

## Diagnóstico de *Veja* nas Eleições Presidenciais em 2002 e 2006: Considerações Sobre o Candidato Lula<sup>1</sup>

Michele da Silva TAVARES<sup>2</sup>

Elton ANTUNES<sup>3</sup>

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

### Resumo

Este artigo apresenta um diagnóstico sobre o fluxo de notícias publicadas ao longo dos anos eleitorais 2002 e 2006, nas diversas seções da revista *Veja*. Em abordagem comparativa, busca-se a compreensão de alguns movimentos de construção de sentido acerca da candidatura de Lula e de seu significado enquanto personagem político, a partir da forma como a revista apresenta a cobertura sobre a disputa eleitoral em períodos distintos. Do ponto de vista teórico, o artigo também traz uma reflexão sobre o cenário eleitoral como uma conjuntura privilegiada para o estudo dos textos jornalísticos e destaca o papel do jornalismo em revista na abordagem do cenário político.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Revista; *Veja*; Eleições; Lula.

### 1. Introdução

Há algo de particular na disputa presidencial de 2002 no Brasil. Trata-se de uma disputa eleitoral com um personagem político, cuja peculiaridade da trajetória biográfica desperta certa inquietação do debate público, sobretudo no cenário midiático, em virtude da trajetória do ator político e das mudanças que pode ocasionar nos processos sociais e históricos do país. À época, a vitória de Lula foi destacada na imprensa como uma expressão e representação das lutas das classes trabalhadoras (na expressão do operário) e das classes econômicas (com a chegada de um presidente oriundo da pobreza do nordeste brasileiro). Em 2006, apesar do cenário de escândalos deflagrados durante o primeiro mandato de Lula, principalmente por envolver integrantes do Partido dos Trabalhadores (PT), a imprensa se depara com sua reeleição e, em certa medida, retoma construções de sentido estabelecidas na campanha anterior, porém com aspectos diferenciados.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe (UFS), email: [micheletavaresjor@yahoo.com.br](mailto:micheletavaresjor@yahoo.com.br).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), email: [eltunes@uol.com.br](mailto:eltunes@uol.com.br).

É justamente o tensionamento entre a cobertura das duas disputas eleitorais que motiva este artigo. A reflexão apresentada consiste em um recorte da análise quantitativa desenvolvida no âmbito da pesquisa de doutorado da autora. A proposta da tese, ainda em execução, é observar o lugar ocupado pelo biográfico em coberturas jornalísticas realizadas pelas revistas semanais de informação *Time* e *Veja*, com foco em período eleitoral, sobretudo em pleitos de disputa presidencial. Na ocasião, observamos as eleições em que Luís Inácio Lula da Silva e Barack Obama saíram vitoriosos do pleito.

A primeira etapa de análise do objeto empírico consistiu em delinear um diagnóstico sobre o fluxo de notícias publicadas ao longo do ano eleitoral, nas diversas seções da revista *Veja*. Em abordagem comparativa, observamos o movimento de pautas ao longo do ano eleitoral, considerando os principais acontecimentos deste período e a relação que se estabelece com os conteúdos publicados na revista. A partir de tal ação metodológica pretende-se, em etapas posteriores, compreender alguns movimentos de construção de sentido acerca da candidatura de Lula e de seu significado enquanto personagem político, a partir da forma como a revista apresenta a cobertura sobre a disputa eleitoral.

Determinou-se como período de análise o “ano eleitoral” na íntegra, englobando os principais acontecimentos previstos no calendário eleitoral, sem focar apenas no mês do pleito, mas todos os eventos que o sucedem. Tal recorte permite um entendimento mais coeso do fluxo de informações publicadas pela revista ao longo dos meses, destacando os momentos de ápice e também nos períodos de hiato. No Brasil, corresponde ao período que abrange desde as especulações das alianças partidárias (no início do ano eleitoral), ao momento de consagração da posse do presidente eleito (que acontece no mês de janeiro do ano seguinte à eleição).

Do ponto de vista teórico, o artigo traz uma reflexão sobre o cenário eleitoral como uma conjuntura privilegiada para o estudo dos textos jornalísticos, destacando algumas especificidades que o ano eleitoral apresenta no Brasil. Em seguida, justificamos a escolha da revista *Veja* como parte do objeto empírico e destacamos o papel do jornalismo em revista na abordagem do cenário político.

## **2. Eleições, um acontecimento em pauta**

É possível apreender as eleições como um momento e procedimento ritualizado, periódico e legitimado, que visa à escolha e investidura de dirigentes representativos para o exercício do poder na sociedade. As eleições também consistem em um evento que impõe

coletividade ao tempo político, que se repete periodicamente, de quatro em quatro anos, como ocorre no Brasil (RUBIM, 2002). Há, no entanto, alguns movimentos que caracterizam o período eleitoral e que simbolizam sua singularidade: a ampliação da participação política, a relação entre a aceleração do ritmo da política e o nível de competitividade existente entre as forças que representam a possibilidade de mudança dos governantes, além da ampliação da visibilidade social da política.

Além disso, é justamente em contextos de grande mobilização coletiva, como as eleições, que vemos emergir com facilidade os laços necessários do passado com o presente. Na história de cada país, as eleições, por um lado, invocam o passado para mostrar progressos alcançados ao longo do mandato e, por outro, voltam-se para o futuro para anunciar os que serão realizados. É quando fragmentos de um passado isolado são pinçados estrategicamente, constituindo “fantasmas” detestáveis ou trunfos de campanha. Mas, esse passado eficaz, que condiciona o presente, fornece determinada direção para o futuro.

O que Rubim (2002) denomina como “episódio eleitoral” pode ser traduzido como festa, solenidade, cerimônia, que, tendo um grau de excepcionalidade, requer ser vivida de maneira diferente da vida cotidiana da população. É no momento eleitoral que a política parece se tornar mais presente na vida dos cidadãos, pois os debates sobre as propostas de campanha trazem à tona muitas questões do cotidiano dos eleitores, sobretudo relacionado aos temas como saúde, emprego, moradia, transporte, educação, entre outros itens de interesse público. A forma como se articulam (na mídia ou fora dela) essas temáticas em torno dos personagens políticos que disputam os cargos para representação política possui relação direta com a empatia e a apatia e, conseqüentemente, a identificação dos eleitores.

No Brasil, o ano eleitoral é caracterizado por diferentes momentos. O primeiro semestre caracteriza-se pelo início da especulação em relação às candidaturas e chapas partidárias: a partir de maio é permitido ao postulante à candidatura a cargo eletivo realizar propaganda intrapartidária com vista à indicação de seu nome; até o final do mês de junho, são realizadas as convenções destinadas à deliberação sobre coligações e a escolha de candidatos a presidente e vice-presidente da República, entre outros cargos. Por outro lado, o segundo semestre é mais definido: em julho, é permitido o início da propaganda eleitoral, porém somente em agosto se inicia a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, seguindo até outubro, dois dias antes do pleito eleitoral; outubro é o mês das eleições, sendo possível definir o candidato vencedor no primeiro turno, ou, em caso o primeiro colocado

não obtenha mais de 50% dos votos válidos, a decisão será realizada em segundo turno, no mesmo mês; em janeiro, do ano seguinte, acontece a posse.

Neste contexto, as conexões entre política e comunicação se tornam mais expressivas e potencializadas, se comparadas às situações ordinárias da política. No período eleitoral, especificamente, a interação entre esses dois polos (mídia e política) se acentua, pois eles re-significam esse momento (RUBIM, 2002). Amplia-se a visibilidade de personagens políticos e atores públicos, como também dos temas sociais, políticos, econômicos, culturais de interesse público, podendo alterar as configurações dos processos eleitorais não só nacional como mundialmente.

Assim, o cenário eleitoral configura-se como uma conjuntura privilegiada para o estudo dos textos jornalísticos. É imprescindível considerar o discurso midiático como instrumento não somente formador de opinião, mas também como uma ferramenta que agrega valor e atribui sentidos ao personagem político, reforçando e/ou desmistificando determinadas simbologias, principalmente quando se trata de um líder político popular. Há, portanto, uma reflexão a ser feita: por um lado, o momento eleitoral é a expressão legítima da coletividade que é convocada a escolher seus representantes legais para as esferas de poder, sugerindo uma experiência individual e coletiva de uma sociedade; por outra perspectiva, podemos pensar no momento eleitoral a partir das percepções midiáticas, ou seja, as impressões, recortes, construções e desconstruções que o noticiário sobre política apresenta sobre a disputa eleitoral e os atores políticos envolvidos nesse processo.

### **3. A Revista *Veja* e seu jornalismo**

O jornalismo pode ser apreendido como um modo de conhecimento que trata do presente (embora acione outras temporalidades para configurá-lo) e dos eventos que dizem respeito ao homem. Para falar do mundo, o fazer jornalístico aciona mapas culturais de significados e representações simbólicas que circulam na sociedade, ao mesmo tempo em que se estabelece como um lugar de produção e circulação de sentidos sobre a realidade. Assim, contribui para consolidar normas e práticas institucionalizadas, legitimando-se historicamente como prática autorizada a narrar a realidade e destacar temáticas que devem ser consideradas relevantes (BENETTI, 2013).

Mas, definir o jornalismo de revista em uma perspectiva conceitual e linear (“jornalismo de revista é...”), constitui uma tarefa de certo modo complexa, em virtude das especificidades que caracterizam esse dispositivo: ele é altamente diversificado com vários

níveis de especialização, produzindo olhares sobre si e sobre o mundo, através das mais diferentes formas de contar uma história.

Para Vogel (2013), a revista é um arquivo do contemporâneo, um caleidoscópio de imagens justapostas, que produzem sentidos e, conseqüentemente, memória, assim como reconfiguram a nossa experiência com o tempo. Benetti (2013), por sua vez, defende que o texto jornalístico em revista também constitui um modo específico de discurso, que constrói sentidos sobre o mundo de forma lenta, reiterada, fragmentada e emocional, com tonalidades discursivas específicas. A materialidade desse dispositivo possui, portanto, características singulares: é segmentado por público e por interesse; é periódico, durável e colecionável; agrega diversos temas da atualidade de forma reiterada; contribui para a formação da opinião pública ao emitir interpretações acerca dos acontecimentos; permite a experimentação de diferentes estilos que podem combinar elementos do jornalismo e da literatura, por exemplo, assim como pode compor uma estética visual própria, combinando arte e texto em sua composição visual e no layout das páginas; e, por conta de certa “liberdade” editorial em relação às amarras do tradicional lead jornalístico, estabelece uma relação de apelo direto e emocional com o leitor (BENETTI, 2013).

Ao refletir sobre o poder do discurso informativo das revistas semanais de informação, temos a oportunidade de compreender as forças ideológicas e comerciais que regem o “local” de produção das notícias estampadas semanalmente. No entanto, a organização do discurso, seja qual for sua natureza, depende das hipóteses feitas a respeito do público-alvo. No caso do discurso informativo, independente dos filtros ideológicos e comerciais que possam incidir sobre a sua produção, a meta é a transmissão de um saber, amparado no modelo de credibilidade dos fatos transmitidos. Cada veículo de comunicação se atém à prova, usando como estratégia a constatação, o testemunho e o relato de constituição dos fatos.

As revistas semanais não têm alvos tão especializados se comparadas aos outros títulos segmentados. Elas abrangem as diversas temáticas, percorrendo o cenário político, comportamental, saúde, internacional, meio ambiente, colocando em evidência os recortes da realidade sob o “discurso de verdade” acessível a um grande número de indivíduos, mas, isso não significa que o discurso das revistas explique os acontecimentos com a base da simplicidade argumentativa. Ao contrário, no jornalismo de revista, há uma preocupação distinta com a forma de apresentação do conteúdo, além do fato de que o meio dispõe de maior liberdade para criação e apresentação do discurso informativo numa abordagem

texto-visual, que valoriza a utilização de cores, imagens, formas e fontes. Todas essas nuances remontam as peças do “jogo de verdade” que devem ser articuladas em favor dos interesses comerciais, ideológicos e das necessidades do leitor que se quer atingir e do impacto que se deseja causar na sociedade. “Palavras não criam ideias, a menos que dentro da estruturação de uma frase a palavra esteja adequadamente colocada, buscando sempre a compreensão daquele que lê” (VILAS BOAS, 1996, p.13).

A escolha de *Veja* (Editora Abril) como objeto de análise, se dá pelo fato de ser um título emblemático no campo editorial das semanais de informação. A revista aborda temas do cotidiano da sociedade brasileira e do mundo, entre eles os acontecimentos ligados à política, economia, cultura, comportamento, tecnologia, ecologia e religião. Além disso, traz, em algumas edições, reportagens especiais com viés investigativo, propondo-se a explicar grandes questões do Brasil e do mundo. Em termos numéricos, está presente entre as maiores revistas de circulação mundial<sup>4</sup>, na categoria genérica que engloba economia, negócios e notícias mundiais, sendo nacionalmente a mais representativa em termos numéricos, com circulação semanal em torno de 1.028.513 exemplares, sendo 908.748 assinaturas e 119.765 exemplares registrados como vendas avulsas (MIDIA KIT, 2014). De acordo com dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2014, *Veja* se mantém como uma das revistas impressas mais lidas (25,5%), com ampla margem de diferença em relação às demais do mesmo gênero (*Época* – 7,6%; *IstoÉ* – 5,8%).

Destaca-se também que *Veja* se mantém no mercado editorial há mais de 45 anos. A revista surge em 1968, no momento em que o Brasil vivia a Ditadura Militar. Foi lançada pelos jornalistas Victor Civita e Mino Carta, tendo em sua primeira capa a manchete “O Grande Duelo no Mundo Comunista”, propondo-se em seu primeiro editorial, a ser a grande revista semanal de informação de todos os brasileiros. Segundo Eurípedes Alcântara, atual diretor de redação, a missão da revista consiste em: “Informar, esclarecer e entreter o leitor, elevando seu nível de compreensão dos fatos, das tendências que sejam relevantes para a sua vida pessoal, profissional e sua compreensão do mundo.” (MIDIA KIT, 2014, p.2).

#### **4. Fluxos de notícias do ano eleitoral: observações sobre os pleitos de 2002 e 2006**

Para fins deste artigo, identificamos as seções em que se fala dos acontecimentos relacionados ao cenário político brasileiro (especificamente o lugar onde se fala de “Lula” em contexto eleitoral). Em abordagem comparativa, observamos as edições de *Veja*

---

<sup>4</sup> Em seu Midia Kit, *Veja* intitula-se como a segunda revista semanal de informação com maior circulação em nível mundial, atrás da *Time*, e à frente da também norte-americana, *Newsweek*.

publicadas durante os seguintes períodos: de 09 de janeiro de 2002 a 08 de janeiro de 2003 (corresponde à cobertura da campanha eleitoral do primeiro mandato) e de 11 de janeiro de 2006 a 10 de janeiro de 2007 (corresponde à cobertura da campanha de reeleição).

A seção “Brasil” é o espaço da revista onde predominam as reportagens (textos jornalísticos em profundidade) sobre as eleições presidenciais e/ou referências ao personagem Lula. Há, no entanto, em algumas edições, uma variação desse lugar “onde se fala de eleições”, seja com a publicação de reportagens sobre eleições em outras seções (Economia, Especial, etc.), ou como uma complementação desse conteúdo, em seções de notas informativas ou de artigos opinativos.

Ao catalogar as edições da revista, convencionou-se categorizar as reportagens relacionadas à disputa eleitoral em grupos temáticos, respeitando as especificidades de cada um dos anos em análise. Para os dois períodos, destacamos as seguintes categorias: *Reportagens se referem exclusivamente à Lula e sua campanha eleitoral* (falam do personagem político de forma direta, no contexto de campanha e/ou se referem ao ineditismo de sua ascensão e vitória política); *Reportagens que se referem a Lula e aos demais candidatos* (apresentam resultado de pesquisas de intenções de votos para os principais candidatos); *Reportagens sobre outros candidatos à presidência sem referência à Lula* (em 2002, os principais candidatos opositores eram Roseana, Ciro, Garotinho e Serra; em 2006, Geraldo Alckmin e Heloísa Helena). Em 2006, em virtude do contexto de campanha de reeleição, inserimos mais uma categoria sobre as reportagens que abordam algum aspecto do primeiro mandato do governo Lula que tem reflexo direto (reconhecido pela revista) na disputa pela reeleição.

Convém ressaltar que, para a etapa posterior de análise qualitativa, serão consideradas todas as reportagens enquadradas nas categorias citadas, com exceção das reportagens que falam de outros candidatos sem referência à Lula. Da mesma forma, para a etapa quantitativa foram desconsideradas as reportagens publicadas em 2006, sobre as ações do governo Lula que não se referem ao processo eleitoral e as reportagens sobre os escândalos políticos, em especial os desdobramentos do escândalo do Mensalão. Reconhecemos que essas temáticas predominam o noticiário da revista, em detrimento da pauta eleições, no entanto, a decisão de excluí-las justifica-se pela necessidade de manter a proposta de observar o personagem Lula em contexto unicamente eleitoral.

De modo geral, percebe-se que o primeiro ano apresenta um volume maior de reportagens se comparado ao segundo: em 2002, foram identificadas 95 reportagens,

enquanto o ano de 2006 registrou 60 reportagens. Esse desnível é perceptível em todas as categorias destacadas (Quadro 1):

**Quadro 1: Volume de reportagens sobre as eleições presidenciais**

<b>Categorias</b>	<b>Ano 2002</b>	<b>Ano 2006</b>
Reportagens exclusivamente sobre Lula	43	18
Reportagens sobre Lula e demais candidatos	52	21
Reportagens sobre outros candidatos sem referência a Lula*	29	10
Reportagens sobre o Governo Lula relacionado às eleições**	-	10
<b>TOTAL DE EDIÇÕES</b>	<b>52</b>	<b>53</b>
<b>TOTAL DE REPORTAGENS ANALISADAS</b>	<b>95</b>	<b>60</b>

\*Categoria excluída da análise qualitativa. \*\*Categoria aplicada somente à campanha de reeleição.

(Fonte: Elaborado pela autora)

No entanto, ao analisar o fluxo de notícias ao longo do ano eleitoral, é possível perceber algumas especificidades dos períodos de concentração de cada uma dessas categorias, o que ajuda a compreender alguns movimentos de construção de sentido acerca da candidatura de Lula e de seu significado enquanto personagem político. É possível, por exemplo, identificar o momento em que Lula passa a ser considerado, na cobertura da revista, como um candidato em potencial na disputa presidencial de 2002, sobretudo na edição 1744<sup>5</sup>, publicada no final de março, onde a revista destaca a vitória de Lula nas prévias realizadas pelo Partido dos Trabalhadores para indicação do candidato oficial (destaque para o início da trajetória da linha azul no Gráfico 1).

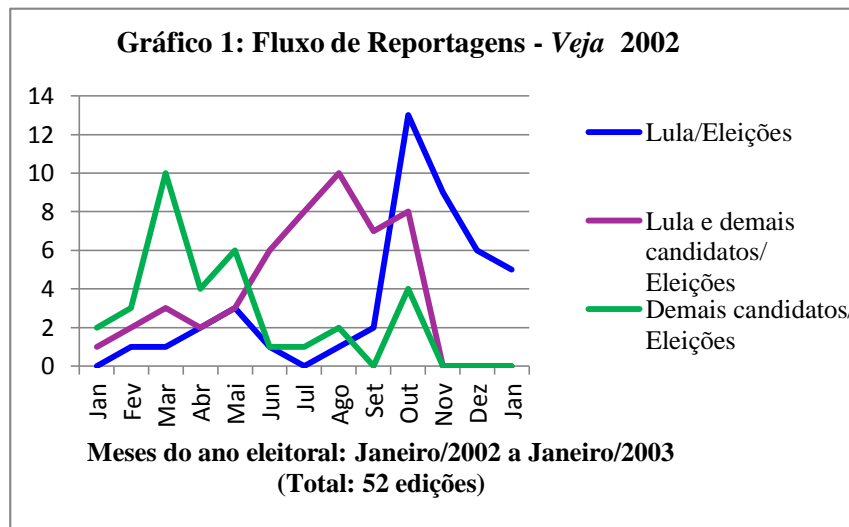
Antes dessa “indicação”, reconhecida pela revista, há uma centralização de reportagens sobre os demais candidatos (a exemplo de Roseana Sarney), sobretudo entre os meses de janeiro a maio, com ápice em março (destaque para a trajetória da linha verde no gráfico). Após esse período, há um declínio dessa temática que enfatiza outros candidatos sem referência a Lula. Destaca-se também o fato de a candidata Roseana Sarney (PFL) ter sua candidatura prejudicada por conta da deflagração de escândalos sobre desvios de dinheiro envolvendo seu nome e do seu esposo Jorge Murad.

Nesse contexto, registra-se o que *Veja* chama de “virada na corrida presidencial” (ed.1743, 20/03/02), com a ascensão do candidato José Serra (PSDB). Nos meses seguintes, a cobertura da revista passa a publicar com maior frequência reportagens que comparam o desempenho de Lula em relação aos demais candidatos (destaque para a trajetória da linha rosa, sobretudo entre os meses de maio e outubro), declinando a temática após o resultado final das eleições. É justamente na efervescência do mês da disputa eleitoral, em outubro,

<sup>5</sup> Reportagem intitulada “Essa, Lula ganhou: Ao derrotar Suplicy, o candidato do PT obtém sua primeira vitória desde 1989 e promete agora lançar o PL”, de Luís Henrique Amaral, publicada em 27/03/02.



que a revista atinge seu ápice em publicação de reportagens que tratam especificamente de Lula, reconhecendo e destacando o ineditismo de sua vitória<sup>6</sup>, as estratégias do Partido dos Trabalhadores, as expectativas em torno de sua chegada à Presidência, entre outros temas. Só em outubro foram publicadas ao todo 13 reportagens, na seção nomeada “Especial Eleições 2002”. A revista mantém média de publicações durante os meses de novembro (09 reportagens), dezembro (06 reportagens), e segue até o início de janeiro com a posse de Lula (neste caso, 05 reportagens em apenas uma edição).



(Fonte: Elaborado pela autora)

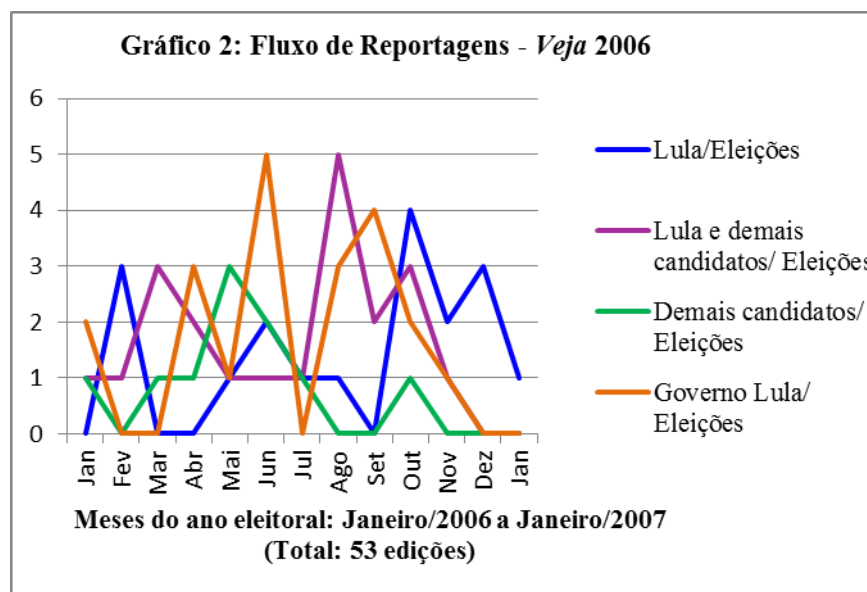
Em 2006, o fluxo de notícias ao longo dos meses apresenta um aspecto um pouco diferenciado. Se no primeiro ano as reportagens com ênfase nos outros candidatos predominavam, no segundo ano é possível observar certo equilíbrio na média mensal de publicação nas quatro categorias citadas, pelo menos até o mês de maio. A partir daí, percebem-se algumas variações, a exemplo das reportagens que tratam de algum aspecto do primeiro mandato de Lula em relação direta com a disputa eleitoral (destaque para a trajetória da linha laranja) atingindo o ápice de publicação nos meses de junho e setembro, com cinco e quatro reportagens, respectivamente. Na mesma perspectiva, as reportagens que comparam o desempenho de Lula em relação aos demais candidatos (destaque para a trajetória da linha rosa) ganham maior expressividade no mês de agosto, com cinco reportagens, e, em seguida, decresce.

O volume de reportagens sobre os demais candidatos, sem referência a Lula é bem menos expressivo se comparado ao ano anterior, possivelmente em virtude da quantidade

<sup>6</sup> Destaque para a reportagem “Lula muda a história” e “Vinte anos na oposição”, publicadas na edição 1775 (30/10/02).

de candidatos que também é menor; praticamente só Geraldo Alckmin é acionado como candidato opositor. Além disso, a partir do segundo semestre, a revista polariza a cobertura jornalística: as questões de governo de um lado e a disputa eleitoral de outro. Ainda que em alguns momentos essas temáticas se apresentem “misturadas”, a revista apresenta direcionamentos que indicam reflexão sobre a disputa eleitoral, a exemplo da reportagem de capa publicada em agosto, “Ela pode decidir a eleição: Nordestina, 27 anos, educação média, 450 reais por mês, Gilmar Cerqueira retrata o eleitor que será o fiel da balança em outubro”<sup>7</sup>, que relata o tipo de eleitor que pode decidir o resultado eleitoral, em alusão à força política<sup>8</sup> que o candidato Lula possui com determinados perfis de eleitores.

A cobertura centrada em Lula também não alcança a mesma média que no ano anterior (destaque para o início da trajetória da linha azul). Ela atinge seu ápice em outubro (com apenas quatro reportagens), durante o período dos dois turnos eleitorais, e decresce até o final do período analisado. A vitória no segundo turno, por exemplo, é registrada em apenas uma reportagem (com destaque de capa), com teor comparativo entre os dois mandatos, sugerindo expectativa em relação ao futuro. Da mesma forma, a posse de Lula é destacada em apenas uma discreta reportagem (sem destaque na capa).



(Fonte: Elaborado pela autora)

<sup>7</sup> A reportagem “Ela pode decidir a eleição: No nordeste, onde Lula esmaga Alckmin, o voto de um grupo peculiar de eleitoras pode ser decisivo para definir quem será o próximo presidente”, foi publicada na edição nº1969 (16/08/06).

<sup>8</sup> O que chamamos de “força política” não se refere ao partido político (PT) propriamente dito, mas aos elementos biográficos que caracterizam o perfil de eleitores como Gilmar e que encontram no personagem Lula semelhanças e afinidades com a trajetória de vida e o discurso de luta: elementos como escolaridade, renda financeira, entre outros, sugerem uma aproximação com a própria trajetória de vida de Lula.

A) Destaque em capa:

No ano de 2002, o personagem Lula, em contexto eleitoral, foi manchete de capa em nove edições, sendo que desse total, apenas três capas destacaram especificamente o candidato em três momentos distintos e significativos (Figura 1). O primeiro acionamento de *Veja*, em relação à imagem de Lula, acontece somente no mês de maio em reportagem especial que destaca a articulação de Lula junto aos empresários, sugerindo uma situação de “nervosismo” do mercado financeiro com as propostas do candidato.

Outro momento de destaque total na capa é a edição publicada após o resultado do segundo turno da disputa eleitoral quando a revista apresenta a vitória de Lula como “triumfo histórico”, ou seja, um acontecimento que marca a história política do Brasil. E, por fim, a primeira edição de janeiro do ano de 2003, destaca o momento de coroação dessa vitória dando ênfase à posse de Lula e as expectativas consequentes.

**Figura 1: Lula em destaque nas capas de *Veja* em 2002**



(Fonte: Acervo *Veja*)

Já em 2006, foram identificadas 10 edições com reportagens de capa, com algum destaque para o personagem Lula em contexto eleitoral, seguindo a média do ano 2002. Na mesma perspectiva, a revista destacou o personagem político em relação à disputa eleitoral em três edições, porém em meses sequenciados e concentrados no período do pleito em primeiro e segundo turno (setembro, outubro e novembro) e associando a questão eleitoral às outras temáticas (Figura 2).

A capa da edição nº1975 (27/09/06) faz referência aos escândalos envolvendo integrantes do Partido dos Trabalhadores (PT) e as possíveis consequências para a candidatura de Lula à Presidência. No mês seguinte (edição nº1979, 25/10/06), a revista faz referência ao filho de Lula, o Fábio Luís Lula da Silva, que obteve sucesso em seus negócios ao vender ações à Telemar, segundo a revista, em virtude do ano eleitoral. E, em

novembro, após o resultado do segundo turno, a revista apresenta Lula como presidente eleito, numa abordagem mais contida e crítica, comparando a experiência do primeiro mandato com as expectativas e atribuições do segundo governo (edição nº1981, 08/11/06). Cabe destacar que, diferentemente do ano anterior, a revista não fez referência em capa à cobertura da posse e, além disso, fez referência em cinco edições na capa, às crises do primeiro Governo Lula e ao escândalo do Mensalão envolvendo integrantes do Partido dos Trabalhadores (PT)

**Figura 2: Lula em destaque nas capas de *Veja* em 2006**



(Fonte: Acervo Veja)

## B) Seções Opinitivas:

Por se tratar de uma revista semanal de informação que enfatiza muitos aspectos do cenário político e econômico do Brasil, *Veja* aborda nos editoriais a opinião institucional que tangencia essas temáticas. Ao longo de 2002, foram identificados 18 textos que abordaram direta ou indiretamente o cenário eleitoral brasileiro (Quadro 2). Ao observar o fluxo de publicação, percebe-se que de fevereiro até setembro a revista publicou um editorial por mês com ênfase no tema em questão. Nos três meses seguintes, a revista intensifica as publicações, sobretudo em outubro (todas as edições), período da eleição nos dois turnos, seguido dos meses de novembro e dezembro, que configuram as expectativas em relação à vitória de Lula, culminando com a edição de janeiro de 2003, com o coroamento da posse. Dentre os editoriais analisados, 10 referem-se diretamente à Lula (linhas em destaque no quadro abaixo) e os demais alternam entre os aspectos do cenário eleitoral, como perfil dos candidatos, propostas de campanhas entre outros temas.

### Quadro 2: Editoriais com ênfase no contexto eleitoral em 2002

Edição/Data	Título	Conteúdo
1739 (20/02/02)	Corte de gastos em ano eleitoral	Aborda os aspectos econômicos do ano eleitoral.
1743 (20/03/02)	O caso das oligarquias	Trata da decadência das famílias políticas no Brasil, a exemplo da família Sarney.
1752 (22/05/02)	A história de Lula em treze capas	Destaca a reportagem especial sobre Lula e o PT.
1756 (19/06/02)	O mercado nosso de cada dia	Fala sobre Lula, o mercado e a estabilidade econômica do País caso seja eleito.
1762 (31/07/02)	O perfil de quem decide	Apresenta o perfil socioeconômico do eleitor brasileiro de forma sugestiva: o voto não é mais restrito às elites, ou seja, as classes “populares” podem decidir o pleito.
1763 (07/08/02)	Como montanha russa	Aborda as oscilações das pesquisas de intenção de votos.
1770 (25/09/02)	Projetos de Salvação	Destaca as entrevistas com os principais candidatos à presidência presentes na edição.
1771 (02/10/02)	O teste da realidade	Fala do marketing eleitoral e a imagem dos candidatos na decisão do voto.
1772 (09/10/02)	O Brasil decide como avançar	Apresenta um balanço das propostas dos candidatos à presidência.
1773 (16/10/02)	Aos debates, companheiros!	Fala de Lula, sua vitória no primeiro turno e os debates televisivos.
1774 (23/10/02)	À espera do novo presidente	Fala de Lula e a expectativa em torno do resultado do segundo turno.
1775 (30/10/02)	A utopia real	Destaca Lula e sua vitória.
1776 (06/11/02)	As voltas que o mundo dá	Comenta a postura de FHC em relação à Lula e a transição do governo.
1777 (13/11/02)	Governar é dizer não	Destaca a postura esperada de Lula no governo.
1779 (27/11/02)	Para voltar a crescer	Fala de Lula e sua esperada política econômica.
1782 (18/12/02)	Transição e grandeza	Aborda a transição de governo e de grupos políticos PSDB-PT.
1783 (25/12/02)	O poder transformador de 2002	Fala sobre a vitória de Lula e do PT como marco de 2002.
1784 (08/01/03)	Um bom começo	Comenta sobre Lula e seu discurso de posse.

(Fonte: Elaborado pela autora)

Na cobertura de 2006, percebe-se praticamente a mesma média de editoriais sobre a temática em questão. Ao longo do ano eleitoral foram identificados 19 textos que abordaram direta ou indiretamente as eleições (Quadro 3). A revista, portanto, manteve uma publicação mensal de pelo menos um editorial com ênfase no tema em questão. Dentre os editoriais analisados, destaca-se uma diferença argumentativa em relação ao primeiro ano analisado. Enquanto em 2002 há uma referência direta ao “candidato” Lula e o ineditismo de seu desempenho eleitoral, em 2006, a revista destaca com frequência o “presidente” Lula e como suas ações enquanto chefe de Estado podem repercutir no resultado das eleições. Essa característica é notada em oito editoriais (linhas em destaque no quadro abaixo). Os outros destacam aspectos que tangenciam o cenário eleitoral, como a política econômica brasileira, financiamento de campanhas, escândalos políticos, trocas de ministros, ações de política internacional, etc.

### Quadro 3: Editoriais com ênfase no contexto eleitoral em 2006

Edição/Data	Título	Conteúdo
1938 (11/01/06)	Chega de improvisos	Trata do aumento de combustíveis em ano eleitoral.
1939 (18/01/06)	Um pântano a ser drenado	Destaca o TSE e o controle do financiamento de campanhas
1940 (25/01/06)	Juízo ao escolher juízes	Aborda o Governo Lula e as mudanças no STF
1942 (08/02/06)	Uma aliança suspeita	Comenta a aliança entre Lula e o ministro Nelson Jobim para apoiar sua candidatura
1945 (01/03/06)	Salto de racionalidade	Sugere uma expectativa em relação aos candidatos à presidência e suas propostas de governo
1948 (22/03/06)	Sem sustos na economia	Fala dos pré-candidatos e a política econômica do Brasil
1950 (05/04/06)	O fiador da estabilidade	Destaca a nomeação do novo ministro da economia Guido Mantega
1955 (10/05/06)	O eixo do bom senso	Comenta a postura de Lula e de outros líderes latino-americanos em relação ao presidente eleito na Bolívia, Evo Morales
1956 (17/05/06)	Liberdade atropelada	Fala da Declaração de Chapultepec, sobre a liberdade de expressão e imprensa, chancelada por Lula no México
1957 (24/05/06)	A promoção a povo	Fala da concepção de Lula sobre a atenção merecida por um Presidente da República
1960 (14/06/06)	O boné é a carapuça	Crítica o posicionamento de Lula em relação aos ataques do MST
1965 (19/07/06)	Nas mãos do presidente	Destaca a expectativa da revista sobre o veto de Lula à criação do Conselho Federal de Jornalismo
1972 (06/09/06)	Lula é melhor do que o PT	Reconhece no discurso de Lula divergências em relação ao que prega o PT, porém a revista avalia o presidente de forma positiva
1975 (27/09/06)	Até quando?	Fala do escândalo do “dossiêgate”, a fragilidade do PT e as consequências para a eleição de Lula
1976 (04/10/06)	A dúvida e as certezas	Destaca a expectativa em relação ao resultado das eleições e as diferenças entre Lula e Alckmin
1977 (11/10/06)	Um “não” a tudo isso	Fala das pesquisas eleitorais e das oscilações do voto
1980 (01/11/06)	Do lado do Brasil	Pontua o compromisso da revista em fiscalizar quem está no poder
1981 (08/11/06)	Em 2006 como em 2002	Destaca a reeleição de Lula e seus compromissos com a sociedade brasileira
1985 (06/12/06)	“Não vendo ilusões”	Comenta o discurso de Lula na Confederação Nacional da Indústria (CNI)

(Fonte: Elaborado pela autora)

#### C) Seções com notas informativas:

Além das capas, reportagens, editoriais e artigos de opinião, como espaços que abordam a pauta eleitoral, destacam-se na revista as seções destinadas à publicação de notas informativas sobre os principais fatos da semana. Tais seções abordam com frequência as eleições presidenciais e/ou fazem referências diretas ao personagem Lula (sejam notas ou frases do personagem em questão). Elas são, portanto, os lugares permanentes de acionamento “fracionado” ou “excertos” dessas informações, isto é, há uma presença constante do nome de Lula nas seções de notas, mesmo em edições em que não foram pautadas reportagens sobre o candidato. Esse comportamento editorial é comum nos dois períodos analisados (Quadro 4):

#### Quadro 4: Edições com notas informativas

Seções	2002 (nº de edições)	2006 (nº de edições)
Radar	39	34
Veja Essa	28	35
Sobe Desce (Sobe)	01	06

(Fonte: Elaborado pela autora)

Destacam-se algumas considerações sobre as seções com conteúdos informativos:

- *Radar*: seção presente em mais da metade das edições analisadas ao longo do primeiro ano eleitoral, porém registrou pequena redução no ano da cobertura de reeleição se comparado ao ano de 2002 (Quadro 5). Em relação ao teor das notas, os dois períodos analisados mantiveram a média com pequenas variações: a) predominam as notas sobre o personagem Lula em campanha eleitoral (em 2002, com ênfase a partir de meados do mês de outubro; em 2006, presente durante todo o ano, porém com maior frequência entre os meses julho, agosto, setembro e início de outubro); b) em seguida, destacam-se as notas sobre os outros candidatos à presidência, sem referência à Lula (em 2002, esse conteúdo é enfatizado, sobretudo, nos primeiros meses do ano eleitoral; em 2006, esteve presente pelo menos duas vezes ao mês durante o período analisado, com incidência até início de outubro); c) e, por fim, e algumas notas híbridas que falam de Lula e também dos outros candidatos no contexto de campanha eleitoral (em 2002, não foi observada uma periodização específica; em 2006, essas notas estavam concentradas durante maio).

#### Quadro 5: Conteúdo de “Radar”

Conteúdo das Notas	2002 (nº de edições)	2006 (nº de edições)
Lula em campanha	29	27
Outros candidatos	16	17
Notas híbridas	07	07

(Fonte: Elaborado pela autora)

- *Veja Essa*: seção destinada à postagem das frases que a revista considera o destaque da semana anterior à sua publicação. Para esta análise, foram consideradas apenas as edições que continham alguma frase de Lula nesta seção, como forma de observar a importância que a revista credita no discurso do personagem em questão (independente do seu conteúdo). Em 2002, foram identificadas 28 edições em que frases de Lula foram citadas, ou seja, pouco mais da metade do total de edições analisadas. Em 2006, registrou-se um aumento, pois foram identificadas 35 edições. Considera-se, nesse caso, que o segundo ano

analisado trata-se do final do primeiro mandato do Governo Lula, o que justificaria, entre outros fatores, uma presença maior na pauta desta seção.

- *Sobe Desce*: notas situadas dentro da seção “Radar”, onde a revista elege aqueles que se destacaram durante a semana. Lula foi classificado como “Sobe” em apenas uma ocasião em 2002 (em edição publicada no mês de maio, período em que a revista tende a identificar Lula como um candidato à presidência oficialmente em campanha). Em 2006, essa rotulação positiva foi identificada em seis ocasiões com periodicidades distintas (meses de fevereiro, março, junho, outubro e novembro). Apesar das características do ano de reeleição, do cenário marcado por escândalos políticos, a indicação de Lula pela revista como “sobe” leva a crer que há um reconhecimento do desempenho do personagem político nas pesquisas eleitorais. Não há uma ocultação. Se comparado com o ano anterior (2002) há um aumento considerável desse tipo de nota.

## 5. Considerações Finais

O diagnóstico realizado permitiu estabelecer um entendimento acerca da dinâmica de fluxos de notícias ao longo do ano eleitoral na revista *Veja*. Essa percepção das seções em que se fala de Lula ou da própria disputa eleitoral, assim como dos momentos em que essas temáticas são acionadas, não está dissociada da própria dinâmica do debate público acerca das eleições no seio da sociedade. A revista tende a destacar com maior ou menor intensidade determinados fatos que marcam todo o processo eleitoral, seja como nota, artigo de opinião ou reportagem interpretativa, a depender do direcionamento editorial. Esse acionamento da temática “eleições” está presente nos dois períodos analisados, porém, o destaque para o personagem “Lula” é mais marcante na disputa de 2002, por conta do contexto sócio-político do período de campanha e do ineditismo da vitória. Na campanha seguinte, todavia, a ênfase nos elementos que caracterizam Lula inicialmente perde força para as comparações com seu desempenho após o primeiro mandato, além de escândalos e ondas de corrupção deflagradas pela imprensa. Ainda assim, *Veja* dissocia o que é do personagem político e o que é de seu partido, sem necessariamente isentá-lo das mazelas.

A partir desse panorama, a pesquisa caminhará para novas etapas: 1) a comparação com o olhar do estrangeiro, a partir da cobertura da revista norte-americana *Time*, nos mesmos períodos analisados; 2) apreciação qualitativa do conteúdo jornalístico das duas revistas, no tocante ao acionamento biográfico dos personagens políticos e os sentidos produzidos pela composição verbo-visual dos textos jornalísticos.



### Referências Bibliográficas

BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. São Paulo: Penso Editora, 2013.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2014**: Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Eleições e (Idade) mídia. In: FILHO, Clóvis de Barros. **Comunicação na pólis**: Ensaio sobre mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine**: o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.

VEJA. **Mídia Kit**. 2014. Disponível em:  
<http://www.publiabril.com.br/marcas/veja/internet/informacoes-gerais>

VOGEL, Daisi. Revista e contemporaneidade: imagens, montagens e suas anacronias. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. São Paulo: Penso Editora, 2013.