

---

## **A REPERCUSSÃO E REPRESENTAÇÃO DA DILMA NA MÍDIA E O IMPEACHMENT VAI TER?**

Rafaela MENDES<sup>1</sup>

Centro Universitário Estácio de Brasília

### **Resumo**

Este projeto tem como intuito divulgar a análise comparativa da cobertura jornalística das revistas Veja e Carta Capital quanto ao suposto pedido de impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, bem como, observar as ações e participação das revistas escolhidas para análise. O objetivo deste trabalho é demonstrar a influência do posicionamento político na cobertura jornalística. Serão analisadas as revistas que trazem a representação da ex-presidente Dilma em suas capas, citadas entre janeiro e agosto de 2015. A escolha desse período deu-se em função da ocorrência de muitos fatos políticos que repercutiram de forma exagerada na mídia brasileira. Será realizada análise comparativa entre as revistas Veja e Carta Capital, utilizando as teorias da comunicação newsmaking e a produção de notícias e agenda setting.

### **Palavras-chave**

Impeachment; Dilma; análise comparativa; revistas (Veja e Carta Capital); newsmaking e agenda setting.

### **Corpo do trabalho**

A ideia de que a mulher está vinculada apenas as atividades domésticas ou a cargos predominantemente femininos geralmente de má remuneração ou quase nenhum reconhecimento social é uma maneira reducionista e preconceituosa de se pensar em sua atuação no meio em que vive, uma vez que a mulher ocupa atualmente cargos de grande status social.

O jornalismo político mudou em diversos aspectos, porém a sua essência e objetivo continuam os mesmos informar ao leitor o que está acontecendo no mundo político tanto em território nacional quanto em âmbito mundial.

Atualmente no Brasil o regime governamental brasileiro é o Presidencialista este tipo de sistema de governo só é utilizado em república nele o Presidente da República é

---

<sup>1</sup>Exemplo: Trabalho apresentado no II Teorias do Jornalismo, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

---

chefe de Estado e também chefe de governo, portanto tem plena responsabilidade política e muitas outras atribuições podendo ser eleito de maneira direta ou indireta.

Dilma Rousseff foi a primeira presidente mulher no Brasil. Foi eleita de forma democrática em 2010 e reeleita em 2014. Contudo o seu mandato foi cheio de escândalos de corrupção que envolvendo seus ministros, partido e a ela. Diante de tanta corrupção a população fez manifestações de forma numerosa em todo o país exigindo um pedido de Impeachment. Com tantos escândalos a maioria dos processos que pediam o impeachment da ex-presidente foram abertos por cidadãos.

O objetivo deste trabalho é fazer um estudo comparado sobre a representação e repercussão do impeachment da presidente Dilma analisando as capas que as revistas Veja e Carta Capital trouxeram em algumas edições para assim compreender melhor o que aconteceu no país durante este período.

A Veja e a Carta Capital são revistas que tratam de política no Brasil, porém o editorial de ambas é totalmente diferente. No que a Veja faz acusações abertas ao governo, a Carta Capital vem em sua defesa. A análise comparativa é necessária para conhecimento melhor de cada veículo considerando a linha editorial que cada uma segue e como são feitas as capas das revistas.

Serão analisadas capas de ambas as revistas que trouxeram a ex-presidente Dilma entre os meses de janeiro de 2015 e agosto de 2015. Da Carta Capital serão analisadas as capas: “Dilma complica Dilma” edição de número 865 publicado dia 27/08/2015, “Desajustes” edição de número 860 publicado dia 24/07/2015, “O governo no Breu” edição de número 843 publicado dia 19/03/2015. Pela Veja analisaremos: “O poder e o saber” edição de número 2407 publicado dia 07/01/2015, “Domingo 15 de março de 2015” edição de número 2417 publicada no dia 18/03/2015; será feito um estudo minucioso de qual o discurso que utilizam.

As duas revistas escolhidas são de circulação nacional e com perfis de leitores diferentes daí a importância de se fazer a análise comparativa entre ambas. Foi necessário entender melhor quem é Dilma Rousseff e qual a relevância das revistas escolhidas para a comunicação no Brasil.

Este estudo fica bem explicado quando se fala do processo de construção das notícias e de como são pautados os assuntos que chegam a grande massa. Conforme a teoria de newsmaking e a construção da notícia e a teoria da agenda setting que embasam o estudo.

---

As revistas *Veja* e *Carta Capital* trazem informações sobre denúncias e acusações relacionadas ao governo da presidente. No caso da *Veja* entende-se que as provas que se tem possibilitam a realização do impeachment; já a *Carta Capital* traz um discurso contrário ao impeachment.

A imprensa no Brasil tem uma participação decisiva na política, pois leva para a grande massa o que está acontecendo dentro do Congresso Brasileiro colocando o seu ponto de vista para a melhor compreensão do leitor.

Para a imprensa as crises políticas são uma oportunidade de criar uma imagem positiva perante os leitores e ainda vender mais revistas já que turbulências no governo podem render boas capas, a palavra crise não deve ser entendida apenas como algo a ser evitado, mas também uma oportunidade que o cidadão venha a conhecer melhor o político que elegeu.

As coberturas jornalísticas são por si só de grande dificuldade pois há necessidade de driblar problemas como o tempo para apuração, local, distância, segurança e preocupar-se com a qualidade da produção do material. Este é o fato intrigante e motivador deste projeto de pesquisa.

O processo de resolução da crise de governo tende a ser longo e difícil, pois depende da utilização de um instrumento excepcional: o impeachment. Esse tipo de crise, pelo seu caráter diluído e desconcentrado, tende a produzir efeitos modestos no plano da mobilização popular e abre um reduzido espaço institucional para a crítica popular à orientação de classe da política estatal. (SAES, 1998, p. 141).

A crise política está estampada nas capas de revistas do país todos os dias acordamos com notícias que algum escândalo de corrupção está acontecendo dentro do país.

Durante o governo Dilma foram divulgados vários escândalos de corrupção e as revistas *Carta Capital* e *Veja* trazem em suas páginas informações do Impeachment que a presidente sofreu.

Diante de tantas divulgações em revistas sobre a figura da ex-presidente Dilma durante período de impeachment se faz necessário uma análise comparativa entre duas revistas que trazem a repercussão e representação da ex-presidente na mídia.

As teorias de comunicação ajudam a entender como se fazer está análise e porque este assunto foi tão popular e o porquê todos os meios de comunicação trataram dele diariamente.

---

Impeachment é uma palavra que tem origem inglesa e significa "impedimento" ou "impugnação" só e utilizada quando se necessita de um processo instaurado contra altas autoridades governamentais acusadas de infringir os seus deveres funcionais.

Só se realiza quando o chefe do Poder Executivo comete alguma violação tais como abuso de poder, crime de responsabilidade, crime comum, violação da constituição, perda de confiança entre outros.

Ocorre somente quando autoridades praticam um crime de responsabilidade, tratando de algo grave quando o envolvido que cometeu a infração perde o cargo e sofre sérias consequências. Com isso fica impossibilitado de exercer sua função pública por certo tempo.

Embora existam divergências entre as doutrinas apresentadas quando se instaura o Impeachment o governante tem seus trabalhos constitucionais encerrados, pois não poderá ocupar seu cargo político que ficara à disposição da justiça para o seu devido julgamento conseqüentemente se tornando um réu comum.

O impeachment é um processo longo e para que ocorra devem ser cumpridos vários passos dentre eles a denúncia, a acusação e o julgamento; o momento político que o Brasil está passando ainda não se enquadra em um impeachment e sim em um período que ainda se verifica as denúncias feitas contra o mandato da presidente Dilma Rousseff.

Dilma Vana Rousseff foi a primeira presidente mulher brasileira que foi eleita e reeleita, porém seu segundo mandato não foi nada fácil para ela que sofre acusação de corrupção e diante de tanto escândalos políticos sofreu um impeachment.

Nos dias de hoje as mulheres ainda são vítimas de preconceito, seja por humilhações em seus locais de trabalho ou na hora de receber seus salários, infelizmente a mídia brasileira ainda tem este pensamento antigo de machismo no momento em que a presidente do Brasil é uma mulher.

A mídia trata as mulheres como esposas, mães e filhas de forma que desqualifique o valor da mulher perante a sociedade, ou seja, desqualificado o papel de mulher independente.

Foi feito um estudo pelo World Association for Christian Communication no ano de 2012 considerado, o maior estudo de gênero no noticiário do mundo que analisou 13 mil notícias de jornais, revista, televisão e rádio em 76 países e constatou que a revista é a que mais reproduz a presença feminina 38% das notícias.

---

A representação de mulheres na mídia global é de 21% das notícias o que é um número minúsculo diante do que acontece diariamente como mulheres do mundo inteiro.

Mas mesmo assim a opinião da mulher em editoriais sérias, como política e economia e de 15%, tendo um número maior em cadernos como comportamento e beleza, segundo o estudo feito pelo World Association for Christian Communication.

Quando se lê uma revista é muito mais fácil encontrar relatos de mulheres com suas experiências pessoais de como criar os filhos organizar a casa manter tudo em ordem do que relatos de homens.

Segundo a pesquisa, “essa situação de sub-representação e uma constante e não se alterou de forma expressiva nos últimos 10 anos, a despeito de todas as mudanças tecnológicas no mundo das telecomunicações”. (WORLD ASSOCIATION FOR CHRISTIAN COMMUNICATION, 2013)

O olhar que a pesquisadora de comunicação da UFSC, Cleusa Maria Jung (2014) tem sobre a representação da mulher na mídia é que no Brasil o estereótipo da mulher é propagado a todo tempo. Ela tem que seguir determinado padrão de beleza se não o segue é excluída e se coloca em tese a sua opção sexual, como no caso da presidente Dilma, que muitos insistem em falar que é lésbica por preferir ter uma forma de se vestir diferente da exigida pela sociedade.

Vivemos em uma cultura que se pauta diariamente pela mídia em que cada anúncio feito pelas revistas será copiado diariamente por milhões de pessoas porque a mídia não é só machista como também consumista.

Porém o que não se pode permitir é falar que quanto mais mulheres atuantes na mídia maior será o espaço para a mulher e nem que a informação estará melhor.

Para Jung (2014) as revistas que são voltadas para o público feminino são escritas por mulheres e geralmente são revistas de perfil adolescente, ou seja, aquelas que trazem conteúdos com informações que não tenham muita relevância para o público adulto.

Mesmo tendo diariamente muitas mulheres trabalhando em redações de revista isto está longe de ser uma conquista. O número de mulheres que recebem pautas com assuntos importantes é bem pequeno como se a mulher não pudesse escrever coisa séria. A visão de que o homem é melhor para tratar de assuntos sérios está presente dentro das redações.

---

Quando se tem pautas de assuntos de engenharia, informática e economia são rara ser mulher o especialista entrevistado somente em pautas de beleza ou cuidados com os filhos será com mais facilidade. E poucas vezes serão assinadas por jornalistas mulheres.

Para Jung, a mulher conquistou maior autonomia e mais direitos; apesar disso, ela ainda se vê refém de padrões impostos pela indústria cultural e difundidos pela mídia de que a mulher não pode ter uma voz ativa. (JUNG, Cleusa Maria, 2014)

Lembrando que perante a sociedade o papel da mulher é educar e a mídia também cabe este papel de difícil execução considerando a exclusão feminina neste ambiente.

A mídia tem como princípio transmitir a informação de qualidade e desempenhar um papel social diante da população que é a de formação de opinião algo mais que necessário para se viver em sociedade.

O fato é que os meios de comunicações são essenciais para a construção de um país, mas atualmente não se tem espaço para as mulheres principalmente nas revistas.

Diariamente os meios de comunicação trazem notícias de políticos muitas vezes de seus escândalos políticos retratando a corrupção que é feita no país e de projetos aprovados ilicitamente.

Brasília é a capital do país, porém a mídia também a batizou de a “capital da corrupção”, com isso traz a imagem de que quem mora em Brasília seja corrupto como os políticos que aqui estão.

O jornalismo político é essencial para se entender o que acontece diariamente no Congresso Nacional, o leitor necessita saber quais projetos de leis foram aprovados o que irá acontecer com o político que foi corrupto, para assim poder exigir os seus direitos.

Os meios de comunicação de massa cumprem um papel crucial na conformação do ambiente social contemporâneo. Eles reconfiguraram a gestão do tempo cotidiano e as fronteiras entre diferentes espaços sociais, determinados por sexo ou faixa etária; modificaram o exercício da autoridade e fragmentaram as representações mentais do mundo de que se servem as pessoas para nele se situarem (MEYROWITZ, 1985).

O jornalismo impresso tem especial importância e repercussão na área política principalmente a revista por trazer de forma explicativa com várias imagens, gráficos, charges que ajudam o leitor a compreender melhor o que está acontecendo dentro da política brasileira.

---

Quando se fala como a mídia representa a política brasileira deve se levar em conta que existem os veículos de esquerda e direito e claro a imprensa alternativa que geralmente fala o que pensam dos políticos brasileiros.

Mas a mídia tem o poder de gerenciar aquilo que será publicado até mesmo sobre o que o leitor vai saber sobre política, como será tratado aquele escândalo de corrupção, o que dar ênfase nele para que a notícia tenha muita popularidade e todos comentem.

A mídia tem um papel tão importante, pois tem o poder de controlar a construção das representações sociais, ou seja, ela auxilia a criação da imagem da política, dos partidos e até mesmo da política.

A visibilidade na mídia compõe de várias maneiras o capital político: tem efeitos sobre as relações entre os líderes e os cidadãos comuns; tem efeitos sobre os processos de valorização, reconhecimento e desgaste público do político diante dos cidadãos comuns e dos seus pares; pode significar um acréscimo de visibilidade e relevância ao político em meio a seus pares, no campo político. (BIROLI, FLÁVIA, 2013)

Nelson Traquina (2005) explica que o grande poder da mídia diante da representação da imagem política está na eficiência que acontece. Uma matéria que foi publicada hoje se espalha de maneira muito rápida e todos já começam a comentar independentemente de o personagem principal for um político.

Para Traquina (2005), os jornalistas que acabam fazendo com que o político tenha determinada postura social, pois seguindo os moldes que a imprensa coloca eles terão uma maior popularidade então estes buscam nos veículos a sua chance de ser mais popular.

Os políticos passaram a acompanhar de perto a cobertura política da mídia, para acompanhar como o Congresso brasileiro está sendo mostrado assim passaram a ter mais cuidado com informações que são passadas aos jornalistas que estão presentes nas coberturas políticas. Trazem em seu discurso que ainda existem aqueles políticos que enxergam a mídia como inimiga que necessita ser combatida e calada. Não vendo como uma forma de divulgar para o seu eleitor o que está fazendo, ou seja, uma comunicação eleitor e político.

O poder da mídia é bastante impreciso, pois muitos veículos de comunicação são de domínio de famílias ligadas à política então acaba sendo difícil diferenciar qual é o verdadeiro jornalismo político, aquele que traz a verdade para o seu leitor.

---

A mídia busca os seus leitores diariamente, ela tenta atrair seu público da maneira que eles gostam então se fala de corrupção se vende mais revistas e normal que saiam mais matérias destes assuntos.

## **METODOLOGIA**

Percebendo o interesse pela cobertura jornalística da representação da ex-presidente Dilma na mídia focando a questão do impeachment, faz-se necessário analisar como cada veículo escolhido se refere a presidente.

Este trabalho trata-se de uma pesquisa qualitativa que é aquela que trabalha predominantemente com dados qualitativos, isto é, a informação coletada pelo pesquisador não é expressa em números, ou então os números e as conclusões neles baseadas representam um papel menor na análise.

As principais características dos métodos qualitativos são a imersão do pesquisador no contexto e a perspectiva interpretativa de condução da pesquisa (KAPLAN & DUCHON, 1988). Na pesquisa qualitativa o pesquisador é um interpretador da realidade (BRADLEY, 1993), assim será feita a análise minuciosa de cada uma das capas escolhidas para se entender melhor perspectiva de cada uma.

A melhor maneira de compreender o que significa pesquisa qualitativa é determinar o que ela não é. Ela não é um conjunto de procedimentos que depende fortemente de análise estatística para suas inferências ou de métodos quantitativos para a coleta de dados. (GLAZIER, 1992)

No final do século XIX nos Estados Unidos surgiu o jornalismo sensacionalista, o método da análise de conteúdo foi utilizado para medir o grau de sensacionalismo da imprensa (FONSECA JUNIOR; WILSON, 2010). Outras áreas como a psicologia, a sociologia e as ciências políticas também utilizaram tal método de pesquisa. (FONSECA JUNIOR; WILSON, 2010).

Mais adiante a análise de conteúdo deixou de ser apenas de caráter descritivo dando espaço para a dedução lógica de dados tendo por objetivo a inferência no aspecto qualitativo (FONSECA JUNIOR; 2010 apud BARDIN, 1988).

De acordo com Gil (1999) a pesquisa é um processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico, com objetivo de descobrir respostas mediante o emprego de procedimentos científicos.



---

O universo da pesquisa é o conjunto que se insere seu objeto. Seja desenvolver o papel do jornalismo dentro da representatividade da ex-presidente Dilma ou de mostrar a influência das revistas Carta Capital e Veja. Dada à impossibilidade de se levantar todas as informações nesses campos, o objetivo será explicar este evento por meio das teorias e seus teóricos. Esta pesquisa fará uso da fonte de informações documentação direta/indireta e observação direta intensiva. (LAKATOS; MARCONI, 2003)

O tipo de pesquisa realizada conforme o problema desta pesquisa será bibliográfico, em que são as revistas analisadas são fontes secundárias, que constituem: imprensa escrita por meio de revista; meio audiovisual; material cartográfico; publicações (LAKATOS; MARCONI, p.183-185). Decorrente da documentação direta, o presente projeto, recorrerá à pesquisa de campo. A Documentação Direta “[...] constitui-se, em geral, no levantamento de dados local onde os fenômenos ocorrem.” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p.186)

A Pesquisa de Campo não prescinde da pesquisa bibliográfica “[...] ela servirá, como primeiro, para se souber em que estado se encontra atualmente o problema, que trabalhos já foram realizados a respeito e quais são as opiniões reinantes sobre o assunto” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p.186)

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem, porém, pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta (FONSECA, 2002, p. 32).

Também será utilizada a pesquisa documental, que será o principal método a ser utilizado nesta análise de conteúdo. Compreende-se que “a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituído o que se denomina fontes primárias” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p.174). As Fontes de Documentos podem ser encontradas em arquivos públicos, privados e em fontes estatísticas. Os documentos escritos se referem às documentações oficiais, publicações parlamentares, documentos jurídicos, fontes estatísticas e publicações administrativas documentos particulares (LAKATOS; MARCONI, 2003).

Será feita uma análise comparativa entre as revistas Veja e Carta Capital, utilizando as teorias da comunicação newsmaking e a produção de notícias e agenda

---

setting. Somente as revistas que trazem a Dilma em sua capa no período de janeiro de 2015 até agosto de 2015 serão analisadas, para assim distinguir como cada uma tratou a questão do impeachment da ex-presidente Dilma.

Foram escolhidas as seguintes em que a ex-presidente foi representada nas capas; nas revistas da Carta Capital foram escolhidas: “Dilma complica Dilma” edição de número 865 publicado dia 27/08/2015, “Desajustes” edição de número 860 publicado dia 24/07/2015, “O governo no Breu” edição de número 843 publicado dia 19/03/2015.

Da revista Veja: “O poder e o saber” edição de número 2407 publicada no dia 07/01/2015, “Domingo 15 de março de 2015” edição de número 2417 publicada no dia 18/03/2015.

## **ANÁLISE COMPARATIVA**

Pela teoria do newsmaking o jornalismo é um dispositivo de construção da realidade, logo não pode ser mero reflexo do real. Já a teoria da agenda setting se pauta no que vai se tornar notícia.

Para fazer a análise comparativa entre duas revistas totalmente diferentes em suas editorias o embasamento de teorias se faz necessário para se construir a noticiabilidade e o formato de cada jornal escolher a informações, porém são informações que já estão sendo comentadas que não são inéditas. No caso do jornalismo político geralmente a mídia da visibilidade ao que já está “bambando”.

Para Charaudeau, o Discurso das Mídias, os atores sociais a quem a mídia dá a fala nem sempre estão implicados nos fatos diretamente, mas pode ser eleito devido à sua posição social, ou à sua perícia/experto ou mesmo um cidadão. (Charaudeau 2006).

Os meios de comunicação publicavam todos os dias notícias de escândalos políticos que induziam que a população a queria a saída da ex-presidente. Todos têm o conhecimento deste fato, como se fossem obrigados a sempre falar desta forma, mas não; é simplesmente a teoria do agendamento.

As pessoas, ainda de acordo com a agenda setting, têm tendência para incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo que a mídia inclui ou exclui do seu próprio conteúdo, com isso a mídia ajuda a estruturar no público a imagem da realidade social, a organizar novos elementos dessa mesma imagem, a formar opiniões e crenças novas.

---

Quando Dilma foi eleita em 2010 apareceram várias pautas na mídia sobre a mulher na política, em várias destas se faziam brincadeiras sobre como mulheres se comportavam e como Dilma se comportava.

O que não ficou só neste momento, o impeachment aconteceu em 2016 ainda temos pautas nestes formatos que brincam com a sexualidade da presidente, apelidos colocados pela população foram parar em revistas de grande circulação.

Quando se fala na representação política na mídia a agenda setting se torna essencial, pois através desta teoria, o público tende a considerar os assuntos veiculados na mídia como os mais importantes, “agendando” assim as suas conversas por eles. A mídia nos diz sobre o que falar e pauta nossos relacionamentos. (Pena, 2005, p, 28).

As revistas Veja e Carta Capital trazem em suas capas de revistas diversas faces de Dilma, a mãe, a mulher, o medo, fazem a chacota, sugerem que ela esteja perdida para que o leitor consiga ver a notícia de uma forma diferente e até mesmo engraçada.

Quando uma mulher entra na vida política deve pesar o quanto vai se conformar às expectativas sobre sua atuação restringindo se a áreas de menor prestígio e visibilidade com menor potencial para agregar capital simbólico e o quanto vai afrontá-las, sofrendo os ônus vinculados a uma conduta desviante.

A ex-presidente foi apresentada pela mídia como a mulher masculinizada, que sempre esteve perdida em seus discursos que não sabia muito bem o que fala e que faz tudo o que o ex-presidente Lula mandava.

Dilma foi guerrilheira, lutou na ditadura, foi presa e torturada. Ela nos passa uma imagem séria de uma mulher que não está muito ligada à beleza, a estar na moda e maquiada. Não por ser “maria macho” como muitos a chamam, mas por gostar de ser desta maneira.

Dilma já foi apresentada pelos meios de comunicação como líder de um grupo armado que roubou o cofre do governador paulista Adhemar de Barros, em 1969, além de ter praticado ações espetaculares de guerrilha.

Mesmo com um passado de guerrilha, a mídia trata a Dilma, como uma política que não sabe se expressar e que não entende muito do jogo político hoje no Brasil.

Vídeos fazendo chacota com a ex-presidente eram postados a todo o momento na internet e não somente nela, revistas traziam uma Dilma que não necessariamente deveria ser mostrada desta forma.

---

Dilma não é somente a ex-presidente do Brasil e mulher e não merece ser desqualificada por isso adesivos com a imagem de Dilma foram colocados em carros, em uma posição que desqualifica não só ela, mas todas as mulheres brasileiras, porque quando Dilma usou pela primeira vez a faixa de Presidente da República, todas as mulheres foram ali representadas.

A liberdade de expressão tem limites regulados em lei. Qualquer tentativa de protestar contra o aumento do combustível ou contra a chefe do Executivo brasileiro ultrapassou os direitos de imagem, e passou a configurar afirmação de violência contra a mulher. A imagem da mulher no adesivo, remetem a mensagem de uma violência sexual, o que por si é uma expressão inadmissível de suportar diante do atentado a dignidade sexual que convivemos cotidianamente. Além disso, a mulher em questão é a Presidenta da República, o que reforça a violência sexista que enfrenta a mulher na política. (CLADEM, BRASIL, 2015)

Mas o que foi mostrado são as imagens de incompetência, que seu governo foi corrupto que só gerou escândalos de corrupção, que conseguiu acabar com o prestígio da Petrobrás são mostradas diariamente.

Cada uma destas informações está presente em todos os meios de comunicação. Mas o que não se pode acusar, é que Dilma afundou o Brasil por ser uma mulher é estar no poder.

Não é só porque Dilma esteve no cargo de presidente que sofreu estes tipos de preconceitos. A mídia é machista propaga a desvalorização da mulher, quantas vezes as propagandas trazem a mulher como objeto sexual, ou que uma mulher bonita não pode ser inteligente.

A mídia brasileira tem que passar por uma mudança cultural para assim começar a perder este pensamento “machista” que existe.

A Carta Capital e a Veja, são revistas bem diferentes, quando se fala nelas automaticamente se lembra do posicionamento político e ideológico que cada uma tem. Mesmo com leitores diferentes, ambas gostam de se alfinetar em suas publicações é comum encontrar artigos de uma comentando os erros da outra.

A teoria de newsmaking pressupõe que as notícias soam como são porque a rotina industrial assim as determina. Enquanto a teoria da agenda setting fala que as notícias são como são, pois a mídia nos diz como pensar, tanto a Veja como a Carta Capital trazem em suas revistas estas teorias bem aplicadas.

A Veja é uma das mais importantes revistas de informação no país hoje também é a mais lembrada quando se fala em cobertura de escândalos envolvendo política.

---

Com uma fama de tirar políticos e empresários do poder e também destruir reputações ela vem sempre se posicionando ao lado da esquerda, mas depois da entrada do governo petista no poder obteve a fama de ser anti-PT e ter uma ideologia voltada à direita.

Já a Carta Capital se tornou popular há menos tempo e com pensamentos mais ligados à esquerda justamente porque os grandes colunistas da revista estão ligados a ela.

Com seu crescimento ficou mais evidente que os seus leitores passaram a serem pessoas que seguem a ideologia da esquerda com pensamentos mais fechados ao governo.

As revistas Veja e Carta Capital traçam estratégias em seus discursos de capa na tentativa de seduzir o leitor, levando-o a crer nas posições político partidárias por elas defendidas. Utilizamos como análise as edições do período que compreende janeiro de 2015 a agosto de 2015, somente as que trazem em suas capas a presidente Dilma. A intenção é mostrar como foram à cobertura de ambas, quais as posições tomadas por cada um, identificadas a partir da construção de seus discursos nas edições escolhidas.

Para fazer a análise foram escolhidas as capas de revistas em que a Dilma foi representada, na Carta Capital as seguintes: “Dilma complica Dilma” edição de número 865 publicado dia 27/08/2015, “Desajustes” edição de número 860 publicado dia 24/07/2015, “O governo no Breu” edição de número 843 publicado dia 19/03/2015, da revista Veja: “O poder e o saber” edição de número 2407 publicado dia 07/01/2015, “Domingo 15 de março de 2015” edição de número 2417 publicado dia 18/03/2015.

As edições de Veja escolhidas para a análise trazem assuntos relacionados ao suposto pedido de impeachment e assuntos relacionados à corrupção, bem como as outras edições que apesar de não colocar em suas capas as imagens da presidente fazem menção ao desempenho do governo.

De acordo com a retórica visual da ex-presidente Dilma, as capas são construídas de modo a distribuir as imagens e os textos produzindo um resultado que se refere à mensagem e ao enfoque objetivado.

A escolha da foto é primordial neste momento como vemos a ex-presidente Dilma na capa “O poder e o saber”, o fotógrafo tem ao seu dispor milhares de expressões faciais e gestuais dos políticos, e seguindo esta linha será selecionada para

---

ilustrar a capa a fotografia que trabalhe junto com um texto específico como foi nesta capa.

No período definido a revista *Veja* utilizou duas vezes a ex-presidente Dilma como componente em suas capas. A primeira foi em 24 de julho, numa capa com texto na qual temos a mesma preenchida com uma foto de Dilma e um homem Joaquim Levi na sua frente. A segunda foi em 18 de março em uma capa sem texto, na qual temos a mesma preenchida apenas com uma charge de Dilma, o que a revista já tinha feito anteriormente em uma edição de 27 de setembro de 2006 com Lula.

A revista *veja* traz um texto desconfortável ao governo com matérias de punho ofensivo, fazendo mais acusações do que apurações em suas capas. Podemos falar que a *Veja* não poupa críticas assumindo as denúncias como verdades e as usou como severas críticas.

A diferença mais gritante entre as capas são os desdobramentos da situação para Dilma. A *Veja* comparou a situação de Dilma com a do governo Collor e mencionou a possibilidade de impeachment.

Segundo os critérios da teoria de newsmaking a capa “O poder e o saber” e a “Domingo 15 de março de 2015”, reconhecem o fato que pode ser notícia e chamam a atenção pelas suas capas, ou seja, o leitor que parou para olhar sente a curiosidade de querer abrir a revista para ler e entender.

Principalmente a capa “Domingo 15 de março de 2015”, que não vem um texto somente a imagem vendada da ex-presidente, a forma que faz a abordagem ao assunto prende o leitor não é comum se ver a imagem da ex-presidente vendada.

Mesmo a teoria da agenda setting falando que os meios de comunicação defendem o posicionamento de que a imprensa não deve persuadir as duas capas mexem com o leitor de maneira a ter o posicionamento político que a *Veja* tem, a pensar e falar como ela fala.

É muito grande a influência destas duas capas da revista *Veja* no dialogo social das pessoas. Wolf (2009) acredita que as pessoas têm tendência para incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo que as *más mídias* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. É disso que se trata o agendamento dentro das revistas escolhidas para análise.

---

## REFERÊNCIAS

- ALI, Fátima. **A Arte de Editar Revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- ALVES, J. E. D.; PINTO, C. R. J.; JORDÃO, F. **Mulheres nas eleições 2010**. 1ª. ed. Rio de Janeiro: Associação Brasileira de Ciência Política, 2012. 518 p.
- AMARAL, Ricardo Batista. **A vida quer é Coragem- Trajetória de Dilma Rousseff - a Primeira Presidenta do Brasil**. São Paulo. Ed. Abril, 2014.
- CARTA CAPITAL, ed nº860. São Paulo: Editora Confiança, 2015.
- CARTA CAPITAL, edição nº416. São Paulo: Editora Confiança, 2006
- CARTA CAPITAL, edição nº843. São Paulo: Editora Confiança, 2015
- CARTA CAPITAL, edição nº865. São Paulo: Editora Confiança, 2015
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, **Marina de Andrade**. **Fundamentos da metodologia científica**. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997
- PENA, Felipe, Teoria do Jornalismo, 2005.
- REVISTA VEJA, edição nº2407. São Paulo: Editora Abril, 2015
- REVISTA VEJA, edição nº2417. São Paulo: Editora Abril, 2015
- SAES, D. **A democracia burguesa e a luta proletária. Estado e democracia: ensaios teóricos**. 2ª ed. Campinas: Unicamp, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 1998. (Coleção Trajetória, 1).
- TRAQUINA, N. Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Editora Insular, 2005. Vol.II.
- TRAQUINA, Nelson. Jornalismo: Questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega, 1995.