



## **Mídia, política e esfera pública: imbricações entre os campos midiático e político no caso dos vereadores turistas<sup>1</sup>**

Ana Maria Uez<sup>2</sup>  
Caroline Casali<sup>3</sup>  
CESNORS/UFSM

**Resumo:** A política, enquanto atividade desenvolvida na esfera do discurso, é dependente dos processos de comunicação para fazer-conhecer seus candidatos, intentos e atuações. O presente trabalho traz como questão central uma investigação da relação entre comunicação midiática, política e esfera pública na contemporaneidade. Para tanto, recorre-se às reflexões de Rubim, Gomes, Mendonça e Fausto Neto e toma-se como referência de análise as reportagens veiculadas na mídia nacional, e principalmente gaúcha, sobre os vereadores “turistas” do Rio Grande do Sul.

**Palavras-chave:** comunicação midiática; política; visibilidade; esfera pública.

### **Introdução**

Na atualidade, a comunicação midiática<sup>4</sup> transformou-se em uma dimensão da sociabilidade, interagindo com os demais campos sociais e destacando-se como elemento fundamental na organização e estruturação da sociedade. Com relação ao campo político, a mídia participa dos seus processos desempenhando múltiplas funções, entre elas agindo como meio de expressão, participando da pré-estruturação da esfera pública, criando fórum de debates, instaurando processos de *accountability* (prestação de contas) e funcionando como mediadora na tessitura de identidades (Mendonça, 2006). Como principal responsável pela publicização dos temas pertinentes à esfera pública, a mídia organiza debates em conformidade com a complexa gama de interesses

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado como Iniciação Científica ao GT de Jornalismo do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul.

<sup>2</sup> Acadêmica do segundo semestre do Curso de Jornalismo do Centro de Educação Superior Norte do RS/UFSM (CESNORS/UFSM). Endereço eletrônico: anauez@yahoo.com.br.

<sup>3</sup> Professora Assistente do Curso de Jornalismo do CESNORS/UFSM. Mestre em Ciências da Comunicação. Endereço eletrônico: carolcasali@smail.ufsm.br.

<sup>4</sup> No presente artigo, referimo-nos à mídia, segundo o conceito de Mendonça (2006, p. 12), como “toda forma de discurso mediada por tecnologias de comunicação e da informação para audiências ampliadas”.



que compõem o intrincado sistema social, criando espaços de deliberação onde a argumentação discursiva assume papel central, podendo provocar a alteração de aspectos da realidade.

Neste artigo, abordaremos a concepção de comunicação midiática no mundo contemporâneo, suas imbricações com a esfera pública e sua relação com os processos políticos. Para tanto, as reflexões aqui empreendidas buscam referências no episódio político dos vereadores “turistas” gaúchos, fato amplamente veiculado na mídia nacional e, principalmente, pelos veículos gaúchos.

### **A relação entre mídia e política na contemporaneidade**

De acordo com Rubim (1992), a comunicação midiática constitui-se como um campo estratégico de configuração instrumental indispensável à reconversão permanente do imaginário social, suscetível de legitimar interesses divergentes e contraditórios. A mídia ocupa, hoje, posição central na sociedade, gerenciando os discursos dos demais campos sociais, que são reestruturados pelo fazer-midiático.

A idéia de mídia como uma dimensão da sociabilidade contemporânea é relativamente recente e decorre da “(oni)presença tentacular” da comunicação midiática. Os meios de comunicação estão presentes em tudo e em todos os lugares, conforme afirma Rubim (1992). O ser humano precisa adaptar-se a uma nova forma de “estar no mundo”, inserto na cultura de hipervalorização do presente, da imediatidade e instantaneidade, da experiência mediada (e não vivida), do domínio do espaço privado, em detrimento do espaço público ou comum.

Altera-se o mundo, agora inevitavelmente ampliado em extensão, mas talvez retido pela interdição de qualquer mergulho em sua profundidade (...) Aos sobressaltos, aprisionado no instante, parece que se está fadado a viver, na atualidade, um eterno presente (Rubim, 1992, p.03).

Sob outro enfoque, as profundas alterações que modificaram a estruturação social e criaram novas formas de sociabilidades, possibilitaram aos meios de comunicação o pleno exercício do ato de publicizar, ou tornar as coisas públicas, visíveis e transparentes, com imensa facilidade. Contudo, tal característica não mais se apresenta como a essência da comunicação midiática, que passou a constituir – ela própria – uma dimensão pública da sociedade contemporânea. Aos poucos, vão sendo



suprimidas as diferenças históricas entre o público e o privado, permitindo que “o ‘real’ produzido e publicizado na dimensão pública originada da comunicação midiática passe a ter uma vigência social, que independe de sua condição de falsidade” (Rubim, 1992, p.07). Neste novo mundo midiático, a construção das “imagens sociais” funciona como um processo simbólico de qualificação das imagens visuais, agregando-lhes valores, atitudes, opiniões, etc.

As produções veiculadas pela mídia se configuram como espaços de disputas simbólicas, dada sua força na constituição da visibilidade e de inteligibilidade. Há de se ter em vista que tais produções instauram relações, que possibilitam a tessitura de ‘mundos comuns’ (Mendonça, 2006, p.13).

A política, por sua vez, “orienta-se pela conquista e exercício do poder de conduzir o Estado e de legislar sobre a coisa pública, transformando a pretensão de validade particular em valor comum e vinculante socialmente” (Gomes, 2000, p.11) e, para isso, necessita da visibilização proporcionada pelos veículos de comunicação. De acordo com Gomes (apud Mendonça, 2006, p.12), na sociedade contemporânea não há espaço de exposição, de exibição, de visibilidade e, ao mesmo tempo, de discurso, de discussão e debate que se compare em volume, importância, disseminação e universalidade com o sistema dos *mass media*. Nesse sentido, a constituição da opinião política depende do concurso de agentes situados em três campos de força: a indústria da informação, o campo profissional da política e a esfera da recepção ou consumo da informação.

Meios de comunicação, mundo político e público se integram em nossos dias numa espécie de sistema de produção, circulação e consumo de opinião política, no interior do qual ganham sentido e possibilidade a política de opinião e todo processo de conversão da opinião particular em opinião do público (Gomes, 2000, p.11).

Fausto Neto (2004) apregoa que o discurso é a principal competência midiática jornalística e é através da linguagem discursiva que a mídia descreve e constrói ‘realidades’, autodefinindo-se como porta-voz da opinião pública. Ao mesmo tempo, a crença de que é detentora das condições de realização dos processos de representação das realidades construídas por outros poderes ou campos sociais, converte a mídia jornalística em “campo de força cujo trabalho de representação se fundaria num



próprio *ethos*, num modo de compreender os processos de representação da realidade a partir de leis internas, conferindo-lhes um formato singular de apresentação”<sup>5</sup>.

Ainda sobre os discursos produzidos pela mídia, é necessário frisar o caráter constitutivo da linguagem, permitindo “a reconfiguração e ressignificação de indivíduos e grupos, a circulação de argumentos críticos, o fomento a debates extra-midiáticos, o confronto de razões e o escrutínio de autoridades” (Mendonça, 2006, p.14). Nesse sentido, Fausto Neto (2004) entende como absolutamente necessária uma atitude reflexiva e crítica sobre o papel constitutivo da linguagem no desempenho do trabalho jornalístico. Sob outro prisma, se o sistema dos media é fundamental na consolidação da ordem social, por meio da “cristalização dos sentidos”, também pode gerar a alteração de entendimentos e quadros de referência (ideologias cotidianas), assim como a reformulação de regras e desenhos institucionais. A experiência midiática atua, portanto, como auxiliar dos indivíduos na construção dos seus papéis e dos mapas através dos quais interpretam o mundo.

### **Mídia e esfera pública**

Conforme Habermas (apud Mendonça, 2006), a esfera pública é essencialmente argumentativa, caracterizando-se pela liberdade dos sujeitos manifestarem livremente suas opiniões, em prol do bem comum. Do permanente embate de argumentos, apresentados e justificados pelos interlocutores, surge a opinião pública e o esclarecimento recíproco dos cidadãos, constituindo uma rede de fundamental importância na produção de definições compartilhadas sobre a vida social. Daí surge a idéia de deliberação como “um processo cooperativo de argumentação, em que sujeitos apresentam e reformulam suas posições à luz dos constrangimentos impostos pela publicidade” (Bohman apud Mendonça, 2006, p.16). O ponto central desta relação de reciprocidade entre os indivíduos é a explicação e justificação dos argumentos diante dos outros, de modo que possam ser reconhecidos, mesmo que não haja consenso; além disso, acredita-se que os discursos sejam visíveis e acessíveis a todos os sujeitos interessados, inclusive para, em tese, intervir no debate. A deliberação suscita o enriquecimento das posições originalmente sustentadas, fomentando a geração de um

---

<sup>5</sup> Fausto Neto (2004) entende que o trabalho sócio-discursivo da mídia jornalística deveria considerar a complexidade das enunciações das realidades e discursos de outros campos sociais, quando tomados como condição de produção midiática, sobrepondo-os à enunciação jornalística.



poder comunicativo, que tem a capacidade não apenas de encetar novas formas de entender o mundo, mas também de influenciar sua instituição formal e a integração social, incentivando a cooperação. Neste processo de troca pública de argumentos, aspectos da realidade podem ser alterados (Mendonça, 2006).

O termo “opinião pública”, consoante o entendimento de Gomes (2000, p.03), é tradicionalmente definido como “um repertório comum de posições, juízos, teses e hipóteses, próprio do público, a respeito de coisas, estado de coisas, relações, circunstâncias, pessoas, fatos, questões, instituições e suas respectivas classes”. Entretanto, segundo ele, é preciso reformular esta definição, porquanto a opinião pública “não é simplesmente o sujeito coletivo de opiniões, mas o sujeito coletivo capaz de manifestar decisões”. Nesse sentido, a indecisão do público não pode ser considerada uma não-resposta, porque se de fato não manifesta uma opinião, ela é uma manifestação que deve ser considerada do ponto de vista técnico. Por outro lado, a questão da publicidade da opinião vincula-se exclusivamente à sua “exposição e disponibilidade cognitivas, devendo, por isso, ser melhor qualificada como opinião publicada do que como opinião pública” (Gomes, 2000, p.06).

Para Gomes (2000), do mesmo modo que a opinião pública pode ser esclarecida, ensinada e conduzida através da persuasão ou do debate, também pode ser “constituída, manipulada e enganada pelos formadores de opinião”. Distintamente, a elite social, dotada de capital social ou econômico e, portanto, dotada de poder de decisão e influência, precisa ser convencida apenas por meio do debate, concedendo-lhe poder de réplica e de ativa participação. Por outro lado, aos meios de comunicação é dada a responsabilidade de impor os termos ou parâmetros do debate público, para que não sejam “deteriorados ou rebaixados pelos consensos prévios sobre convicções que são adotadas como verdadeiras antes de serem examinadas, pelo pensamento da moda, pelo preconceito” (Gomes, 2000, p. 09). Por isso, a postura da indústria da informação e do espetáculo transforma-se num critério poderoso de seleção e edição da opinião publicada.

Gomes (2000) atenta ainda para o fato de que há setores sociais com facilidade de acesso às instâncias obscuras e reservadas de decisão do Estado, que procuram se abrigar dos riscos de exposição pública ao debate, em esferas fechadas e particulares, buscando acesso ao debate apenas quando é imprescindível. Esses setores



têm como estratégia de intervenção no espaço opinativo o uso de dispositivos propagandísticos e da “política de fabricação de imagem”. Em contrapartida, se as sociedades e organizações civis não forem capazes de se introduzir na cena do debate midiático, terão muito reduzidas chances de participar das decisões do Estado e da agenda nacional.

### **A participação da mídia nos processos políticos**

Segundo Mendonça (2006), a mídia participa dos processos políticos como: meio de expressão, pré-estruturação da esfera pública, fórum de debates, instauração de processos de *accountability* e como forma de mediação na tessitura de identidades. Conforme já mencionamos, por intermédio da produção discursiva, práticas sociais podem ser naturalizadas e reforçadas, mas também descortinadas e substituídas.

Na opinião de Maia (apud Mendonça, 2006, p.22), a mídia “contribui para a promoção de um diálogo público generalizado e para a criação de uma base reflexiva para a deliberação pública nas sociedades complexas”. Diversos autores citados por Mendonça (2006) - tais como Newton, Curran, Blumler, Gurevitch e Norris - enfatizam o papel do aprendizado desenvolvido pela mídia e discutem a ampliação do conceito de política, tendo em conta que a política passou a permear todas as relações sociais - eis que até mesmo a mídia de entretenimento cumpre uma função política. Norris (apud Mendonça, 2006) enfatiza que a mídia noticiosa precisa oferecer ao público um conhecimento prático sobre as prováveis conseqüências de suas ações políticas.

Ao analisar as possíveis configurações e tensões da política, Rubim (2007, p.10) corrobora que a extensão, expansividade ou alargamento da atividade política, ainda que apenas formalmente, “fez emergir a compreensão de que as relações de poder permeiam e transpassam toda sociabilidade”, por serem inerentes às relações humanas e sociais. Segundo ele, tais componentes inscrevem como históricas possibilidades a socialização real da política, a desconcentração do poder e a realização de uma “radical, ampliada e efetiva democracia em toda a sociedade”, um ideal utópico necessário como instrumento norteador das atividades humanas. Em contrapartida, os poderes econômico e burocrático funcionam como pólos concorrentes que buscam concentrar o poder em espaços distantes das regras emanadas democraticamente dos sujeitos sociais.



Por conseguinte, a instauração de fóruns de debates permite que os meios de comunicação atuem “conectando atores sociais” (Norris apud Mendonça, 2006, p.27) e constringendo os interlocutores “a seguirem certas regras pragmáticas de trocas dialógicas em público, diante de uma platéia ampliada” (Maia apud Mendonça, 2006, p.28). Nas palavras de Habermas, a concretização de fóruns de debate midiáticos perfazem uma “esfera pública abstrata”.

A mídia de massa pertence a essas formas generalizadas de comunicação. Elas libertam os processos comunicativos do provincianismo de contextos espaço-temporalmente restritos e permitem a emergência de esferas públicas ao estabelecer a simultaneidade abstrata de uma virtualmente presente rede de conteúdos comunicativos afastados no tempo e no espaço, e ao manter mensagens disponíveis para vários contextos (Habermas apud Mendonça, 2006, p.27).

Por sua vez, o processo público de prestação de contas ou *accountability* possui três características básicas, propostas por Mulgan (apud Mendonça, 2006): é necessário que haja um ator prestando contas a outro ator, onde ambos tem que se engajar demandando e fornecendo explicações e implica na possibilidade de imputação de sanções àquele chamado a prestar contas. Isso possibilita a exposição da permanente tensão que existe entre a faticidade e a normatividade (Habermas apud Mendonça, 2006), mesmo que este processo não implique em transformação social, mas apenas participe dos processos de inovação, expondo as contradições de certos procedimentos e dificultando um novo rompimento das expectativas dos cidadãos com relação ao funcionamento do sistema e das instituições democráticas.

Segundo Waisbord (apud Mendonça, 2006), a imprensa tem um papel fundamental na manutenção da abertura e transparência das instituições à sociedade, pois a vigilância redonda na catalização de processos em que ilegalidades secretas se transformem em questões públicas. Como explica Gomes (apud Mendonça, 2006), vivemos em tempos de eleição permanente, sendo gerado pela mídia um fluxo contínuo e multidirecional de informação que auxilia a constringer os atores políticos, frente o constante risco de exposição negativa de ações impopulares ou de negociações publicamente inaceitáveis, naturalmente freadas pela exposição midiática. A partir disso, tamanha responsabilidade da mídia nos processos de transformação social faz



com que inúmeros autores apontem para a necessidade de criação de mecanismos que tornem a mídia suscetível de prestar contas perante a sociedade.

Outro papel fundamental exercido pela mídia é de instrumento mediador na tessitura de identidades, uma vez que “a mídia também participa da própria construção identitária dos sujeitos, ao interpelá-los com discursos” (Mendonça, 2006, p. 32). Resgatando Foucault, Hall (apud Mendonça, 2006, p.32) afirma que “o sujeito é produzido como um efeito do discurso e no discurso”. Embora a identidade seja um atributo individual, é vivida em um “contexto social no qual a linguagem e a cultura dão significado à experiência que temos de nós mesmos e no qual nós adotamos uma identidade” (Woodward apud Mendonça, 2006, p.32). Devido à ampla visibilidade das cenas transmitidas nos meios de comunicação, os discursos apresentados são essenciais no processo de construção reflexiva dos indivíduos. Nesse sentido, a mídia fornece aos indivíduos uma série de recursos simbólicos, para que possam “implementar, repensar e articular o entendimento que têm de si mesmos e dos outros” (Marques apud Mendonça, 2006, p.33). Por isso se diz que os discursos midiáticos são essenciais no processo de reconfiguração dos públicos e, conseqüentemente, das instituições, uma vez que estas precisam se adaptar à nova face do público reconfigurado (Bohman apud Mendonça, 2006).

### **O papel da mídia na configuração da política: o caso dos vereadores turistas**

Para exemplificar os modos como a mídia participa dos processos políticos e de inovação social, analisaremos um episódio ocorrido no início de 2006, trazido à tona pelo trabalho jornalístico investigativo, que suscitou debate público que dura até os dias atuais e provocou a proposição de ações judiciais. Trata-se do fato coberto pelos jornalistas gaúchos Alexandre Grizotti, Laura Nonohay, Jonas Campos e Sérgio Pavanello, integrantes da equipe da RBS, que levaram ao conhecimento do público dos principais telejornais da TV Globo e do Jornal Zero Hora a reportagem “A Farra dos Vereadores Turistas”, vencedora do Prêmio Eso Especial de Telejornalismo 2006. Após duas semanas infiltrados entre vereadores de vários municípios gaúchos, em viagem à cidade de Foz do Iguaçu (PR), sob o pretexto de participar de cursos de qualificação, os repórteres registraram vários representantes do povo se esbaldando em compras, passeios, praias e restaurantes, tudo pago com dinheiro público, muitos sem



sequer freqüentar os cursos. Desses, 18 vereadores gaúchos terminaram sendo denunciados pelo Ministério Público por improbidade administrativa, em processos que ainda não foram definitivamente julgados. E outros tantos casos semelhantes foram e ainda estão sendo descobertos na esfera pública.

A partir do fato em comento, que teve ampla repercussão na mídia nacional e, especialmente, nos veículos de comunicação do sul do país, surgiram várias outras reportagens abordando a questão do uso abusivo de diárias de viagem pelos vereadores de diversos Municípios do RS. Encontramos matérias produzidas sobre o assunto nos jornais O Alto Uruguai, Correio do Povo e Zero Hora, bem como notícias divulgadas em sites institucionais do Ministério Público e da Assembléia Legislativa do RS. Observa-se que a matéria premiada deu origem a um fluxo comunicativo capaz de pressionar os centros do sistema no sentido da transformação. Tais “fluxos” gerados pela circulação das informações tendem a ganhar força e se disseminar, podendo alterar padrões normalizados de instituições e leis, criando circunstâncias favoráveis para a reestruturação da esfera pública (Mendonça, 2006).

Mesmo que os acontecimentos sejam “fabricados” pela mídia, por meio de seleções técnicas, sintáticas e semânticas, ao serem publicizados eles saem do controle dos meios de comunicação para serem discutidos pelos atores sociais. Nesse sentido, Habermas destaca que

a formação institucionalizada da opinião e da vontade precisa abastecer-se nos contextos comunicacionais informais da esfera pública, nas associações e na esfera privada [...] porque o sistema de ação político está embutido em contextos do mundo da vida (Habermas apud Mendonça, 2006, p. 25).

Em vasta análise sobre o jornalismo investigativo da América Latina, Waisbord (apud Mendonça, 2006) defende que a imprensa cumpre um papel fundamental na tarefa de manter as instituições mais abertas e suscetíveis de prestar contas à sociedade. A par disso, o fenômeno da publicização de fatos de interesse público é extremamente importante até mesmo como auxiliar de instituições que têm prerrogativas eminentemente fiscalizadoras, a exemplo do Ministério Público. O *link* imprensa do *site* institucional do Ministério Público do Rio Grande do Sul apresenta, em várias notícias pertinentes ao fato político examinado, a utilidade da vigilância dos meios de comunicação para a formalização de denúncias que podem redundar na punição de eventuais responsáveis pelo mau uso do dinheiro público, a saber:

O Ministério Público de Santo Augusto (...) ajuizou, hoje, ação civil pública por atos de improbidade administrativa e denúncia pelo cometimento do crime de peculato, contra sete vereadores do município de São Martinho (...). As ações devem-se a recebimentos indevidos de diárias para participação em curso de aperfeiçoamento realizado na cidade de Foz do Iguaçu. A Promotoria de Justiça tomou conhecimento dos fatos através de notícias veiculadas pelos meios de comunicação, acerca da viagem dos vereadores, que freqüentariam cursos na cidade de Foz do Iguaçu, enquanto, na verdade, fizeram turismo e compras no Paraguai, desviando-se da finalidade de qualquer interesse público.<sup>6</sup>

O Ministério Público de Nonoai (...) solicitou, em ação civil pública com pedido de liminar ajuizada hoje, o imediato afastamento dos vereadores (...) Os vereadores utilizaram recursos públicos com o pretexto de freqüentarem cursos na cidade de Foz do Iguaçu, enquanto, na verdade, fizeram turismo e compras no Paraguai, desviando-se da finalidade de qualquer interesse público e, ainda, fraudando documentos e juntando notas fiscais falsificadas para angariar pagamento de diárias indevidas. (...) O Ministério Público chegou ao conhecimento dos fatos ocorridos por intermédio da divulgação de imagens na imprensa no dia 31 de janeiro de 2006 e nos dias que se seguiram, instaurando, imediatamente, expediente investigatório, do qual originou a ação.<sup>7</sup>

Nos termos expostos por Gomes (1993, p.22), a ética política é, sobretudo, “uma ética da publicidade, que visa a evidenciar o horizonte normativo da dimensão pública ou, mais concretamente, da mediação pública das pretensões de validade que têm como objeto a coisa pública”. Nesse sentido, a publicidade se opõe à privacidade, na medida em que proporciona abertura e disponibilidade, em oposição à clausura e indisponibilidade. Tratando do tema da regulação ética da locução nos meios de comunicação, tendo em conta o espaço da locução como espaço da negociação dos interesses públicos, Gomes (1993) apregoa a necessidade de observância, pela imprensa, de mais dois princípios, além do princípio da publicidade: os princípios do contraditório e da responsabilidade.

Podemos constatar, em diversas abordagens jornalísticas relativas ao fato dos vereadores turistas, uma tendenciosidade em apontar ou sugerir a ocorrência de atos ilícitos, de forma parcial, sem atentar para a verdadeira informação, capaz de crescer

---

<sup>6</sup> Notícia publicada em 25/04/2006 e veiculada no site: <http://www.mp.rs.gov.br/imprensa/noticias/id7365.htm>. Acesso em fev. 2007.

<sup>7</sup> Notícia publicada em 16/02/2006 e retirada do site: <http://www.mp.rs.gov.br/imprensa/noticias/id6649.htm>. Acesso em fev. 2007.



real conhecimento para o exercício da cidadania efetiva e para a prática de ações políticas transformadoras. Aleatoriamente, selecionamos uma recente reportagem divulgada pelo jornal O Alto Uruguai, de Frederico Westphalen (RS), que divulgou um levantamento das diárias e subsídios percebidos pelos vereadores de 21 municípios da região, no ano de 2006, por iniciativa do próprio veículo de comunicação, com o claro intuito de comparar as despesas das respectivas Câmaras Municipais. No entanto, deixou de abordar a questão central concernente aos gastos com diárias, que não está na apreciação e comparação pura e simples acerca de valores gastos, e sim se os atos praticados pelos agentes políticos estão em conformidade com os princípios constitucionais e administrativos que obrigatoriamente devem nortear todos os atos da administração pública. É preciso que existam critérios claros tanto para a fixação do valor das diárias, quanto para a sua concessão, e um enfoque nesse sentido poderia ser altamente instrutivo à população. Ao entendimento de Gomes (1993, p.23), “argumentos e atitudes, em que se traduzem as pretensões na negociação pública devem ser visíveis e tal visibilidade implica no empenho e compromisso dos sujeitos de apresentarem as suas razões e colocá-las em questão”. Segundo o autor, para assegurar a situação argumentativa eticamente desejável, é necessário interditar a comunicação despótica<sup>8</sup>.

Por sua vez, o editorial do Jornal Correio do Povo, do dia 10 de fevereiro de 2007, não economizou adjetivos para afirmar seu repúdio às “malandragens dos chamados cursos de verão”, denunciando que vereadores e assessores de câmaras municipais do RS estão realizando turismo a pretexto de frequentar cursos de qualificação profissional e registrando que entre janeiro e março de 2007 foram programados 47 cursos de verão, qualificados pelo jornal de “cursos de maracutaia”. Outra notícia, veiculada por Zero Hora, no dia 23 de janeiro de 2007, revela que uma viagem feita por três vereadores de Charqueadas (RS) provocou polêmica no Município. A pretexto de participar de um evento de qualificação profissional, os vereadores teriam passado quatro dias em Balneário Camboriú (SC), tendo cada um recebido, em média, três mil reais, afora os quatrocentos reais percebidos em razão da reunião extraordinária

---

<sup>8</sup> Para melhor compreender o enunciado proposto por Gomes (1993, p. 19) ele mesmo explica que “o déspota não se sente obrigado a responder, o déspota é juiz do próprio comportamento e do comportamento dos outros”. Segundo ele, o despotismo dos meios de comunicação se traduz numa espécie de impermeabilidade à discussão.



convocada especialmente para aprovar a viagem, em período de recesso do legislativo. A matéria apresenta contrapontos e comentários de componentes da administração municipal, deixando de abordar qualquer conceito referente às diárias.

A par disso, entendemos ser de extrema importância o destaque de atitudes positivas e informativas na luta de combate à corrupção, que pouco são divulgadas pela mídia, como o Termo de Ajustamento<sup>9</sup> firmado entre o Ministério Público de Rio Pardo e a Câmara de Vereadores de Pantano Grande, ambos no RS, prevendo critérios para a participação dos vereadores em seminários e a redução dos valores das diárias para vereadores e servidores, em até 70%. O Compromisso é uma espécie de acordo que dispõe em detalhes todos os atos necessários para garantir o atendimento aos princípios da moralidade administrativa, razoabilidade, proporcionalidade, economicidade, eficiência e publicidade. Os vereadores devem dar preferência para participação em cursos de capacitação oferecidos no Estado, assim como empreender a capacitação coletiva no próprio Município de origem. Em caso de descumprimento do acordo, a Promotoria tem legitimidade para propor ação civil pública contra os responsáveis.

Por trás do caso dos vereadores turistas, descortina-se a corrupção endêmica que assola o país e também é responsável pela ineficácia do sistema de controle dos gastos públicos, legitimando o fazer em proveito próprio em detrimento de valores maiores, como o bem-estar social. Nesse contexto, os próprios fiscais-cidadãos deixam de exercer o seu papel e aceitam passivamente a doutrina de “tirar vantagem em tudo”, desanimando-se da virtude, rindo-se da própria honra e tendo vergonha de ser honestos (Barbosa, 1914). No entanto, o combate à corrupção é uma tarefa de toda a sociedade e não pode ser relegada apenas às instituições ligadas à Justiça, uma vez que “tal degradação moral começa por pequenas concessões, pequenas inversões axiológicas em nosso dia-a-dia e prossegue corroendo o homem e sua sociedade. É, precisamente, a tolerância de pequenos vícios, já na vida privada, que prepara a aceitação das grandes corrupções na vida pública” (Amaral, 2005).

Nesta senda, não se pode negar que o jornalismo investigativo exerce um papel fundamental na defesa do interesse público e, por conseguinte, no combate à corrupção, mas é fundamental que seja exercido por profissionais qualificados e dentro dos limites legais de respeito à imagem, à honra e à vida privada das pessoas. O embate

---

<sup>9</sup> Notícia publicada em 11/05/2006 e divulgada no site: <http://www.mp.rs.gov.br/imprensa/noticias/id7563.htm>.



freqüente na mídia entre o interesse público e o privado e a capacidade de percepção do jornalista sobre o que é relevante para a sociedade e em que situações o interesse público se sobrepõe ao privado, fazendo jus à divulgação do fato pela mídia, é assunto que merece maior pesquisa e reflexão. Nas palavras de Gomes (1993, p. 05), “só a apreensão do horizonte dos valores nos torna capazes de fundamentar, de justificar, portanto de outorgar sentido, às pretensões de intervenção prática nas relações humanas e na realidade”. Nesse sentido, recordamos o entendimento exposto por Fausto Neto (2004), de que é absolutamente necessária uma atitude reflexiva e crítica sobre o papel constitutivo da linguagem no desempenho do trabalho jornalístico.

Portanto, em que pese o repórter investigativo ser “o maior de todos os bandidos”, segundo Carlos Wagner<sup>10</sup> (2003, p.03), o trabalho jornalístico investigativo pode ser crucial na construção de uma sociedade mais democrática e livre da praga da corrupção. O caso dos vereadores turistas constitui-se, portanto, em um exemplo prático da atuação da mídia em processos de inovação política e social, na medida em que não só disponibiliza a informação, mas coloca sujeitos em relação e participa dos próprios processos de construção de sentidos, engendrando situações de reflexão e elaboração de novas soluções para os problemas trazidos à tona nas reportagens.

### **Considerações Finais**

Não há dúvidas de que a comunicação midiática exerce um papel cada dia mais importante na configuração e estruturação da sociedade contemporânea. Convivemos com novas formas de sociabilidades mediadas pelos veículos de comunicação, mas nem sempre discernimos corretamente a complexidade dos seus discursos. A mídia promove debates na esfera pública, participando de sua pré-estruturação, instaurando processos de *accountability* (prestação de contas) e funcionando como mediadora na tessitura de identidades (Mendonça, 2006). Por isso, da mesma forma que chama os atores políticos e sociais a prestar contas de suas atitudes, observa-se a necessidade de criação de mecanismos que tornem a mídia suscetível de prestar contas perante a sociedade.

---

<sup>10</sup> Respondendo à entrevista concedida aos acadêmicos do curso de Jornalismo da Unisinos, Wagner afirmou que, de todos os bandidos perigosos com quem já lidou para realizar trabalhos arriscados de investigação jornalística, “o mais perigoso de todos é o repórter. Um cara pode ter uma arma, mas tu tens o poder de vida e morte. Tu és juiz, promotor, advogado de acusação e de defesa. O grande medo que tu tens, então, é de cometer uma injustiça. Acho que o repórter é o maior de todos os bandidos”.



Os meios de comunicação são, hoje, fundamentais aos processos democráticos, que necessariamente passam pelo exercício do direito à comunicação. Segundo Rubim (1992, p.16), o direito à comunicação pode ser traduzido como “liberdade de acesso, presença e trânsito/circulação na dimensão pública da sociedade, instituída pela comunicação mediática e como possibilidade de discernimento dos modos de construção e apreensão possíveis dos materiais provenientes desta nova dimensão social”. Logo, deve-se prever a compreensão de uma nova “gramática de estar no mundo”. E, acredita-se, somente uma renovação do público é capaz de forçar a melhora na qualidade dos veículos de comunicação de massa, visando atender às demandas desse público.

### Referências Bibliográficas

AMARAL, O. Endemia nacional: corrupção generalizada. Disponível em: <[http://www.universia.com.br/html/materia/materia\\_hdgf.html](http://www.universia.com.br/html/materia/materia_hdgf.html)>. Acesso em fevereiro de 2007.

BARBOSA, R. Disponível em: <[http://www.politicus.org.br/ruy\\_barbosa.htm](http://www.politicus.org.br/ruy_barbosa.htm)>. Acesso em fevereiro de 2007.

FAUSTO NETO, A. O jornalismo e os limites da representação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27, 2004. Porto Alegre. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1904/17299>>. Acesso em março de 2007.

GOMES, W. Opinião pública política hoje. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPOS), 9, 2000. **Anais...** Porto Alegre. Disponível em: <http://www.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/wilson2000.pdf>. Acesso em março de 2007.

GOMES, W. Pressupostos ético-políticos da questão da democratização da comunicação. In: FAUSTO NETO, A.; PEREIRA, C. (Org.). Comunicação e cultura contemporâneas. Rio de Janeiro, Notrya, 1993. p. 47-94.

MENDONÇA, R. F. A mídia e a transformação da realidade. **Comunicação e Política**, v.24, n.2, p.07-37, nov. 2006. Disponível em: <[http://cebela.org.br/imagens/Materia/1ART1Ricardo Fabrino.pdf](http://cebela.org.br/imagens/Materia/1ART1Ricardo%20Fabrino.pdf)>. Acesso em março de 2007.



RUBIM, A. A. C. **Sociabilidade, Comunicação e Política Contemporâneas:** Sugestões para uma Alternativa Teórica. Textos de Cultura e Comunicação, Salvador, v.1, n.27, p. 3-23, 1992.

WAGNER, C. [Entrevista concedida à Revista Enfoque Campus da Unisinos, disponibilizada em 20 de novembro de 2003]. São Leopoldo: UNISINOS, n<sup>o</sup> 80, nov. 2003.