

ÉRICA ANITA BAPTISTA

INTERNET E ESCÂNDALOS POLÍTICOS: A CORRUPÇÃO E AS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2012

Artigo apresentado ao **Grupo de Trabalho de Internet e Política** no V Congresso da Compolítica, realizado em Curitiba/PR, entre os dias 8 e 10 de maio de 2013.

ISSN 2236-6490

MAIO 2013

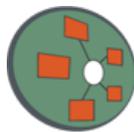
V Congresso da Associação Brasileira de Pesquisa em Comunicação e Política
De 8 a 11 de maio - Curitiba/UFPR

Internet e escândalos políticos: a corrupção e as eleições municipais de 2012¹

Érica Anita Baptista²

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho 04 (Internet e Política) do V Encontro da Compolítica, na Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 8 a 10 de maio de 2013.

² Doutoranda em Ciência Política na Universidade Federal de Minas Gerais e pesquisadora do grupo “Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral” sediado na mesma instituição. Pesquisadora do grupo “Discurso político midiaticizado”, sediado na PUCMinas. Colaboradora do blog Comunicação e Política www.comunicacaoepolitica.com.br. anitaerica@gmail.com



Resumo

Diferentes sistemas políticos se deparam com grandes desafios no sentido de aumentar a estabilidade e a qualidade da democracia. 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, do ponto de vista político, social e econômico. Dessa forma, questiona-se em que medida os eleitores brasileiros percebem, discutem e toleram a corrupção em contextos eleitorais, considerando o tema como valência importante nas campanhas eleitorais no Brasil. A internet figura-se enquanto importante espaço de circulação da informação política, ampliando o sistema convencional de circulação e produção da informação, além de integrar o marketing político das campanhas eleitorais. A partir de tais observações, propõe-se a análise do tema da corrupção na internet durante as eleições municipais de 2012, de modo a compreender a circulação dessa informação e em que medida ela repercutiu no referido pleito.

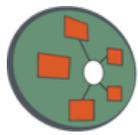
Palavras-chave

Corrupção; Eleições 2012; Internet e política.

Introdução

Um dos fenômenos que atentam tanto contra a qualidade de vida dos cidadãos, como contra a estabilidade do sistema político é o fenômeno da corrupção, que tem conseguido permear todos os setores da sociedade. E a corrupção pode ser um entrave para diferentes sistemas políticos na busca pela estabilidade e qualidade da democracia. E entendida enquanto o uso inadequado da autoridade e do abuso ao poder para benefício próprio em detrimento ao bem estar da maioria, a corrupção se apresenta na atualidade como um fenômeno cada vez mais visível em todos os regimes políticos. É um tema recorrentemente veiculado na mídia brasileira e a percepção que os cidadãos têm do fenômeno tem sido mensurada periodicamente por instituições internacionais, como a Transparência Internacional, e investigações brasileiras (SPECK, 2000; MOISÉS, 2010; AVRITZER, FILGUEIRAS, 2011).

Acredita-se que em momentos eleitorais, os cidadãos podem assumir uma postura mais crítica e avaliativa à sua própria situação e do país, tanto do ponto de vista econômico, quanto social e político. Diversos aspectos podem ganhar importância durante as eleições e se tornarem indicadores de voto. Dentre muitos temas que são considerados importantes indicadores, a presente pesquisa propõe dedicar-se à corrupção. Ao considerar a importância do tema na decisão do voto, aliado a outros fatores, sem dúvida, é relevante questionar em que medida os eleitores brasileiros percebem, discutem e toleram a corrupção, sobretudo, em contextos eleitorais.



São muitos os trabalhos que se dedicam aos cenários eleitorais nacionais e por considerar que as eleições municipais são importantes, do ponto de vista da formação de alianças, acordos e da estruturação das lideranças locais para o plano nacional, optou-se por observar o tema da corrupção durante as eleições municipais de 2012.

Importante considerar, ainda, a circulação da informação política na internet. Sobretudo em períodos eleitorais, a aposta é que alguns temas ganhem relevo, seja da perspectiva das campanhas online ou da própria participação dos eleitores. Ainda que não se possa apostar na internet enquanto definidora de cenários eleitorais, sua relevância nesse processo vem crescendo, de modo que o presente trabalho apresenta um esforço inicial em compreender a relação entre a circulação do tema da corrupção na internet e tentar estabelecer uma relação entre essa discussão e uma possível parcela de influência nas decisões dos eleitores em 2012.

Cabe explicar que para empreender este projeto, foram utilizados os dados do Observatório das Eleições 2012, desenvolvido na Universidade Federal de Minas Gerais, referentes às *hashtags* relacionadas à corrupção mais utilizadas entre os meses de agosto e outubro de 2012. Também foram utilizados os dados da pesquisa “Comportamento eleitoral em Belo Horizonte em 2012”, realizada pelo IPESPE/UFMG³.

Corrupção: do escândalo à percepção

Uma vez que se propõe a tratar do tema da corrupção, é relevante trazer um breve panorama dos conceitos já elaborados sobre o tema.

Filgueiras (2008) salienta que não se pode tratar, a rigor, de um consenso teórico do que seria corrupção no pensamento político ocidental. No Brasil, os estudos sobre corrupção são recentes, mas despretensiosos de formular uma teoria geral e abordagem interpretativa. O autor retoma Reinhart Koselleck, para quem a construção da história dos conceitos políticos deveria passar pela aproximação entre o espaço de experiência e o horizonte de possibilidades expresso pela teoria. Nesse sentido, Filgueiras (2008) conclui que a construção de uma teoria política da corrupção

³ Convém mencionar que este trabalho visa apresentar os resultados preliminares de duas pesquisas mais amplas sobre “Eleições municipais” e “A representação da corrupção na mídia e nas redes sociais”, que vêm sendo realizadas no grupo “Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral” (DCP/UFMG).

precisaria dar conta não somente das possibilidades descritivas dos conceitos políticos, mas deveria abrigar, ainda, o horizonte normativo expresso por cada teoria.

Considera-se a existência de duas vertentes de estudos, iniciados a partir do século XX, para o tema da corrupção (FILGUEIRAS, 2008). Na agenda denominada como “teoria da modernização”, que emergiu no contexto que sucede a Segunda Guerra Mundial, nos Estados Unidos, a tentativa foi buscar no sistema organizacional dos países industrializados as variáveis sociais que tiveram na mudança a sua base para o desenvolvimento. De modo geral, essa vertente trata de mudança social observada em grandes dicotomias, como subdesenvolvidas e desenvolvidas, por exemplo. Como observa o autor, seria uma abordagem funcional, que buscou esquematizar uma relação de causa e efeito. De acordo com a perspectiva da modernização, a corrupção é mais destacada em sociedades pouco desenvolvidas.

Para a teoria da modernização, a corrupção, a corrupção está correlacionada aos processos de mudança social, representando momentos de desfuncionalidade 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.

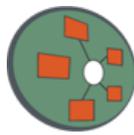
De todos os problemas dos índices de percepções de corrupção, o principal concerne ao que eles informam sobre a prática concreta do fenômeno que é objeto das opiniões. Uma objeção que frequentemente se formula em especial por governos é que a opinião das pessoas é demasiadamente influenciada pelo noticiário. 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 população⁴.

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 2008⁵ 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.

⁴ Dados Latinobarômetro de 2011.

⁵ 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.

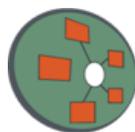


Tabela 1 – Gravidade do problema da corrupção

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

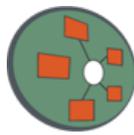
Fonte: Centro de Referência do Interesse Público, 2008.

Entre os jovens, a corrupção também é percebida e, principalmente, se estabelece a relação, frequente, entre política e corrupção. Essa associação reflete uma visão negativa da política e um sentimento de descrença dos jovens (BAPTISTA, 2013; TELLES, 2012b).

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 atribuído aos políticos. Sobre isso, é relevante trazer alguns dados da pesquisa:

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

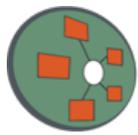
Pergunta	Incidência	Os brasileiros	Pessoas conhecidas	O entrevistado
Quando tem oportunidade, tenta dar uma	Quase todos + / Sempre +	76	44	14
	Maioria /	17	26	4



"caixinha ou gorjeta" para se livrar de uma multa.	Algumas vezes			
	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.

Além disso, observa-se um posicionamento ambíguo em relação aos próprios políticos: ao mesmo tempo em que dizem ter vergonha de seus representantes pela forma que tratam a coisa pública, muitos admitem que votariam em candidatos que lhes oferecessem vantagens pessoais. É relevante destacar algumas hipóteses levantadas pela autora a partir da pesquisa realizada pelo Ibope, de modo a contribuir neste trabalho. Uma das hipóteses é de que 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 e essas duas variáveis estão correlacionadas fortemente, ou seja, quanto mais ético no dia-a-dia, menos tolerante com a corrupção tende a ser o eleitor.

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.

Os autores também trazem uma importante observação, de 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, como é o caso aqui observado.

A circulação da informação

Os casos de corrupção surgem enquanto escândalos midiáticos, na medida em que são promovidos a tal pela mídia que, além de publicar, permite a difusão da informação política; o que chama a atenção do público e nele desperta o interesse para possíveis desdobramentos dos casos.

Gomes (2008) explica a existência de dois sentidos para a esfera pública, sendo que um deles abrigaria a publicidade social e ele o chama de “esfera de visibilidade pública”, “É cena do prosclênio social, aquela dimensão da vida social (‘política’ ou ‘civil’, diriam os antigos) que é visível, acessível, disponível ao conhecimento e domínio públicos.” (GOMES, 2008, p.134). Outro sentido atribuído seria o da discussão pública, na qual as posições são expostas para conhecimento de todos, além de cumprir como um espaço de argumentação. A partir disso, pode-se inferir que a internet seria uma ampliação dessa esfera de visibilidade pública. Desse modo, os

temas lançados nesse espaço disputam visibilidade.

A internet ampliaria o que se poderia chamar de sistema convencional de circulação e também de produção da informação, funções que antes eram centradas nos agentes profissionais e na mídia “tradicional”. No entanto, é importante ressaltar que a internet trouxe uma nova forma de circulação das informações o que não significa o fim dos demais meios. Aliás, o que se tem assistido é a convergência dos meios. A transmissão das informações tornou-se, portanto, um processo descentralizado. Alzamora (2007) observa 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).

Quanto à circulação da informação, é possível pensar em uma divulgação de um conteúdo, uma repercussão, ou, ainda, pode-se dizer que ela pautar outras mídias. Sobre isso, Aldé (2011) comenta:

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).

Em virtude do tema tratado neste artigo, cabe aqui retomar a discussão iniciada por Aldé e Vasconcellos (2008) acerca da importância do escândalo para a mídia, enquanto recurso de atração da audiência e de reforço de sua atuação político-social. Os autores completam, explicando que, por outro lado, os atores políticos participam desse jogo fornecendo novas informações na tentativa de construir uma imagem positiva frente à audiência, e acabam reforçando, também, o papel da mídia. E se observa não apenas um processo de dependência mútua, mas de circulação da informação. Os autores destacam, ainda, que esse cenário de oferta de informações políticas compete para a visibilidade do escândalo.

Um exemplo de circulação da informação com vistas à visibilidade estratégica de um escândalo político foi o caso do “Mensalão” durante a campanha presidencial de 2006. Na oportunidade, como sugerem Castro e Pires (2009), o tema foi estrategicamente

resgatado e amplamente divulgado na tentativa de interferir nos rumos da campanha à reeleição de Lula.

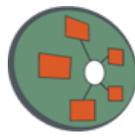
Os acontecimentos, como os escândalos políticos mencionados, abastecem a mídia diariamente. E nesse sentido, pode-se dizer que a mídia, ao mesmo tempo em que é preenchida pelas informações a respeito dos escândalos político, também pode, por vezes, cumprir seu “papel” de denunciante e os envolvidos no jogo político participando do processo enviando informações, como dito anteriormente. Importante citar ainda as transmissões ao vivo, pelas TVs e pela internet, e os comentários em blogs especializados (produzidos, muitas vezes, por jornalistas). Dessa forma, pode-se pensar na repercussão dessas informações na internet, que ganha força e pode, até mesmo, pautar as outras mídias, através de assuntos que começam a ser discutidos, nas redes sociais online, por exemplo. E essa circulação da informação confere visibilidade ao tema e aos atores envolvidos. Nesse sentido, 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), apoiado em Bourdieu (1989) e Thompson (2002), contribui para compreender a importância da circulação da informação no que concerne 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).

Um caminho que pode conduzir à observação da circulação da informação é através das *hashtags*, que se tratam de palavras-chave que direcionam o internauta a temas e conteúdos. Além disso, elas são uma forma de observar e mensurar a visibilidade, a partir da análise da recorrência. Para compreender melhor as *tags*, é interessante fazer uma ponte com a noção de fórmula discursiva de Planque (2010). Segundo a autora, uma determinada “palavra” chega à categoria de fórmula discursiva, de modo geral e



tomando a característica que mais se aproxima à proposta discutida aqui, por meio do **uso** que se faz da “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). Tal conceito é assinalado para destacar a visibilidade das *tags* e como elas podem ser referenciais aos conteúdos em circulação na internet.

Numa perspectiva próxima, Lima (2006) trata do caso do “mensalão”, destacando o surgimento e a incorporação do termo “mensalão” além de uma série de outras palavras/expressões dele derivadas (LIMA, 2006, p.15): mensalão, mensaleiros, CPI do mensalão, pós-mensalão, valerioduto, CPI chapa-branca, homem da mala, doleiro do PT, conexão cubana, operação Paraguai, conexão Lisboa, república de Ribeirão Preto, operação pizza, dança da pizza, entre outros. Lima (2006) ressalta, entretanto, que a compreensão do sentido de tais palavras não pode ser desprezado de seu contexto, ou seja, elas surgiram de modo a simplificar e expressar de maneira sintética situações mais amplas, polêmicas e que, por vezes, inferem várias interpretações e pontos de vista. O autor chama de “uma espécie de rótulo” e que no âmbito desta pesquisa oportunamente chamamos de *tags*.

As palavras/expressões se tornam recorrentes na cobertura midiática e nos comentários dos atores na rede, de modo que se incorporam a o vocabulário cotidiano dos cidadãos (LIMA, 2006).

E cabe inferir, ainda, que saber utilizar tais *tags* pode demonstrar a apreensão da lógica midiática; representa o conhecimento dos meandros da visibilidade na internet, uma vez 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

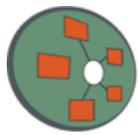
Os estudos sobre a utilização das chamadas novas tecnologias em períodos eleitorais perpassam tanto o cenário tido como formal de campanha, quanto as discussões que antecedem esse momento e ocorrem no interregno eleitoral. O que ficou conhecido como “fenômeno Obama” impulsionou os estudos sobretudo do ponto de vista do marketing político, na tentativa de compreender as potencialidades das ferramentas

digitais nas campanhas eleitorais. Como lembram Braga e Nicolás (2011, p.4), antes desse momento, os esforços se concentravam nas possibilidades de “gerar novas formas de democracia, para além das democracias representativas realmente existentes”. A partir de então, novos questionamentos foram surgindo, tanto do ponto de vista das chances de novos espaços e oportunidades de deliberação, quanto dos eventuais novos valores que poderiam ser agregados às campanhas eleitorais.

Vale retomar os apontamentos acerca dos estudos relativos às campanhas eleitorais. Em princípio, argumentou-se que o rádio, os noticiários e, posteriormente, a televisão transformariam de forma bastante significativa os rumos das campanhas eleitorais, especialmente, no que se refere aos efeitos nas decisões dos eleitores. Muitos cientistas se mostraram céticos quanto a esses efeitos (LAZARFELD, BERELSON, GAUDET, 1944), apostando no que ficou conhecido como “efeitos mínimos” (CAMPBELL, CONVERSE, MILLER, STOKES, 1960). A hipótese de efeitos mínimos das campanhas foi defendida por muitos estudiosos até os anos de 1980, quando a literatura se voltou para a busca de mecanismos sociais, psicológicos e econômicos que pudessem explicar melhor o grau de efeito das campanhas nas decisões dos eleitores. A importância das campanhas vem sendo provada através de pesquisas e o investimento por parte do marketing político é cada vez mais alto.

Após o que se pode chamar de advento das tecnologias digitais, novas ferramentas foram acrescentadas às campanhas o que também foi seguido de novos estudos sobre as estruturas e possibilidades em termos de marketing político das campanhas online. Também verificam-se os esforços para compreender os seus possíveis efeitos nas decisões dos eleitores. Vale ressaltar que os estudos seguem um caminho mais extenso na Europa e, sobretudo, nos EUA. Porém, verifica-se a existência de muitas pesquisas no Brasil sobre os vários aspectos das campanhas online, considerando que a sua “entrada” nas eleições brasileiras é relativamente recente.

Como lembra Penteadó (2012), a partir do sucesso do emprego das tecnologias de informação e comunicação (TICs) em outras campanhas, como a Obama em 2008, os especialistas passaram a avaliar a efetividade do uso desses recursos. As tecnologias digitais se tornaram, portanto, um incremento para as campanhas tradicionais, permitindo, principalmente, a ampliação do alcance das informações. Obviamente, a



novidade veio carregada de desafios, no sentido de buscar as melhores estratégias para o emprego dos recursos.

Deve-se salientar que a dificuldade em encontrar as melhores estratégias nas campanhas e definir estruturas não são os únicos desafios. Compreender também as formas de interação do eleitor e o alcance dessa campanha também são objetos de estudos de estrategistas eleitorais e pesquisadores da área.

Interessante perceber a evolução das campanhas online que, em princípio, utilizavam websites para divulgação de agenda, informações sobre os candidatos e sobre as propostas de campanha. Essa fórmula inicial não voltava o olhar para importantes aspectos das novas tecnologias, como a interatividade. Aos poucos, novas ferramentas se fazem presentes possibilitando a ampliação da própria comunicação política.

Essa breve discussão acerca das campanhas políticas, em relevo, a perspectiva online, é importante à situação aqui apresentada, que diz respeito à circulação da informação política em período de campanha eleitoral. Ainda que o destaque do artigo não seja compreender o tema da corrupção enquanto tema estratégico das campanhas – analisando de que forma foi utilizado na campanha deste ou daquele candidato –, não se pode desconsiderar que ele perpassou o discurso das campanhas e, principalmente, dos eleitores.

A percepção da corrupção e as eleições de 2012

Alguns autores, como Shea (1999), acreditam que analisar o tema da corrupção, mais especificamente, os efeitos dos escândalos de corrupção, são relevantes para a compreensão do curso das eleições contemporâneas. Salienta-se, ainda, a importância em compreender o que leva os votantes a punirem ou não políticos corruptos. Figueiredo, Hidalgo e Kasahara (2011) acrescentam, ainda, que estudos realizados no México e no Brasil apontam para a tendência de que a exposição aos casos de corrupção, bem como a forma de tratamento do tema pela mídia, podem influenciar nos resultados eleitorais.

A mídia é importante fonte de informação para o cidadão. Inúmeras pesquisas reafirmam os altos índices de confiança nos meios de comunicação, como destaca a pesquisa do 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 população⁶. Também destacam-se em Belo Horizonte os dados das inúmeras pesquisas realizadas pelo grupo “Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral”⁷. No último barômetro realizado, entre os dias 28 e 30 de setembro de 2012, que possibilitou conhecer melhor 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 pontos⁸, 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).

Nesse contexto, é relevante observar por quais meios os eleitores se informaram sobre as eleições para prefeito em 2012.

Tabela 3 - Meio em que obteve maior parte das informações da campanha para prefeito

Pelos noticiários da televisão	Pela propaganda política na televisão ou no rádio	Pelos jornais impressos e revistas	Pela internet	Pelos noticiários de rádio	Conversando com as pessoas	Outros	Total
274	157	67	69	33	133	8	741
37%	21%	9%	9%	4%	18%	1%	100%

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

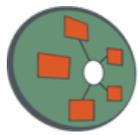
A partir dos dados apresentados acima, é possível perceber que a televisão ainda permanece como importante fonte de informação dos brasileiros, sobretudo em períodos eleitorais. A internet não está entre os meios mais citados, no entanto acredita-se ser relevante seu estudo a partir da premissa de ampliação do sistema tradicional de circulação e produção da informação.

A fim de compreender se a circulação do tema da corrupção na internet contribuiu como um fator de influência nas decisões dos eleitores, optou-se por observar as menções às *tags* relacionadas à corrupção a partir dos dados extraídos do

⁶ Dados Latinobarômetro de 2011.

⁷ 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%.

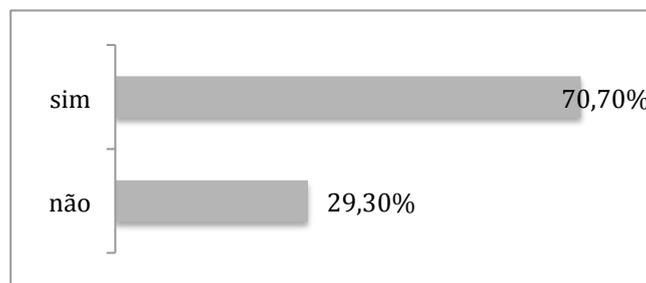
⁸ Média obtida do Grau de Confiança em escala de 0 a 10.



Observatório das Eleições 2012⁹. 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) e dentre os diversos aspectos observados, encontra-se o tema da corrupção.

A respeito da percepção da corrupção, no referido pleito, convém mencionar os dados da pesquisa “Eleições Municipais 2012”¹⁰:

Gráfico 1 – Percepção da corrupção.



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

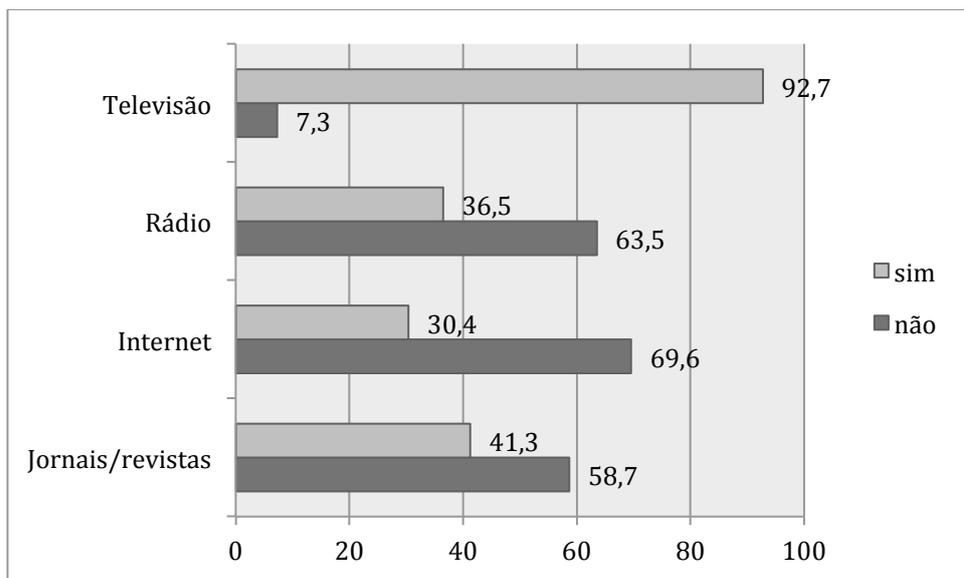
O resultado sugere que a percepção à corrupção foi alta no período eleitoral de 2012, ou seja, as pessoas sabiam da existência de ao menos um caso de corrupção. Em função do contexto, acredita-se que o caso seja o julgamento do Mensalão.

Sobre isso, vale ainda mencionar dados da mesma pesquisa, referentes aos meios pelos quais as pessoas se informaram sobre a corrupção:

⁹ 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.

¹⁰ Base: 803; Missings: 0

Gráfico 2 - Meio que obteve maior parte de informações da campanha para prefeito (%)



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

O Observatório das Eleições monitorou alguns perfis nas capitais já mencionadas. E a partir deles foram extraídos os dados com a finalidade de servirem como uma amostra inicial para esta pesquisa que ainda está em andamento. Os perfis que compõem a lista de “monitorados” do Observatório são formados tanto por usuários de diversas características – acadêmicos, militantes, perfis de partidos, perfis de veículos de comunicação, blogs de usuários diversos, blogs de jornalistas, perfis de candidatos etc. – atendendo apenas ao quesito de serem “influentes”, no sentido de que seu site de informações ou de relacionamento tivesse um alcance considerável a outros usuários. Dessa forma, é importante mencionar que

De acordo com os dados minerados pelo Observatório entre os meses de julho e outubro de 2012, lembrando das informações a respeito dos perfis que foram monitorados, o tema da corrupção foi percebido e discutido na internet durante as eleições municipais de 2012, como é possível observar na tabela abaixo:

Quadro 1 – Palavras-chave relacionadas à corrupção que mais circularam na internet entre julho e outubro de 2012

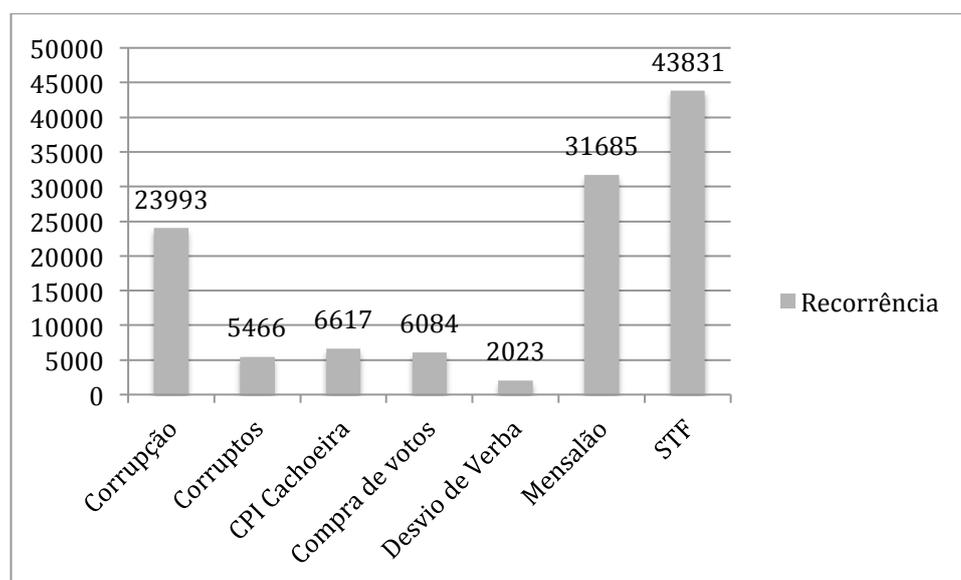
Palavras-chave
Corrupção
Corruptos
CPI Cachoeira
Compra de votos
Desvio de Verba
Mensalão
STF

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

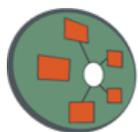
Ao observar as palavras/expressões mais mencionadas, conforme o Quadro 1, tornam-se mais claras as explicações de Planque (2010) sobre o que seria a fórmula discursiva e como ela adquire um caráter referencial, na medida em que traz um mesmo conteúdo a várias pessoas em um mesmo momento.

Importa-nos, também, mencionar os dados referentes à recorrência das palavras. E sobre isso, o Gráfico 3 revela que:

Gráfico 3 – 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.



É interessante perceber que as palavras/expressões mencionadas têm relação, ou remetem a escândalos de corrupção nacionais, ou seja, pouco se tratou sobre os possíveis casos de corrupção locais. No entanto, não se pode desconsiderar que o tema foi percebido e discutido na internet. Notadamente, o tema que foi mais mencionado reflete o acontecimento mais repercutido em termos de escândalo político midiático, que foi o Mensalão.

Também é interessante observar respeito dos picos de recorrência das palavras-chave em relação ao dia, e para isso foi elaborada uma tabela para melhor expor os resultados:

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.

De acordo com as datas (Tabela 4), é necessário informar que as *tags* “mensalão” e “STF” tiveram relação, na maioria dos casos, com notícias e informações referentes ao julgamento do Mensalão em 2012. Interessante notar, ainda que os picos da *tag* “mensalão” no Facebook e no Twitter correspondem ao dia 2 de outubro, quando as notícias mais comentadas dizem respeito à “compra de votos” que teria sido realizada pelo PT (o contexto ainda permanece ao do julgamento do caso Mensalão). E a partir desse dia, a *tag* “compra de votos” tem seus picos nos dias 3, 4, 5 e 7 de outubro. A observação que é importante ser feita é que ainda que se trate de um período eleitoral e da proximidade com o dia da votação (que foi em 7 de outubro) pode-se questionar, diante do que foi pontuado, se a *tag* “compra de votos” teria relação com denúncias “comuns” de supostas compras de votos por parte de candidatos concorrentes nas eleições de 2012 (compondo tanto discussões de eleitores quanto estratégias de campanhas, como os ataques aos adversários por meio de denúncias), ou se o caso

seria de repercussão de um caso de corrupção de alcance nacional (o Mensalão).

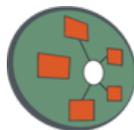
Observou-se também que grande parte das mensagens que circularam nesses dias faziam referência a notícias publicadas em grandes portais de notícias. Assim, fica mais nítida a ideia de que saber utilizar as palavras-chave pode significar a compreensão da lógica midiática.

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 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.

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 dois aspectos. Um deles é a percepção da corrupção em relação 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.

Outro aspecto relevante diz respeito aos critérios retrospectivos para compreender as escolhas dos eleitores, como sugerem Fiorina (1981) e Kinder e Kiewit (1981). A partir desse viés, o estado da economia é o aspecto que se deve considerar para entender as avaliações que são feitas sobre os candidatos. No entanto, é preciso esclarecer que a avaliação da situação da economia não diz respeito apenas a melhoras da vida pessoal, também pode estar relacionada a pioras. 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, no entanto, não se deve atribuir esse aspecto como causa única da decisão do eleitor. No entanto, para o caso aqui observado, acredita-se que a dimensão econômica do voto retrospectivo pode ser uma alternativa explicativa mais adequada.

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. São muitos os esforços para mensurar e alertar sobre os graus de corrupção nos países e, mais ainda, o quanto as pessoas percebem, discutem e toleram o problema.

O presente artigo tratou da percepção da corrupção durante o período eleitoral de 2012, partindo da ideia de circulação da informação política na internet, e se de

alguma forma houve algum impacto no referido pleito. 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.

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”.

Importante destacar que as palavras-chave de maior recorrência e os dias que tiveram maior circulação de tais *tags* também tiveram como destaque os grandes portais de notícias, que serviram de referência. Nesse sentido, também é válido mencionar o ganho desses veículos em termos de visibilidade, através da circulação da informação.

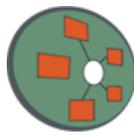
Em 2012, sobretudo no período eleitoral, o caso de corrupção que mais se destacou foi o Mensalão, em função de seu julgamento que teve início em agosto. E isso se refletiu nas *tags* analisadas, já que a recorrência predominante foi de palavras/expressões que remetessem a esse cenário. Não houve destaque casos ou especulações de corrupção locais, ainda que as eleições do referido momento fossem municipais e esperava-se, portanto, que as discussões fossem mais centradas em questões regionais.

A expectativa era para a recorrência maior de *tags* que fizessem referência a contextos locais de casos de corrupção e relações com as campanhas para que, então, se buscassem mais explicações para as escolhas dos eleitores. No entanto, a situação encontrada permitiu lançar outras hipóteses. E com base em Casa e Rojas (2011), acredita-se que mais que percepção, mas atenção e a preocupação com a corrupção estão condicionados às condições econômicas e podem ter relação direta com as escolhas dos eleitores.

Referências

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

AGGIO, Camilo. Campanhas Online: O percurso de formação das questões, problemas e configurações a partir da literatura produzida entre 1992 e 2009. **Opinião Pública**, Campinas, vol. 16, n.2, Novembro, 2010, p.426-445.



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

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

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

BLANKENBURG, E. (2002) “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 A. 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, P. **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 *et al.* **Comunicacion y cidadania**. Bogotá: Universidade de Externado, 2011.

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

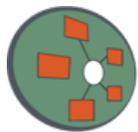
CRIP. Pesquisa de Opinião Pública Nacional. **Relatório de pesquisa**. Belo Horizonte: Centro de Referência do Interesse Público, 2008.

FIGUEIREDO, M.; HIDALGO, F.D.; KASAHARA, Y. **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 M.M. (orgs.). **Corrupção: ensaios e críticas**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2008.

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

FILGUEIRAS, F. A corrupção na política: perspectivas teóricas e metodológicas.



Cadernos Cedex, IUPERJ, nº 5, 2006.

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

GAMBETTA, D. 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.

PENTEADO, Claudio L. C. Facebook e campanha eleitoral digital. **Em Debate**, Belo Horizonte, v.4, n.4, jul. 2012, p.41-53.

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.