

As narrativas dramáticas e obsessivas utilizadas na cobertura política das revistas semanais

The dramatic and obsessive narratives constructed in the political coverage of weekly magazines

Hila Rodrigues

Professora Adjunta II da Universidade Federal de Ouro Preto. Rua do Catete, 166, 35420-000, Mariana, MG, Brasil. hilarodrigues@hotmail.com

Marta Regina Maia

Professora Adjunta IV da Universidade Federal de Ouro Preto. Rua do Catete, 166, 35420-000, Mariana, MG, Brasil. marta@martamaia.pro.br

Resumo. Este trabalho apresenta e problematiza as estratégias discursivas construídas e exploradas pelas revistas *Veja*, *IstoÉ* e *Época* na cobertura política de acontecimentos específicos que, ao longo do ano de 2015, envolveram o ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT). A discussão se dá a partir das noções de política como interesse comum e da relação entre sociedade civil e Estado (Santos, 2000; Bobbio, 1986, 1987, 2000; Arendt, 1987, 2002, 2005). Para além do chamado jornalismo declaratório, as narrativas analisadas apoderam-se de recursos dramáticos, outrora observados em maior escala nas editoriais de polícia e geral, e são repaginadas de maneira espetacular nas capas das publicações, bem como nas matérias internas, assumindo, ao menos nas revistas em questão, um consenso na forma de abordagem.

Palavras-chave: narrativas, jornalismo, revistas, política, dramatização.

Abstract. This paper presents and examines the discursive strategies built and explored by three specific magazines – *Veja*, *IstoÉ* and *Época* – during the coverage of certain political events of the year 2015 concerning the former president Luís Inácio Lula da Silva, belonging to the Workers' Party (PT). The discussion takes place from the notions of politics as a common interest and from the relation between civil society and the State (Santos, 2000; Bobbio, 1986, 1987, 2000; Arendt, 1987, 2002, 2005). Going beyond the so-called declaratory journalism, the narratives analyzed take on dramatic features once observed on a larger scale in the Police and General sections, and are repaginated in a spectacular manner on the covers of publications, as well as in the internal reports, assuming, at least with regard to the analyzed material, a consensus on how to approach.

Keywords: narrative, journalism, magazines, policy, dramatization.

Introdução

No segundo semestre de 1999, o Brasil passou por um período de turbulência política a partir do escândalo envolvendo os ex-senadores Antônio Carlos Magalhães e Jader Barbalho¹. No período de estouro do escândalo, o alarido ecoou na imprensa por dias a fio. O próprio Senado Federal chegou a registrar que, só em 9 de setembro daquele ano, foram 35 citações diretas à guerra ACM x Jader em notícias veiculadas nos jornais *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *Tribuna da Imprensa*, *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Dia*, *A Gazeta Mercantil* e o *Correio Braziliense*. O nome de ACM foi citado por 28 vezes. O de Jader, 20 (Senado Federal, 1999). Menos de um ano depois, em maio de 2000, o geógrafo e professor emérito da USP, Milton Santos, em entrevista ao jornal *Estado de Minas*, acusava a imprensa – em especial, os cadernos de Política – de “deseducar” o cidadão com uma abordagem que reduz e simplifica o complexo campo da esfera sóciopolítica: “Que importância tem o Jader Barbalho xingar o ACM e vice-versa? [...] vocês dão páginas inteiras – coisa que deseduca, pois passa a impressão de que isso é política. E não é. Aí a pessoa tem raiva de política. E não pode, porque ela é necessária” (Santos, 2000, p. 6).

Quinze anos se passaram desde as declarações do geógrafo e, nos meses de julho a outubro de 2015², as capas das quatro principais revistas semanais que se ocupam da cobertura de temas políticos – *Veja*, *IstoÉ*, *Época* e *Carta Capital* – concentram-se todas, mais uma vez, nos escândalos de corrupção que atravessam e marcam a esfera pública brasileira. Evidentemente não se está a subestimar aqui o tema da corrupção, frequentemente transformado em notícia exatamente em função da relevância dos interesses da coletividade. Mas certamente há que se repensar o *fazer jornalístico* quando a cobertura política de uma semana inteira de

acontecimentos limita-se aos atos e declarações de quem corrompeu ou foi corrompido. Para além do chamado jornalismo declaratório, as narrativas analisadas apoderam-se de recursos dramáticos, outrora utilizados especialmente nas editoriais de polícia e geral, e são repaginadas de maneira espetacular nas capas das publicações e ganham, ao menos em três revistas³ (*Veja*, *IstoÉ* e *Época*) um consenso na forma da abordagem.

A partir das perspectivas acionadas até o momento, tendo como ancoragem metodológica a análise das narrativas configuradas pelas capas das revistas – bem como das matérias internas –, da chamada imprensa de referência, este trabalho pretende discutir e problematizar as estratégias discursivas utilizadas pelos veículos na editoria de política.

Política para além da superfície

Em certa medida, a inexistência – nos cadernos de política dos jornais – de discussões que efetivamente contribuam para a percepção de mundo por parte do cidadão parece diretamente relacionada às nuances que atravessam o conceito de política, isto é, às singularidades atinentes às formas como a sociedade civil relaciona-se com o Estado. Seria impossível, portanto, não considerar o elemento *poder*. Na concepção do filósofo político Norberto Bobbio (1987, 2000), por exemplo, falar em política na condição de prática humana exige reflexões em torno do que se entende como *poder*. Recorrendo à ideia do sujeito que possui instrumentos capazes de fazer valer a sua vontade sobre a vontade de outro, Bobbio compreende o *poder político* como a predisposição do homem de exercer essa vontade a despeito dos desejos, necessidades ou aspirações de outros sujeitos – a exemplo do que ocorre na relação entre governantes e governados.

Quando se atém a esse aspecto do domínio de um sujeito sobre o outro, Bobbio (2000)

¹ Ambos se engalfinhavam nos bastidores para definir a relatoria do Plano Plurianual, o plano de investimentos intitulado “Avança Brasil”, que estipulava um orçamento da ordem de R\$ 1,1 trilhão para os próximos anos. Quase dois anos depois, aquela queda-de-braço revelaria crimes de corrupção de toda ordem, a ponto de provocar a renúncia de Antônio Carlos Magalhães ao mandato em 30 de maio do ano de 2001. Jader Barbalho, por sua vez, também renunciaria naquele ano, em 5 de outubro, acusado de envolvimento em casos de corrupção e enriquecimento ilícito.

² Esse período foi acompanhado de maneira sistemática. Nota-se que as capas das revistas agudizaram a cobertura em 2016, assumindo discursos valorativos que extrapolam qualquer tipo de cobertura ética por parte das mesmas, em especial durante o processo de pedido de impeachment da presidente Dilma Rousseff, em abril de 2016.

³ A revista *Carta Capital* será desconsiderada para efeito de análise, já que, embora tenha utilizado alguns recursos visuais não convencionais, não recorreu a estratégias discursivas espetaculares como as demais. Mesmo tendo usado razoável quantidade de adjetivos, indicou, na matéria interna, as fontes utilizadas, com a devida contextualização das informações, abordagem bem distinta das outras três revistas.

recorre à tipologia moderna das formas de poder, como o poder econômico, o poder ideológico e, claro, o poder político – este último garantidor, segundo ele, da manutenção da ordem pública (em conformidade com as regras estabelecidas por quem comanda). Desse ponto de vista, “os fins da política” seriam “tantos quantas forem as metas a que um grupo organizado se propõe, segundo os tempos e as circunstâncias” (Bobbio, 2000, p. 167). Assim, o poder pelo poder não faz sentido. A eficácia da gestão, afinal, está em jogo. Mas eficaz para quem?

Em uma de suas interpretações em torno do que se concebe como *bom* e como *mau governo*, Bobbio salienta o sentido antagônico entre interesse comum e interesse particular, entre a primazia do que é público e do que é privado.

A outra interpretação da distinção entre bom governo e mau governo repousa, como foi dito, na oposição entre interesse comum e interesse particular, entre vantagem pública e vantagem privada. Leva em consideração, desse modo, não tanto a forma através da qual o poder é exercido, mas o fim que deve ser perseguido. Que esse fim seja a vantagem comum, não do governante ou dos governantes, da classe dominante, como diríamos hoje, da elite no poder, deriva da natureza mesma da sociedade política (a koinonía politiké de Aristóteles), a qual deve prover a satisfação das necessidades relativas a todos os membros e não apenas a alguns deles, tais como, segundo os tempos e segundo as concepções gerais do viver comum e as diversas e com frequências opostas ideologias, a ordem e a paz interna e a paz externa, a liberdade e a igualdade, a prosperidade do Estado no seu conjunto, ou o bem-estar dos cidadãos uti singuli, a educação para virtude ou a felicidade (Bobbio, 2000, p. 210).

Essa compreensão das especificidades que dão rosto a diferentes governos e sociedades carrega em si o reconhecimento da pluralidade dos seres humanos, um elemento que também ancora o conceito de política de Hannah Arendt, para quem a “política trata da convivência entre diferentes” (2002, p. 21). Na concepção da filósofa alemã, essa pluralidade emerge como lugar de expressão da liberdade – liberdade que se constitui no mundo político onde ocorrem os “negócios humanos”, e que, por isso mesmo, só pode habitar a ação na condição de liberdade concreta, e não de “liberdade teórica” (Arendt, 2005, p. 191). Nesse sentido,

somente a liberdade possibilitaria a ação (o fazer, o dizer, o pensar) e o exercício da política, dado que é na esfera cotidiana que esses atos ocorrem, “pois ação e política, entre todas as capacidades e potencialidades da vida humana, são as únicas coisas que não poderíamos sequer conceber sem ao menos admitir a existência da liberdade” (Arendt, 2005, p. 192).

Há que se observar, entretanto, que a liberdade (esta que possibilita o fazer, o dizer e o pensar) está condicionada ao que se aprende – e ao que se apreende. Portanto, ao universo midiático e aos conteúdos produzidos nesse universo. Com isso, não se está a dizer aqui que a dimensão política de certos conflitos, assim como as declarações de autoridades públicas em torno desses conflitos, não tenha validade – ou não seja importante. Isso seria um equívoco, dada a relevância desse tipo de abordagem para melhor compreensão dos interesses e contendas que atravessam esse campo. O problema ocorre quando se resume as questões públicas a certos “lugares de fala” e a certos personagens, como é o caso em análise.

O caráter diegético das revistas se traduz no movimento cronológico da personagem central das publicações durante o período analisado: Luís Inácio Lula da Silva⁴. Ao configurar as narrativas a partir de histórias “vivenciadas” pelo ex-presidente, as revistas buscam conferir veracidade aos relatos, buscam construir sentidos para o que representaria uma posição “desesperadora” de Lula. Os enredos configurados apontam para o caráter dramático da situação, como aponta Luiz Marfuz (2003). Ele justifica essa afirmação a partir da transformação dos sujeitos das narrativas jornalísticas em personagens de um enredo que se aproxima de uma história de ficção com traços dramáticos específicos, inserindo-a “num conjunto de acontecimentos interligados em forma de enredo, tornando-a cada vez mais moldada pela estrutura dramática” (Marfuz, 2003, p. 101). A narrativa, nesse caso, sofre um processo de hibridização entre o real e o ficcional, como se discutirá a seguir.

Viés dramático como estratégia de interlocução e produção de narrativas

O jornalismo, como uma das instâncias de produção de sentidos na sociedade, produz narrativas a partir do agenciamento dos fatos

⁴ Vale registrar que o ex-presidente, nesse período, aparece como um dos possíveis candidatos à presidência em 2018.

ou fenômenos presentes no interior da sociedade (Ricoeur, 2010). Para situar melhor a questão, recorremos a Paul Ricoeur que, tendo como ponto de partida a “Poética” de Aristóteles, apresenta uma leitura sobre a configuração de narrativas (sejam ficcionais ou históricas) engendradas pelo conceito da tripla *mimesis*, em que a *mimesis* I já se encontra pré-configurada pela própria ação humana e pode ou não ser configurada pela ação da *mimesis* II (não somente pelo sujeito, mas pelo agenciamento dos fatos), culminando, assim, na estruturação do texto, que só pode ocorrer no encontro com o leitor (*mimesis* III). Ao apresentar a tripla *mimesis*, o referido autor evidencia os aspectos temporais da intriga e sugere o poder de ressignificação do mundo pela narrativa.

A partir dessa leitura, é possível perceber como a narratividade da política é expressa pelas páginas das revistas semanais e como essa cobertura aciona uma construção simbólica que agencia o leitor para o consumo desse material. A cobertura dessas publicações leva em consideração a “prática linguageira afere a essa pré-compreensão” (Ricoeur, 2010, p. 139), ou seja, a *mimesis* I, contando com a mediação da *mimesis* II, que oportuniza a reunião de ações e acontecimentos em matérias jornalísticas, configurando narrativas que se sustentam, nesse caso em especial, em referências dramáticas da matriz latino-americana, como já nos mostrou Jesús Martín-Barbero em obra seminal (1997)⁵. O desdobramento dessa perspectiva conceitual desliza até a confluência do leitor com o texto (*mimesis* III).

Ao conceber a narrativa não só como modalidade textual, mas “como um modo de experimentar e se inserir no mundo” (Leal, 2013, p. 41), percebemos o processo jornalístico inserido na dinâmica de afetações sociais. Por mais que o fazer jornalístico busque a fixação de significados, por mais que busque projetar histórias com começo, meio e fim, é na dimensão dos conflitos que as narrativas jornalísticas se apresentam. Como aponta o pesquisador Reges Schwaab, “a prática discursiva das revistas ultrapassa uma ação em torno das factualidades”, o que poderá ser verificado pelas análises realizadas (2014, p. 72).

Inspiram essas análises as reflexões propostas por Christa Berger (1998), a partir da observação da mediação da informação em

processos de interlocução com o poder político – num contexto que, envolvendo mídia e movimentos sociais, é revelador de campos em confronto. Centrada especialmente nas estratégias discursivas e suas implicações na construção narrativa, a pesquisa de Berger mostra que é possível delimitar o *corpus* da análise aqui proposta da seguinte maneira: (a) recolhendo as manchetes de capa das revistas selecionadas para analisar as designações dos atores envolvidos e interpretação das falas; (b) examinando as estratégias discursivas que dão contornos específicos às histórias narradas e (c) identificando recursos de dramatização capazes de importantes ressignificações no curso da narrativa.

Manchetes, títulos, chamadas e leads anunciam, como ressalta Berger, uma “intenção de leitura” (1998, p. 7). Trata-se de um aspecto facilmente constatado na plataforma das revistas semanais. Cada edição só faz comprovar, por exemplo, que os títulos, na condição de lugares da nomeação, inauguram, muitas vezes, a identidade do acontecimento, como observa Fausto Neto: “O título é o lugar da nomeação onde se dá início à própria identidade do acontecimento” (Fausto Neto, *in* Berger, 1998, p. 130). A relevância desse tipo de análise está, justamente, na importância do entendimento das estratégias discursivas presentes no processo de construção de um sentido único, que muitas vezes pretende se legitimar por si só.

Após acompanhamento sistemático de cinco meses das revistas citadas, optou-se por analisar estratégias narrativas das três capas da mesma semana (junho/julho) e as de outubro, considerando que as três publicações mantêm diferenças de apenas um dia entre suas edições. As matérias serão acionadas, em especial, a partir das chamadas de capa, visto que os títulos mantêm uma estreita relação com a angulação das matérias e ainda porque a discussão principal refere-se à(s) intriga(s) acionada(s) para a produção das matérias veiculadas. Para efeito de procedimento metodológico, será exposta, a seguir, uma breve descrição das capas das três revistas.

A revista *Época* (2015a, Figura 1) apresenta a manchete “A ruína da Era Lula”, com três chamadas principais: “LULA ATACA seu partido, Dilma e o próprio legado”; “O PT DEFENDE o tesoureiro preso e os empreiteiros

⁵ Martín-Barbero descreve – de maneira exaustiva –, no livro “*Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia*”, o longo processo cultural constitutivo da matriz cultural popular, do estado moderno, dos meios de comunicação e suas marcas nas sociedades latinoamericanas.



Figura 1. Capa 1 – Revista *Época*.
Figure 1. Cover #1 *Época* Magazine.

Fonte: *Época* (2015a).



Figura 2. Capa 2 – Revista *Época*.
Figure 2. Cover #2 *Época* Magazine.

Fonte: *Época* (2015b).

do petróleo”; “E A POLÍCIA INVESTIGA as novas provas contra o governador petista Fernando Pimentel” e “EXCLUSIVO: As viagens internacionais do ex-presidente com o lobista preso da Odebrecht”. A manchete, associada às chamadas, é trespassada pela fotografia de Lula, à esquerda da capa, trajando camiseta vermelha, cabisbaixo, com uma arte que mostraria um possível efeito de esvaecimento a partir de seu cabelo (como se a figura dele estivesse se transformando em pequenas partículas de pó ou fumaça). Do lado direito, próximo ao logo da revista, mais três pequenas chamadas para outros assuntos. A capa de 5 de outubro (Figura 2) recorre ao uso “estourado” do vermelho, com as fotos de Lula e Teodoro Obiang, presidente da Guiné Equatorial, com a chamada: “Uma aventura na África – EXCLUSIVO – Documentos secretos revelam que Lula [grafado em outra cor] fez lobby para empreiteiras do petróleo junto aos presidentes de Gana e da Guiné – e marcou reunião no BNDES para empresários africanos”; mais três pequenas chamadas: “Zero a zero – Na reforma ministerial, o PMDB ganha espaço, Lula se fortalece – mas Dilma prossegue fraca”; “Nas cordas – A descoberta de contas secretas na

Suíça nocauteia Eduardo Cunha. Ele promete devolver um direto no Planalto” e “Para continuar no jogo – Mantenha o plano de saúde mesmo trabalhando por conta própria”.

IstoÉ (2015a) estampa a fotografia, em preto e branco, de Lula, testa franzida, olhar preocupado, com a seguinte manchete: “LULA PERDE O EIXO: O ex-presidente mostra desequilíbrio e desespero, vivendo o pior momento de sua história. Ele teme a prisão e o risco de nunca mais voltar ao poder”; e mais: “O cerco da PF ao aliado e governador de Minas, Fernando Pimentel” e “Os delírios de Dilma sobre ‘Mulher sapiens’ e mandioca”. Na parte de cima do logo, seguem duas chamadas sobre outros assuntos. Na edição de 7 de outubro (2015b) apresenta “Reportagem exclusiva” sobre a história dos programas sociais implementados pelo governo Lula, asseverando que a “bandeira do ‘TUDO PELO SOCIAL’ foi enterrada”. Destaque para a imagem em preto e branco na capa, com fotos em recorte de imagem antiga, em moldura picotada.

A semanal *Veja* (2015a – Figura 5) optou pela publicação de uma silhueta do delator Ricardo Pessoa (praticamente “estourando” em toda capa), em que é projetada, na parte infe-



Figura 3. Capa 1 – Revista *IstoÉ*.
Figure 3. Cover #1 *IstoÉ* Magazine.

Fonte: *IstoÉ* (2015a).



Figura 4. Capa 2 – Revista *IstoÉ*.
Figure 4. Cover #2 *IstoÉ* Magazine.

Fonte: *IstoÉ* (2015b).

rior, a imagem de Brasília, como se o delator representasse uma ameaça para o poder. Na parte superior, acima do logo, a chamada “EXCLUSIVO 12 PÁGINAS”, com a manchete: “À SOMBRA DO DELATOR – VEJA teve acesso aos espantosos relatos que levaram o STF a aceitar a delação premiada do empreiteiro Ricardo Pessoa”. Mais nenhuma informação na capa. Na edição de outubro (Figura 6), a revista representa o ex-presidente em formato de boneco presidiário (apelidado de “pixuleco”) sendo agraciado pela faixa presidencial diretamente pelas mãos da presidente Dilma.⁶

Em *Veja* (2015a), por exemplo, todas as informações, ao longo das 12 páginas anunciadas na capa, partiram de uma única fonte: Ricardo Pessoa. Não há qualquer sinalização de verificação de dados ou declarações. Em um único momento, um dos políticos citados, o ministro-chefe da Casa Civil, Aloizio Mercadante – que, segundo Pessoa, teria recebido R\$ 500 mil para a campanha de 2014 ao governo de São Paulo – faz uma declaração à revista: “Desconheço qualquer ação não contabilizada

para a minha campanha”. A frase é a única “versão” do suposto acontecimento, isto é, um suposto financiamento ilegal de campanha. Não há checagem acerca da real trajetória do dinheiro, não há entrevistas no âmbito do Tribunal Eleitoral de São Paulo, da Polícia Federal ou do Ministério Público. Dito de outra forma, todas as declarações, números e cifras que dão contornos à reportagem estão fundadas nas declarações e documentos revelados por Pessoa. Outro elemento analítico a ser acionado refere-se ao caráter onírico da capa. Ao colocar, na capa, uma imagem que “assombra” a capital do país, é perceptível o lugar reservado para o imaginário coletivo associado ao medo e ao inesperado de um perfil pouco delineado. Na edição de outubro, o recurso utilizado na capa (boneco de Lula) faz uma clara alusão à entrega do “poder” para o ex-presidente, referendada pelo final da matéria interna: “Dilma não renunciou formalmente, mas, fragilizada e solitária, ajoelhou-se diante da turma do pixuleco, do PMDB e de seus bons contatos na Justiça” (Veja, 2015c, p. 55).

⁶ Também vale registrar que o STF, em abril de 2016, adiou, por tempo indeterminado, o julgamento sobre a nomeação do ex-presidente Lula como ministro da Casa Civil.



Figura 5. Capa 1 – Revista *Veja*.
Figure 5. Cover #1 *Veja* Magazine.

Fonte: *Veja* (2015a).



Figura 6. Capa 2 – Revista *Veja*.
Figure 6. Cover #2 *Veja* Magazine.

Fonte: *Veja* (2015c).

Cabe aqui refletir sobre as estratégias narrativas utilizadas pelas revistas que, vale a pena frisar, recorrem ao mesmo recorte temático. As capas sinalizam uma cobertura sustentada por um discurso comum: o de um governo intratável (e indesejado) como resultado da ação de políticos intratáveis (e indesejáveis). Mais que isso, apresentam uma temporalidade mais estendida ao fazer referências não só ao governo da presidente Dilma Rousseff, mas aos dois mandatos do ex-presidente Lula, em clara referência a um *modus operandi* petista. Mas de novo: para quem? A julgar pelas imagens, cores e dizeres estampados em todas elas, para uma parcela da população que vê suas finanças (e ganhos) ameaçada, que repudia a alocação de recursos públicos em benefícios sociais e previdenciários e que clama pelo encurtamento do mandato presidencial que dá poder às forças de esquerda no país⁷. Importante observar a ausência de fontes e o jornalismo declaratório que sustenta as matérias de capa.

As narrativas estampadas, além de personificar os problemas (seja em Lula, seja em Dilma) utilizam estratégias discursivas que buscam legitimar as chamadas. Assim, adjetivos ou locuções adjetivas como “ruína”, “perde o eixo”, “desequilíbrio”, “desespero”, “delírios”, “pior momento”, entre muitas outras presentes nas capas e matérias internas, colocam em pauta uma narrativização do jornalismo político a partir de uma estética dramática que, como pontua Jesús Martín-Barbero, acaba por cindir o relato ao “violar a separação racionalista entre os assuntos sérios e os temas destituídos de valor, a tratar os fatos políticos como fatos dramáticos [...] observando as situações a partir daquele outro ponto de vista que interpela a subjetividade dos leitores” (1997, p. 247).

A questão que pode ser colocada é que, ao circunscrever fatos e fenômenos à esfera pessoal – no caso, o ex-presidente Lula, as publicações explicitam a linha tênue que o jornalismo político atravessa na contemporaneidade ao utilizar recursos que extrapolam o próprio

⁷ Importante observar que, segundo a pesquisa Ipsos/Marplan, 71,2% dos leitores da revista *Veja*, por exemplo, pertencem às classes sociais A e B (PUBLIAbril, 2015). Para a revista *Época*, esse mesmo público já representava, no último levantamento divulgado pela Editora Globo, 64% dos leitores (Editora Globo, 2010).

campo da política, como já apresentado a partir dos conceitos de Norberto Bobbio, Milton Santos e Hannah Arendt. Vale a pena mencionar a capa da revista *Veja* (2015b) na semana anterior: “A prisão de Marcelo Odebrecht leva a investigação do escândalo da Petrobrás ao patamar mais alto do poder na Era Lula”. Ou ainda a capa da revista *Época* (2015b): “ELE AMEAÇA DERRUBAR A REPÚBLICA – A força-tarefa da Lava Jato prende Marcelo Odebrecht, presidente de uma empresa que explodiu em faturamento na Era Lula”, com foto em preto e branco, “estourando” na página. Ambas com assunto único na capa. Embora não seja objeto de análise desse trabalho, é possível assinalar, ao menos, mais duas capas publicadas em 2016 que tiveram ampla reverberação social. Uma delas, veiculada pela revista *Veja* (edição 2469, de 16 de março) aponta o “desespero” do ex-presidente (a partir do pedido de prisão preventiva por promotores de São Paulo), e traz, como imagem, a fotografia de Lula com serpentes na cabeça, em clara alusão à personagem mitológica Medusa, trazendo a seguinte manchete na Capa: “O desespero da jararaca”, tendo como título interno “Lula: serpente acuada”. A outra, também capa da revista *Veja* (2016b), de 30 de março) estampa em letras garrafais e com assunto único “O Plano Secreto de Lula para evitar a prisão: pedir asilo à Itália e deixar o Brasil”, manchete que foi desmentida pela embaixada em nota oficial.

A pesquisadora Márcia Franz Amaral (2007), ao discutir os aspectos melodramáticos das manchetes a partir de um acontecimento específico, aponta a existência de duas matrizes culturais que regem a imprensa: uma matriz racional-iluminista e uma matriz dramática. Entretanto, ela mesma acrescenta que a primeira matriz “absorve Matrizes populares”, acrescentando que “nenhum jornal é a expressão pura de uma determinada Matriz, pois o massivo é um lugar de articulação delas” (p. 123). A própria configuração das narrativas das revistas fornece elementos para essa afirmação. Não por acaso, a matéria interna da revista *Época* (2015a), com o mesmo título da capa, mantém o chapéu “TEATRO DA POLÍTICA” nas 12 páginas referentes ao assunto. Algumas expressões usadas pelos repórteres que assinam as matérias (referentes à presidente Dilma) são sintomáticas: “adolescente mimada”, “presidente estranha”, “cambaleante gestão” e “Àquela altura [quando da indicação para concorrer ao cargo] Dilma não era bolada, fã de mandioca

ou ciclista de contas públicas”. A matéria da revista *IstoÉ* (2015a) também recorre a esses artifícios ao fazer referências ao ex-presidente Lula: “Lula treme”, “desespero”, “crises de choro”, “insone”, “apreensivo”, “nervos à flor da pele”, “desabou em choro”, “destempero”, entre outros.

Além das expressões citadas – e tantas outras que poderiam ser arroladas aqui –, nota-se, sobretudo, que o discurso configurado serve para legitimar uma tese defendida *a priori* por essas revistas, a de que a “Era Lula” chegou ao final, asseverando à narrativa a perspectiva de começo, meio e fim. Ou seja, um tipo de jornalismo assertivo que “se vê no direito de criticar, e até mesmo desqualificar determinadas atitudes do governo [...] Nesse sentido, acaba tendo uma atuação semelhante a um partido político, como se tivesse um mandato de representação de setores sociais conservadores” (Maia, Oliveira, 2006, p. 31). Nota-se ainda que muitas das “informações” veiculadas são simplesmente acionadas por algumas “fontes” em *off*, sem qualquer menção mais direta aos “informantes responsáveis” pelas histórias degradantes envolvendo especificamente Lula e Dilma.

O exercício de análise dessas capas (complementado pelas reportagens) revela um jornalismo que interessa, sobretudo, a líderes políticos de um lado, e aos próprios jornalistas (ou empresas jornalísticas, ou ambos) de outro. Em um estudo que examina as relações estabelecidas entre profissionais do jornalismo e atores políticos, Luís Felipe Miguel (2002) identificou três tipos de contato entre os dois grupos: no primeiro, os jornalistas presenciam eventos políticos tais como votações no parlamento, debates, nomeações, reuniões partidárias etc. São assim, testemunhas desses eventos. No segundo tipo, os profissionais de imprensa interagem com os políticos em contextos formais, como nas entrevistas (sejam elas coletivas ou individuais). O terceiro tipo se traduz na relação cotidiana entre eles, quando os políticos assumem a condição de fontes de informação. Dessa forma, inaugura-se uma relação em que os dois lados devem sair ganhando:

[...] devido à dinâmica própria de sua integração, [jornalistas e políticos] precisam incorporar em alguma medida a lógica um do outro. Sob pena de perder a fonte, o jornalista deve ponderar aquilo que publica, calculando seus efeitos sobre o campo político; e fazer concessões aos interesses do outro, divulgando o destaque de certas notícias (mas nunca ao ponto de comprometer a própria

credibilidade). Já a fonte, para manter seu acesso privilegiado à imprensa, deve reconhecer o material que é útil ao jornalista e, sobretudo, manter a própria confiabilidade diante dele, não transmitindo informações equivocadas em busca de benefício de curto prazo (Miguel, 2002, p. 14).

Na edição de junho da revista *Época* (2015a), os repórteres Flávia Tavares, Leandro Loyola e Diego Escosteguy, por exemplo, descrevem um encontro recente entre os “principais chefes do PMDB” e o ex-presidente Lula. Relatam que o petista teria dito que a presidente Dilma faz e repete “bobagens”, que ele tem se sentido como um pai a quem “chamam para buscar a filha na delegacia pelo mesmo motivo” (*Época*, 2015a, p. 34). Nenhuma fonte é citada nesse ponto. Os repórteres informam apenas que todos os interlocutores de Lula eram homens – e que todos riram. Em seguida, é mencionada a primeira fonte da reportagem: “um dos ministros próximos de Dilma [...], que é do PT”. Essa fonte assevera que a presidente teria implodido as relações com “os movimentos sociais, com o Congresso e com o PIB” (*Época*, 2015a, p. 34). Na edição de outubro, por exemplo, na matéria interna da revista cuja manchete foi “Agora quem manda é o Lula”, a mesma revista apresenta detalhes de uma reunião entre Dilma e Lula, sendo que a reunião ocorreu em ambiente privado; novamente sem a citação de qualquer fonte.

Não que as relações entre jornalistas e atores políticos sejam problemáticas em si mesmas. A questão é que se eles (jornalistas e políticos) pertencem a campos tão distintos e, por isso mesmo, orientam-se a partir de objetivos tão igualmente distintos, como poderiam considerar interesses mútuos sem desconsiderar o que realmente importa ao cidadão comum? Esse a quem não importa os efeitos no campo político ou o acesso privilegiado às redações, mas, sim, ser ouvido em suas necessidades e aspirações?

Importante atentar, nesse ponto, para a função mediadora do profissional de jornalismo, especialmente no que diz respeito ao que Fernanda Lima Lopes (2013) chama de “segundo âmbito do jornalismo”, isto é, o campo político-discursivo. Nessa esfera, o jornalismo emerge como discurso autorizado (e convocado) entre o público e os acontecimentos. Nessa concepção, “o modo de falar ampara a legitimidade do(s) seu(s) modo(s) de fazer” (Lopes, 2013, p. 37). É possível, aqui, perceber o jornalismo a partir de um esforço rumo à constru-

ção do que se convencionou denominar “retórica autorreferencial”:

Se, por um lado, ele [o jornalismo] aponta para o mundo e, eventualmente, produz e reproduz algum grau de conhecimento (recortados, construído, mas também impregnado por ele) sobre a realidade, por outro ele insistentemente indica a si mesmo. Frequentemente menciona seus próprios produtos, refere a sua própria ética, proclama sua própria função, faz inúmeros apontamentos para seu próprio dever cívico, sua própria competência, seus próprios sofrimentos, suas próprias vitórias, os ataques de outros grupos contra ele etc. Tudo isso acaba relegando ao segundo plano a representação propriamente da realidade e caminhando para uma ordem representacional autorreferente (Lopes, 2013, p. 42).

Esse é, em larga medida, um tipo de discurso frequentemente observado em parte expressiva das publicações de cunho político no âmbito da imprensa. Verifica-se, não raras vezes, certo empenho direcionado ao alcance da adesão do leitor à ideia central trabalhada. Assim trabalham as empresas jornalísticas. Interesses há, e não poucos.

A operação Lava Jato, sob responsabilidade do Juiz Sergio Moro, exemplifica bem essa visão. Não se pode apontar, com absoluta certeza, quem é/são responsável/eis pelos vazamentos para os meios de comunicação, mas é possível afirmar que não há nenhum tipo de constrangimento aos meios que publicizam “informações” que, muitas vezes, não passaram pelo crivo da checagem, instrumento fundamental no processo de produção de uma reportagem. Como diz o professor de Direito Constitucional da PUC/SP, Pedro Serrano: “Uma coisa é não divulgar uma informação que deveria ser secreta. Outra é transformar a investigação em um espetáculo midiático, com uma narrativa da culpa antes mesmo do julgamento” (*in* Carvalho, 2016, p. 27). É possível afirmar que as edições analisadas procedem dessa maneira ao apontar, especialmente o ex-presidente Lula, como o responsável pela “crise” política do país.

Considerações finais

As capas analisadas – como as matérias que as sustentam – parecem contrariar, na raiz, as dimensões éticas e políticas que permeiam a mediação proposta pelo jornalismo na perspectiva proposta há três décadas por Adelmo Genro Filho (1987): um jornalismo tomado

como atividade que permite às sociedades conhecer e compreender o que acontece à sua volta cotidianamente, possibilitando ao ser humano perceber suas próprias nuances, bem como as que caracterizam o meio em que se insere. Nessa concepção, as narrativas políticas podem fazer muito mais que contar uma informação capturada, ou transformar uma história oral em registros nas quais as pessoas se reconhecem. Elas podem permitir que as pessoas – reconhecendo-se nos acontecimentos – possam atuar (e se atualizar) em campos diversos, tais como na cultura, na educação, na economia e, em especial, no âmbito das políticas públicas (que inspiram a participação).

As narrativas veiculadas pelas edições examinadas, entretanto, assumem um caráter assertivo, declaratório e especialmente judicioso ao imprimir um caráter premonitório às matérias veiculadas. Ao personificar a esfera política, trazendo para essa esfera recursos e estratégias simbólicas referentes ao medo e à incerteza, simplificam e reduzem problemas estruturais reincidentes na história da sociedade brasileira, reconfigurando o presente a partir de uma tese pré-concebida, de caráter acen-tuadamente persuasivo e com sentido único.

As estratégias utilizadas a partir das imagens das capas oferecem leituras sobre o personagem Lula que ressignificam sua figura pública a partir de sentidos associados às noções de ruína, de desespero, de maniqueísmo, chegando ao extremo da simbologia de Medusa, aquela que foi banida das relações humanas em seu tempo.

Verifica-se ainda o mote da repetição como um recurso estratégico que visa alargar o campo simbólico no imaginário coletivo. Referenda ainda a perspectiva da pauta única, pouco afeita à diversidade. O pesquisador Renné Oliveira França (2011), ao pesquisar, para sua tese de doutorado, as capas da revista *Veja*, indica o papel da “repetição sistemática” dos acontecimentos abordados pela revista no sentido da criação de “modelos discursivos” que acionam a própria memória da revista: “*Veja* pode não ter controle sobre os acontecimentos que precisa representar, mas tem controle sobre a intensidade com que eles são publicizados” (França, 2011, p. 243). Ao repetir, de maneira contínua, que o ex-presidente Lula utiliza medidas escusas, sendo também culpado *a priori* por uma série de irregularidades administrativas e financeiras, contribui para compor uma narrativa unívoca sobre esse personagem político.

Nota-se, nas revistas analisadas, um modo de produção discursiva que configura narrativas dramáticas e obsessivas atinentes a um modo de ver a política e os personagens envolvidos nessa esfera como parte de uma história cujo enredo desconsidera questões outras que não as referentes ao caráter volitivo dos envolvidos. Assim, ao evocar forte apelo aos sentidos dramáticos da situação, recorre a estratégias discursivas contrárias à precisão, uma das máximas de certa corrente no interior do jornalismo, deixando transparecer insinuações com pouca aderência a referencialidade do real.

A pesquisadora Vera França (2014, p. 101), ao discutir o “caráter cíclico das abordagens críticas da comunicação no Brasil nos últimos 40 anos” aprofunda a crítica a determinadas abordagens que reduziram a análise dos objetos culturais a visões circunscritas às relações entre eles mesmos, desconsiderando as relações “entre produtos midiáticos e relações de poder, mídia e estrutura da sociedade” (p. 110). A presente análise buscou articular essas diferentes dimensões ao trazer “referências de uma certa perspectiva política” e o necessário – mas pouco utilizado – imbricamento do sentido público e plural das coberturas desse campo.

O exercício aqui proposto – de se ater às designações dos atores envolvidos e interpretação das falas, bem como às estratégias discursivas e aos recursos de dramatização – revela o quanto as representações midiáticas (do sujeito, grupos, instituições ou eventos) podem se transformar em conteúdos norteadores da maneira como os indivíduos percebem o mundo e a si próprios. É nesse sentido que, há uma década, João Freire Filho e Paulo Vaz (2006) já atentavam para o poderoso efeito das abordagens midiáticas sobre as escolhas políticas do cidadão.

Nessa perspectiva, a maneira como cada sujeito, inspirado nos conteúdos midiáticos, vê a si mesmo – bem com suas necessidades e aspirações – influencia na forma como ele manifesta (ou cala) suas demandas políticas. É em função desse aspecto que cada escolha política, assim definida, tende a produzir efeitos concretos no curso de acontecimentos que envolvem determinadas decisões governamentais, e que, por isso mesmo, tendem a afetar, também, ações políticas que resultam em maior ou menor acesso à educação, saúde, emprego e renda, por exemplo. Não há como ignorar o poder das representações midiáticas,

como acentuam Freire Filho e Vaz (2006). De fato, aquilo que todo cidadão livre pensa de si próprio e do mundo que habita decorre da forma como ele percebe e assimila as narrativas que a mídia e outras mediações, como a religião, por exemplo, acionam sobre o tempo, os lugares e o outro. É nesse campo conflituoso, dado que é preciso considerar o acesso a outras fontes que não as do chamado jornalismo tradicional, que os sujeitos e as instituições podem (ou não) agir e exercer a política no interior da sociedade.

Referências

- AMARAL, M.F. 2007. Oh, meu Deus! Manchetes e singularidades na matriz jornalística melodramática. *Revista ECO-PÓS*, 10(2):113-127.
- ARENDT, H. 1987. *A condição humana*. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 338 p.
- ARENDT, H. 2002. *O que é política? – Fragmentos das obras póstumas*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 242 p.
- ARENDT, H. 2005. *Entre o passado e o futuro*. São Paulo: Perspectiva, 112 p.
- BERGER, C. 1998. *Campos em confronto: a terra e o texto*. Porto Alegre, Ed.Universidade/UFRGS, 208 p.
- BOBBIO, N. 1987. A grande dicotomia: o público e o privado. In: N. BOBBIO, *Estado, governo, sociedade*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, p. 13-32.
- BOBBIO, N. 1986. A democracia e o poder invisível. In: N. BOBBIO, *O futuro da democracia*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, p. 83-106.
- BOBBIO, N. 2000. *Teoria geral da política: a filosofia política e as lições dos clássicos*. Rio de Janeiro, Elsevier, Cap. 3, p. 159-215.
- CARVALHO, I. 2016. O espetáculo da Lava Jato. *Revista Caros Amigos*, ano XIX, nº 228, p. 26-29.
- EDITORA GLOBO. 2010. Ipsos-Estudos Marplan/EGM – Audiência Líquida das Revistas da Ed. Globo (Projeção Brasil). Editora Globo, Época – IVC, out/2009 a set/2010. Disponível em: http://corp.editoraglobo.globo.com/wp-content/themes/corporativo/MKIT_GERAL_EG.pdf. Acesso em: 17/03/2017.
- ÉPOCA. 2015a. Edição nº 890. São Paulo, Editora Globo.
- ÉPOCA. 2015b. edição nº 904. São Paulo, Editora Globo.
- FILHO, J.F.; VAZ, P. (org). 2006. *Construções do tempo e do outro: representações e discursos midiáticos sobre a alteridade*. Rio de Janeiro, Mauad, 224 p.
- FRANÇA, R.O. 2011. *40 Anos em Revista: Representações e memória social nas capas de Veja*. Belo Horizonte, MG. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Minas Gerais, 252 p.
- FRANÇA, V.V. 2014. Crítica e metacrítica: contribuição e responsabilidade das teorias da comunicação. *Matrizes*, 8(2):101-116. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/527>. Acesso em: 17/03/2016.
- ISTOÉ. 2015a. Edição nº 2378. São Paulo, Editora Três.
- ISTOÉ. 2015b. Edição nº 2392. São Paulo, Editora Três.
- ISTOÉ. 2016. Edição nº 2417. São Paulo, Editora Três.
- LEAL, B.S. 2013. Jornalismo à luz das narrativas: deslocamentos. In: B.S. LEAL; C.A. de CARVALHO (orgs.), *Narrativas e poéticas midiáticas: estudos e perspectivas*. São Paulo, Intermeios, 2013, p. 25-48.
- LOPES, F.L. 2013. *Ser jornalista no Brasil: identidade profissional e formação acadêmica*. São Paulo, Paulus, 272 p.
- MAIA, M.R.; OLIVEIRA, D. 2006. Revista *Veja*: o temor como mecanismo conservador na esfera pública midiaticizada. *Revista de Comunicação e Cultura: processos midiáticos e culturais*, 1(1):11-32.
- MARFUZ, L. 2003. A dramatização da notícia (a construção do personagem de Leonardo Pareja nos Telejornais). In: M. VALVERDE (org.), *As formas do sentido: estudos em estéticas da comunicação*. Rio de Janeiro, DP&A, p. 99-120.
- MARTÍN-BARBERO, J. 1997. *Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 360 p.
- MIGUEL, L.F. 2002. Os meios de comunicação e a prática política. *Lua Nova*, n. 55-56.
- PUBLIABRIL. 2015. Estudos Marplan – Projeção Brasil de Leitores, Marcas e Plataformas, Consolidado 2015. *Veja*. Disponível em: <http://publiabril.abril.com.br/marcas/veja/plataformas/revista-impressa>. Acesso em: 17/03/2017.
- RICOEUR, P. 2010. *Tempo e Narrativa*. São Paulo, Editora WMF/Martins Fontes, vol. 1, 2010.
- SANTOS, M. 2000. Não dá para fazer politicagem. *Estado de Minas*, Belo Horizonte, 28 mai. Caderno de Política, p. 6. Entrevista concedida a Hila Rodrigues.
- SCHWAAB, R. 2014. Jornalismo, interrupção: son-
dar, narrar, reconhecer. In: F. PICCININ; D. de A. SOSTER (orgs.), *Narrativas comunicacionais complexificadas 2: a forma*. Santa Cruz do Sul, EDUNISC, p. 32-53.
- SENADO FEDERAL. 1999. Os senadores na mídia. Notícias – Opinião Pública. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/noticias/opiniaopublica/inc/senamidia/historico/1999/9/zm0909.htm>. Acesso em: 14/03/2016.
- VEJA. 2015a. Edição nº 2432. São Paulo, Editora Abril.
- VEJA. 2015b. Edição nº 2433. São Paulo, Editora Abril.
- VEJA. 2015c. Edição nº 2446. São Paulo, Editora Abril.
- VEJA. 2016a. Edição nº 2469. São Paulo, Editora Abril.
- VEJA. 2016b. Edição nº 2471. São Paulo, Editora Abril.

Submetido: 30/05/2016

Aceito: 28/07/2016