

VII Congreso Latinoamericano de Ciencia Política
Bogotá 2013

**A corrupção e as eleições municipais de 2012:
a circulação da informação na internet**

Érica Anita Baptista

anitaerica@gmail.com

Universidade Federal de Minas Gerais

Comunicación Política y Comportamiento Electoral

Trabajo preparado para su presentación en el VII Congreso Latinoamericano de Ciencia Política, organizado por la Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP). Bogotá, 25 al 27 de septiembre de 2013.

A corrupção e as eleições municipais de 2012: a circulação da informação na internet

Érica Anita Baptista¹

Resumo: A corrupção é um fenômeno cada vez mais visível em distintos sistemas políticos e que compromete a qualidade desses sistemas. Em períodos eleitorais, os cidadãos podem assumir uma postura mais crítica e avaliativa com relação a sua própria situação e do país, em relação a aspectos políticos, sociais e econômicos. Dessa forma, pode-se questionar em que medida a corrupção é percebida e discutida em contextos eleitorais, uma vez que é o tema é uma valência importante nas campanhas eleitorais brasileiras. A internet é um importante espaço de circulação da informação política, uma vez que amplia o sistema convencional de circulação e produção da informação, além de integrar o marketing político das campanhas eleitorais. A ampliação da circulação da informação política pode ter reflexos na percepção dos indivíduos a respeito de determinados temas. Assim, a proposta, aqui, é observar a circulação do tema da corrupção na internet durante o período eleitoral de 2012.

Introdução

A corrupção pode atentar tanto contra a qualidade de vida dos cidadãos, como contra a estabilidade do sistema político. Compreendida aqui enquanto o uso inadequado da autoridade e do abuso ao poder para benefício próprio em detrimento ao bem estar da maioria, a corrupção é um problema que pode representar um entrave para diferentes sistemas políticos na busca pela estabilidade e qualidade da democracia.

A mídia brasileira veicula, recorrentemente, o tema da corrupção, sobretudo sob o viés do escândalo político e da denúncia. A percepção que os cidadãos têm a respeito do tema é objeto de investigação de vários estudiosos e é mensurada por meio de pesquisas, sejam as realizadas por instituições internacionais, como a Transparência Internacional, ou por pesquisadores e grupos brasileiros (SPECK, 2000; MOISÉS, 2010; AVRITZER, FILGUEIRAS, 2011).

¹ Jornalista e mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUCMinas). Doutoranda em Ciência Política na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e pesquisadora do grupo “Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral” sediado na mesma instituição. Pesquisadora do grupo “Discurso político midiático”, sediado na PUCMinas.

Em momentos eleitorais, acredita-se que os cidadãos podem assumir uma postura mais crítica e avaliativa com relação à sua própria situação e do país, preocupando-se mais com as questões socioeconômicas e políticas. Nesse sentido, diversos aspectos podem ganhar relevo durante as eleições e tornarem-se indicadores de voto. Dentre os vários temas que são considerados importantes indicadores, a corrupção pode ser destacada e é tema do presente trabalho. Dessa forma, é relevante observar a circulação do tema em contextos eleitorais.

Quando se pensa em circulação da informação, sobretudo a política, é importante considerar a dimensão de sua ocorrência na internet. Em cenários eleitorais, a aposta é que alguns temas ganhem relevo, seja do horizonte das campanhas online ou do próprio debate político entre os eleitores. A partir disso, a proposta deste trabalho é compreender a circulação do tema da corrupção durante as eleições de 2012. Para tanto, foram utilizados os dados do Observatório das Eleições 2012, além de inserções de dados da pesquisa “Comportamento eleitoral em Belo Horizonte em 2012”, realizada pelo IPESPE/UFMG.

Corrupção: mídia, escândalo e percepção

A dimensão teórico-conceitual da corrupção não é um consenso no pensamento político ocidental e no Brasil, os estudos sobre o tema são recentes e despretensiosos de formular uma teoria geral (FILGUEIRAS, 2008). Retomando os estudos já realizados sobre a corrupção, é possível considerar a existência de duas principais vertentes, a partir do século XX. Em um contexto que emergiu logo após a Segunda Guerra Mundial, no Estados Unidos, a agenda de estudos que se destacou foi denominada por “teoria da modernização”, cujo objetivo foi buscar no sistema organizacional dos países industrializados as variáveis sociais que tiveram na mudança a sua base para o desenvolvimento. De modo geral, a mudança social é observada em grandes dicotomias, como subdesenvolvidas e desenvolvidas, por exemplo. De acordo com essa perspectiva de estudos, a corrupção é mais saliente em sociedades pouco desenvolvidas.

Para a teoria da modernização, a corrupção está correlacionada aos processos de mudança social, representando momentos de disfunção das instituições políticas, conforme o peso da tradição nos processos de mudança. A mudança social representa estágios em que ocorre um problema de institucionalização, em que as organizações da política criam contextos favoráveis a um “comportamento de autoridades

públicas que se desviam das normas aceitas a fim de servir a interesses particulares”. (FILGUEIRAS, 2008, p.355).

Nesse contexto, a corrupção representa, então, o momento de mau funcionamento das organizações, que não se adaptam às mudanças e ficam mais suscetíveis às práticas de corrupção.

Cumprir observar, porém, que a “teoria da modernização” tem suas acepções fundadas em seu contexto histórico – entre as décadas de 1950 e 1970 – e, portanto, guarda as características da agenda do desenvolvimento da época.

Outra corrente de estudos, que se ancora na teoria da escolha racional e se tornou hegemônica a partir da década de 1990, aproxima a ocorrência da corrupção aos meandros dos setores públicos e privados, a partir de um sistema de favorecimento dos agentes públicos por meio de suborno e propina (ROSE-ACKERMAN, 1999). Assim, a corrupção estaria correlacionada ao comportamento conhecido como *rent-seeking*, em que os agentes procuram maximizar seus lucros privados. Essa busca por maior renda possível é realizada dentro ou fora regras estabelecidas de conduta. Percebe-se o acréscimo de uma perspectiva econômica a um problema, até então, com um viés mais político.

Filgueiras (2008) destaca que essa guinada de estudos empreendida a partir dos anos 1990 atenta para a necessidade de reformas institucionais, de modo a consolidar o mercado e a democracia. Para tanto, os interesses precisam estar condicionados a regras fixas para a interação entre o público e o privado. “As reformas institucionais devem caminhar no sentido de restringir os sistemas de incentivo à corrupção, minimizando o papel das burocracias estatais no desenvolvimento” (FILGUEIRAS, 2008, p. 358), conclui o autor.

As pesquisas a partir dessa época foram impulsionadas em função do “reaparecimento” do tema da corrupção na década de 1980, quando se assistia a processos de liberalização política e econômica, sobretudo na América Latina e Ásia, e em países do Leste europeu e Rússia, como observa Filgueiras (2006) a partir de Johnston (2005).

E sobre a associação da corrupção a contextos mais ou menos desenvolvidos, e suas consequências, Casas e Rojas (2008) explicam que a corrupção, em economias

emergentes, pode interferir, por exemplo, na implementação de políticas públicas para reduzir a pobreza e favorecer o progresso, ao passo que em países desenvolvidos, pode retardar investimentos na resolução de problemas globais, como a instabilidade dos mercados financeiros, mudanças climáticas etc. Isso mostra que a corrupção não está presente apenas em nações subdesenvolvidas ou em economias emergentes. Simplificando, Power e González (2003) comentam que se a corrupção fosse restrita a apenas algumas nações, não seria, em tese, proibida em praticamente todos os países do mundo.

Parte-se do pressuposto, aqui, que a corrupção é mais facilmente percebida pelos cidadãos do ponto de vista do escândalo midiático. Como Abramo (2005) menciona, no trecho destacado abaixo, a respeito da relação entre os noticiários e a opinião das pessoas. E ainda que o objetivo do artigo não seja tratar da cobertura midiática dos escândalos, acredita-se ser importante passar brevemente pela literatura pertinente ao tema.

De todos os problemas dos índices de percepções de corrupção, o principal concerne ao que eles informam sobre a prática concreta do fenômeno que é objeto das opiniões. Uma objeção que frequentemente se formula em especial por governos é que a opinião das pessoas é demasiadamente influenciada pelo noticiário. Assim, se os veículos de informação divulgam casos de corrupção, as pessoas comuns tenderiam a considerar que a corrupção está aumentando quando, muitas vezes, o aumento do noticiário pode significar não isso, mas um melhor funcionamento dos mecanismos de controle. (ABRAMO, 2005, p.36).

Em princípio, é importante ressaltar que um acontecimento que rompe normas, códigos ou valores responsáveis por regular as relações pessoais, políticas e econômicas, por exemplo, pode ser caracterizado como um escândalo, independente de sua classificação, seja político, midiático, sexual etc.

Como argumenta Lima (2006), no contexto em que há a combinação entre jornalismo investigativo, o crescimento da mídia de massa e das tecnologias de informação e comunicação emergem os escândalos midiáticos. A aproximação entre os campos político e midiático proporciona, por sua vez, o surgimento do escândalo político midiático. A respeito disso, Thompson (2002) acrescenta que:

O surgimento da imprensa de circulação de massa nos séculos XIX e XX colocou prioridade maior na necessidade de atrair um sempre maior número de leitores, criando assim um contexto em que a procura por

notícias chamativas, entretenedoras, se tornou uma característica rotineira da produção jornalística. E nesse contexto a publicação de revelações e alegações que fossem escandalosas (ou potencialmente escandalosas) pode ser vista como possuindo interesse econômico: os escândalos fornecem histórias cheias de vida, provocativas, que podem ser usadas para chamar a atenção dos leitores e mantê-los presos enquanto o enredo se desenrola dia a dia, semana a semana. (THOMPSON, 2002, p. 109).

O escândalo político envolve os agentes e as ações dentro do campo político (BOURDIEU, 1998), e os reflexos afetam as relações dentro desse campo. No campo político, a aquisição e o exercício do poder político está relacionado, entre outras formas, pelo uso do poder simbólico. Thompson (2000) se refere a poder simbólico como a capacidade de influenciar no curso dos acontecimentos e das ações, das crenças e outros, e mesmo de criar acontecimentos. O autor destaca, ainda, que “todo aquele que quiser conquistar poder político, ou exercê-lo de uma maneira durável e efetiva, deve também usar o poder simbólico para cultivar e sustentar a crença na legitimidade” (THOMPSON, 2000, p.132). Dessa forma, os agentes do campo político dependem do uso do poder simbólico para a persuasão e a influência, e para o curso dos acontecimentos. Nesse contexto, o escândalo político pode ser uma ameaça ao capital simbólico, pois pode esvaziá-lo.

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

Lima (2006) acredita que a mídia tem o poder de definir o que é público e, mais ainda, opera na constituição do que seria o “evento público”. Aldé e Vasconcellos (2008, p.61) completam com a ideia de que o escândalo é importante para mídia, na medida em que seria uma forma de “atrair a atenção das audiências”, além de dar luz ao seu viés de atuação política e social.

E sobre esse aspecto, vale mencionar as pesquisas que reafirmam a mídia enquanto importante fonte de informação e os altos índices de confiança nos meios de comunicação, como destaca o Latinobarômetro de 2011 que aponta que, na América

Latina, rádios, TVs e jornais ocupam os primeiros lugares, perdendo apenas para a igreja, no índice de confiança da população².

Casas e Rojas (2008) alertam para o fato de que “corrupção” e “percepção da corrupção” são conceitos distintos. A percepção da corrupção é primordial, uma vez que explica a sensação que os cidadãos têm na interpretação do seu entorno. No entanto, é preciso lembrar que a percepção está mediada por uma série de fatores que vão mais além das experiências pessoais de quem percebe seu entorno. Sobre isso, Abramo (2005) completa, falando da dificuldade em aferir empiricamente o fenômeno da percepção da corrupção.

No entanto, muitos esforços são feitos nesse sentido. Cita-se o Centro de Referência do Interesse Público (CRIP), sediado na Universidade Federal de Minas Gerais, que realizou uma pesquisa sobre a corrupção no Brasil em 2008³ e um dos aspectos observados foi a percepção da gravidade do problema. De acordo com a tabela 1, pode-se observar que o problema da corrupção é considerado muito grave para a maioria dos entrevistados.

Tabela 1 – Gravidade do problema da corrupção.

Muito grave	77%
Grave	20%
Pouco grave	2%
Nada grave	-
NS/NR	1%
Total: 2.421 entrevistados	

Fonte: Centro de Referência do Interesse Público, 2008. Pesquisa realizada entre os dias 10 e 16 de maio de 2008, com amostra nacional de 2.421 pessoas com idade igual ou superior a 16 anos.

Ressalta-se, também, que a percepção da corrupção entre os jovens é significativa, e é frequente a correlação que fazem entre política e corrupção. Essa associação sugere uma visão negativa e pessimista da política e um sentimento de descrença dos jovens (BAPTISTA, 2013; TELLES, 2012b).

² Dados Latinobarômetro de 2011.

³ Pesquisa realizada entre os dias 10 e 16 de maio de 2008, com amostra nacional de 2.421 pessoas com idade igual ou superior a 16 anos.

Interessante mencionar, também, a pesquisa do Ibope Inteligência de 2006 (CEVERLLINI, 2006) que buscou aferir a percepção dos brasileiros sobre corrupção, identificando, também, o autor-posicionamento dos cidadãos frente a situações do cotidiano. De modo geral, os resultados apontam uma crise de representatividade política, no sentido de os cidadãos não se enxergam nos seus representantes, projetando neles um retrato bem mais negativo do que a auto-imagem dos brasileiros. Além de corruptos, há a ideia de que os representantes políticos estão distantes dos interesses da população, ocupando-se mais em conseguir benefícios próprios, para seus parentes, amigos etc. Os entrevistados mostraram repúdio aos atos ilícitos, os quais atribuem claramente e exclusivamente à classe política brasileira e enxergam-se razoavelmente honestos, ao mesmo tempo em que admitem praticar ou aceitar uma diversidade de transgressões à lei em seu cotidiano. Vale destacar, também, como aponta Ceverllini (2006) sobre a pesquisa do Ibope, que os entrevistados parecem não relacionar seus “pequenos desvios” com o comportamento desonesto que é atribuído aos políticos. Sobre isso, é relevante trazer alguns dados da pesquisa:

Tabela 2 - Percepção de incidência de prática de ilegalidade no cotidiano (%).

Pergunta	Incidência	Os brasileiros	Pessoas conhecidas	O entrevistado
Quando tem oportunidade, tenta dar uma "caixinha ou gorjeta" para se livrar de uma multa.	Quase todos + / Sempre +	76	44	14
	Maioria / Algumas vezes	17	26	4
	Quase nenhum / nunca fez	5	25	82
Sonega impostos.	Quase todos + / Sempre +	66	26	7
	Maioria / Algumas vezes	24	30	2
	Quase nenhum / nunca fez	6	35	90
Recebe benefícios do governo, sabendo que não tem direito a eles.	Quase todos + / Sempre +	58	20	2
	Maioria / Algumas vezes	32	27	1
	Quase nenhum / nunca fez	6	44	96

Adquire documentos falsos ou falsifica documentos para obter algum tipo de vantagem (ex. identidade, carteira de motorista, carteirinha de estudante, diploma, etc.)	Quase todos + / Sempre +	43	11	1
	Maioria / Algumas vezes	45	26	1
	Quase nenhum / nunca fez	8	52	97
Quando tem uma oportunidade, pede mais de um recibo para um mesmo procedimento médico para obter mais reembolso do plano de saúde.	Quase todos + / Sempre +	42	16	2
	Maioria / Algumas vezes	35	24	1
	Quase nenhum / nunca fez	11	45	93
Compra produtos que copiam os originais de marcar famosas sabendo que são piratas ou falsificados.	Quase todos + / Sempre +	92	70	55
	Maioria / Algumas vezes	5	15	5
	Quase nenhum / nunca fez	2	11	40

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

Observa-se, também, um posicionamento ambíguo em relação aos próprios políticos: ao mesmo tempo assumem ter vergonha de seus representantes pelo modo com que tratam a coisa pública, muitos entrevistados admitem que votariam em candidatos que lhes oferecessem vantagens pessoais. É relevante destacar algumas hipóteses levantadas por Cervellini (2006). Uma delas traz a ideia de a maioria dos eleitores brasileiros já transgrediu alguma lei ou descumpriu alguma regra contratual, para obter benefícios materiais, de forma consciente e intencional. Outra admite que a maioria dos eleitores brasileiros tolera algum tipo de corrupção por parte de seus representantes ou governantes eleitos. E uma terceira hipótese assume que, assim como é atribuído às classes políticas brasileiras, há no eleitorado uma gradação tanto na prática antiética no dia a dia quanto na tolerância à corrupção política, sendo que essas duas variáveis estão correlacionadas fortemente, de modo que, quanto mais ético no dia a dia, menos tolerante o eleitor tende a ser com a corrupção.

As duas pesquisas são importantes por ilustrarem a percepção da corrupção no Brasil e a forma como os brasileiros compreendem o problema, ou seja, entendem a corrupção enquanto um ato ilícito e problemático do ponto de vista político. Alguns autores, como Casas e Rojas (2008), sugerem a hipótese de que quanto maior a percepção de corrupção, menor será a confiança institucional. E ainda observam que as condições econômicas podem afetar a percepção da corrupção. Ou seja, em situações em que as condições econômicas são deficientes, as chances de os cidadãos perceberem e se preocuparem com a corrupção são maiores e vice versa. Tal relação é muito importante quando se trata de cenários eleitorais.

A circulação da informação

Os casos de corrupção surgem enquanto escândalos midiáticos, na medida em que são promovidos a tal pela mídia que tanto publica e publiciza, quanto permite a difusão da informação política; e o público acaba dedicando atenção e se interessam para os possíveis desdobramentos dos casos.

A chamada mídia tradicional cumprem um importante papel na circulação da informação e a internet surge para ampliar esse cenário. Entretanto, é importante ressaltar que a internet trouxe uma nova forma e um novo ambiente de circulação das informações o que não significa o fim dos demais meios. Assiste-se a um processo, portanto, de descentralização da transmissão das informações e sobre isso, Alzamora (2007) pontua que:

Do ponto de vista da informação veiculada, essa perspectiva espaço-temporal significa que a noção de transmissão deixa de ser preponderante, tal como ocorre nos meios de massa, para se tornar contingente e relativa. Assim, frequentemente a noção de transmissão é substituída no ciberespaço pela ideia mais apropriada de associação, através da qual as informações são partilhadas sincronicamente em múltiplas interconexões. (ALZAMORA, 2007, p.77).

A circulação da informação permite pensar em divulgação de conteúdos, repercussão de assuntos e temas, e, ainda, pode-se dizer sobre possibilidade de pautar outras mídias. Funções que antes eram atribuídas aos profissionais da mídia tradicional, os jornalistas, a partir dessa noção de ampliação que a internet trouxe, permite que essas funções sejam distribuídas.

Os internautas que fazem uso especializado da rede têm iniciativa na circulação de informação e opinião política. Muitas vezes são atores

políticos, que têm interesse direto na divulgação e repercussão de fatos e decisões, e podem tentar agendar outros meios de comunicação, participando do jogo de referências cruzadas que caracteriza a circulação da informação na rede. (ALDE, 2011, p.372).

Uma vez que se trata aqui do tema da corrupção, abordando o viés do escândalo político, é válido retomar a discussão de Aldé e Vasconcellos (2008) acerca da importância do escândalo para a mídia, atuando como um recurso de atração da audiência e de reforço de sua atuação político-social. Os autores ressaltam que os atores políticos também participam desse jogo fornecendo novas informações na tentativa de construir ou manterem uma imagem positiva frente à audiência e, assim, acabam reforçando também o papel da mídia. E esse processo de dupla via de dependência é, também, um sistema de circulação da informação. Um cenário em que se verifica grande oferta de informações políticas compete para a visibilidade do escândalo, concluem os autores.

Ainda sobre a circulação da informação e o escândalo político, vale citar o caso do Mensalão, durante a campanha presidencial de 2006, como exemplo dessa relação com vistas à visibilidade estratégica de um escândalo político. Na oportunidade, o tema foi resgatado e amplamente divulgado, o que sugere uma tentativa de interferir nos rumos da campanha à reeleição de Luiz Inácio Lula da Silva (CASTRO, PIRES, 2009). Acontecimentos, como o escândalo político citado, abastecem a mídia diariamente. E ao mesmo tempo em que a mídia é preenchida pelas informações, pode-se dizer que ela cumpre um “papel” de denúncia.

Destacam-se as transmissões ao vivo, pelas TVs e pela internet, além dos comentários nos blogs, produzidos, em muitos casos, por jornalistas, que repercutem em outros ambientes online, promovendo discussões em redes sociais e que podem, em muitos casos, pautar outras mídias. E essa circulação da informação aumenta a visibilidade de tema e, mesmo, dos atores envolvidos. Sobre isso, é oportuno citar uma passagem de Aldé e Vasconcellos (2008, p.66):

Os protagonistas da política, assim, não são apenas participantes das disputas e debates próprios do exercício do poder e da tomada de decisões; mas, também, das oportunidades de visibilidade geradas pela *mídia*, tanto maiores quanto mais noticiável ou sensacional o contexto de sua participação – como no caso do gigantesco espaço midiático gerado pela combinação entre escândalo e novos meios, envolvendo os atores políticos em disputa pela ocupação dos *lugares de fala* mais favoráveis, mas

atribuindo à imprensa o poder último de editá-las.

E Lima (2006), com base em Bourdieu (1989) e Thompson (2002), contribui para compreender a importância da circulação da informação no que diz respeito ao curso dos acontecimentos:

O poder simbólico, por sua vez, refere-se à capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações e crenças de outros e também de criar acontecimentos mediante a produção e transmissão de formas simbólicas. Para exercer esse poder, é necessário utilizar vários tipos de recursos, mas basicamente usar a mídia, que produz e transmite capital simbólico. (LIMA, 2006, p. 12).

Essa contribuição da internet não se dá apenas com a abertura de mais um ambiente para a circulação da informação, mas também lança mão de outros dispositivos que colaboram nesse processo. Dessa forma, é importante observar esses mecanismos na internet e de que forma auxiliam na circulação das informações, e para o caso deste trabalho, as informações políticas.

Uma das formas de observarmos esses mecanismos que favorecem a circulação da informação na internet é através das *hashtags*, que se tratam de palavras-chave que direcionam o internauta a temas e conteúdos. Através da análise de recorrência é possível mensurar, entre outros aspectos, a visibilidade das *tags* e, por consequência, dos temas e conteúdos aos quais elas se referem, além dos atores envolvidos na sua produção e circulação.

Para compreender melhor as *tags*, recorreremos à noção de fórmula discursiva de Krieg-Planque (2010). De acordo com essa proposição, uma determinada palavra pode ser classificada enquanto fórmula discursiva, de modo geral, a partir do **uso** que se faz de tal “palavra”. E a autora afirma, ainda que a fórmula discursiva adquire um caráter referencial que se dá em função de a mesma “evocar alguma coisa para todos num dado momento” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p.92). No âmbito da discussão aqui proposta, o conceito é relevante para destacar a visibilidade das *tags* e como elas podem ser referenciais aos conteúdos em circulação na internet.

Lima (2006) trata do surgimento e incorporação de algumas palavras/expressões ao nosso vocabulário cotidiano, em uma perspectiva muito próxima a apresentada por Krieg-Planque (2010). O autor destaca o caso Mensalão e lembra que diversas palavras foram “criadas” e foram, aos poucos, sendo inseridas no dia a dia das pessoas.

Ele menciona a própria palavra mensalão e lembra o aparecimento de outras, como mensaleiros e valerioduto, além de expressões que se tornaram recorrentes na mídia, como CPI do mensalão, República de Ribeirão Preto, operação pizza etc. No entanto, a compreensão do sentido ou significado de tais palavras/expressões depende do contexto, ou seja, é preciso conhecê-lo para haja a produção de sentido. Isso porque, tais palavras surgiram com a função de nomear e simplificar situações mais amplas. O autor chama de “uma espécie de rótulo” e que neste trabalho oportunamente chamamos de *tags*.

Do ponto de vista da utilização das tags, cabe inferir que saber utilizá-las, no sentido de promover a circulação de temas e ganhos de visibilidade, pode demonstrar a apreensão da lógica midiática; importante lembrar que, na medida em que se confere visibilidade às *tags*, através do aumento de sua circulação, pode-se garantir o mesmo ganho em termos de imagem pública.

Internet e eleições

Ainda que o objetivo deste trabalho não seja tratar especificamente de campanhas online, é relevante discutir o uso da internet em contextos eleitorais, tanto da perspectiva do marketing das campanhas, quanto das discussões dos eleitores.

Em princípio, deve-se salientar que os estudos sobre a utilização das chamadas novas tecnologias em períodos eleitorais não se limitam apenas ao cenário tido como formal de campanhas, mas perpassa as discussões que antecedem esse momento e ocorrem no interregno eleitoral. Mesmo que o uso da internet em períodos eleitorais tenha começado antes, o que ficou marcado como “fenômeno Obama” de fato impulsionou os estudos, sobretudo do ponto de vista do marketing político, na tentativa de compreender as potencialidades das ferramentas digitais nas campanhas eleitorais. Esforços que antes se concentravam nas possibilidades de a internet “gerar novas formas de democracia, para além das democracias representativas realmente existentes” (BRAGA, NICOLÁS, 2011, p.4), se expandiram possibilitando novos questionamentos, seja no horizonte das chances de novos espaços e oportunidades de deliberação, quanto dos eventuais novos valores que poderiam ser agregados às campanhas eleitorais. Estudos mais recentes buscam compreender os seus possíveis efeitos nas decisões dos eleitores. Existem diversas pesquisas referenciais na Europa e,

principalmente, nos EUA. No entanto, no Brasil, assiste-se ao aumento do investimento em estudos e investigações sobre internet, política e eleições, considerando que a sua “entrada” nas eleições brasileiras é relativamente recente.

Essa breve discussão é importante à situação aqui apresentada, que diz respeito à circulação da informação política em período de campanha eleitoral. Ainda que o enfoque do artigo não seja compreender a corrupção enquanto tema estratégico das campanhas, não se pode desconsiderar que ele perpassou o discurso das campanhas e dos eleitores.

O tema da corrupção e a circulação da informação política em 2012

No Brasil e na América Latina de modo geral, a mídia tradicional, ou a grande mídia, ainda figura nas pesquisas enquanto importante fonte de informação dos cidadãos e seus índices de confiança são altos, ficando atrás apenas de instituições como a Igreja, como mostram os dados do Latinobarômetro de 2011.

Também destacam-se em Belo Horizonte os dados de pesquisas realizadas pelo grupo “Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral”⁴. No último barômetro realizado, entre os dias 28 e 30 de setembro de 2012, foi possível observar o grau de confiança da população nas instituições, a confiança da população nos meios de comunicação (classificados em duas instituições: TV e mídia impressa) é alto, com média de 5,1 pontos⁵, ficando atrás apenas da Igreja (1º lugar, com média de 6,5 pontos) e das Organizações não governamentais (2º lugar, com média de 5,6 pontos).

De acordo com a discussão aqui proposta, é relevante observar a internet enquanto fonte de informação política para os cidadãos e a esse respeito, é relevante destacar alguns dados importantes sobre as eleições municipais de 2012.

Tabela 3 - Meio em que obteve maior parte das informações da campanha para prefeito (1º turno).

Pelos noticiários	Pela propaganda	Pelos jornais	Pela	Pelos noticiários	Conversando com as	Outros	Total
-------------------	-----------------	---------------	------	-------------------	--------------------	--------	-------

⁴ A pesquisa “Eleições municipais 2012” trata-se de uma parceria entre o grupo “Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral” e o Instituto de Pesquisas Sociais, Políticas e Econômicas (IPESPE). O questionário foi aplicado a 803 entrevistados e a margem de erro é de 3 pp, dentro de um nível de confiança de 95%.

⁵ Média obtida do Grau de Confiança em escala de 0 a 10.

da televisão	política na televisão ou no rádio	na ou	impressos e revistas	internet	de rádio	pessoas		
274	157		67	69	33	133	8	741
37%	21%		9%	9%	4%	18%	1%	100%

Fonte: Pesquisa “Eleições Municipais 2012” (UFMG/IPESPE).

A televisão ainda é citada pela maioria dos cidadãos enquanto principal fonte de informações, como é possível observar na Tabela 1. Mas a internet já é mencionada nesse aspecto e ultrapassa o tradicional rádio. Mesmo não sendo fonte de informação política primária para os cidadãos, como vimos, a internet tem sua importância seja por oferecer espaços e modalidades alternativas de discussão política, ou por possibilitar o acesso a diversas informações com menos filtros que a mídia tradicional.

Nesse sentido, salienta-se a importância em compreender a circulação da informação política na internet, em destaque o tema da corrupção, durante as eleições municipais de 2012. Para tanto, foram utilizados os dados do extraídos do Observatório das Eleições 2012⁶, entre 9 de julho e 7 de outubro de 2012, no que diz respeito às menções ao tema da corrupção. Importante explicar que o Observatório monitorou as eleições municipais de 2012 em 14 capitais brasileiras (Belém, Belo Horizonte, Cuiabá, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Goiânia, Manaus, Natal, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo).

O Observatório das Eleições monitorou alguns perfis, nas 14 capitais, considerados influentes; critério que levou em consideração a audiência dos perfis. Estes são compostos por jornalistas, acadêmicos, militantes, veículos de comunicação, candidatos (aqueles que eram candidatos a prefeito em 2012), políticos etc.

De acordo com os dados minerados pelo Observatório, pode-se inferir que o tema da corrupção foi amplamente repercutido na internet.

Durante o período analisado, algumas *tags* foram mais recorrentes, conforme apresenta-se no Quadro 1:

⁶ O Observatório das Eleições 2012 foi desenhado e é mantido pelo Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). O projeto é uma parceria entre o grupo de pesquisa “Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral”, sediado na UFMG, e o “Centro de Convergência de Novas Mídias”, pertencente à mesma instituição.

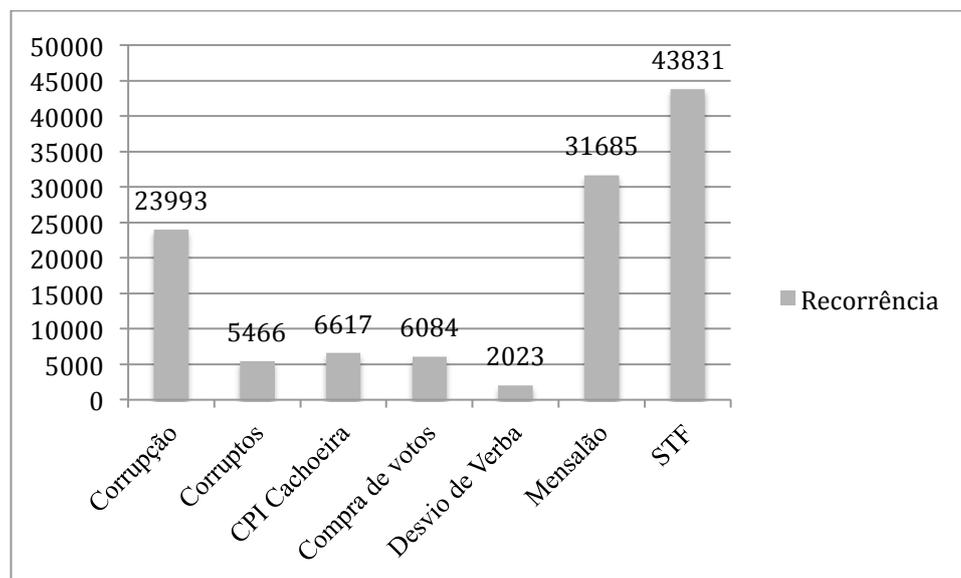
Quadro 1 – Palavras-chave relacionadas à corrupção que mais circularam na internet durante as eleições de 2012.

Palavras-chave
Corrupção
Corruptos
CPI Cachoeira
Compra de votos
Desvio de Verba
Mensalão
STF

Fonte: Dados do Observatório das Eleições 2012 da UFMG. O período de análise foi de 9 de julho a 7 de outubro de 2012. Elaborado pela autora.

As palavras destacadas no Quadro 1 exemplificam e tornam mais claro o conceito de fórmula discursiva (KRIEG-PLANQUE, 2010). Uma vez que as palavras-chave são compreendidas enquanto fórmulas discursivas, significa que a recorrência de seu uso permitiram que elas adquirissem um caráter referencial, por trazerem um mesmo conteúdo a várias pessoas. Assim, importa-nos mencionar, também, os dados que dizem respeito à recorrência das *tags* de mais audiência.

Gráfico 1 – Recorrência das *tags* relacionadas à corrupção que mais circularam na internet entre julho e outubro de 2012.



Fonte: Dados do Observatório das Eleições 2012 da UFMG. Elaborado pela autora.

Se as *tags* são consideradas palavras/expressões referenciais e sintetizam conteúdos, é importante mencionar que as palavras-chave, ou os rótulos (LIMA, 2006) que se referem diretamente a escândalos de corrupção, dizem respeito a escândalos nacionais, ou de repercussão nacional. Cabe destacar, ainda, que as *tags* mais recorrentes, “STF” e “mensalão” refletem o acontecimento mais repercutido em termos de escândalo político midiático, que foi o julgamento do Mensalão. Já que se trata de um período em que ocorreram eleições locais, pode-se questionar a ausência de escândalos de corrupção locais. No entanto, esse resultado demonstra e reforça a circulação da informação, de modo que os temas repercutidos com mais intensidade pela mídia tradicional, os escândalos que ganharam mais visibilidade, foram pautados nas discussões online.

Outra informação importante para a discussão proposta nesse trabalho diz respeito aos picos de audiência das *tags*.

Tabela 4 – Picos de recorrência das *tags* em relação ao meio.

	Corrupção	Corruptos	CPI Cachoeira	Compra de votos	Desvio de verba	Mensalão	STF
Blogs	29/set	24/set	24/set	07/out	07/out	27/set	24/set

Facebook	20/set	13/set	07/set	03/out	01/out	02/out	24/set
Sites de notícia	23/ago	27/set	31/jul	04/out	19/ago	21/ago	27/ago
Twitter	02/out	04/set	17/jul	05/out	19/set	02/out	22/set

Fonte: Dados do Observatório das Eleições 2012 da UFMG. Elaborado pela autora.

Interessante observar que os picos da *tag* “mensalão” não coincidem diretamente com os dias de mais audiência de “compra de votos”. No entanto, pode-se inferir que “compra de votos” também tem relação com o escândalo do Mensalão, uma vez que o caso tratou de um esquema de compra de votos. Essa relação só é possível a partir do conhecimento do contexto (LIMA, 2006).

Observou-se também que grande parte das mensagens que circularam nesses dias faziam referência a notícias publicadas em grandes portais de notícias. Assim, fica mais nítida a ideia de que saber utilizar as palavras-chave pode significar a compreensão da lógica midiática. Isso confere aos grandes portais de notícias expressivos ganhos em termos de visibilidade.

E sobre a visibilidade da *tag* Mensalão vale, ainda, retomar o que Lima (2006) comentou acerca de palavras ou expressões que podem se tornar recorrentes, ainda que, antes, fossem desconhecidas ou pouco utilizadas pelos atores na rede. O autor, na ocasião, citou a palavra “mensalão” e tempos depois é possível reafirmar sua entrada no vocabulário cotidiano dos cidadãos, ou sua afirmação enquanto fórmula discursiva, como define Krieg-Planque (2010).

De acordo com o Gráfico 1, a respeito de percepção da corrupção e que tem como contexto as eleições de 2012, 70,7% dos entrevistados na pesquisa conhecem ou sabem de algum caso de corrupção. A hipótese inicial foi o conhecimento do julgamento do Mensalão, em função da visibilidade que o tema adquiriu em 2012. Comparando com os resultados das palavras-chave, acredita-se que essa hipótese tenha se confirmado.

Quando se trata da disputa eleitoral de 2012, novamente é importante ressaltar o destaque dado a palavras que remetem a casos de corrupção de âmbito nacional. Essa observação é importante, na medida em que se tratou de eleições municipais e esperava-se que casos e figuras locais ganhassem mais destaque, no entanto os

resultados foram inexpressivos. Até mesmo como parte de estratégia de campanha, no caso de ataque aos adversários.

O que se pode concluir diante dos dados apresentados e com base nos conceitos mobilizados neste trabalho, é que o tema da corrupção foi repercutido na internet, sobretudo nas redes sociais, durante o período eleitoral de 2012. Quanto à circulação da informação política, é possível inferir, a partir das características dos perfis monitorados pelo Observatório das Eleições 2012, que as informações a respeito de casos de corrupção foram amplamente divulgadas pela grande mídia, uma vez que se tratou da constituição dos casos em escândalos políticos midiáticos, e sob essa condição foram repercutidas na internet. A ampla circulação da informação política a respeito da corrupção podem ter surtido efeitos na percepção da corrupção, aumentando seu grau.

Ainda que esse trabalho inicial não permita falar em influência direta/significativa ou não do tema da corrupção na disputa eleitoral de 2012, é interessante pensar em hipóteses explicativas. Uma delas é de que a percepção da corrupção pode estar relacionada à condição econômica, resgatando o que pontuam Casa e Rojas (2011). Os autores acreditam na hipótese de que os cidadãos podem variar seu grau de percepção da corrupção em função da situação econômica, que quanto melhor, mais despreocupado com relação aos atos de corrupção será esse cidadão. E isso tende a refletir nas decisões eleitorais, ou seja, as pessoas podem discutir os escândalos de corrupção, no entanto, eles podem não interferir em suas escolhas, se a situação econômica for favorável.

Alguns autores sugerem os critérios retrospectivos para compreender as escolhas dos eleitores (FIORINA, 1981; KINDER, KIEWIT, 1981). A partir dessa perspectiva, o estado da economia é o aspecto relevante que se deve considerar para entender as avaliações que são feitas sobre os candidatos. No entanto, é preciso esclarecer que a avaliação da situação econômica não diz respeito apenas a melhoras da vida pessoal, também pode estar relacionada a piores. Dessa forma, o cálculo do eleitor será positivo ao candidato se a economia ou sua situação econômica pessoal vai bem, caso contrário o eleitor pode punir o candidato.

Para além da dimensão econômica, cuja eficiência estaria na administração da

economia, outros aspectos podem ser considerados. Nesse sentido, aspectos como a ética e a honestidade também são importantes critérios avaliativos dos eleitores.

Escândalos com alegações de corrupção sucessivos podem macular estas dimensões da avaliação retrospectiva. No caso, ganham um caráter sistemático da avaliação do desempenho dos representantes eleitos, e não apenas algo circunstancial da campanha eleitoral. (RENNÓ, 2007, p.265).

Em uma situação de escândalos políticos, ainda que não haja a comprovação dos casos, a imagem do partido e/ou dos políticos pode ficar comprometida, uma vez que pode haver a veiculação recorrente de notícias (RENNÓ, 2007) e aproximando deste trabalho, da grande circulação da informação. O eleitor pode punir o candidato ou o partido em função dos escândalos de corrupção, na medida em que percebe a corrupção. No entanto, vale ressaltar que os aspectos aqui levantados não são suficientes para se possa compreender a decisão do eleitor.

Algumas considerações

A corrupção é um problema, dentre muitos outros, que pode comprometer a estabilidade de um sistema político, bem como a qualidade da democracia. Investigar a percepção e a tolerância à corrupção é um esforço contínuo de pesquisa de diversos institutos e estudiosos. Nesse sentido, considera-se relevante observar como o tema da corrupção se faz presente nas discussões dos cidadãos, sobretudo em momentos eleitorais.

Dessa forma, o presente artigo teve como propósito tratar da percepção da corrupção durante o período eleitoral de 2012, partindo da ideia de circulação da informação política na internet. Isso porque, considera-se que a corrupção pode ser um critério avaliativo importante em contextos eleitorais, considerando o tema como valência importante nas campanhas eleitorais brasileiras e, então, a hipótese seria de mais repercussão do tema.

O pressuposto é que os cidadãos percebem a corrupção mais facilmente, na medida em que ela é concebida do ponto de vista do escândalo midiático. E isso ficou evidente nas *tags* relacionadas enquanto as mais recorrentes como “CPI Cachoeira” e “Mensalão” que dizem respeito a escândalos repercutidos amplamente na mídia tradicional em âmbito nacional.

Interessante observa que as palavras-chave de maior incidência refletiram escândalos de corrupção divulgados na chamada mídia tradicional, como mencionado, e estiveram presentes nos sites de informação dos grandes veículos midiáticos e replicados nos blogs e discussões nas redes sociais. Nesse sentido, também é válido destacar o ganho desses veículos em termos de visibilidade, através da circulação da informação.

No período analisado, 9 de julho a 7 de outubro de 2012, o caso de corrupção que mais se destacou foi o Mensalão, em função de seu julgamento que teve início em agosto de 2012. E isso se refletiu nas *tags* analisadas, já que a recorrência predominante foi de palavras/expressões que remetessem a esse cenário. Não houve menções significativas a casos ou especulações de corrupção locais, ainda que as eleições do referido momento fossem municipais e esperava-se, portanto, que as discussões pudessem se concentrar mais em questões regionais.

Uma vez que o tema da corrupção circulou na internet, sobretudo nas redes sociais, tratado enquanto um escândalo político midiático, acredita-se que a percepção à corrupção tenha elevado durante o período analisado. No entanto, outros aspectos são necessários para que se possa inferir sobre possíveis reflexos nos resultados eleitorais.

Referências

ABRAMO, Claudio. Percepções pantanosas. A dificuldade de medir a corrupção. *Novos Estudos - CEBRAP*, nº 73, 2005.

ALDE, Alessandra. Cidadãos na Rede: tipos de internautas e sua relação com a informação política online. *Contemporânea* (UFBA. Online), v. 9, p. 370-389, 2011.

ALDÉ, Alessandra; VASCONCELLOS, Fábio. Ao vivo, de Brasília: escândalo político, oportunismo midiático e circulação de notícias. *Revista de Ciências Sociais* (Fortaleza), v. 39, p. 36-48, 2008.

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

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

BAPTISTA, Érica Anita. Internet e escândalos políticos: a corrupção e as eleições municipais de 2012. V Congresso da Associação Brasileira de Pesquisa em Comunicação e Política – *Compolítica*, Curitiba, UFPR, 2013.

BAPTISTA, Érica Anita. Jovens Eleitores e novas tecnologias: percepção da política e participação. *Em Debate*, Belo Horizonte, v.5, n.1, p.124-132, 2013.

BLANKENBURG, Erhard. From Political Clienteles to Outright Corruption - The rise of the Scandal Industry. In: KOTKIN, S.; SAJÓ, A. *Political Corruption in transition: a sceptic's handbook*, CEU Press: Central European University Press, 2002, p.149-165.

BRAGA, Sérgio; NICOLÁS, Maria Alejandra. O que a internet agrega às eleições? Um balanço inicial do uso da internet pelos candidatos aos governos estaduais e ao senado federal na eleições brasileiras de outubro de 2010. *IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da Wapor*, 2011, Belo Horizonte, UFMG.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Difel/Bertrand Brasil, 1989.

CAMPBELL, Angus; CONVERSE, Philip; MILLER, Warren; STOKES, Donald. *The American voter*. New York: John Wiley & Sons, 1960.

CASAS, Diana Paola Medina; ROJAS, Hernando. Percepciones de corrupción y confianza institucional. In: ROJAS, Hernando; OROZCO, Margarita; ZÚÑIGA, Homero Gil de; WOJCIESZAK, Magdalena. *Comunicacion y cidadania*. Bogotá: Universidade de Externado, 2011.

CERVELLINI, Sílvia. *Corrupção na política: eleitor vítima ou cúmplice?* São Paulo: IBOPE Inteligência, 2006.

CENTRO DE REFERÊNCIA DO INTERESSE PÚBLICO - CRIP. Pesquisa de Opinião Pública Nacional. *Relatório de pesquisas*. Belo Horizonte: Centro de Referência do Interesse Público, 2008.

FIGUEIREDO, Miguel; HIDALGO, Daniel; KASAHARA, Yuri. **When do voters punish corrupt politicians? Experimental evidence from Brasil**. Working paper. Yale Law School. New Heaven, Connecticut. 2011.

FILGUEIRAS, Fernando. Marcos teóricos da corrupção. In: AVRITZER, Leonardo; BIGNOTTO, Newton; GUIMARÃES, Juarez; STARLING, Heloisa (orgs.). *Corrupção: ensaios e críticas*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2008.

FILGUEIRAS, Fernando. *Corrupção, democracia e legitimidade*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008a.

FILGUEIRAS, Fernando. A corrupção na política: perspectivas teóricas e metodológicas. *Cadernos Cedes*, IUPERJ, nº 5, 2006.

FIORINA, Morris. *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven: Yale University Press, 1981.

GAMBETTA, Diego. Corruption: an analytical map. In: KOTKIN, S.; SAJÓ, A. *Political corruption in transition: a sceptic's handbook*, CEU Press: Central European University Press, 2002.

GOMES, W. S.; MAIA, R. C. M. **Comunicação e Democracia**: Problemas e Perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

HONG, Sounman; NADLER, Daniel. Which candidates do the public discuss online in an election campaign?: The use of social media by 2012 presidential candidates and its impact on candidate salience. **Government Information Quarterly**, v. 29, Issue 4, Oct. 2012, p. 455–461.

JOHNSTON. **Syndromes of corruption**. Wealth, Power, and Democracy. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

KINDER, R. e KIEWIT, D. Sociotropic Politics: The American Case. **British Journal of Political Science**, v.11, 1981, p.129-61.

KRIEG-PLANQUE, Alice. **A noção de fórmula em análise do discurso**: quadro teórico e metodológico. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

LAZARFELD, Paul; BERELSON, Bernard; GAUDET, Hazel. **The people's choice**. New York: Free Press, 1944.

LIMA, Venício. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2006.

MOISÉS, José Álvaro. Corrupção Política e Democracia no Brasil Contemporâneo. **Revista Latino - Americana de Opinión Pública**: investigación social aplicada, v.1, n.0, 2010, p. 103-124.

PESQUISA. Eleições municipais de 2012. Belo Horizonte: IPESPE/UFMG, 2012.

PESQUISA. Corrupção na política: eleitor vítima ou cúmplice? São Paulo: IBOPE Inteligência, 2006.

REIS, Fábio Wanderley. Corrupção, cultura e ideologia. In: **Corrupção**: ensaios e críticas. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2008.

RENNÓ, L. Escândalos e Voto: as Eleições Presidenciais Brasileiras de 2006. **Opinião Pública**, v.13, n.2, 2007, p.260-282.

ROSE-ACKERMAN, Susan. A economia política da corrupção. In: ELLIOTT, Kimberly Ann (Org.). **A corrupção e a economia global**. Brasília: Editora UnB, 2002.

ROSE-ACKERMAN, Susan. Corruption and government. Causes, consequences and reform. New York: Cambridge University Press, 1999.

SELIGSON, M. A. The impact of corruption on regime legitimacy: a comparative study of four Latin American countries. **The Journal of Politics**, n.64, 2002, p.408-433.

SHEA, Daniel M. “All Scandal Politics is Local : Ethical Lapses, the Media, and Congressional Elections”. **The Harvard International Journal of Press/Politics**, v. 4, n.2, Mar. 1999, p.45-62.

SPECK, Bruno W. Mensurando a corrupção: uma revisão de dados provenientes de pesquisas empíricas. **Cadernos Adenauer**, n. 10, 2000.

TELLES, Helcimara; MORENO, Alejandro. **Comportamento eleitoral e comunicação política na América Latina**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

TELLES, Helcimara. Apresentação da comunicação “Mídia, corrupção e redes sociais”. **Colóquio Internacional – Mídia, corrupção e novas tecnologias: Brasil e Portugal em perspectiva comparada**. Belo Horizonte, UFMG, outubro, 2012.

TELLES, Helcimara. Apresentação da comunicação “Juventude, participação e voto”. **Colóquio Internacional – Mídia, corrupção e novas tecnologias: Brasil e Portugal em perspectiva comparada**. Belo Horizonte, UFMG, outubro, 2012b.

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

WAISBORD, Silvio. **Watchdog jornalismo in South America: News, accountability and democracy**. New York: Columbia University Press, 2000.