

MÍDIA E PERCEÇÃO DA CORRUPÇÃO: UM ESTUDO COMPARADO ENTRE GLOBO (BRASIL) E TELEVISIA (MÉXICO)

Anderson Duarte de Alencar⁶

Luana de Almeida⁷

Stella Montiel da Silva⁸

Resumo: Este trabalho tem o objetivo de fazer uma análise comparativa dos casos: “Triplex do Lula” no Brasil e “La casa blanca de Pieña Nieto” no México, o estudo relaciona meios jornalísticos e o poder econômico e político na América Latina. Ao propor a comparação a pesquisa teve o intuito de observar como os portais do grupo Televisa e do Grupo Globo noticiariam as informações sobre corrupção, quando falamos de Globo e Televisa não falamos apenas de Televisão, mas da configuração de um conglomerado midiático, esta pesquisa analisou somente conteúdos apresentados no Portal G1 e no site oficial da Televisa. Paralelamente a essa análise foram investigados os índices de Corrupção Percebida na plataforma da Transparência Internacional, que todo ano publica o relatório anual do Índice de Corrupção Percebida (ICP), para entender a correlação entre os dados apresentados na primeira parte da pesquisa e a percepção que a população do Brasil e México produzem e reproduzem sobre a corrupção.

Palavras-chave: Corrupção; Brasil; México; Mídia.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PERCEPCIÓN DE LA CORRUPCIÓN: UN ESTUDIO COMPARADO ENTRE GLOBO (BRASIL) Y TELEVISIA (MEXICO)

Resumen: Este trabajo tiene el objetivo de hacer un análisis comparativo de los casos: "Triplex de Lula" en Brasil y "La casa blanca de Pieña Nieto" en México, el estudio relaciona medios periodísticos y el poder económico y político en América Latina. Al proponer la comparación la investigación tuvo el propósito de observar cómo los portales del grupo Televisa y del Grupo Globo divulgarían las informaciones sobre corrupción, al hablar de Televisa y Globo no hablamos sólo de Televisión, sino de la configuración de un conglomerado mediático, esta investigación analizó sólo contenidos presentados en el Portal G1 y en el sitio oficial de Televisa. Paralelamente a este análisis se investigaron los índices de Corrupción Percibida en la plataforma de Transparencia Internacional, que cada año publica el informe anual del Índice de Corrupción Percibida (ICP), para entender la correlación entre los datos presentados en la primera parte de la investigación y la percepción que la población de Brasil y México producen y reproducen sobre la corrupción.

Palabras-llave: Corrucción; Brasil; Mexico; Medios de comunicación.

Introdução

⁶ Graduando em Antropologia – Diversidade cultural latino-americana pela Universidade Federal da Integração Latino-americana – Unila. anderson.alencar@aluno.unila.edu.br.

⁷ Graduanda em Ciência Política e Sociologia – Sociedade, Estado e Política na América Latina pela Universidade Federal da Integração Latino-americana. Luana.almeida@aluno.unila.edu.br.

⁸ Graduanda em Ciência Política e Sociologia – Sociedade, Estado e Política na América Latina pela Universidade Federal da Integração Latino-americana. Stella.silva@aluno.unila.edu.br.

Desde a perspectiva que a mídia não se comporta apenas como poder mediador, mas também como "[...] dispositivo de produção do próprio poder de nomeação e, no limite, também de funcionamento da própria esfera política."(NEGREIRO, 2003, p.76), este artigo terá como objetivo principal observar como o fenômeno da corrupção é tratado pela mídia no Brasil e no México, especificamente a forma como a população percebe a corrupção nestes países, ao partir do pressuposto de que a elite brasileira e mexicana, com o poder que possuem frente aos complexos midiáticos, têm a capacidade de dirigir a percepção social da população acerca da corrupção para os caminhos que mais lhes convém.

Buscamos realizar um estudo de caso comparativo que tem como base dois casos particulares, um ocorrido no Brasil e o outro no México, os quais possuem similitudes quanto aos atores envolvidos, mas que são tratados de forma diferente pela mídia hegemônica de cada um dos países.

Ao saber que o fenômeno corrupção pode ser vislumbrado desde distintos enfoques na literatura política, aclaramos aqui, frente ao nosso intuito, que o conceito de corrupção que utilizaremos é o de que, "la perspectiva del interés público identifica la corrupción como una acción de quien detentando el poder público es inducido por el dinero u otros estímulos ilegales a realizar acciones que dañan el interés público en beneficio de quien provee esos favores. (REHREN, 2000, p.134).

E frente ao que Mesquita, Moisés e Rico sinalizam,

[...] Uma das mais sérias consequências desse quadro é a perda de sentido dos partidos políticos e das instituições de representação que, submetidos aos vícios da competição política desigual, se esvaziam e perdem força como canais de intermediação dos interesses e de preferências dos eleitores. Um dos efeitos mais graves disso é a percepção dos eleitores de que o sistema político não abre espaço para a inclusão de suas demandas. (MESQUITA, MOISÉS e RICO. 2014, p.197)

A mídia exerce um papel central na forma como a política é percebida pelo grande público, sendo capaz de gerar comoção e câmbios significativos nesta esfera, "[...] as denúncias da mídia estimulam as instituições do sistema de integridade a funcionarem mais ativamente. Isso significa que a accountability social tem um importante papel para as outras formas de accountability, vertical e horizontal." (MESQUITA, MOISÉS e RICO, 2014, p.197). Porém, a mídia faz parte de um sistema de dominação total, onde as classes dominantes detêm poder sobre mecanismos determinantes, estas podem, através do discurso, fomentar e orientar a criação de representações sociais que limitem a ação social ou a dirijam a um fim específico - que, neste caso, representa seus próprios interesses enquanto parte da elite dominante.

A discussão sobre a condução da opinião pública pelos meios de comunicação é antiga. Seja na sociedade brasileira ou na mexicana, o complexo midiático segue tendo na televisão sua maior arma de alcance da população a nível nacional, seja pela inserção mais total dos televisores nas casas latino-americanas, seja pela falta de acessos a outras ferramentas midiáticas. Ao ter em vista que a televisão exerce, ainda, um papel educativo através da construção de representações sociais por simples assimilação para o grande

público, está se torna central na ação de transmitir informações técnicas que a população não domina, como sinaliza Sartori,

Pero la televisión también impregna toda nuestra vida, se afirma incluso como demiurgo. Tras formar a los niños, sigue formando, o influyendo, a los adultos "informándoles". Informándoles, en primer lugar, de noticias (más que de nociones), es decir, anunciando lo que sucede en el mundo, tanto cercano como lejano. [...] Saber de política es importante, aunque a muchas personas no les interese, porque la política condiciona nuestro vivir y nuestro convivir. La ciudad cruel nos encarcela, nos hace poco o nada libres; y la mala política —incluida la política económica— nos empobrece [...] (SARTORI, 1998, p.1)

É nesse ponto que conflui uma neutralidade proposta por esta mídia e os próprios interesses de quem a comanda e, por consequência, das elites que essa responde. Na América Latina, há dois grandes grupos que, por meio do monopólio dos meios de comunicação, constroem narrativas de tensão, medo, alegria, indignação, e tem o poder de definir processos políticos, são os conglomerados televisa, no México, e Globo, no Brasil.

1. O caso México: "La casa blanca de Peña Nieto"

O México tem uma população estimada em 108,8 milhões de habitantes (INEGI5 , 2009) e tem na televisão o principal meio de difusão de informações e de entretenimento. Este veículo domina de forma considerável a audiência, principalmente os dois grupos mais fortes: Televisa e TV Azteca. (SOUSA, CARVALHO, CARDOSO E NASCIMENTO, 2011, p.2)

E o setor de comunicação mexicano possui um déficit quanto a políticas públicas, principalmente as relacionadas ao meio televisivo, pois, os processos de implementação dos televisores e de sua posterior digitalização se relacionam com os interesses de grandes empresas, um exemplo é a Lei Televisa¹ de 2006.

“Lei Televisa” em 2006, marco histórico da influência de grandes empresas na política. Gómez (2008) aponta essa realidade:

[...] em contraparte, durante las administraciones de Carlos Salinas de Gortari, Ernesto Zedillo y Vicente Fox (1988-2006), las políticas audiovisuales fueran guiadas, principalmente, por sus especificidades económicas y tecnológicas con una clara convicción neoliberal. En ellas sólo se benefició a los grandes grupos empresariales del sector audiovisual. Así, a partir de estas políticas de corte se ha dejado el desarrollo, la innovación y la responsabilidad de las industrias culturales en manos de la iniciativa privada y bajo la lógica del libre mercado. (GÓMEZ apud SOUSA, CARVALHO, CARDOSO E NASCIMENTO, 2011 p.3)

Que têm influência central na prevalência da concentração de monopólios midiáticos no México o que pode configurar a comunicação mexicana como um apêndice dos interesses da classe econômica dominante que detém os meios econômicos e políticos de manter-se como central na sociedade mexicana.

1.1 La casa blanca de Enrique Peña Nieto

Em novembro de 2014, os jornalistas Rafael Cabrera, Daniel Lizárraga, Irving Huerta y Sebastián Barragán, ligados a unidade de investigações especiais de Aristegui Noticias, trouxeram a público a investigação onde revelam que Enrique Peña Nieto possuía uma casa no valor de sete milhões de dólares localizada em Lomas del Chapultepec. A residência havia sido construída pelo grupo Higa, uma das empresas que haviam ganhado o processo de licitação do trem México-Querétaro, e que antes disso havia ganhado outros processos de licitação na Cidade do México quando esta era governada por EPN.

El presidente posee una casa en Las Lomas de Chapultepec. Fue construida a su gusto por Grupo Higa, una de las empresas que ganó la licitación del tren México-Querétaro, y que antes levantó obras en el Estado de México cuando él fue gobernador”, se leía en el sumario que presentaba, por primera vez, el reportaje especial de la casa blanca, en el sitio Aristegui Noticias, difundido, simultáneamente, por la revista Proceso, el periódico La Jornada y el sitio Sin Embargo, en México, y retomada por un buen número de medios internacionales. Era domingo 9 de noviembre de 2014, a las 5 de la mañana(Lizarraga, 2015)

Após meses de investigação o grupo de jornalistas confirmou que a residência não estava registrada no nome de EPN e tampouco de sua esposa, Angélica Rivera, mas sim era Propriedade de “Ingenieria Inmobiliaria del Centro”, empresa do Grupo HIGA, propriedade do empresário Juan Armando Hinojosa Cantú, que dispunha de contratos de obra pública durante a gestão de Peña Nieto como Governador do estado do México (2005-2011). Acusado assim, de ter feito acordos em prol de seus interesses pessoais, ao favorecer a empresa construtora e suas filiais nas licitações para construções públicas do estado do México.

Para construir “La casa blanca” representantes de Hinojosa compraram lotes localizados estrategicamente atrás da “casa de Paseo de las Palmas 1325” que havia sido transferida de Televisa Talento SA à Angélica Rivera, em dezembro de 2010, dias após que ela e EPN haviam se casado legalmente.

O que chama atenção nesse caso é que “[..] el mismo día —14 de diciembre— en que Televisa hacía la transferencia a favor de Rivera de la casa de Palmas, Grupo Higa compraba el segundo predio, de Sierra Gorda 160, para continuar la construcción de la casa blanca.”(LIZARRAGA, 2015), estas duas residências se encontram ligadas por um corredor.

EPN reagiu primeiramente a notícia com certo desgosto minimizando a investigação dizendo que apresentava imprecisões, não dizendo que imprecisões eram e tampouco a desmentindo. Frente a pressão da imprensa as explicações oficiais começaram a surgir, Angélica Rivera foi a escolhida para apresentar as explicações em um vídeo oficial.

El reportaje causó polémica, indignó a una sociedad agraviada y mostró cuán endebles y sometidos pueden estar, en México, los sistemas de justicia y rendición de cuentas y cuán dócil y sumisa puede ser una empresa de comunicación frente a presiones políticas, mandatos de aniquilación y censura contra periodistas independientes. (LIZARRAGA, 2015)

1.2 O caso Globo: Triplex do Lula

O caso do Triplex tem início em meados de 2005, Lula tinha direito a compra de um apartamento no Condomínio Solaris na cidade de Guarujá. A propriedade da obra do condomínio era de Bancoop (Cooperativa Habitacional dos bancários) em 2009 está repassa o empreendimento para a OAS devido a dificuldades financeiras. A OAS faz a reforma de um triplex neste condomínio e Lula visita este imóvel acompanhado pelo então presidente da OAS, Léo Pinheiro, em 2014. No final deste mesmo ano a existência desse triplex e a possibilidade de que Lula venha a comprar este imóvel vem a público em reportagem do Jornal, O Globo. Em novembro de 2015 Lula desiste da compra não concretizando o negócio. Lula e sua esposa Marisa Letícia são denunciados pelo MPF como sendo donos do triplex. Na denúncia, consta que as reformas realizadas no triplex pela Construtora OAS, como a instalação de um elevador privativo, eram parte de pagamento de propina da construtora à Lula por supostamente ter favorecido está em contratos com a Petrobras.

A acusação sustenta que haviam sido destinados a Lula R\$ 3,7 milhões na aquisição e reforma do triplex no Guarujá, sem que o ex-presidente pagasse a diferença pelo apartamento, de melhor qualidade, do imóvel que ele e a esposa pretendiam comprar no prédio. Desse valor, uma parte teria sido utilizada para o armazenamento, entre 2011 e 2016, de presentes que Lula recebeu durante os mandatos como presidente. (Agência Brasil, EBC, 2018)

Deste modo, as ações contra Lula “giraram em torno das suspeitas de que ele ajudou algumas das empreiteiras mais ricas do país, a Odebrecht e a OAS, a obter contratos com a Petrobras, a conseguir empréstimos com o BNDES e a fechar negócios no exterior.”(NEXO JORNAL, 2018)

E para o MPF em troca dos favores realizados recebia favores por contratos fraudulentos como, as obras do triplex. Para o ex presidente e seus aliados, o processo é resultado de uma caçada política que pretende afastar a ele e o PT da cena política nacional.

“Lula diz ser acusado sem provas. No caso específico do triplex, sempre afirmou que tinha direito de compra de uma unidade do edifício em questão, mas nunca fechou negócio, portanto não pode ser acusado de ser dono do imóvel.”(Nexo Jornal, 2018)

Em julho de 2017, Lula é condenado pelo Juiz Sérgio Moro, pelo recebimento de vantagem indevida da construtora OAS e pelo ocultamento da titularidade do imóvel, mesmo esse não constando como propriedade de Lula. O juiz destaca a importância do depoimento de Léo Pinheiro, ex presidente da OAS, que confirma que a propriedade do imóvel é de Lula, assim como de mensagens obtidas nos celulares de executivos da construtora para fundamentar sua decisão.

Em janeiro de 2018, a 8ª turma do TRF-4, em Porto Alegre, mantém a condenação de Lula aumentando a pena para doze anos e um mês pelos crimes de corrupção passiva e lavagem de dinheiro. A ordem de prisão de Lula é expedida dois meses após a condenação em segunda instância, pois a defesa do ex Presidente apresentou questionamentos técnicos quanto à decisão do TRF-4, atrasando assim o início do cumprimento da pena e porque os advogados de Lula entraram com um pedido de Habeas Corpus preventivo no Supremo Tribunal Federal. Em 4 de abril por seis votos a cinco os membros do STF decidem não conceder o Habeas Corpus, decretando assim a prisão de Lula.

2. Estabelecendo relações

Existe uma relação intrínseca entre discurso e poder, e partindo do uso da ACD pretende-se revelar como as elites midiáticas exercem, através da produção e da reprodução discursiva, poder sobre a sociedade em suas práticas sociais, “As “práticas sociais” são entendidas como “maneiras habituais, em tempos e espaços particulares, pelas quais as pessoas aplicam recursos – materiais ou simbólicos – para agirem juntas no mundo” (CHOULIARAKI e FAIRCLOUGH apud LIMA, 2011, p.1827).

Como aponta Lima (2011) ao citar Fairclough, o discurso como prática política delimita a luta pelo poder, ocorre um processo de naturalização de relações de poder e ideologias particulares, pois

“os discursos não apenas refletem ou representam entidades e relações sociais, eles se constroem ou as constituem entidades – chave, de diferentes modos e posicionam as pessoas de diversas maneiras como sujeitos sociais. E são esses efeitos sociais do discurso que são focalizados na análise de discurso.” (FAIRCLOUGH, 2001, p.22).

O discurso como prática social deve ser analisado frente a dois conceitos o de ideologia e hegemonia,

[...] minha formulação da análise na dimensão da prática social está centrada nos conceitos de ideologia e essencialmente de hegemonia, no sentido de um modo de dominação que se baseia em alianças, na incorporação de grupos subordinados e na geração de consentimento. As hegemonias em organizações e instituições particulares, e no nível societário, são produzidas, reproduzidas, contestadas e transformadas no discurso. Além disso, pode ser considerada a estruturação de práticas discursivas em modos particulares nas ordens do discurso, nas quais se naturaliza e ganha ampla aceitação, como uma forma de hegemonia (especificamente cultural). (FAIRCLOUGH APUD LIMA, 2011, p.1828)

Como aponta Lima (2011) é de acordo com essa visão que as classes dominantes exercem pressão frente às classes dominadas na luta pela hegemonia. E como nota-se as classes dominantes são as que possuem poder sobre os meios de comunicação de massa, bem como outros discursos que permeiam a esfera pública, vide discurso político. Segundo Van Dijk (apud silva, 1994), o discurso e a comunicação se convertem em recursos principais dos grupos dominantes,

A disputa ideológica corresponderia, então, justamente a uma disputa por definir o que é a verdade em um contexto em que existe diversidade de opiniões e informações. Por isso, seu sucesso depende da transformação de opiniões “parciais” em representações “universais” e supostamente unitárias da realidade.” (BIROLI, 2011, p.73)

Segundo Charaudeau (2009), a notícia pode ser considerada um discurso com posições avaliativas sobre episódios apresentados sendo assim, um acontecimento pode vir a ser um acontecimento jornalístico pela interpretação que se faz dele, a construção da agenda jornalística se constrói a partir da interpretação do que pode ser uma notícia. O discurso midiático é uma forma de representar socialmente e portanto relaciona-se interacionalmente construindo sentidos social e culturalmente conhecidos e a forma como se escolhe representar através de signos previamente escolhidos contribui para a forma como esse discurso será percebido por seus receptores.

Toda escolha se caracteriza por aquilo que retém ou despreza; a escolha põe em evidência certos fatos deixando outros à sombra. A cada momento, o informador deve perguntar-se não se é fiel, objetivo ou transparente, mas que efeito lhe parece produzir tal maneira de tratar a informação e, concomitantemente, que efeito produziria tal maneira de tratar a informação, e ainda uma outra, antes de proceder a uma escolha definitiva.” (Charaudeau, 2009, p.38)

Já a narrativa:

A possibilidade da narrativa veio pela linguagem pela qual é possível registrar os pensamentos, relembrar fatos passados, e estabelecer a comunicação entre os indivíduos. Enquanto a linguagem, de modo geral, é a argamassa da sociedade e das relações jurídicas e sociais entre os cidadãos, a linguagem narrativa vai construindo o arcabouço moral, psicológico, ideológico e social de uma determinada comunidade. Uma sociedade não sobrevive se não possui sua própria narrativa ou não se reconhece nas narrativas que a ela aludem.” (SILVA, 2007, p.50)

Talvez, aqui estamos a subverter o significado do conceito de narrativa como é descrito cientificamente, mas subvertemos este para alocá-lo conceitualmente em nosso trabalho, portanto deixamos claro aqui qual será o sentido que usaremos para ele.

O sentido que narrativa tomará na nossa análise vai de encontro ao sentido de estória, com sua forma conceitual constituída de um caminho discurso que tem início, meio e fim. A narrativa midiática criada em torno de um fato social, ou seja, deixamos claro que ao usar o termo narrativa nos dirigimos “ao contar uma estória”.

Com o descrito acima como base propõe-se aqui análise do estudo de reportagens e vídeos publicados em meio online encontrados através de termos buscados nos buscadores online nos sites oficiais da Televisa e Globo.

A partir dos resultados destas buscas selecionamos um vídeo relacionado a cada caso para analisar com mais acuro os discursos reproduzidos em cada vídeo. E nossa análise,

[...]supone que es posible poner "al descubierto" la ideología de hablantes y escritores a través de una lectura minuciosa, mediante la comprensión o un análisis sistemático, siempre y cuando los usuarios 'expresen' explícita o inadvertidamente sus ideologías por medio del lenguaje u otros modos de comunicación. (VAN DIJK, 1996,p.1)

E notamos desde o exposto acima que mesmo que os dois casos possuam semelhanças recebem tratamentos distintos pela mídia hegemônica de cada país, assim como também através da análise dos dados obtidos na pesquisa pelos termos buscados nos buscadores nos mostram uma superexposição do caso “Triplex do Lula” no site oficial da rede Globo o caso “la casa blanca de EPN” aparece inexplorado no site da Televisa.

Um das diferenças que distinguem os dois casos é a forma como as provas são tratadas, por exemplo, no caso “Triplex” a um número reduzido de provas, provas estas que não seguem preceito jurídico de idoneidade, já que não provam culpa e mais apresentam um viés de direção do magistrado em contrapartida o caso “la casa blanca” apresenta provas levantadas por um grupo de jornalistas pertencentes ao grupo Aristegui que foram confirmadas pela equipe presidencial e pelo próprio presidente Enrique Peña Nieto. Nos indagamos do porquê de tamanha discrepância quanto a forma como os dois meios de comunicação apresentam estes casos semelhantes. Relacionamos esse fato a forma como as elites midiáticas se relacionam com ditos governos e ditas narrativas pois acreditamos aqui que a elite brasileira e mexicana, com o poder que possuem frente aos complexos midiáticos, têm a capacidade de dirigir a percepção social da população acerca da corrupção para os caminhos que mais lhes convém e essa percepção precisa ser comandada via recursos discursos que são muito bem comandadas pela criação de um contexto que reverbere a narrativa instituída.

Vemos como necessário para estabelecer relações e buscar possíveis respostas ao problema apresentado utilizar o conceito de Cultura Política para explicitar como os valores culturais se mostram como elementos importantes na análise do processo político, torna-se imprescindível na medida em que se reconhece que, além das instituições, os aspectos culturais contribuem para o fortalecimento do sistema dominante.

A Cultura Política é definida por Serge Bernstein como um fenômeno de múltiplos parâmetros que ajuda na compreensão da complexidade do comportamento social humano, o conceito de Cultura Política é importante para entendermos como as pessoas, no seu individual ou no coletivo, compartilham e tomam decisões políticas. Apesar de conceituar sempre no singular, Bernstein afirma que há diversas formas de Cultura Política. Para Bernstein, alguns elementos comuns, que formariam um conjunto homogêneo, são essenciais na definição de uma Cultura Política (SOUSA, 2011, p.1183)

E Giacomo Sani no Dicionário de ciência política define a Cultura Política da seguinte maneira,

"Cultura política, para designar o conjunto de atitudes, normas, crenças, mais ou menos largamente partilhadas pelos membros de uma determinada unidade social e tendo como objeto fenômenos políticos Assim, poderemos dizer, a modo de ilustração, que compõem a Cultura política de uma certa sociedade os conhecimentos, ou, melhor, sua distribuição entre os indivíduos que a integram, relativos às instituições, à prática política, às forças políticas operantes num determinado contexto; [...](SANI, p.306)

Além disso, podemos dividir a cultura política em três componentes, a saber: tradições e instituições que afetam diretamente a cultura política de cada país; ideologias que estão presentes em discursos políticos dos representantes de cada sociedade; e a opinião pública que se refere propriamente à forma como as pessoas pensam e se referem a política de seu país, seus representantes e outros assuntos.

3. Indicadores

O documento da Transparência Internacional (TI) publicado no ano de 2016 com a pesquisa realizada em meados de 2015 nos apresenta dados importantes que podem explicitar de forma gráfica as diferentes percepções sobre a corrupção no contexto mexicano e no contexto brasileiro.

No México no ano de 2015 o caso “La casa blanca” estava em pleno debate, enquanto no Brasil no mesmo ano havia um discurso explosivo sobre a corrupção esse contexto político e social pode ter influenciado de forma direta a opinião pública sobre o desempenho dos governos no combate à corrupção, nos dois países.

Segundo os resultados da pesquisa da TI, no Brasil 56% da população acreditava que o governo teve um mal desempenho frente o combate à corrupção, o contexto brasileiro no ano de 2015 remete ao espectro do impeachment e de revoltas contra a corrupção se relacionarmos esse fato com a forma como a Globo incansavelmente falava de corrupção e com o auge da Operação Lava jato nota-se aqui que a opinião pública reflete através dessa pesquisa a representação que a mídia produz. Já no México, 61% da população confirmou que o governo teve uma má performance combatendo a corrupção, neste caso mesmo a Televisão não produzindo um discurso diário e exaustivo sobre a corrupção ocorreu um escândalo de grandes proporções divulgado por mídias alternativas.

Há diferenças enquanto a população brasileira reage frente denúncias de corrupção e a população mexicana reage ao mesmo fato? Segundo dados da TI sim, por exemplo a porcentagem de brasileiros que concebem as denúncias contra a corrupção como atos saudáveis é cerca de 25 pontos percentuais maior que a população mexicana, podemos aqui utilizarmos nosso juízo de valor e relacionar a forma como a violência de coerção é exercida de forma mais transparente no México, enquanto no Brasil está é mascarada. A forma como a Globo retrata e retifica a força da denúncia contra a corrupção frente a construção de imagens que apelam ao ideal heroico da nação, vide caso Sérgio Moro.

Com o exposto acima em considerações concluímos que o Brasileiro e o Mexicano possuem percepções diferentes sobre a corrupção.

Considerações finais

Tendo desenvolvido acima salientamos aqui que o brasileiro e o mexicano possuem percepções distintas acerca do mesmo fenômeno, a corrupção, e que também a mídia hegemônica aqui explicitada pelos complexos midiáticos Televisa e Globo ao constituírem relações distintas com os governos de cada país produzem e reproduzem representações distintas diversas sobre a corrupção.

Em nossa hipótese, a mídia hegemônica através da reprodução de notícias sobre distintas temáticas é influenciada pelos demais poderes e exerce influência sobre os demais poderes em uma relação síncrona, logo na forma como reproduz representações e na influência que possui na constituição da opinião pública acaba por perpassar através de suas produções que se cristalizam frente a uma pretensa neutralidade que influencia a opinião pública conforme seus interesses enquanto classe dominante.

Referências

BIROLI, Flávia. Mídia, tipificação e exercícios de poder: a reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico. **Revista Brasileira de Ciência Política**, nº 6. Brasília, julho - dezembro de 2011, pp. 71-98.

CHAGAS, Paulo Victor. Entenda o caso Triplex em que Lula foi condenado. **Agência Brasil EBC**, Brasília, 01 de jan. 2018. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2018-01/entenda-o-caso-triplex-em-que-lula-foi-condenado>>. Acesso em: 28 mai. 2018.

CHARAUDEAU, Patrick. O que quer dizer informar. In. **O discurso das mídias**. 1ª edição, São Paulo: Contexto, 2009.

CHARLEAUX, João Paulo. Entenda o caso do apartamento triplex. **Nexo Jornal**, 05 de abr. 2018. Disponível em <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/04/05/Entenda-o-caso-do-apartamento-tr%C3%Adplex>>. Acesso em: 28 mai. 2018.

FAIRCLOUGH, Norman. Introdução e A prática da Análise de Discurso. In **Discurso e mudança social**. / Norman Fairclough; Izabel Magalhães, coordenadora da tradução, revisão técnica e prefácio. - Brasília: Editora Universidade de Brasília.2001. 316 p.

CABRERA, Daniel. LIZÁRRAGA, Daniel. HUERTA, Irving & BARRAGÁN, Sebastián. La casa blanca de Enrique Peña Nieto (Investigación especial). **Aristegui Noticias**, México, 09 de nov. 2014. Disponível em: <<https://aristeginoticias.com/0911/mexico/la-casa-blanca-de-enrique-pena-nieto/>> . Acesso em: 28 de maio de 2018.

LIMA, Fábio Fernando. fundamentos, desafios e especificidades da análise crítica do discurso. Cadernos do CNLF, Vol. XV, Nº 5, t. 2. Rio de Janeiro: CiFEFiL, 2011.

LIZARRAGA, Daniel. Fragmento. Prologo In. La casa Blanca de Peña Nieto. Disponível em: <<<https://www.megustaleer.com.ar/libros/la-casa-blanca-de-pea-nieto/MMX-007733/fragmento/>>> Acesso em: 01 de junho de 2018

MANIN, Bernard. As metamorfoses do governo representativo. Disponível em: <http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_29/rbcs29_01> Acesso em: 01 de junho de 2018.