A construção da imagem da Presidente Dilma Rousseff nas capas da Revista Veja no segundo mandato presidencial[1]

.

Marina Michelis de Lima Fernandes[2]

Carlos Alberto de Souza[3]

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR.

Resumo

O presente artigo buscou verificar qual foi o tratamento dado pelas capas da Veja à imagem da ex-presidente Dilma Rousseff durante o período que compreende o segundo mandato presidencial, entre os anos de 2014 a 2016. Outro aspecto explorado no trabalho foi Identificar os tipos de mensagens e sentido mais frequentes das fotografias e ilustrações publicadas pelo periódico. Através da teoria de agendamento, da análise qualitativa e da Semiótica foi possível interpretar os conteúdos não-verbais e outros elementos presentes nas capas. Dessa forma seria determinado se a revista seguiu, através da observação dos símbolos e outros aspetos, os valores do jornalismo, como a imparcialidade por exemplo.

Palavras-chave
Veja, Dilma, imagem,capa.

1.introdução

A revista Veja surgiu no dia 11 de setembro de 1968, dois anos após o golpe militar brasileiro (1964), com tendências centro-esquerdistas e, atualmente, publica matérias que situam-se nos campos da política, economia e cultura, embora

[1] Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

[2] Estudante de Graduação 3°ano do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, email: marinamichelisfernandes@gmail.com

[3] Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, email: carlossouza2013@hotmail.com

eventualmente trate de temas como tecnologia, religião etc. No presente, segundo a Associação Nacional de Editores de Revista (Aner), a Veja se consolida como a revista de maior circulação nacional, vendendo aproximadamente um milhão exemplares por semana. Tal dado numérico indica que a revista seria uma das principais formadoras de opinião dos brasileiros, principalmente no que tange a questões políticas e econômicas. Seu posicionamento editorial se alterou, gradativamente, caracterizando ideias associadas ao liberalismo econômico e a políticas da direita brasileira. (Nascimento, 2002, p.18).

É importante, considerando a vasta circulação da revista no Brasil e reconhecendo a influência/efeito que seu conteúdo produz sobre os leitores, portanto, estudar mais afundo a posição defendida pela revista. A escolha do que é publicado ou não publicado, segundo Nesi (2016), juntamente com a ideia presente no imaginário popular de que na mídia só contém verdades, resulta em um cenário onde o poder de influência da mídia passa despercebido. Após uma série de evoluções no fazer jornalístico, os meios de informação passaram a envolver seus leitores com assuntos diversos e, dentre eles, a política, como é o caso da Veja, que atualmente possui um acervo digital e mais de 6 milhões de seguidores na sua página do Facebook. Essa seria a razão pela escolha da Revista Veja como objeto de análise: O grande nível de interesse das pessoas por esse veículo. Além disso, hoje a revista é umas das principais fontes de informação que unem o jornalismo ao entretenimento.

2. Contexto político e a repercussão de Dilma durante seu governo na Veja

No mês de junho do ano de 2013 ocorreram manifestações populares nas ruas de todo o país, num contexto também de primavera Árabe, onde as pessoas se mobilizavam contra a corrupção política. Desde então os jornalistas passaram a incluir pautas políticas em seus veículos noticiosos. Após esse fato, segundo Tavares, Berger, Vaz (2016), as pessoas passaram a dividir-se entre ‘esquerda’ e ‘direita’. Os autores informam que a partir do ano eleitoral de 2014, onde Dilma (PT) disputava com Aécio Neves (PSDB), as pessoas se polarizaram entre uma esquerda que se declarava contra políticas neoliberais e uma direita considerada conservadora e idealizadora do discurso antipartidário. Logo instaurou-se um contexto de tensão envolvendo a política brasileira. Em 2016, Dilma Rousseff (eleita desde 2010) passou a ser julgada por crimes de responsabilidade fiscal.

> O governo de seu partido, o PT, que estava à frente da presidência desde 2002 com Luís Inácio Lula da Silva, ficou marcado por dois grandes escândalos políticos, o Mensalão e a Operação Lava-Jato. Todo este clima de desconfiança e insegurança com relação aos políticos e suas ações influenciam o povo brasileiro na maneira de pensar, enxergar e discutir política. A forma como a mídia aborda os acontecimentos e a ênfase dada a determinados assuntos e indivíduos também acaba afetando o julgamento dado pela população aos casos. (NESI, 2016, p 11).

Não se pode considerar, no entanto, que a revista Veja seja um único veículo atuante nesse processo de construção. Logo, compreende-se que a pesquisa também se limita no sentido de não avaliar a credibilidade que a Veja tem perante as outras revistas. ”Veja apenas fez parte de um processo, agindo como um “aparelho privado de hegemonia”, em conjunto com muitos outros em consonância com a ordem capitalista” (SILVA, 2009, p.22). Como aponta Nascimento (2002,p.13), o discurso de uma revista, além de representar os interesses do veículo, tem uma função própria, ”possibilitando a emergência de significações que escapam (ou deslizam) para outros lugares discursivos, para outras “cenas”, que não a percebida na linearidade do texto especificamente” (NASCIMENTO, 2002, p. 13).

Os acontecimentos recentes mostraram que a mídia, no Brasil, cobriu os fatos de um modo que não conseguiu atender a demanda do público, demonstrando um certo descomprometimento quanto a lealdade em cumprir sua função como fiscalizadora do poder.

> No Brasil, a incapacidade de explicar os ruidosos acontecimentos de junho de 2013 e a cobertura errática (e muitas vezes enviesada) da crise política e do processo de impeachment de Dilma Rousseff são dois episódios que demonstram um forte descolamento entre o mundo das redações e as expectativas da sociedade sobre o papel do jornalismo na vida social. (CHRISTOFOLETTI, 2016).

Para Christofoletti (2016), essa incapacidade é reclamada pelos públicos porque os meios de comunicação não atendem aos princípios de imparcialidade, verdade e objetividade, que são compromissos antigos inerentes a profissão. Se o papel do jornalismo afeta na vida social, os modelos de negócio deveriam impactar menos nas produções e, desse modo, deveria buscar atender os princípios básicos que configuram o exercício da profissão. Para Josenildo Guerra (2009), os sujeitos necessitam do jornalismo para se referenciar no mundo, e é isso que faz da profissão uma atividade fundamental na sociedade. Nos últimos anos, o país observa uma polarização da política; a descrença da população nos partidos políticos; o impeachment de uma presidente com base jurídica

questionada pela população; a condenação de vários políticos; disputas políticas nas ruas e protestos de um número expressivo de pessoas com faixas, cartazes expressando sentimento de crítica à democracia. A imagem negativa dos políticos e o declínio na confiança para com os mesmos afeta o público e a mídia (Luís Miguel, 2008).

A percepção de que há uma descrença generalizada nas potencialidades da política institucional se sustenta em vários tipos de evidências, dentre os quais se destacam o aumento da abstenção eleitoral, a erosão das lealdades partidárias e os resultados das surveys sobre confiança no sistema e nas elites políticas, realizadas periodicamente. Eventos pontuais como escândalos de corrupção e abuso de poder que, nas duas últimas décadas, afetaram governantes de inúmeros países, e o sentimento de "inutilidade da política", produzido pelo fracasso das alternativas socialistas e pelo crescente poder das corporações privadas, podem ter acelerado o processo (MIGUEL, L. 2008, p.253).

3.Linha editorial e a importância da informação visual das capas

A revista Veja, por ser a que tem a maior circulação no Brasil, contribui e pode ser responsabilizada por difundir determinados pontos de vista e estimular comportamentos e posicionamentos em relação ao Governo Dilma e sua maneira de conduzir a política nacional, durante o período de tempo que compreendeu seu primeiro e segundo mandato, interrompido com o processo de Impeachment.

Em razão da capacidade de difundir culturas e orientações políticas, é possível afirmar que uma revista, por meio de imagens e do tratamento visual de suas páginas, com o uso de recursos de edição e diagramação, influencia o olhar e a percepção do consumidor, especialmente os desavisados que não têm cultura política ou visão crítica sobre os meios de comunicação e os processos de manipulação informativa. Ver as capas da Veja, no período de análise, em função da crise política que se abateu no Governo Dilma, leva os leitores menos avisados a embarcar nos sentidos propostos pela Veja em suas páginas e, especialmente na capa, principal vitrine dos veículos impressos. Ao longo do segundo mandato, a revista foi bem enfática nos ataques que fez a Dilma, fato que poderá ser comprovado mais à frente, no item destinado a análise. O significado da figura pública de Dilma e as questões relacionadas a ela na cobertura jornalística se alteram negativamente.

A seleção das imagens reflete a linha editorial da Veja e é importante no sentido de concentrar a atenção do público em determinadas questões em detrimento de outras, conforme aponta Nascimento (2002, p.13). O veículo pode acabar ditando qual assunto é mais importante de ser tratado e quais devem ficar em segundo plano, desviando a atenção dos leitores para que uma situação seja mais criticada ou até mesmo discutida do que outra. Isso faz com que o tema sobreponha a revista e alcance outros campos discursivos. Para Nesi (2016), a mídia, por ser modeladora de conhecimento, colabora para uma certa estruturação da imagem sobre a realidade social. Também afirma José Marques de Melo (1985), que a seleção do assunto que o veículo irá discutir delimita qual é o posicionamento dele.

> A seleção da informação a ser divulgada através dos veículos jornalísticos é o principal instrumento de que dispõe a instituição (empresa) para expressar a sua opinião. É através da seleção que se aplica na prática a linha editorial. A seleção significa, portanto, a ótica através da qual a empresa jornalística vê o mundo. Essa visão decorre do que se decide publicar em cada edição privilegiando certos assuntos, destacando determinados personagens, obscurecendo alguns e ainda omitindo diversos. (MELO, José, 1985, p.59)

Nesse caso, a seleção dos assuntos principais reflete o posicionamento do periódico. A revista Veja exibir diversas vezes a imagem de Dilma de maneira negativa demonstra que não estava satisfeita com aquele governo e suas políticas e, a exemplo de outros veículos, contribuiu muito para desestabilizar o governo petista, que foi impactado, também, com as denúncias da Operação Lava Jato. O destaque dado a ex-presidente foi comum em um número considerável de capas da revista

O fato não é divulgado somente pela importância que detém naquele momento, mas também porque existe um interesse de se colocar implicitamente uma ideologia (PUZZO, 2012, p. 96 apud. NESI, 2016, p.22). Desse modo, é possível que se tire conclusões precipitadas a partir de uma capa, mesmo que ela não expresse por completo o conteúdo necessário para que se embase uma argumentação válida.“Fica evidente desta forma que, para a autora, as capas conseguem sozinhas atrair o leitor e fazer com que ele, através delas, já forme uma opinião prévia”(NESI, 2016, p.22). Através dessa ideia, compreende-se a importância que uma imagem associada a uma notícia pode causar. Entender que a imagem, assim como o texto, é recorte e é opinião, significa aceitar que um registro fotográfico pode ser tendencioso.

4. Conceito de Semiótica e sua relação com as imagens

A semiótica ou Teoria Geral dos Signos é um método que busca explicar cientificamente como compreendemos aspectos não-verbais presentes em um determinado objeto, ou seja, estuda as representações. Basicamente, essa ciência das linguagens afirma que existem objetos; a representação desses objetos em forma de signos; e a interpretação que criamos sobre esses objetos a partir dos signos. Dessa forma, reconhecemos e interpretamos um objeto de acordo com os signos em nossa mente, realizando uma produção de sentido. Compreende-se, portanto, que o signo não é o objeto, mas sim uma representação dele. "É no homem e pelo homem que se opera o processo de alteração dos sinais (qualquer estímulo emitido pelos objetos do mundo) em signos ou linguagens (produtos da consciência)" (SANTAELLA, 1983, p.15). Com isso, a autora afirma que os signos são frutos de um processo relacional realizado pelo intérprete.

De acordo com Peirce, considerado pai da Semiótica, há uma rede de classificações tríadica para a classificação dos signos. Essa questão decorre da ideia de que a mente realiza um processo de organização dos signos para que se compreenda um objeto. A tríade, portanto, consiste na existência do objeto, que é percebida quando observamos, na relação que fazemos com os signos que conhecemos e reconhecemos naquele objeto e, por fim, a interpretação desse objeto através desse conhecimento, gerando sentido. A importância de se entender a semiótica está no fato de que os signos nos ajudam a compreender a realidade que nos norteia. Para Santaella (1983), existem diversas formas de linguagem que o ser humano pode ser capaz de produzir com a finalidade de comunicar e deduzir as formas que o cerca.

> Nosso estar no mundo, como indivíduos sociais que somos, é mediado por uma rede intrincada e plural de linguagem, isto é, que nos comunicamos também através da leitura e/ou produção de formas, volumes, massas, interações de forças, movimentos; que somos também leitores e/ou produtores de dimensões e direções de linhas, traços, cores... Enfim, também nos comunicamos e nos orientamos através de imagens, gráficos, sinais, setas, números, luzes... Através de objetos , sons musicais, gestos, expressões, cheiro e tato, através do olhar, do sentir e do apalpar. Somos uma espécie animal tão complexa quanto são complexas e plurais as linguagens que nos constituem como seres simbólicos, isto é, seres de linguagem (SANTAELLA, 1983, p.11)

Devido a essa linguagem tão plural é possível que se compreenda os elementos que compõem um determinado produto. Ademais, a imagem tem sido um dos meios de expressão mais utilizados nos tempos atuais. Santaella e Nöth (1997) dividem as imagens entre dois domínios: representações visuais e imagem imaterial. O primeiro diz respeito a imagens materiais, como fotografias por exemplo, que compõem nosso ambiente visual. O segundo tem relação com representações criadas na mente, como imaginação. Para os autores, estes domínios não podem ser separados, são intrínsicas, tendo em vista que a representação visual surge da mente de quem produziu e também que a imagem mental existe a partir de um objeto concreto. Dessa forma, estudar e reconhecer a importância da imagem e a produção de sentidos que se gera a partir dela é fundamental, principalmente quando se entende que, atualmente, a mídia explora formas de transmitir mensagens através do recurso visual. A semiótica foi escolhida para a análise do artigo pois considera-se que signos estão presentes nas capas das revistas, bem como obedecem a lógica tríada de Peirce, já que contêm o objeto, a representação dele através de signos e geram efeito interpretativo.

5. A teoria do Agendamento e o impacto da mídia na opinião pública

A agenda setting, conhecida como teoria do agendamento, consiste na ideia de que os veículos de comunicação são bastantes eficientes em nos dizer o que pensar. Isso acontece porque as pessoas tendem a considerar a importância daquilo que é pautado na mídia e, posteriormente, incluem tais temas em suas relações do dia-a-dia. Dessa forma, é possível afirmar que a opinião do leitor recebe influência através da abordagem que veículos dão sobre determinados fatos. Em outras palavras, a mídia dá destaque para determinados assuntos e, consequentemente, omite outros. Tal situação de valorização de um fato em detrimento de outro permite que se agende a opinião pública.

> A maior parte dos assuntos e preocupações que despertam nossa atenção não estão disponíveis à nossa experiência direta pessoal (...) Para quase todas as preocupações da agenda pública, os cidadãos tratam de uma realidade de segunda mão, uma realidade que é estruturada pelos relatos dos jornalistas sobre estes eventos e situações (MCCOMBS, 2009, p.17)

Os jornais e as mídias num geral nos alertam sobre os acontecimentos e fatos que devem ser considerados importantes. Dessa forma, McCombs (2009) afirma que a repetição de tópicos colabora para que o público estruture novas opiniões, de acordo com aquilo que

decide ser importante. "Os tópicos enfatizados nas notícias tornam-se os assuntos considerados mais importantes pelo público. A agenda da mídia torna-se, em boa medida, a agenda do público" (McCombs, 2009, p.18). Os efeitos desse agendamento podem ser percebidos através da percepção que o público tem dos fatos.

4.1 A influência do agendamento no atual contexto brasileiro

Durante toda a história do Brasil houve problemas relacionados a política e a confiança que as pessoas depositam nessa classe, tendo em vista que por muito tempo o país foi explorado e, atualmente, vive uma crise envolvendo escândalos de corrupção, que hoje são denunciados e expostos com maior facilidade. As notícias mais recentes são prova disso . A polêmica que esses fatos podem causar dependem do tratamento que os veículos de comunicação irão dar. A maneira como as pessoas irão interpretar também depende muito do enquadramento que tais notícias terão. As pessoas tendem a confiar naquilo que um meio de credibilidade exibe, sendo, dessa forma, condicionadas a interpretar de acordo com o que a mídia mostra. "Dados do IBOPE Inteligência mostram que, em 2013, os meios de comunicação permaneceram entre as cinco instituições que desfrutam de mais confiança da população" (GUAZINA, 2014, p.4). Nesse caso, a mídia adquire grande responsabilidade por ser um instrumento bastante influente quando diz respeito em como a população encara certos acontecimentos/fatos que envolvem política.

. Para Lippmann (2008), em "Opinião Pública", os jornais intensificam a estruturação da opinião pública e, portanto, ela é organizada pela imprensa. Para ele, nós esperamos que o jornal nos forneça a verdade, independente das circunstâncias. Isso tem a ver com a função social que o jornalismo deve cumprir. A mídia torna-se uma espécie de voz que revela o que é e o que não é de interesse público. Portanto, as pessoas se utilizam do que é exposto na mídia para construir uma ideia a respeito da política (LIPPMAN, 2008).

> Cada indivíduo se utiliza de quadros de referência para elaborar um conjunto coerente de explicações que vão orientar a compreensão sobre o mundo da política. E a mídia tradicional ainda ocupa um lugar de destaque nestas interações, uma vez que oferece não somente uma homogeneidade discursiva como uma diversidade limitada de enquadramentos. (GUAZINA, 2014, p.3).

O que alerta seria o fato de que a mídia tradicional seria a responsável por enquadrar uma ideia, levando em consideração a credibilidade que ela possui e sua força de influência

sobre o público. Guazina (2014) afirma que o peso da mídia impacta na democracia do país, uma vez que exerce influência sobre os rumos e mudanças que poderiam acontecer.

> Os estudos sobre cultura política brasileira, particularmente aqueles relacionados à avaliação da qualidade da democracia, reconhecem que a mídia tradicional tem jogado um papel importante nas últimas décadas na manutenção ou mudança dos valores políticos e que pode reforçar determinadas atitudes e comportamentos, ainda que as análises não sejam defintivas (GUAZINA, 2014, p.3)

Nos últimos anos, a imprensa buscou investigar as informações ocultas dos governos, sendo de sua natureza fiscalizar o poder público e orientar as pessoas, agindo como protetores da ética e do interesse público. O jornalismo como prática social de mediação só é possível quando se obedece procedimentos que configuram o profissionalismo do jornalista. Para Guazina (2014), o jornalismo atende ao interesse público quando busca a transparência e o esclarecimento daquilo que deve tornar-se público. Para ela, o poder da mídia seria o de agendar os assuntos que serão discutidos pelo público e também o de direcionar possíveis interpretações a respeito dos contextos.

Segundo Josenildo Guerra (2009), ao dominar as técnicas que configuram a competência profissional, o jornalista também deve querer cumprir com o imperativo ético da profissão. Os princípios éticos não podem ser separados da competência técnica profissional. O autor afirma, também, que a objetividade, a neutralidade e a imparcialidade são os três princípios básicos que regem a eficácia do conhecimento alcançado pelos jornalistas. Desse modo, a imprensa deve perseguir essas três condições para que se obtenha um bom resultado e de credibilidade nas suas produções. Esses requisítos seriam importantes para que a categoria consiga fiscalizar o poder com competência profissional e também para definir o jornalismo como atividade política.

5.Análise de dados

A primeira aparição de Dilma nas capas da revista Veja do ano de 2014 mostra uma montagem de Dilma "afundando" em um mar de petróleo. O título "O que era solução virou problema" aliado a montagem de Dilma dá a entender que a presidente está "afundando" perante os problemas envolvendo a Petrobras. A relação entre a imagem e o contexto verbal indicam que a presidente está passando por uma fase em que sua gestão

vem recebendo crítica de pessoas importantes para o país. A interpretação dos signos se torna bastante evidente ao percebermos a expressão facial de Dilma, dando a entender que está passando por uma situação de sufoco. Os gestos dos braços levantados para cima indicam que Dilma tenta resistir, mas afunda em petróleo.

A capa seguinte aparece com a imagem de Dilma representada em uma charge onde há uma relação entre Dilma e a Bolsa de Valores. Nessa capa a revista deixa bastante claro que os valores da bolsa ficam melhores quando Dilma está "por baixo" no cenário político, sendo assim , na visão da revista, Dilma colabora para que o andamento da Bolsa prejudique. Nessa ilustração, a presidente está em um lado da gangorra, e do outro lado está a bolsa de valores, representada por índices e uma flecha apontada pra cima. A ilustração de Dilma se encontra na parte inferior, enquanto que a bolsa de valores está superior. O desenho da gangorra aliado ao título indica que não há possibilidade de ambos estarem equilibrados, ou seja, os dois sempre estarão em posições inversas.

A próxima capa mostra um problema relacionado as eleições, dizendo que a reeleição de Dilma é prejudicada por uma disputa interna do seu partido. Tal constatação da a entender que o próprio partido está atrapalhando a reeleição da presidente mais do que a oposição. A legenda na cor vermelha indica um estado de alerta, tendo em vista que a cor possuí essa característica, ou seja, funciona como signo. A faixa representa, nesse caso, a presidência. A 'briga" entre Lula e Dilma somada ao título informa que quanto maior for a disputa entre os dois, pior será para o Brasil. Com isso, percebe-se que a revista, num momento de nova eleições, provocou atenção de seus leitores para com o PT. Seria a ideia de que o país não deve ser governado por uma linha política que não consegue entrar em um consenso dentro do próprio partido, sugerindo que há um "cabo de guerra" interno entre o PT, os seguidores de Dilma e os seguidores de Lula.

A capa que saiu nas vésperas do período eleitoral traz cores escuras com imagens sérias dos políticos, indicando preocupação e nervosismo. Possivelmente o leitor da revista irá se informar a respeito da notícia com uma sensação de preocupação e com um julgamento previamente negativo. Ao ler as palavras grandes em vermelho "eles sabiam de tudo", é provável que o público entenda que Lula e Dilma são culpados por estarem envolvidos em esquemas corruptos. A capa surge como uma maneira de causar espanto do leitor, revelando que ele estava enganado em relação a Lula e Dilma, pois eles sabiam

de tudo. Outro aspecto presente na foto é o termo "petrolão" empregado na cor vermelha, com fundo preto, fazendo referência a um esquema de corrupção do PT. Não há nenhuma expressão harmônica nessa capa e a legenda também traz informações que são ruins para o Brasil. Dessa forma, a capa poderia trazer um grande impacto para a política do país, tendo em vista a credibilidade da Veja e o momento de eleições.

A expressão triste de Dilma relacionada com o título "A solidão da vitória" indica que a presidente não sabe o que fazer perante os problemas na economia e na política num geral. A descrição deixa explícito que Dilma não está sendo bem aceita justamente no período próximo das eleições e opta por se isolar. A expressão de estar olhando para baixo e as mãos no queixo demonstram a "tristeza" que Dilma está sentindo nessa período. A relação entre a imagem e a linguagem escrita dessa capa indicam a fragilidade de Dilma, dando a entender que ela não tem muitas alternativas e também não sabe se comportar como política, visto que se isola no palácio. As cores da capa são bastante frias. O uso do branco e do azul combinam com a captura da presidente em um momento de solidão.

A outra capa mostra um semblante de tensão da ex-presidente Dilma e, ao lado, os tópicos trazem somente elementos a favor do impeachment, demonstrando que essa seria a saída para livrar o país de maiores problemas. Vale ressaltar que, antes dessa capa, outras edições insistentemente falam sobre os escândalos envolvendo Dilma, Lula e o PT num geral, além de trazer na edição do dia 25 de novembro de 2015 uma capa com Michel Temer bastante simpático e uma descrição de seu novo plano para o país, indicando ser uma boa solução. Tais fatos demonstram que a revista se posicionou a favor do impeachment, além de repudiar as ações vindas do PT. O fundo preto aliado ao uso da cor vermelha e ao semblante de "luto" da presidente sugerem uma sensação de algo tenebroso. A palavra em branco e grande "Impeachment" dá a entender que tudo acabou e Dilma está fora. A primeira capa mantém o uso das cores fúnebres para descrever situações de Dilma sendo julgada. Percebe-se que há um tom de ironia nas frases "tchau, querida" ; "tchau, querido", referindo-se a Eduardo Cunha e Dilma. A legenda indica que o Brasil estará sofrendo uma limpeza inédita. Tais expressões indicam o posicionamento anti PT da revista, bem como o apoio ao Impeachment. A capa da revista que vêm logo em seguida da primeira imagem apresenta Temer como um político bem sucedido e que trará "novas apostas" para o Brasil. A segunda imagem traz um cartaz Dilma rasgado,

indicando que a presidente está "fora do baralho", ou seja, foi descartada. A expressão de descarte e o rasgo na imagem de Dilma podem sugerir que a presidente tem pouco valor no cenário político. A legenda explica que mesmo se Dilma não for impeachmada, seu governo já não tem condições suficientes para sobreviver e "esfacelou-se".

6. Considerações Finais

Ao todo, foram analisadas 8 capas da revista Veja representando Dilma e seu governo, num período entre 2014 a 2016, abrangendo o momento de reeleição da presidente e o início do processo de impeachment. Por meio dessa observação foi possível compreender o posicionamento da revista perante esse momento da política brasileira, bem como quais são suas estratégias para convencimento do público através das capas. O que se pode perceber foi que as imagens geralmente eram sarcásticas, tratando a presidente com um tom de ironia, ou eram escuras, indicando escândalos e aspectos negativos do governo. Ao contrário de outras figuras políticas que apareciam nas capas da revista durante esse período, Dilma e seu partido foram bastante criticados e, além disso, suas representações imagéticas aliadas ao texto passavam para o leitor a impressão de que somente o PT e seus envolvidos são corruptos na política brasileira. A teoria do agendamento pode ser compreendida nesse caso quando a revista opta por destacar certos assuntos em detrimento de outros. É possível afirmar que a Veja foi um dos veículos midiáticos que colaboraram para que as críticas ao governo de Dilma fossem acrescentadas na agenda do público. Outro aspecto foi a ideia de repetição. No caso de Dilma, a revista sempre trazia sua imagem vinculada a situações ruins, pois em nenhuma capa referente ao recorte de análise da pesquisa foi encontrada a imagem da presidente representada de modo positivo

A semiótica também ajudou a compreender que houve uma construção negativa do PT e seus envolvidos, principalmente de Dilma. É válido frisar que, em muitos casos, o veículo deixou de lado questões éticas da profissão jornalística, além de ter privilegiado seu interesse particular em detrimento do interesse público. Não se pode considerar imparcial uma cobertura que, explicitamente apoiou um governo em detrimento de outro. A observação nos permite concluir que a Veja assumiu uma posição e defendeu ela por um longo período de tempo. Houve uma construção tendenciosa sobre a imagem do

governo de Dilma, pois diversos aspectos das capas colaboravam para uma visão negativa e, muitas vezes influenciadora de opinião. Muitas das informações contidas nas capas da revista tinham mais relação com a opinião da revista do que um fato realmente verdadeiro. Nesse caso, a revista colaborou para que se disseminassem opiniões baseadas em produtos que não tiveram esse comprometimento com a verdade. Os elementos presentes nas capas, que se repetiram várias vezes, comprovam essa afirmação.

7. Referências Bibliográficas

CHRISTOFOLETTI, Rogério. Novos pactos com os públicos e mais transparência

, data. Disponível em:<https://jornalismonobrasilem2017.com/novos-pactos-com-os-p%C3%BAblicos-e-mais-transpar%C3%AAncia-6048fabbc6a1#.uyuajwnhp>. Acesso em: 30 01. 17.

GUAZINA, L.S. Quando cultura política e subcultura jornalística andam de mãos dadas: a desconfiança na política em tempos de escândalos. **Compós,** Pará, volume/ano, 15, (maio/2014(). Disponível em: <http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT05_COMUNICACAO_E_POLITICA/guazinaxxiiicompos_2175.pdf>. Acesso em: 30/01./17.

GUERRA, Josenildo. O percurso interpretativo na produção da notícia: verdade e relevância como parâmetros de qualidade jornalística. Aracaju, 2009.

LIPPMANN, Walter. Opinião Pública. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

MCCOMBS, Maxwell. **A teoria da Agenda:** A mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009

MIGUEL, Luis Felipe. A mídia e o Declínio da confiança na política. **Interface,** Porto Alegre, v. 10, n. 19, p.250-273, jan./jun. 2008.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro.** Petrópolis: Vozes, 1985

NASCIMENTO, Patricia Ceolin. **Jornalismo em revistas no Brasil:** um estudo das construções discursivas em veja e manchete. São Paulo: Annablume, 2002.

NESI, Ana Paula. **DILMA ROUSSEFF - DA REELEIÇÃO AO RESULTADO DO PROCESSO DE IMPEACHMENT: O ESTUDO DA (IM)PARCIALIDADE DA REVISTA VEJA ATRAVÉS DE SUAS CAPAS.** 2016. 62 f. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Faculdade Satc, Criciúma, 2016.

SANTAELLA, Lucia. **O que é Semiótica.** São Paulo: Brasiliense, 1983.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia.** São Paulo: Iluminuras, 1997

SILVA, Carla Luciana. **Veja: O indispensável partido neoliberal (1989 -2002).** Marechal Cândido Rondon: Gráfica e Editora Lider Ltda, 2009.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão; BERGER, Christa; VAZ, Paulo Bernardo. **Um golpe anunciado: Lula, Dilma e o discurso pró-impeachment na revista Veja.** 2016. 24 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Jornalismo, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2016