site da Gazeta do Povo.

Os escândalos políticos e mais especificamente escândalos de poder nas Câmaras, Assembleias e Ministérios são veiculados frequentemente nos veículos de comunicação, o que faz com que a sociedade fique anestesiada às novas notícias e fatos. Isso se deve também pela demora ou até mesmo pela falta de justiça feita diante dos ocorridos para punir os envolvidos (ANDREOLA, 2013, p. 247). A ocorrência do escândalo político midiático primeiramente se tem conhecimento por uma divulgação inicial da mídia a partir dos levantamentos e fontes e pela competência profissional dos jornalistas. Levantamentos esses com a intenção de mensurar e reconhecer quais assuntos são de importância para a sociedade e merecem denúncia e por ter o conhecimento ético e profissional em fazer o levantamento das fontes políticas que poderão ajudar a elucidar em análises, explicações, conjecturas e consequências desses acontecimentos.

Portanto pode-se afirmar que a imprensa e atores políticos darão especial atenção aos escândalos. A mídia utiliza desses acontecimentos como forma de atrair a atenção das audiências, reafirmando também sua importância político-social; os atores políticos, por outro lado, confirmam e reforçam o papel da imprensa, fornecendo novas declarações e narrativas, na tentativa de contribuir para percepções positivas junto ao público acerca do seu próprio papel nos acontecimentos.

As CPIs têm os elementos dramáticos necessários para uma cobertura continuada da imprensa, “uma narrativa moralista de telenovela”, como sugere Sílvia Waisbord sobre o escândalo de 1992 em torno de Fernando Collor e Paulo César Farias (PC Farias). A cada momento, revelações, suspeitos e responsáveis são indicados ou confirmados, atraindo a atenção da mídia e, conseqüentemente, abrindo espaço para opiniões e avaliações dos integrantes dessas comissões, declarações e defesas por parte dos envolvidos. Porém, as CPIs regionais, como nos mostra a pesquisa, não apresentaram tais elementos dramáticos que pudessem ter esse cobertura da mídia.

Ressaltamos que os escândalos que são noticiados a partir da mídia, como foram, por exemplo, os “diários secretos” da Assembleia Legislativa do Paraná, ou o caso do “Mensalão” a partir de publicação pelo jornal Folha de São Paulo denunciando

¹² Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/vidapublica/diariossecrets/conteudo.phtml?tl=1&id=1513448&tit=Diarios-Secretos-esta-entre-as-reportagens-mais-impactantes-do-mundo>. Acesso em: 13 nov 2014.

suposta operação para que não se denunciasses compras de votos tiveram repercussões na opinião pública e contou com a participação da mídia na repercussão das denúncias, são exemplos de escândalos não institucionalizados.

Como mostra Thompson, o escândalo não é inventado nos jornais. O escândalo político é ocasião para a autojustificação dos jornalistas que são vistos pela sociedade como um elemento de controle na dinâmica política, responsáveis pela transparência e pela denúncia das instituições públicas. A sociedade está à espera dele. Um escândalo se torna incontrolável quando nasce nas instituições pela divulgação de fatos que as próprias instituições não gostariam que tais fatos viessem a público. Mas no caso das CPIs da ALEP o escândalo é diferente, pois a denúncia não é contra as instituições, mas sim a respeito de algo que elas estão investigando como é o caso da pesquisa a que este artigo se propôs. A ALEP investiga por meio das CPIs escolhidas no recorte da pesquisa (CPI dos Pedágios, dos Planos de Saúde e da Telefonia Móvel). A pesquisa está ancorada na referência de análise do conceito de EPMs de Thompson (2002), mas regionalmente a pesquisa nos mostra que não houve visibilidade no trabalho das CPIs analisadas. Podemos entender, então, o escândalo político como o resultado da intermediação que a mídia exerce com a iniciativa do jornalismo e seu poder investigativo, mas não foi o que ocorreu no objeto de estudo da pesquisa.

A imprensa cumpre hoje o papel fundamental de dar dimensão pública às questões políticas. Os políticos sabem disso e, dependentes do voto e da avaliação popular, estão sempre em busca de exposição pública (ALDÉ&VASCONCELLOS, 2008). Embora tenham espaços específicos para sua propaganda, como os horários gratuitos de rádio e televisão, os governos, partidos e políticos procuram se estabelecer como personagens positivos no noticiário político e espaços de discussão das emissoras de televisão, rádio e jornais. É a chamada campanha permanente, onde tempo de mandato – ou de oposição – também é sempre tempo de preparar uma futura eleição (MUNGHAM, 1996).

2.4 ESCÂNDALOS E VISIBILIDADES NO CAMPO DO JORNALISMO

Na medida em que a mídia veicula notícias a respeito de assuntos de interesse público, ela contribui com o debate, estabelecendo temas na agenda pública. Porém, esse cenário sugere uma reflexão primordial sobre a participação de profissionais da imprensa e fontes de informação já que os escândalos no campo do jornalismo apresentam uma parceria ambivalente do jornalismo. Como argumenta Gomes os agentes da comunicação atuam como um *deus terminus* “selecionando as pessoas,

fatos, discursos e eventos que podem ser aí introduzidas, que podem ganhar existência midiática e organizando o modo como podem ser” (GOMES, 2004: 143-44). Seguindo este raciocínio:

- a. Na esfera da visibilidade só circulam materiais e conteúdos organizados segundo códigos e gramáticas característicos das instituições midiáticas que as controlam.
- b. As rotinas produtivas dessas indústrias assimilam materiais e conteúdos organizados em conformidade com a lógica que empregam (GOMES, 2004: 67)

Essa visibilidade que a mídia proporciona é a condição essencial para a disputa política nas atuais sociedades contemporâneas. Gomes (2004) ressalta que a democracia amplia a centralidade da esfera pública e das eleições. Isso diminui a força do que o autor chama de “política obscura” (os “acertos” nos bastidores e gabinetes legislativos) que constituem “lugares e situações de publicidade como aqueles da decisão política autêntica e, posteriormente, legal” (GOMES, id, p. 263). Já Miguel e Biroli (2010a) acreditam no fato de a mídia ser um elemento essencial na definição dos acontecimentos, opiniões, posições e atores que alcançarão a visibilidade. Sendo assim, os meios de comunicação são percebidos ao mesmo tempo como fonte e índice de capital político.

Baseando-se em critérios de normas e valores, que podem ser da empresa ou do próprio profissional, e levando-se em conta, também, critérios de noticiabilidade pensados na fatia do mercado da audiência e até mesmo na espetacularização, isso pode definir o que é noticiável e quem compõe a notícia. Miguel e Biroli (2010) acreditam que os meios de comunicação (no caso o jornalismo) dão preferência na medida em que tornam visíveis determinados personagens. Ao mesmo tempo, a visibilidade e a “constatação”, pelo jornalismo, de distinções e competências definidas com base em normas, valores e hierarquias que regem o campo da política e que os meios de comunicação absorvem (id, 2010c, p. 697). Dessa forma, nota-se o acordo onde haja consenso entre o jornalista e os atores políticos, bem como a busca e o compartilhamento de um código comum.

Segundo os autores, os meios de comunicação de massa “ecoam nos discursos parlamentares, têm impacto na formação da agenda legislativa e fazem às vezes de fórum de discussão para as elites políticas” (ibid, 2010b, p. 2-3). Para eles, a visibilidade midiática é um componente importante na produção do capital político, pois contribui para ampliar ou reduzir as oportunidades do ator, interferindo nas carreiras políticas. Além disso, a mídia tem forte impacto “sobre a compreensão que os cidadãos comuns

têm da política e do comportamento de atores específicos” (MIGUEL & BIROLI, 2010b, p. 2-3). Por esse motivo, os autores completam (id) que a gestão da imagem pública, isto é, a gestão da visibilidade pessoal na mídia, é uma preocupação central e permanente dos atores políticos, que não se limita aos períodos de competição eleitoral. A disputa por visibilidade, portanto, é uma das principais estratégias políticas na era da comunicação de massa, inclusive nos períodos não eleitorais (WEBER, 2007; GOMES, 2004). A questão é que, para conseguirem visibilidade, os atores políticos precisam enfrentar o poder dos próprios jornalistas sobre a atividade informativa e a definição dos critérios de noticiabilidade.

Se o poder, na formulação de Weber (2007), consiste na capacidade do sistema de dar visibilidade as suas versões e contagiar as demais redes de comunicação a repercutir e mobilizar a opinião pública em torno dos temas que lhe interessam (WEBER, 2007, p. 25), nada mais natural que os políticos queiram interferir na produção de informação, entretenimento e propaganda institucional de interesse público dos veículos de mídia, especialmente dos legislativos. Um elemento importante a destacar é o objetivo da comunicação política.

Weber (2007) afirma ainda que todo o discurso construído no campo da política destina-se à eleição – isto é, o objetivo final é sempre o voto. Na opinião da professora, muito mais do que a necessidade de prestação de contas, os processos de comunicação inerentes aos regimes democráticos estão dirigidos à propaganda, seja “de um projeto político, de um sujeito, de um partido” (WEBER, 2007, p. 39). E isso ocorre mesmo em períodos não eleitorais, quando os sistemas de comunicação montados pelo poder público nas diferentes instâncias do governo buscam a visibilidade aos atores políticos e a credibilidade para seus discursos e versões dos fatos. Nesses períodos, há a produção de uma “informação cumulativa” dirigida a formação de imagem pública com incidência na decisão sobre o voto (p. 25). Uma rede voltada para a “eleição ininterrupta”, nas palavras de Gomes (2004).

Mas notamos que a política que chega ao público é a “política em cena”, não é a de negociações entre os atores, conforme analisa Gomes (2004, p. 115). Em outros termos, o discurso e o posicionamento público do ator político sobre determinados temas são tão essenciais no jogo político contemporâneo quanto a negociação entre os atores para a divisão do poder. Desse modo, o fator “publicidade” sempre precisa ser considerado nos cálculos das negociações, envolvendo a visibilidade midiática, dominante nas atuais sociedades, o risco de exposição negativa, a popularidade e a imagem pública dos atores políticos (GOMES, 2004, p. 116).

Cabe aqui um atributo jornalístico muito utilizado como componente da noticiabilidade: o valor-notícia. Ele ajuda os profissionais de imprensa a identificar “quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos, para serem transformados em notícias” (WOLF, 2005). Sendo assim, existem critérios de relevância apontados pelos jornalistas que constituem um processo de produção jornalística. O valor-notícia ajuda, então, a formular uma rotina de trabalho a partir de critérios preestabelecidos de acordo com os interesses dos profissionais da mídia.

Dessa forma podemos definir valor-notícia, então, como um dos fatores o entendimento que a própria imprensa tem do seu trabalho nas sociedades democráticas. Por exemplo, se uma transgressão no campo da política representa um abuso de poder ou uma “traição” do voto, a mídia tende a considerar o acontecimento de maior relevância, na medida em que se vê como instituição que procura proteger a sociedade.

É nesse contexto que o trabalho vai relacionar as CPIs da Assembleia Legislativa do Paraná analisadas relativizando o conceito de Thompson (2002) e os escândalos políticos midiáticos, que segundo o autor além de implicarem alguns tipos de transgressões, eles tem que ser conhecidos de outros e suficientemente sérios para provocar uma resposta pública (THOMPSON, 2002, p. 47).

Observamos na pesquisa empírica que o trabalho investigativo dos profissionais da comunicação não esteve presente e as CPIs analisadas, portanto, não tiveram visibilidade comparada às CPIs de âmbito nacional. Ao compararmos as semelhanças e diferenças entre a cobertura das CPIs nacionais com as CPIs regionais, embora o fato que origina a criação de CPI seja escandaloso, a cobertura por parte das CPIs regionais foi burocrática e técnica e não há escândalo nesse tipo de cobertura, pois o enquadramento dado pelos meios de comunicação estudados não configuraram princípios de organização como defende Goffman (1986). Segundo o autor, “tendemos a perceber os eventos e situações de acordo com enquadramentos que nos permitem responder à pergunta: ‘O que está ocorrendo aqui?’”. Porto (2002) interpreta neste enfoque ao afirmar que enquadramentos são entendidos como marcos interpretativos mais gerais construídos socialmente que permitem as pessoas fazer sentido dos eventos e das situações sociais (p. 3), que serão discutidos a seguir.

2.5 ENQUADRAMENTO, ALGUMAS VERTENTES

Vários estudos tratam do conceito e uma dos primeiros a relacionar este com os estudos do jornalismo foi apresentado por Todd Gitlin (1980) que define

enquadramentos como princípios de seleção, ênfase e apresentação compostos por “pequenas teorias tácitas” acerca do que existe, do que acontece e do que importa (GITLIN, 1980: 6). O conceito acadêmico de enquadramento é, a grosso modo, o ato de enquadrar (ENTMAN, 1993). Algumas correntes de estudos de enquadramentos e revisão são tratados nos estudos de Paul D’Angelo (2002), como a visão “**cognitivista**” que entende enquadramentos como elementos que ativam um ‘conhecimento prévio’ dos indivíduos e, assim, potencializam determinadas interpretações. Uma outra vertente é a “**crítica**”, na qual enquadramentos são entendidos como resultado das rotinas de produção das notícias, e nesse sentido, a mídia aparece de forma mais proativa, apresentando intencionalmente determinadas interpretações sobre a realidade – geralmente, originárias de valores sustentados pelas elites políticas e econômicas.

A perspectiva de enquadramento para a qual o trabalho está ancorado tem William Gamson como um dos seus principais formuladores, é o paradigma “**construcionista**”, que defende que o discurso midiático se apresenta por meio de um conjunto de “pacotes interpretativos” – na maioria das vezes, competidores entre si, como um leque de discursos que interagem de maneira complexa. Essa abordagem entende que as diversas metáforas, slogans, representações e imagens poderiam ser “arquivadas” em pacotes interpretativos e, no centro de cada um, está um enquadramento, definido como “ideia central organizadora” que agrupa e dá coerência e significado aos diversos símbolos (GAMSON & MODIGLIANI, 1989: 2).

Também caracteriza essa abordagem a pressuposição de uma relação dinâmica entre os interesses das fontes de informação em amplificar suas perspectivas e os interesses do jornalista – figuras ativas na organização e formulação dos conteúdos que vão para as páginas dos jornais (GAMSON & LASCH, 1993: 7). Esta linha de pesquisa segundo Senne (2009) não entende os *frames* exclusivamente a partir de esquemas cognitivos arraigados nos indivíduos, e nem apenas como mecanismos conscientemente fabricados pelas rotinas jornalistas. De uma perspectiva construcionista, a definição dos enquadramentos é menos uma questão de dominação, e mais um entrelaçar complexo, ou “*co-optation*”, no termo inglês. (SENNE, 2009, p. 50).

2.6 “PACOTE INTERPRETATIVO” DE ENQUADRAMENTO

A partir da perspectiva teórica do enquadramento, alguns pontos merecem ser aprofundados de forma a dar consistência a uma operacionalização da análise. Para além dos paradigmas mais gerais, que prevalecem nos estudos sobre os enquadramentos, uma sistematização prática que nos parece interessante é a tipologia

sugerida por Mauro Porto (2004) entre os enquadramentos “**noticiosos**” e “**interpretativos**”. Os enquadramentos noticiosos estariam fortemente ligados ao trabalho jornalístico, realizados como fruto da lógica de produção da notícia. Já os enquadramentos interpretativos seriam aqueles oriundos de processos culturais, resultante de contextos mais amplos, normalmente associados a determinados atores sociais que interferem na definição de problemas e avaliações sobre determinado tema específico.

A ideia de enquadramento (*frames*), derivada de uma sociologia preocupada em compreender como os indivíduos classificavam e organizavam suas experiências de vida para a elas atribuir sentido – como produziam “esquemas de interpretação” ou “quadros de sentido” (Goffman, 1974) – ganhou papel de destaque no campo da comunicação, em particular nos estudos do jornalismo, há mais de trinta anos (ANTUNES, 2009, p86). Os enquadramentos são quadros de referência geral que permitem aos indivíduos “localizar, perceber, identificar e rotular um número aparentemente infinito de ocorrências concretas” (GOFFMAN, 1974, p.21), de tal forma a permitir que eles consigam dar sentido aos eventos e às situações sociais. Funcionariam como ordenadores da realidade percebida, tendo a imprensa a incumbência de tornar visível e compreensível eventos que dificilmente seriam processados caso não se recorresse ao *framing*.

O enquadramento envolve essencialmente seleção e saliência. Enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um contexto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito (ENTMAN, 1994 apud PORTO, 2007, p. 117)

A abordagem metodológica escolhida para a análise do material discursivo da assessoria da imprensa da ALEP, dos telejornais da RPC TV e dos impressos do jornal Metro se fundamentam na investigação de enquadramentos desenvolvida pela primeira vez por Gamson & Modigliani (1989), na qual se procura identificar os enquadramentos noticiosos. Esse operador analítico tem a tarefa de construir, ao longo do tempo, por agregar novas percepções e se tornarem recorrentes, um significado para uma temática. Esse tipo de enquadramento, que não pode ser confundido com meras posições a favor ou contra um tema, fundamenta o discurso da imprensa.

Note-se que esse modelo de relacionamento do discurso da mídia e a opinião pública não reivindica que o discurso da mídia provoque uma mudança da opinião pública. Mas se os pacotes e seus elementos são

ferramentas essenciais, então faz uma diferença considerável que alguns estejam mais disponíveis que outros. Compreender o mundo exige esforço, e essas ferramentas que são desenvolvidas, destacadas e tomadas acessíveis têm uma maior chance de serem usadas. (GAMSON; MODIGLIANI, 1989, p. 10).

William Gamson (1992) entende que o discurso das mídias de massa, embora seja somente uma parte do discurso público, é uma boa representação do todo e é por meio dele que as pessoas formulam a sua compreensão sobre questões políticas. Trata-se de um instrumento valioso para que as pessoas, junto de seu próprio repertório de conhecimentos e experiências particulares e também de laços de amizade e de trabalho, produzam um argumento conversacional a respeito de uma questão. Contudo, em qualquer situação, as notícias são capazes de guiar as pessoas para algum “**pacote interpretativo**” coerente acerca de uma questão, o que reforça o papel dos meios de comunicação de massa em apontar conexões, interpretar, revelar detalhes, contextualizar os mais diversos assuntos, de tal forma que as pessoas possam elaborar seu próprio entendimento do mundo.

Essa distinção é bastante útil na medida em que separa, por um lado, o uso do conceito de enquadramento para designar formatos pautados pelas escolhas do campo jornalístico – ou aqueles que determinariam o que, no senso comum, chamaríamos de “ângulo da notícia” –, em contraposição aos enquadramentos que refletem posições construídas em contextos mais amplos que podem ou não ser incorporadas pela mídia (PORTO, 2004: 92). Em suma, enquanto alguns enquadramentos se aprofundam sobre formatos de cobertura (noticiosos), como, por exemplo, o fato de as eleições serem cobertas como uma “corrida de cavalos”, outros estão preocupados em descobrir como determinadas saliências promoveram uma visão particular sobre a política, a história dos candidatos, as representações sobre suas propostas (interpretativos).

Ao mostrarmos algumas perspectivas possíveis de enquadramento nos levou a recorrer a alguns recortes. De modo geral, vamos adotar para a pesquisa uma abordagem dos enquadramentos como “ideia central organizadora” (GAMSON, 1989) que segue uma linha mais próxima do “construcionismo”. Para os fins desta pesquisa, o fundamental é uma preocupação em relação à capacidade dos enquadramentos oferecerem um princípio organizador da cobertura, ou seja, elementos que identifiquem mecanismos midiáticos de administração da cobertura política das CPIs da ALEP.

Não são alvo de análise, portanto, as eventuais interpretações que estiverem presentes nas coberturas – sejam elas políticas, ideológicas ou culturais. Nos termos de Entman (2004), nossa preocupação é mais “procedimental” em relação à dinâmica da

cobertura do que “substantiva”, no sentido de um aprofundamento sobre o pano de fundo discutido durante cada escândalo.

Atualmente as pessoas tomam conhecimento dos temas debatidos na sociedade principalmente por meio dos meios de comunicação, ou seja, pela mediação e não mais apenas pelo contato face a face. Entretanto, a diversidade de acontecimentos factuais todos os dias faz com que apenas alguns temas sejam escolhidos pelos pauteiros, editores e repórteres dos jornais, sejam eles impressos, no rádio, na televisão ou na internet. Para esta seleção os profissionais da comunicação levam em conta os critérios de noticiabilidade¹³ e de profissionalismo, e selecionam alguns fatos para se tornarem notícia. Ao mesmo tempo, outros acontecimentos deixam de ser reportados pela mídia. Desta forma os jornalistas ao publicarem as notícias estão agendando e tematizando assuntos sobre os quais os cidadãos podem discutir e formar opinião, e enquadrando segundo seus critérios do que é mais importante para o público.

A identificação do enquadramento de uma matéria ou reportagem consiste na busca da definição do problema apresentado, na verificação da existência ou não da personalização do problema, na identificação das causas do problema apresentado na reportagem, na identificação dos atores, na solução deste problema e a quem está sendo creditada tal solução, além da avaliação moral do problema. Nas notícias políticas o enquadramento agrega valor, sendo uma das maiores funções inseridas sobre o poder político, “pois o *frame* no texto informativo é a marca do poder” (ENTMAN, 1993, p.5). A pesquisa empírica está sustentada no conceito de enquadramentos “noticiosos” de Gamson & Modigliani (1989) e de Mauro Porto (2004) que se originam mais fortemente do trabalho jornalístico realizados pela lógica da produção da notícia.

¹³ Critérios de noticiabilidade são um conjunto de requisitos que exige-se dos fatos para que os mesmos sejam considerados relevantes a ponto de serem noticiados. Caso o fato não contenha esses critérios ele não é considerado notícia. (WOLF, 2006).

3 CONCEITUANDO A ESCOLHA DA COBERTURA

A utilização do método quantitativo nas pesquisas sobre cobertura jornalística tem por objetivo identificar como que determinados temas aparecem nos jornais por meio de uma série de características que podem ser medidas e contabilizadas (CERVI&MASSUCHIN, 2013, p. 844). Essa metodologia exige a análise e tabulação de um grande número de casos, o que, de acordo com Davis (1976, p.15), exige amostras de grande tamanho, para detectar diferenças significativas e “o fato de que nossos procedimentos exijam grande número de dados evita que se façam afirmações à base de evidências insuficientes.” E, este método permite verificar diferenças, quantidades, tendências e enfoque da cobertura da mídia. Como defende Cervi (2013) o que define o procedimento da pesquisa não é o pesquisador e sim o objeto a ser estudado e os objetivos avaliados. Ou seja, a escolha do método está relacionada com o objeto e não com as preferências do pesquisador. Para a utilização da metodologia quantitativa são necessárias algumas orientações, tais como a exigência de um grande número de casos para a possibilidade de detectar diferenças significativas e poder fazer inferência na realidade (DAVIS, 1976).

Pesquisas quantitativas consideram que os fenômenos sociais podem ser explicados a partir da representação em números que permitem algumas generalizações e indicam relações de causalidade que validam ou rejeitam certas teorias (CERVI, 2009). Os métodos quantitativos permitem relacionar os dados da realidade social com teorias já existentes e observar como elas se aplicam em casos específicos. O processo de coletas de evidências, na realidade parte sempre de ideias e conceitos resultantes de outros estudos, e que por meio de técnicas, podem ser medidas e contadas em objetos específicos (Ibid, 2009). “Dessa forma, tenta-se compreender como as variáveis utilizadas na coleta de dados representam os conceitos teóricos já existentes e de que maneira, quando correlacionadas, podem contribuir para explicar a produção que os periódicos fazem sobre temas políticos”. (CERVI&MASSUCHIN, 2013, p 846).

A pesquisa utiliza o método quantitativo de descrição no caso as CPIs da Assembleia Legislativa do Paraná. A escolha do método está relacionada com o objetivo da pesquisa, que busca relacionar os dados da realidade com os conceitos e teorias já existentes, por meio da coleta e descrição de conteúdo dos jornais impressos, dos telejornais e dos *releases* da assessoria de imprensa da ALEP.

Para este artigo foram utilizadas duas estratégias de pesquisa: em um primeiro momento o trabalho fez o levantamento de todo material produzido durante o ano de 2013, pelos veículos de comunicação analisados (assessoria de imprensa da ALEP, pelos conteúdos produzidos pelos telejornais da RPC TV e pelas matérias publicadas no jornal Metro) que abordaram o tema CPI da Assembleia Legislativa. As CPIs que apareceram nesse primeiro momento da pesquisa foram as seguintes: Grandes Devedores de Tributos, Ibope Eleições 2012, Copa do Mundo 2014, Pedágios, Telefonia Móvel e Planos de Saúde¹⁴.

No segundo momento foram consideradas três CPIs a dos Pedágios, Planos de Saúde e Telefonia Móvel para o levantamento da análise comparativa das semelhanças e diferenças dos conteúdos veiculados nos três veículos de comunicação para que o trabalho possa responder a pergunta do objeto de pesquisa. O critério para seleção do recorte do *corpus* da pesquisa foi o temporal, já que as CPIs têm prazo regimental, normalmente, de noventa dias, prorrogável por igual período se forem necessários na realização dos trabalhos.

Com o abordamos anteriormente, consideramos para nossa pesquisa apenas três das seis CPIs que estavam em funcionamento durante o ano de 2013 na Assembleia Legislativa do Paraná. Não consideramos a data de abertura da CPI na ALEP, mas sim as comissões que estavam em funcionamento durante o ano vigente de 2013. Nesse sentido, optamos por identificar, as CPIs que tiveram um maior número de produção de notícias e foi, assim, que a pesquisa ficou restrita a apenas três CPIs que estavam em andamento durante o ano de 2013: dos pedágios, dos planos de saúde e da telefonia móvel.

CPI dos Planos de Saúde – instaurada no dia 07 de novembro de 2012 na Assembleia Legislativa do Paraná, foi criada para investigar a atuação das empresas que prestam serviço de saúde complementar no estado. A CPI foi criada após uma sugestão da Comissão de Defesa do Consumidor, presidida pelo deputado Leonaldo Paranhos (PSC), e é resultado de uma reivindicação da Associação Médica do Paraná (AMP), do Conselho Regional de Medicina (CRM-PR) e do Sindicato dos Médicos (Simepar).

CPI da Telefonia Móvel – foi criada em novembro de 2012, com a finalidade de investigar e fiscalizar a baixa qualidade do serviço e as sucessivas quedas de sinal das empresas operadoras de telefonia móvel no Estado do Paraná. A CPI só passou a

¹⁴ As CPIs Grandes Devedores de Tributos, Ibope Eleições 2012 e Copa do Mundo 2014 não serão consideradas na pesquisa pois elas aparecem no levantamento dos conteúdos dos meios analisados, mas foram abertas durante o ano de 2013 e/ou estavam aguardando relatório final e continuavam abertas em 2013, por isso aparecem nessa primeira parte da pesquisa e o recorte primeiro do trabalho é analisar as CPIs abertas durante o ano de 2013.

funcionar em abril de 2013, quando os deputados Leonaldo Paranhos (PSC) e Nereu Moura (PMDB) aceitaram assumir respectivamente a presidência e relatoria da comissão, após uma conversa com outros partidos. A intenção na criação dessa CPI é fazer com que as empresas melhorem os serviços e que a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) cumpra com o papel de agência reguladora, o que não está ocorrendo. A alegação quando da criação da CPI é de que a Anatel, como agência reguladora deveria supervisionar, fiscalizar e tomar iniciativas quando da má qualidade que as operadoras oferecem ao usuário. As principais operadoras hoje no Brasil são multinacionais e estão desrespeitando o código de defesa do consumidor.

CPI dos Pedágios – foi instalada em julho de 2013 para investigar os contratos entre governo e concessionárias. Os deputados ouviram mais de cem pessoas. Entre elas, o ex-governador Jaime Lerner, que, em outubro de 2013, disse que o pedágio era a única saída para melhorar a situação da malha viária nos anos 1990. A intenção com a criação desta CPI foi de verificar os contratos de concessão, suas alterações, as obrigações das concessionárias, as obrigações do estado, como foi realizado o processo licitatório, que concedeu o direito as concessionárias de explorar o pedágio.

4 COBERTURA SOBRE AS CPIS DA ALEP: PESQUISA DE CAMPO

Inicialmente buscamos identificar, como processos de luta pelo poder simbólico são transpostos para a prática jornalística. Uma característica central desses casos é uma mínima continuidade – que segundo Thompson (2002) se expressa na geração de contra-alegações e de transgressões de segunda ordem provocadoras de um embate simbólico entre os atores envolvidos. Nesse sentido, o primeiro critério para seleção das coberturas foi o reconhecimento de casos que tenham uma duração temporal nos três veículos de comunicação analisados.

Em segundo lugar, adotaremos um critério de destaque. Como lembram Tumber e Waisbord (2004^a: 1979), a forma como se dá a cobertura da mídia é o “barômetro” que indica a existência (ou a ausência) de um escândalo. Quando estão expostos com estardalhaço nas manchetes, os escândalos tendem a ser presentes e relevantes. Quando estão enterrados nas páginas internas ou ignorados, o escândalo pode ser considerado acabado.

Por fim, a seleção passou pela identificação de uma transgressão de valores, normas ou códigos morais. Thompson (2002) desenvolve uma tipologia dos EPs, que os dividem em “escândalos sexuais”, “escândalos financeiros” e “escândalos de poder”. O que une os vários tipos, independentemente do formato da transgressão, segundo o autor, é o envolvimento de indivíduos ou ações que estão situadas dentro de um campo político e têm impactos no âmbito dessas relações. O artigo mostra que o conceito de Thompson (2012) não se configurou nas CPs regionais, pois o fato que dá origem às CPs é escandaloso mas a cobertura utilizada pelos meios de comunicação analisados foi burocrática e técnica ao abordar as CPs regionais.

Nesse sentido, optamos por identificar, as CPs que tiveram um maior número de produção de notícias e foi assim que a pesquisa ficou restrita a apenas três CPs que estavam em andamento durante o ano de 2013: dos pedágios, dos planos de saúde e da telefonia móvel. A tabela mostra o número total de matérias que abordaram o tema nos veículos de comunicação analisados.

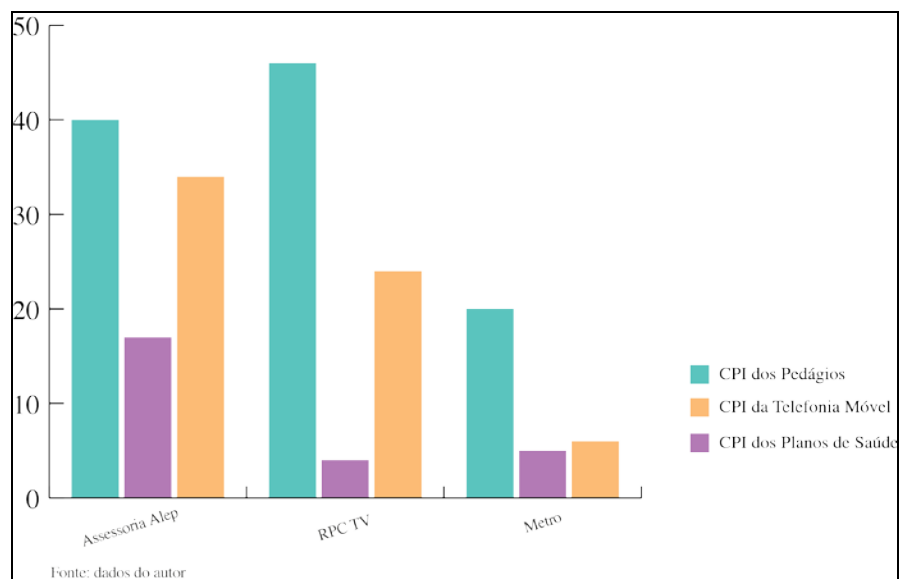
Tabela 1 – Levantamento do número de matérias que abordaram CPIs durante o ano de 2013

CPIs analisadas	Assessoria ALEP	Telejornais RPC TV	Jornal Metro
Copa do Mundo 2014	2	1	0
Grandes Devedores de Tributos	1	0	0
Ibope Eleições 2012	0	0	0
Pedágios	40	46	17
Planos de Saúde	17	4	5
Telefonia Móvel	34	24	6
Total de matérias	94	75	31

Fonte: dados do autor

Comparada ao volume de matérias e da visibilidade das CPIs nacionais houve, regionalmente, uma baixa incidência da cobertura dos veículos de comunicação analisados, ou seja, dos telejornais da RPC TV e do jornal Metro. A pesquisa, em um segundo momento, verifica agora se houve semelhanças ou diferenças na cobertura política sobre o trabalho das CPIs nos meios de comunicação estudados.

Gráfico 1 – CPIs utilizadas na análise da cobertura



O gráfico acima, que é um recorte da Tabela 1, ilustra somente as CPIs dos Pedágios, da Telefonia Móvel e dos Planos de Saúde em número de material coletado e que fazem parte da análise descritiva da cobertura política dada pelos meios de comunicação analisados.

5 CONCLUSÕES

Nossa hipótese foi parcialmente comprovada pois sustentávamos que a abordagem do tema pela assessoria de imprensa da ALEP teria uma tendência de ser mais institucional, a princípio neutra, sobre o dia a dia das CPIs o que se configurou completamente. Já os telejornais da RPC TV, em nossa hipótese inicial, teriam a tendência de um poder mais investigativo da notícia, indo além do factual na cobertura das CPIs, o que não se configurou. Muitas das reportagens dos telejornais foram retransmissões das afiliadas apenas informando que determinada CPI estava realizando trabalhos de levantamento de informações nas cidades do interior do estado sem se aprofundar na notícia. Já a cobertura feita pelo jornal Metro, em nossa hipótese inicial, atuaria meramente de forma factual ao relatar o trabalho das CPIs isso ocorreu, porém de forma muito rasa, sem uma cobertura suficiente já que foram feitas, em sua maioria, apenas notas explicativas ou pílulas de matérias das CPIs. A forma de abordagem no enquadramento da cobertura da análise da pesquisa não apresentou variação, já que tanto os telejornais da RPC TV quanto o jornal Metro não passaram do factual da notícia.

Vera Chaia¹⁵ (2000), pesquisadora da PUC-SP, defende que na sociedade contemporânea, onde a centralidade dos meios de comunicação é um fato, ocorre a adequação da política a estes meios. Para a professora Chaia (2000) as lideranças políticas necessitam da mídia e conseguem se firmar nesta situação à medida que sua imagem é veiculada por esta. Ou seja, a publicização torna-se, segundo a professora, fundamental para deflagrar ou firmar qualquer carreira política. No entanto, este processo de publicização pode acarretar problemas para estas lideranças, pois a arena da política está mais exposta a riscos e os políticos não conseguem controlar a visibilidade e o poder da mídia.

As considerações da professora Vera Chaia (2000) são relevantes na medida em que ao analisarmos as CPIs da ALEP, podemos fazer este tensionamento dos interesses dos partidos e principalmente dos políticos que compõem as comissões pois desejam estar sempre em visibilidade na mídia, mesmo sabendo do poder da mídia na busca por escândalos e pela audiência. No Paraná, a cobertura política de CPIs não teve visibilidade comparada a CPIs e escândalos abordados pela mídia nacional. Regionalmente não foi dada devida importância, o que pode configurar uma parcialidade que a mídia exerce em determinados assuntos, como foi o caso das CPIs. Estudos do professor Gomes (2004) sobre alguns modelos de mídia, explica este fenômeno como

¹⁵ <http://www.plataformademocratica.org/Publicacoes/14012.pdf>. Acesso em 12 set 2014.

sendo um modelo de imprensa empresarial - que surgiu com a inserção de anunciantes e consumidores -, a imprensa era vista antes como um meio, mas agora a imprensa é um instrumento de ação no campo social.

Outra explicação plausível seria o que os autores Castells e Arsenaut (2008) tratam em seu estudo sobre os grandes “impérios” de comunicação, que segundo os autores exercem considerável poder econômico, político e cultural e, neste sentido, identificam movimentos de concentração mercadológica em mercados multimídia para manter o exercício destas formas de poder, como “poder comunicacional”. Os autores explicam, ainda, que a atuação destes grupos de comunicação em redes, em âmbitos global e local de um panorama de tensão entre atores das mídias novas e tradicionais, “conduziram as empresas de mídia tradicional a novos modelos vastos e complexos de organização, produção e distribuição, no qual em muitas vezes se aliam e em outras competem de forma diversificadas” (ALMEIDA, 2009, p.37) e neste ambiente, estas empresas lidam com a ambivalência de o capital ser global e as identidades serem locais (CASTELLS&ARSENAUT, 2008: 1-2).

A mídia tradicional contribuiu muito com a (in)visibilidade na cobertura política das CPIs da ALEP quando passou apenas a reproduzir os comunicados oficiais ou não ter ido além do factual, além da notícia. Ao fazer a cobertura política da CPI dos Planos de Saúde, a mídia tradicional (no caso dos telejornais da RPC TV e o jornal Metro), veicularam/publicaram 9 (nove) matérias que abordaram o tema. Cinco matérias do jornal Metro, que apenas reproduziram o veículo oficial. As quatro publicações dos telejornais da RPC TV não aprofundaram o tema e isso foi insuficiente para que um os telespectadores que utilizam planos de saúde pudessem criar um entendimento.

Nas CPI da Telefonia Móvel a cobertura, mais uma vez, foi técnica e burocrática, seguindo ainda os comunicados oficiais da assessoria de imprensa da ALEP, mas o volume de material da mídia tradicional ainda foi insuficiente (6 matérias do jornal Metro e 24 veiculações dos telejornais da RPC TV), no período de seis meses que teve a duração da CPI da Telefonia Móvel.

Cobertura maior, pela mídia tradicional, foi dada ao trabalho das CPI dos Pedágios (em relação às outras CPIs estudadas) com 46 reportagens da RPC TV e 17 notas/matérias do jornal Metro. Curiosidade ficou por parte da assessoria de imprensa da ALEP que deixou de informar e/ou disponibilizar conteúdo informativo do depoimento do ex-governador Jaime Lerner. Ficou claro que o órgão oficial, burocrático e técnico, teve preferência em fazer a cobertura quando as pessoas envolvidas – e que pudessem

colaborar com as investigações – não fossem de políticos, principalmente um ex-governador de Estado.

O volume de material produzido/disponibilizado pelos meios de comunicação analisados que trata da CPI dos Pedágios levantaram 40 matérias da assessoria de imprensa da ALEP, 46 reportagens dos telejornais da RPC TV e 17 matérias do jornal Metro, mas quando o tema tratou da oitiva do ex-governador Jaime Lerner na CPI ocorreu um aumento das reportagens produzidas pelos telejornais da RPC TV em relação aos outros meios de comunicação pesquisados. Das 46 reportagens veiculadas, 6 foram sobre o depoimento do ex-governador Jaime Lerner; a assessoria de imprensa da ALEP mesmo produzindo 40 matérias sobre a CPI dos Pedágios, quando do depoimento do ex-governador Jaime Lerner, não disponibilizou nenhum material; e o jornal Metro que veiculou uma nota e uma matéria abordando depoimento do ex-governador na CPI, das 17 matérias veiculadas durante o trabalho realizado pela CPI dos Pedágios. Houve, uma mudança da cobertura pois quando um político passou a ser alvo de depoimento na CPI dos Pedágios, o ex-governador Jaime Lerner, os telejornais da RPC TV passaram a dar maior cobertura ao fato e isso pode ser explicado como lembra Thompson (2002:31), que nessa era de visibilidade midiática, o escândalo é um risco que ameaça constantemente tragar os indivíduos cujas vidas se tornaram o foco da atenção pública.

Fernando Azevedo (2010) defende que quando um escândalo político se transforma num evento midiático (e porque não em uma cobertura política também?) uma de suas principais consequências é a sua exploração política pelos grupos de oposição. É da natureza do jogo político, segundo Azevedo (2010). Porém a novidade que nos trouxe a pesquisa foi que, nas CPIs da Assembleia Legislativa, nenhum grupo de oposição levantou bandeira, incorporou ou fez um trabalho mais incisivo de cobrança após o levantamento do trabalho das CPIs analisadas.

Nesse sentido, há um previsível *feedback* entre a mídia que cobre e investiga e os grupos políticos interessados em jogar lenha na fogueira, faturar o desgaste dos adversários e prolongar sua agonia política na mídia e na opinião pública. Uma explicação plausível de acordo com Azevedo (2010) seria a retroalimentação entre a mídia e os partidos de oposição pode até ser ocasionalmente concentrada por interesses políticos e eleitorais comuns entre proprietários de mídia, editores e políticos, mas o mais provável é que ela ocorra pura e simplesmente porque os governos, partidos ou políticos evitam a exposição e o julgamento dos atores sociais para que seus erros não sejam expostos pois, se assim o fizerem, aumenta a audiência da mídia e o capital político dos partidos de oposição.

REFERÊNCIAS

ALDÉ, Alessandra; VASCONCELLOS, Fábio. “Ao vivo, de Brasília: escândalo político, oportunismo midiático e circulação de notícias”. In: **Revista de Ciências Sociais**, v. 39, n. 2, 2008.

ANDREOLA, Paula Maia W. A série “Diários Secretos”: um exemplo de escândalo político. p. 227-250. In: Neto, João Somma; André, Hendryo (orgs.). **Mídia e política: observações e críticas**. Curitiba: Imprensa UFPR, 2013.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 2 ed. Rio de Janeiro: 1998.

CASTELLS, Manuel; ARSENAUT, Amelia. **The Structure and Dynamics of Global Multi-Media Business Networks**. International Journal of Communication, fev 2008. Disponível em <http://annenbergl.usc.edu/Faculty/Communication/~media/GlobalMultimediaBusinessNetworks.ashx>; Acesso em 31/3/2015.

CHAIA, Vera; TEIXEIRA, Marco Antonio. **Democracia e escândalos políticos**. São Paulo em Perspectiva, v. 15, n 4, p. 62-75, 2001.

CERVI, Emerson. **Métodos quantitativos nas ciências sociais: uma abordagem alternativa ao fetichismo dos números e ao debate com qualitativas**. In: Ayres, J. B. (Org.). Pesquisa Social: reflexões teóricas e metodológicas. Ponta Grossa: Toda Palavra Editora, 2009.

CERVI, E. U.; MASSUCHIN, M. G. **Metodologia quantitativa em pesquisas sobre cobertura jornalística**. Revista Famecos. Porto Alegre, v. 20, n. 3, pp. 840-865, set/dez 2013.

COUTO, Cláudio G.; ABRUCIO, Fernando. **O segundo governo FHC: coalizões, agendas e instituições**. Tempo soc., São Paulo, v. 15, n. 2, Nov. 2003.

DAVIS, James. **Levantamento de Dados em Sociologia: uma análise estatística elementar**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1976.

DRUMOND, Daniela Rocha. **A visibilidade da Assembleia Legislativa do Estado do Paraná na imprensa estadual (2010-2011)**. UFPR. 2013

ENTMAN, Robert. **Framing: toward clarification of the fractured paradigm**. Journal of Communication, v. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.

GAMSON, William. **Talkingpolicitcs**. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

GAMSON, William; LASCH, Kathryn. The political culture of social welfare policy. In SPIRO, S.; YUCHTMAN-YAAR, E (Ed.). **Evaluating the welf a restate**. New York: Academic Press, 1983.

GOFFMAN, Erving. **Frame analysis**. Boston: Northeastern University Press, 1986.

GOMES, Wilson. **A transformação da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

MARKOVITS, Andrei; SILVERSTEIN, Mark (eds.). The politics of scandal: power and process in liberal democracies. New York: Holmes and Meier, 1988,

MIGUEL, Luis Felipe. **Um ponto cego nas teorias da democracia**: os meios de comunicação. BIB. Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais. Rio de Janeiro, v. 49, 51-77, 2000.

_____. **Dossiê mídia e política**. Revista de Sociologia e Política, v. 22, p. 7-12, 2004.

MIGUEL, Luis Felipe & BIROLI, Flávia. 2010a. “**Comunicação e política**: um campo de estudos e seus desdobramentos no Brasil” In: MIGUEL, Luis Felipe & BIROLI, Flávia (orgs.). Mídia, representação e democracia. São Paulo: Hucitec.

_____. 2010b. “**O caleidoscópio convexo: visibilidade, meios de comunicação e campo político no Brasil**”. Trabalho apresentado no XIX Encontro da Compós. Rio de Janeiro, 8 a 11 de junho.

_____. 2010c. “**Visibilidade na mídia e campo político no Brasil**”. Dados, v. 53, n. 3, p. 695-735.

MUNGHAM, Geoff . “**A batalha pelo controle da agenda: a media, os políticos e o processo eleitoral na Grã-Bretanha**”. In: Comunicação e Política, Vol. III, nº 2, maio-agosto 1996.

NASCIMENTO Solano. **Jornalismo sobre investigações**: relações entre o Ministério Público e a imprensa. Tese (Doutorado em Comunicação), Universidade de Brasília. Brasília, 2007.

NUNOMURA, Eduardo Yoshio. **O mensalão impresso**: o escândalo político-midiático do governo Lula nas páginas de Folha e Veja. São Paulo, 210p. Dissertação (Mestrado em Comunicações e Artes) – Universidade de São Paulo. São Paulo, 2012.

OFFERLÉ, Michel. **Sociologie des groupes d'intérêt**. Paris: Montchrestien, 1994.

PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antonio A. C. **Comunicação e política**: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004.

SANT'ANNA, F. **Mídia das fontes**: o difusor do jornalismo corporativo. Brasília: Casa das Musas, 2005.

SENNE, Fábio José Novaes de. **Enquadrando a política sob a ótica do escândalo**: uma análise da cobertura de três escândalos políticos midiáticos, a partir da perspectiva do enquadramento. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

THOMPSON, John B. **O escândalo político**: poder e visibilidade na era da mídia. Petrópolis: Vozes, 2002.

WEBER, Maria Helena. “**Comunicação pública e a captura do voto**”. Trabalho apresentado no XXXI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais. Caxambu, 22 a 26 de outubro, 2007.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.