

A midiatização da comunicação pública: um olhar sobre a discutibilidade dos escândalos políticos *

The mediatization of public communication: looking through the discusses of political scandals

■ PATRÍCIA MILANO PÉRSIGO **

Universidade Federal de Santa Maria, Departamento de Ciências da Comunicação. Santa Maria, RS-Brasil

MARIA IVETE TREVISAN FOSSÁ ***

Universidade Federal de Santa Maria, Departamento de Ciências da Comunicação. Santa Maria, RS-Brasil, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Administração, Santa Maria-RS, Brasil

RESUMO

Este artigo aborda a midiatização da comunicação pública tendo como enfoque o escândalo político do *mensalão*. A corrupção na política brasileira é pauta recorrente na mídia nacional e até internacional. Sob essa perspectiva nos propomos a delinear algumas implicações da midiatização no debate de temas de comunicação pública. Para tanto, utilizaremos os estudos de Hjarvard (2012), Fausto Neto (2006, 2008) e Sodré (2002). Sobre a comunicação pública, buscamos Weber (2009), Duarte (2007) e Brandão (2007). Observando o site *Rede de Escândalos* concluímos que a midiatiza o de temas de interesse público ainda está em estágio preliminar, deixando a discutibilidade desses assuntos para um futuro que esperamos n o muito distante.

Palavras-chave: Midiatiza o, comunica o pública, escândalos, política

ABSTRACT

This article is on the Media process of public communication focused on a political scandal named *mensalão*. The corruption in the Brazilian policy is a recurrent issue in national media and even international. Under this perspective we propose to delineate some implications of the media upon debates of public communication issues. For these we are using Hjarvard studies (2012), Fausto Neto (2006, 2008) and Sodr  (2002). On public communication we searched Weber (2009), Duarte (2007) and Brandão (2007). Having observed the site *Rede de escândalos* we can conclude that the media of issues of public interests is still at a preliminary phase, leaving these issues open to be discussed in a no longer future, hopefully.

Keywords: Media, public communication, scandals, policy

* Também auxiliaram na elabora o deste artigo as acad micas do curso de Rela es Públicas Multim dia, UFSM, Campus Frederico Westphalen, Anelise Machado e Ana Caroline Finger, bolsistas do Projeto de Pesquisa *M dia e Sociedade: discutibilidade e visibilidade de temas políticos*.

** Doutora e Mestre em Comunica o Midiática (UFSM). Professora Assistente do Depto. de Ciências da Comunica o da UFSM, Campus Frederico Westphalen. E-mail: patricia.persigo@ufsm.br

*** Doutora e Mestre em Comunica o Midiática (UFSM). Professora Assistente do Depto. de Ciências da Comunica o da UFSM, Campus Frederico Westphalen. E-mail: patricia.persigo@ufsm.br

É COMUM A COBERTURA midiática sobre casos de corrupção na política brasileira. Ao mesmo tempo também é constante na pauta dos meios de comunicação os esforços da *práxis* da comunicação pública. Nesse patamar, observamos que a sociedade civil encontra-se em meio a um emaranhado estratégico em que a própria presença da mídia provoca transformações na representação não só dos indivíduos, mas também de instituições e dos demais campos sociais.

Tanto a midiaticização, quanto a comunicação pública são conceitos utilizados há algum tempo, mas que ainda carecem de discussão e problematização. Partindo do princípio de que para uma efetiva comunicação pública é necessário o estabelecimento de uma rede de comunicação entre Estado, Governo e sociedade, ao atentarmos aos escândalos políticos caberia também considerar o papel da mídia no fomento dessa discussão. É sob essa perspectiva que diversos autores sustentam a argumentação de um processo de midiaticização a partir do momento em que a mídia perpassa diversos âmbitos e práticas sociais. Dessa forma, até mesmo a política e o interesse público, como temas centrais da comunicação pública, também são influenciados e implicados por essa mudança de status da mídia.

Para Thompson (1990) a midiaticização é um processo que integra o desenvolvimento da sociedade moderna. Dessa maneira nos questionamos, como a midiaticização afeta o debate de temas de âmbito político? Dentro da temática explicitada, nossa proposta é delinear algumas implicações desse processo no debate dos escândalos políticos que aqui entendemos serem temas de interesse público e, conseqüentemente, de comunicação pública. Para tanto, nos utilizaremos dos estudos de Hjarvard (2012), Fausto Neto (2006, 2008) e Sodré (2002). Sobre a comunicação pública buscamos Weber (2009), Duarte (2007) e Brandão (2007) para embasar nosso artigo. Como forma de ilustrar o objetivo aqui indicado, realizaremos uma observação da participação dos cidadãos e da organização das informações na *Rede de escândalos*¹, uma espécie de arquivo de escândalos políticos hospedado no website da revista *Veja*.

1. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/infograficos/rede-escandalos/rede-escandalos.shtml>>. Acesso em: 13 dez. 2012.

O PROCESSO DE MUDIATIZAÇÃO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Discutir a midiaticização na sociedade contemporânea implica também considerar que este não é um processo recente. Na atualidade é clara a importância desse fenômeno, uma vez que nosso tecido social e nossa cultura são atravessados por suas transformações. Para Hjarvard (2012) o conceito de midiaticização se mostra relevante à medida que compreendemos como a mídia se difunde, confunde e influencia outros campos e instituições de uma dada sociedade. O

autor chega a rotular sua proposta teórica como a midiaticização da cultura e da sociedade, pois segundo ele ainda temos carência de uma argumentação mais lúcida desse processo. A hipótese é que por diversas vezes os modelos teóricos consideraram os elementos – mídia, cultura e sociedade – separadamente. Nesse sentido, a midiaticização surge como um quadro teórico para revisitar antigas perspectivas sobre o papel e a influência da mídia.

Com o advento e a difusão cada vez mais generalizada das tecnologias da comunicação e informação, nos encontramos em um patamar em que o próprio processo comunicativo se adapta e conta com uma série de dispositivos que possibilitam interações mais instantâneas, simultâneas e globais. Esse aspecto é crucial para atentarmos ao que Hjarvard (2012) considera primordial ao falar sobre a midiaticização. “A sociedade contemporânea está permeada pela mídia de tal maneira que ela não pode mais ser considerada como algo separado das instituições culturais e sociais” (Hjarvard, 2012: 54).

Nesse patamar podemos observar uma espécie de onipresença da mídia. Temas, pessoas e situações que demandavam compartilhamento espaço temporal para seu debate hoje se propagam em questão de minutos. Logo, nessa sociedade, a experiência de diversos campos sociais passa a ser redefinida pela presença e protocolos da mídia, assumindo esta um papel regulatório. “A vida e dinâmicas dos diferentes campos são atravessadas, ou mediadas, pela tarefa organizadora tecno-simbólica de novas interações trazidas pelo campo das mídias” (Fausto Neto, 2008: 90). A partir dessa citação podemos observar uma autonomia do campo das mídias e a conseqüente mudança nos contratos e vínculos entre as instâncias da produção e recepção dos discursos midiáticos.

A tentativa de aclarar o conceito de midiaticização, segundo Fausto Neto (2008), algumas vezes apresenta-se de difícil elucidação. O argumento para essa complexidade seria de que sua definição está imbricada na processualidade do próprio fenômeno, o que prejudica o entendimento de olhares apressados.

Segundo Hjarvard (2012), a sociedade contemporânea está permeada pela mídia de tal forma que a mesma não pode mais ser considerada como uma ferramenta a serviço de instituições culturais e sociais. Os modelos teóricos que propõem essa formulação da mídia apenas como um meio para se chegar a um fim não dão conta da complexidade da estrutura social atual. Para o autor, a mídia se tornou “parte integral do funcionamento de outras instituições, embora também tenha alcançado um grau de autodeterminação e autoridade que obriga essas instituições [...] a submeterem-se a sua lógica” (Hjarvard, 2012: 54).

É interessante destacar o resgate de Hjarvard (2012) quanto ao histórico do conceito de midiaticização. O termo primeiramente foi aplicado à política, significando a influência e os ajustes que o campo político passa para ajustar-se

às demandas dos meios de comunicação de massa. Nesse ponto podemos observar que, desde esse entendimento inicial do termo, já está presente a ideia das instituições sociais transformadas pela presença da mídia. Outros autores como Mazzoleni e Schulz (1999 apud Hjarvard, 2012) também estudam a midiatização a partir do imbricamento da mídia com a política. Aqui, a reflexão se dá no sentido de entender como a tecnologia vem afetando os formatos de comunicação política.

Para alguns autores a política midiatizada significa uma perda de autonomia do campo político, que se torna dependente dos meios de comunicação de massa para manifestar suas funções expressivas. No entanto, resgatando a compreensão de Hjarvard (2012), não é possível separar mídia, cultura e sociedade, então talvez possamos pensar não numa perda de autonomia do campo político, mas sim numa outra maneira de fazer política na contemporaneidade. Esse entendimento justifica-se, nos dizeres de Gomes: “a imprensa que se relaciona com a política não é um sistema à parte, mas um dos componentes do universo político” (2004: 46).

Outra perspectiva à midiatização é compreendê-la à luz do código de McLuhan como propõe Logan (2011). A partir da análise correspondente entre Figura/Fundo o teórico canadense argumenta que é possível ver pistas que outros não veem e assim coloca que o fundo também é um ambiente em que a figura está situada.

O ambiente é processo, não recipiente. O ambiente sempre consegue, de algum modo, ser invisível. Só o conteúdo [também se pode ler figura], o ambiente anterior é perceptível (McLuhan, 1969: 30 apud Logan, 2011: 2).

Dessa maneira podemos exercitar nosso pensamento. Colocando a midiatização como fundo e figura, temos as diversas implicações que o processo traz: transformação na representação social, redimensionamento do tempo e do espaço e comunicação multidirecional, por exemplo. Na contemporaneidade essas são algumas das mudanças trazidas pela midiatização. Contudo, o próprio Hjarvard (2012) argumenta que o entendimento desse processo se modifica de acordo com a evolução da sociedade; por isso a importância da sua análise como figura/fundo. Seus produtos modificam-se à medida que o contexto se transforma.

Aqui nós usamos o conceito para caracterizar *uma determinada fase ou situação* do desenvolvimento global da sociedade e da cultura no qual os meios de comunicação exercem uma influência particularmente predominante em outras instituições sociais (Hjarvard, 2012: 61).

Essa influência traz à tona uma dualidade do processo em que a mídia tanto perpassa as práticas das demais instituições, quanto se constitui como uma instituição social em direito pleno. Este aspecto é o que Matta (1999) quer dizer ao diferenciar cultura massiva e cultura midiática, e nós poderíamos falar em sociedade midiática e sociedade midiaticizada (Sodré, 2002). Matta elucida que a mídia continua tendo um papel central na sociedade, mas agora como “marca, modelo, matriz, racionalidade produtora e organizadora de sentido” (1999: 84-85)².

Aproximando as ideias de Logan (2011) e Hjarvard (2012), é interessante discutir que as tecnologias que vêm reforçar as implicações provocadas pela midiaticização também geram outros entendimentos do meio como mensagem. “As sociedades sempre foram plasmadas mais pela natureza dos meios pelos quais os homens se comunicam do que pelo conteúdo da comunicação” (McLuhan, 1967b apud Logan, 2011: 7). De acordo com o teórico canadense, o próprio meio impõe certas configurações à mensagem e assim, o meio transmite duas mensagens: “uma é figura, ou o seu conteúdo, e o outro é o fundo, o fundo que cria para seu conteúdo” (Ibid.). Ainda assim, não podemos confundir mediação com midiaticização, a mediação se refere ao processo da comunicação através de um meio, que aqui podemos exemplificar com a TV, o rádio, o jornal, um blog ou um e-mail. A midiaticização é um amplo processo – fundo – que contém interações tanto mediadas quanto não mediadas – figura.

A midiaticização, para Hjarvard (2012), significa não só que a mídia possui gramática e lógicas próprias, mas também que ela atinge um grau de instituição autônoma emprestando suas práticas para as demais instituições e atores se comunicarem. Nesse sentido é que podemos dizer que a sociedade encontra-se atravessada pela mídia materializando em seus produtos/formas de expressão a influência desta. É importante ressaltar que se os primeiros estudos de midiaticização refletiam sobre os efeitos da mídia na política, então também se mostram relevantes os efeitos desse processo na constituição de um espaço público mais amplo e com potencialidade de maior discussão com vistas à ação política.

Nesse patamar de discussão, cabe compreendermos o fato de que o espaço público – onde se forma essa opinião pública – não necessariamente precisa ser um local físico, como na época dos burgueses (salões, cafés ou comunidades comensais), mas também podemos e devemos entendê-lo como um espaço simbólico (Esteves, 2011). Refletindo a partir das ideias de Rodrigues (1990), então a mídia tem sim um papel de fomentar o raciocínio de pessoas privadas reunidas em um público e, ao mesmo tempo, de também se constituir em um espaço simbólico substituindo e até mesmo complementando os locais tradicionais de discussão pública (mesmo os institucionalizados). Dessa forma

2. Tradução livre de:
“marca, modelo, matriz,
racionalidad productora y
organizadora de sentido”.

mostram-se os contornos de uma mídia também associada à ideia de opinião pública, de espaço público aberto, acessível e visível.

As instituições representam os elementos estáveis e previsíveis da sociedade moderna; elas constituem a estrutura para a comunicação e a ação humanas em determinada esfera da vida em um determinado momento e lugar (Hjarvard, 2012: 68).

Talvez ainda não estejamos num patamar ideal de popularização das tecnologias informacionais, mas é inegável que os fóruns e debates são viabilizados pela ação das mídias. É nesse sentido que as demais instituições tornam-se dependentes de uma linguagem midiática para se fazer visíveis nesse espaço público. Isto é, se entendemos que as tecnologias da comunicação e informação perpassam a sociedade como um todo (ambiente), então as próprias interações sociais passam por mudanças. “Em todos os padrões, quando o fundo muda, a figura também é alterada pela nova interface” (McLuhan, McLuhan e Staines, 2003: 180 apud Logan, 2011: 8). A grande marca do processo de midiatização apresenta-se na dinamicidade de papéis assumidos pelos indivíduos nos processos comunicacionais. Os meios de comunicação na contemporaneidade atuam numa dupla lógica: de profissionalismo, mas também de conteúdo gerado pelo usuário (Hjarvard, 2012).

A partir dos contornos delineados pelos autores é pertinente refletirmos sobre o potencial de discutibilidade de temas públicos na sociedade midiatizada. Assim, resgatamos então o entendimento de comunicação pública e como ela se redimensiona frente às potencialidades apontadas.

A COMUNICAÇÃO PÚBLICA MDIATIZADA

Na tentativa de melhor compreender a comunicação pública, podemos questionar as diversas perspectivas que envolvem o seu conceito: seria esta uma forma de comunicação feita pelo governo e/ou poder público? Ou uma comunicação de livre acesso, em oposição àquilo que é privado? Também poderia ser a comunicação organizacional praticada em instituições de direito público?

A expressão *comunicação pública* vem sendo utilizada com diversos significados. Elizabeth Brandão, ao realizar um mapeamento das múltiplas formas de utilização do termo, aponta ser possível identificar ao menos cinco áreas de “conhecimento e atividade profissional” (2007: 1) para esta modalidade comunicacional, desde entendimentos simplistas e funcionais até aqueles que buscam a sua relação com o estado democrático e a esfera pública.

A primeira compreensão vem da prática de conhecimentos e habilidades da comunicação organizacional em instituições públicas visando a criar relacionamentos e construir identidade e imagem; em alguns países, esta é considerada

uma forma de comunicação pública. Em outro panorama, é a sua associação com a comunicação científica que se traduz pelo esforço de despertar na opinião pública interesse pelos assuntos da ciência, o que também representa uma estratégia de cunho educacional em uma dada sociedade. Uma terceira via de entendimento estabelece a comunicação pública identificada com comunicação política. A ligação entre comunicação e política é antiga e, talvez, a relação tão próxima e necessária entre esses campos contribua para a dificuldade de entendimento. O quarto viés de compreensão vincula a comunicação pública com o fruto das estratégias de comunicação da sociedade civil organizada e, por fim, Brandão (2007) traz o entendimento dessa comunicação como a comunicação do Estado e/ou Governo. “Esta é uma dimensão que entende ser de responsabilidade do Estado e do Governo estabelecer um fluxo informativo e comunicativo com seus cidadãos” (Brandão, 2007: 4).

No Brasil, os estudos em comunicação pública se iniciaram na década de 1990 com a tradução do artigo de Pierre Zémor (1995), *La Communication Publique*, feita por Elizabeth Brandão. Desde então, são muitos os esforços na busca por uma definição conceitual, percorrendo diversas instâncias como o Estado, a sociedade, o Governo, o interesse público e a cidadania plena. Neste sentido, Brandão (2007) reforça a sua contribuição, de forma bastante simplificada, enfatizando que a comunicação pública diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, governo e sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania.

É interessante ressaltar que a vinculação – Estado, Governo e Sociedade – deve ser o cerne da concepção de comunicação pública, colocando em prática estratégias, disponibilizando informações e estimulando a participação e o imbricamento dessas três esferas. No plano ideal, é a efetivação desse processo e suas implicações que vão assegurar a cidadania. McQuail define comunicação pública como “uma intrincada rede de transações informacionais, expressivas e solidárias que ocorrem na esfera pública ou espaço público de qualquer sociedade” (1998 apud Brandão, 2007: 6). O autor ainda assinala que essas informações transacionadas devem ser eminentemente de interesse público a partir das quais também se demanda a participação cidadã. Weber, ratificando essa consideração, expõe:

é necessário relacionar comunicação pública ao interesse público, tanto do ponto de vista da teoria quanto da práxis, ou seja, o público associado ao estatal e ao governamental se é de democracia que se fala. Significa pesquisar e debater sobre estruturas e a produção de informação pública e a circulação de temas de interesse público, ou seja, direitos e responsabilidades assegurados pelo Estado e pelos governos democráticos eleitos como representantes da sociedade (Weber, 2009: 13).

P

A midiaticização da comunicação pública: um olhar sobre a discutibilidade dos escândalos políticos

3. Aqui, devemos lembrar o caráter transitório do governo que, a cada novo pleito eleitoral, é alternado; já o Estado é permanente; todos somos cidadãos do Estado Nação do Brasil.

A partir da elucidação de Weber, torna-se mais clara a compreensão de que a comunicação pública é ampla e, nela, estão contidas as formas de comunicação governamental e política, não devendo esses conceitos ser utilizados como sinônimos. Duarte (2007), ao abordar a comunicação governamental, define algumas diferenças entendendo-a como os fluxos informativos e relacionamentos comunicativos estabelecidos entre o Poder Executivo e a sociedade³, enquanto a comunicação política busca uma articulação com os indivíduos no sentido de conquistar a opinião pública, que seria a forma de relação estabelecida pelos partidos políticos.

No entanto, é pertinente salientar que os rumos de desenvolvimento ou de atraso de dada nação envolvem não só os poderes políticos instituídos, mas também os diversos indivíduos que compõem determinada sociedade. Embora caracterizada, sobretudo, pela sua natureza discursiva, é premente destacar que a

comunicação pública coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito às suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável. Portanto, é um bem e um direito de natureza coletiva, envolvendo tudo o que diga respeito a aparato estatal, ações governamentais, partidos políticos, movimentos sociais, empresas públicas, terceiro setor e, até mesmo, em certas circunstâncias, às empresas privadas (Duarte, 2007: 61).

Ao utilizarmos essa expressão, estamos mostrando que a comunicação é um processo natural e intrínseco a qualquer organismo social, seja uma organização pública ou privada. Tendo em vista as constantes transformações trazidas pelas tecnologias da informação e da comunicação, atingimos um patamar em que os temas (públicos ou privados) adquirem graus distintos de visibilidade. Neste aspecto, as possibilidades de contato e interface entre governo, Estado e sociedade multiplicam-se, cenário que mostra, cada dia mais, a possibilidade de envolvimento do cidadão nos rumos de um governo que também é seu; a mídia também se apresenta como espaço de tensão que coloca em debate diversos temas.

Se a comunicação pública tem como foco o cidadão e o debate de temas de interesse público – e existindo como pano de fundo os escândalos políticos, a transparência dos atos governamentais, o emprego de verbas e recursos públicos, o planejamento orçamentário da União, as relações entre instituições públicas e privadas, bem como entre seus representantes – também representa uma temática de interesse público e que – ao menos teoricamente – deveria ser a prioridade da cobertura midiática.

Sob essa perspectiva, cabe esclarecermos nosso entendimento da comunicação pública como um amplo processo em que, nas redes de interação que se estabelecem entre governo, Estado e sociedade, a mídia está presente como um campo social estruturante dos demais. Nesse sentido, a *práxis* pública de que estamos falando se mediatiza a partir do momento em que as formas de representação, interação, comunicação e vigilância estão pautadas por protocolos e entram em funcionamento de acordo com a lógica midiática.

Independente da instância comunicativa, ao tratarmos sobre governo ou sociedade é relevante o entendimento do real significado de uma sociedade democrática. Para Bobbio (1997), desde a idade clássica, esse termo sempre foi utilizado para designar uma forma de governo ou ainda “um dos diversos modos com que pode ser exercido o poder político. Especificamente, designa a forma de governo na qual o poder político é exercido pelo povo” (Bobbio, 1997: 135). Podemos depreender dessa concepção, a importância do papel do cidadão, não apenas entendido como um mero receptor ou ainda o *fim* do processo comunicativo, mas também como protagonista implicado diretamente na vida política de seu país. Dessa forma, a comunicação pública mediatizada aproxima as esferas em questão e implica, convoca os cidadãos a debaterem o interesse público que perpassa diversos campos sociais, inclusive o midiático.

A comunicação pública visa, por meio de estratégias, a fomentar a participação dos cidadãos na própria formulação de políticas públicas. “Para conseguir isto, os instrumentos de comunicação são utilizados a partir do ponto de vista do cidadão em sua plenitude e não apenas em suas faces de consumidor, eleitor, usuário” (Duarte, 2007: 61). A prática dessa comunicação demanda assumir um comprometimento com o interesse coletivo, preterindo benefícios individuais ou corporativos.

Nesse patamar é proeminente refletirmos sobre a discutibilidade de temas públicos numa sociedade que se encontra permeada pela lógica midiática. Se a própria comunicação pública assume contornos mediatizados então as redes de comunicação que se formam devem privilegiar a conscientização do cidadão a respeito da importância da sua atuação não só como eleitor, mas também como vigilante do poder público.

ENTRE PECHINCHAS, FAVORES E MENSALÕES

Entre os anos de 2005 e 2006 o Brasil passou por uma de suas maiores crises políticas durante o governo do então presidente Luís Inácio Lula da Silva. Nesse período ocorreram diversos esquemas de troca de favores e compra de votos de parlamentares tendo como contrapartida a aprovação de determinados projetos no congresso federal. A revista *Veja* fez a cobertura e a divulgação de denúncias

de atos escusos e políticos envolvidos no esquema. Em 14 de maio de 2005 a revista divulga a denúncia do envolvimento do ex-Chefe da Empresa de Correios e Telégrafos, Maurício Marinho, que recebia favores de um empresário. Nessa denúncia Marinho relata em detalhes o esquema, citando nomes de políticos, como o deputado Roberto Jefferson, do PTB.

O neologismo *mensalão* foi popularizado por Jefferson em entrevista ao jornal *Folha de S.Paulo*, o que ampliou a propagação das denúncias e a publicidade de uma série de atos de improbidade administrativa e de corrupção. O mensalão faz referência à palavra mesada como forma de ilustrar a propina mensal paga aos parlamentares para votarem a favor de projetos de interesse do poder executivo. Segundo o deputado Roberto Jefferson, à época das denúncias, esse termo era comum nos bastidores da política brasileira e que o esquema foi organizado por José Dirceu, então ministro chefe da Casa Civil.

O mensalão foi um termo apropriado pela cobertura midiática nacional e internacional. Em agosto de 2007, o Supremo Tribunal Federal deu início ao julgamento das denúncias que envolviam 40 nomes de políticos no esquema sob acusação dos crimes de formação de quadrilha, peculato, lavagem de dinheiro, corrupção ativa, gestão fraudulenta e evasão de divisas. Nessa circunstância, os envolvidos passaram de acusados a réus. O julgamento foi retomado em agosto de 2012 quando o então procurador da República, Roberto Gurgel, manifestou-se dizendo que o mensalão foi “o mais atrevido e escandaloso esquema de corrupção e de desvio de dinheiro público flagrado no Brasil”⁴.

A partir deste cenário descrito brevemente, o entendemos como um tema de interesse público e que se constituiu como objeto de discussão em diversos contextos, online e offline. A apropriação do acontecimento *mensalão* pelas mais variadas plataformas midiáticas foi possibilitada graças às tecnologias da informação e comunicação, o que ocasionou, ou ao menos deveria ocasionar, uma ampliação da *esfera pública de debate*.

Partindo do entendimento de Gomes (2006) de que a mídia seria não só uma ambiência, mas a partir dela os processos midiáticos se constituem em operadores de inteligibilidade social, então a comunicação pública, tendo a mídia como um de seus elementos, também deveria ocupar-se de um debate mais acirrado sobre a prática corruptiva no Brasil – situação cada dia mais comum em nossa realidade política. Onde está a esfera civil nesse debate? Que papel desempenha a mídia? Como se posicionam os partidos políticos? Como podemos observar a midiaticização da comunicação pública?

Como uma estratégia de compilação dos tantos casos de corrupção da sociedade brasileira, a revista *Veja* lançou em 9 de dezembro de 2011 o link *Rede de Escândalos: a memória viva da corrupção*, hospedado em seu website.

4. Disponível em: <<http://www.portugaldigital.com.br/politica/ver/20070874-qmensalaoq-um-dos-maiores-escandalos-politicos-do-brasil-coemca-a-ser-julgado-hoje>>. Acesso em: 16 dez. 2012.

Com essa estratégia o veículo tem como objetivo ser um arquivo de escândalos políticos do Brasil desde o ano de 1988. Logo em seu cabeçalho (Fig. 1) já é possível observar ao fundo uma capa de *Veja* com a foto de José Dirceu, destaque em 2005, logo após ter estourado o escândalo do mensalão.



FIGURA 1 - Cabeçalho do link *Rede de Escândalos* – Revista *Veja*

Seguindo o objetivo proposto neste artigo, precisamos observar o site e refletir sobre como a possibilidade de representação dos casos de corrupção por meio desta estratégia da revista *Veja* pode ser visualizada pelos seus leitores não como um depósito de casos, mas como um ponto de partida para uma discussão maior. A corrupção no Brasil precisa ser pensada como uma temática séria e que implica a todos. Todos somos responsáveis pelo que nossos representantes políticos estão desempenhando ou como estão investindo recursos públicos.

Em termos de usabilidade do website, a *Rede de Escândalos* apresenta uma boa organização, com seções para cada evento, sendo elas: explicação geral, frases, os personagens, o escandalômetro (Fig. 2), acervo digital e outras edições.

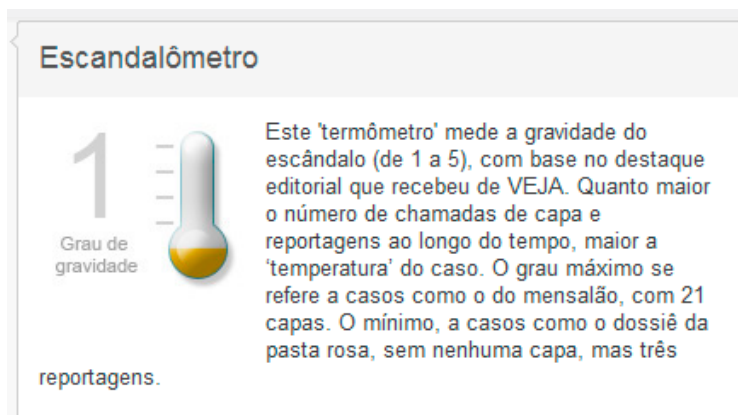


FIGURA 2 - Escandalômetro – Rede de Escândalos

Pensando no fomento da discussão de temas polêmicos, o website da revista *Veja* hospeda arquivos referentes ao mensalão e outros tantos casos de corrupção na política brasileira como forma de se constituir em uma memória social. Ainda observamos que o site não redireciona a links em outros locais relacionados com o assunto, deixando em evidência somente a opinião da sua editoria, o que pode se tornar prejudicial à discutibilidade do assunto, ou seja, o espaço continua estático, não proporcionando ao internauta um *feedback* sobre o mesmo. Ao mesmo tempo em que a estratégia de disponibilizar uma *rede social de escândalos* pode significar mais uma possibilidade de informação ao cidadão, também demonstra certo controle do veículo em questão ao apenas enumerar os tantos exemplos de improbidade, uma vez que não oferece espaços para comentários ou manifestações dos leitores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cobertura midiática dos escândalos políticos é muito comum nos dias atuais, pois a sociedade civil está, de alguma forma, perpassada pelos conteúdos de diversas plataformas midiáticas. A comunicação pública já existe há algum tempo, porém ainda carece de maiores aprofundamentos teóricos que problematizem os temas de interesse público e ainda fomentem um debate público sobre os mesmos. Para que esta seja eficaz, é necessário um verdadeiro diálogo entre Estado, Governo e sociedade e é exatamente por isso que buscamos refletir sobre a *Rede de Escândalos* da revista *Veja* como espaço midiático em rede.

Apesar de todo o intuito da revista *Veja* em fomentar o debate sobre os escândalos, percebe-se uma carência de espaços de manifestação. É como se, mesmo na plataforma digital, os leitores retornassem àquela realidade de processo informativo, em que poucos falam e muitos escutam. Outra questão que se sobressai nesse contexto é que o website também não apresenta links para outros endereços, como os de órgãos do governo que estavam apurando as denúncias, ou mesmo sites que representassem a manifestação formal dos envolvidos. Se na sociedade midiaticizada todos temos diversas possibilidades de representação e manifestação, então, um veículo de comunicação que cada vez mais se faz presente na mídia digital, e que se constitui como um dos elementos da comunicação pública, deveria possibilitar e fomentar a formação das redes de comunicação em torno de um tema tão importante, e de imprescindível discussão em nossa sociedade, como a corrupção política.

Dessa forma, chegamos a um ponto em que é necessário refletirmos sobre a discutibilidade de temas públicos numa sociedade que se encontra permeada pela lógica midiática. Se a comunicação pública é permeada pela midiaticização, as redes de comunicação que se formam também devem

privilegiar a conscientização do cidadão sobre a importância de ser um eleitor, leitor e cidadão. **M**

REFERÊNCIAS

- BOBBIO, N. *Estado, Governo e Sociedade: Para uma teoria geral da política*. Rio de Janeiro: Paz e Terra: 1997.
- BRANDÃO, Elizabeth. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.
- DUARTE, Jorge. Instrumentos de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.
- ESTEVES, J. *Sociologia da Comunicação*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.
- FAUSTO NETO, Antônio. *Mediatização, prática social - prática de sentido*. Unisinos. PPGCC, São Leopoldo, 2006.
- FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma “analítica” da mediatização. *MATRIZES*. ano 1, n. 2, p. 89-105, 2008. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v1i2p89-105>
- GOMES, W. S.; MAIA, R. C. M. *Comunicação e Democracia: Problemas e Perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008.
- GOMES, W. Apontamentos sobre o conceito de esfera pública política. In: R. MAIA e M.C.P.S. CASTRO (orgs.), *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte, UFMG, 2006.
- GOMES, Wilson. *Transformações na era da comunicação de massa*. Paulus. São Paulo, 2004.
- HJARVARD, Stig. Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *MATRIZES*. vol. 5, n. 2, p. 53-91, 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>
- LOGAN, Robert K. Figura/Fundo: decifrar o código McLuhan. *E-compós*, vol. 14, n. 3, p. 84-85, set./dez. 2011.
- MATTA, Maria Cristina. De la cultura masiva a la cultura mediática. *Diálogos*, n. 56, Lima: Felafacs, 1999.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da Comunicação*. Questão Comunicacional e Formas de Sociabilidade. Lisboa: Presença, 1990.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho: Uma teoria da comunicação linear e em rede*. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 6. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1990.
- WEBER, Maria Helena. Comunicação Pública. *Mídia Com Democracia*. n. 8, p. 13, jan. 2009.

Artigo recebido em 12 de junho de 2013 e aprovado em 12 de março de 2014.