

## **Escândalos Político-Midiáticos: um estudo sobre os enquadramentos da revista *Isto É* na cobertura da operação Lava Jato<sup>1</sup>**

Giulianne Bezerra BATISTA<sup>2</sup>  
Francisco Paulo Jamil Almeida MARQUES<sup>3</sup>

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### **Resumo**

O escândalo político acompanha o desenvolvimento das sociedades modernas. Nesse contexto, o Jornalismo torna-se peça fundamental no desenho do jogo político por selecionar, caracterizar e direcionar os fatos que serão debatidos na esfera pública. Tal papel é reverberado na formação da opinião pública sobre os acontecimentos. Este trabalho propõe analisar a cobertura jornalística da operação Lava Jato realizada pela revista *Isto É*, identificando personagens e enquadramentos mais presentes nas narrativas. Busca-se compreender em que medida os *frames* operados pela revista constroem a imagem do governo do Partido dos Trabalhadores (PT), de Dilma Rousseff e de Lula, atores mais citados pela publicação ao longo dos textos. São examinadas três reportagens entre 03 e 18 de março de 2016 por meio da metodologia de Análise de Conteúdo.

### **Palavras-chave**

Lava Jato; Escândalo Político Midiático; Opinião Pública; Enquadramento; Jornalismo Político.

### **Introdução**

Ao longo da história, a prática política apoia-se cada vez mais na comunicação de massa, pois reconhece a importância dela no processo eleitoral, na manutenção da imagem pública positiva dos agentes políticos e nas gestões de governo (GOMES, 2004; MIGUEL, 2002; ENTMAN, 1989; THOMPSON, 1999). Em contrapartida, as empresas de Jornalismo são agentes com interesses e posicionamentos próprios que interferem nestes processos, em especial, ao tratar de temas políticos, com valores e ideologias dos proprietários e jornalistas no relato dos fatos. Um dos meios de expressar tal postura é o uso de enquadramento da notícia, que vem a caracterizar um grupo, partido ou candidato a partir da seleção de informações e direcionamentos realizada na produção da notícia, embora os *media* utilizem-se

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (PPGCOM-UFC) email: [giuliannebatista@gmail.com](mailto:giuliannebatista@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Prof. Doutor e Pesquisador da Universidade Federal do Paraná. Pesquisador da Universidade Federal do Ceará. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq (PQ-2).

do discurso de objetividade na busca pela representação dos interesses dos cidadãos, na vigilância, desconfiança e independência da esfera política (PORTO, 2004).

O objetivo deste estudo é analisar o processo de enquadramento jornalístico no contexto de crise política feito pela *Isto É* no que diz respeito às construções textuais e angulações alusivas ao fenômeno operação Lava Jato<sup>4</sup>. Parte-se do pressuposto de que a produção de notícia influencia no processo de formação da opinião dos cidadãos por meio de *frames*. As literaturas das áreas de Comunicação e Política e Teorias do Jornalismo são cotempladas ao longo da argumentação com o intuito de melhor explicar os fenômenos tocados.

O *corpus* em questão são três edições da *Isto É*, sendo a primeira veiculada no dia 03 de março de 2016 com o título *A delação de Delcídio*, que trouxe à público trechos da delação premiada<sup>5</sup> do ex-senador Delcídio do Amaral (PT-MS) sobre a lavagem de dinheiro dentro da empresa estatal Petrobras. O ex-senador aponta o envolvimento da até então presidente da República Dilma Rousseff e do ex-presidente Lula, ambos do Partido dos Trabalhadores (PT), no esquema de corrupção e em tentativas de interferir nas investigações e obstruir a Justiça, o que tornou-se um dos pontos altos no escândalo político midiático que estampa manchetes de todo o país há mais de 2 anos e causou forte abalo político, institucional e econômico.

Foram selecionadas para a análise três matérias de capa de três edições da revista *Isto É*, no período estabelecido de 03/03/2016 a 18/03/2016, considerando os desdobramentos da delação do ex-senador Delcídio do Amaral e a divulgação de conversas telefônicas entre Dilma e Lula. O método de Análise de Conteúdo por meio de enquadramentos foi utilizado no intuito de investigar a construção textual das reportagens e de que maneira a revista *Isto É* representou os acontecimentos.

O intuito é apontar o papel da mídia na formação da opinião pública a partir dos *frames* operados pela comunicação mediática. Para tal, conceitua-se a própria noção de opinião pública e busca-se caracterizar um escândalo político-midiático a partir das Teorias

---

<sup>4</sup>Disponível em: <<http://lavajato.mpf.mp.br>>. Acesso em 07 abril de 2016.

<sup>5</sup> Várias leis trouxeram a possibilidade de conceder benefícios àqueles acusados que cooperam com uma investigação. Esses benefícios podem ser a diminuição da pena, a alteração do regime de cumprimento da pena ou mesmo, em casos excepcionais, a isenção da pena. A lei brasileira que detalhou como funciona a colaboração premiada foi a chamada Lei de Combate às Organizações Criminosas (Lei 12.850/2013) com o objetivo de possibilitar a desarticulação de quadrilhas, bandos e organizações criminosas, facilitando a investigação criminal e evitando a prática de novos crimes por tais grupos.

do Jornalismo. Os conceitos de *agenda-setting* e *framing* são apresentados, reforçando a concepção da Teoria Construcionista como aquela ideal para fundamentar este trabalho.

### **Interfaces entre o campo da Comunicação e o campo da política no Brasil**

Existe uma relação simbiótica entre Jornalismo e democracia na teoria democrática (TRAQUINA, 2005; GOMES; MAIA, 2008), mas a teoria democrática define o papel adversarial entre o poder político e o Jornalismo, historicamente observado desde o século XIX, chamado o "Quarto Poder" (TRAQUINA, 2005, p. 23).

Os ideais de objetividade, imparcialidade e independência passaram a reger a qualidade da notícia. O novo nicho de mercado apresenta a imprensa empresarial. A credibilidade torna-se uma das propriedades comerciais do Jornalismo, sendo conquistada com isenção, honestidade, verdade, atualização, objetividade etc. Neste modelo, não há meios e intermediários, mas setores industriais e campos sociais (GOMES, 2008).

Nelson Traquina dá ênfase na trajetória histórica do Jornalismo na democracia a partir da comercialização da notícia como uma mercadoria ainda no século XIX e da expansão da imprensa no século XX. Além disso, percebe a profissionalização dos jornalistas como um dos definidor do valor da notícia dentro da função social da informação. A noção do serviço ao público surge com o objetivo de oferecer um novo produto: "notícias baseadas em fatos e não mais em opiniões" (TRAQUINA, 2005, p. 34). Thompson (2005) ainda destaca que a luta por uma imprensa independente, capaz de reportar e comentar eventos com um mínimo de interferência e controle estatal, desempenha papel importante na evolução do estado constitucional moderno.

Entre os fatores de sucesso para esta configuração do Jornalismo estão a evolução do sistema econômico, os avanços tecnológicos, fatores sociais, a evolução do sistema político no reconhecimento da liberdade no rumo à democracia (O'BOYLE apud TRAQUINA, 2005, p.35). A legitimidade jornalística insere-se com a conquista do governo democrático e a luta da liberdade e o manifesto contra a censura e são a base para o conteúdo isento de partidarismo e opinião.

Por sua vez, as instituições e sujeitos que disputam a exposição na esfera de visibilidade são vulneráveis a julgamentos, curiosidades, expectativas e, portanto, passíveis de

formação de opiniões, imagens e dúvidas (WEBER, 2004). As empresas de jornalismo e os jornalistas constroem relações de conflito e de negociação com o campos político, o que faz do Jornalismo peça fundamental na configuração do jogo político e que interfere na forma como se faz política (SCHUDSON, 2008). Deste modo, "é essencial debater a forma pela qual a cobertura jornalística é configurada e, ao mesmo tempo, configura imagens" (MONT'ALVERNE; MARQUES, 2013). Assim, ao usar o método de análise de enquadramentos é possível compreender em que medida um veículo seleciona notícias e recortes a favorecer ou desaprovar um agente político, interferindo nos fatos, uma vez que na contemporaneidade, a realidade social é disseminada e representada na mídia.

### **A construção da opinião pública**

A importância da comunicação de massa para o processo político faz com que grande parte da disputa política contemporânea se transforme em uma luta pela imposição de imagens públicas (GOMES, 2004). O que busca-se compreender, mais especificamente no âmbito da política, é o papel da mídia na formação da opinião pública a partir dos *frames* operados pela comunicação mediática. Afinal, a mídia faz o intermédio entre os acontecimentos e os cidadãos (e não se limita a este papel) e desta forma, o enquadramento dos discursos realizado pelas empresas jornalísticas entra em questão. A opinião pública, tão cara à política, porque demarca a democracia e a esfera pública, é hoje entendida e utilizada como o espaço privilegiado (WEBER, 2000). Segundo a autora, o poder da sociedade, dos grupos sociais e dos indivíduos mais ou menos organizados pode ser identificado através da categoria abstrata da opinião pública.

Mas para entender a formação da opinião pública, vale destacar a significação de esfera pública e o seu requisito primeiro; a palavra, a comunicação. Segundo Jürgen Habermas (1974) a esfera pública burguesa surgiu em países como Inglaterra, França e Alemanha a partir da distinção entre os conceitos de *público* e *privado*, que tem longa história no pensamento social e político ocidental, remontando à Grécia Antiga e os primórdios da democracia e da *pólis* (cidade grega). Tal separação ocorre com o avanço do capitalismo burguês sobre as monarquias e parlamentos.

Contraposta à esfera privada, destaca-se a esfera pública como um reino da liberdade e da continuidade. Só a luz da esfera pública é que aquilo que é consegue aparecer, tudo se torna visível a todos. Na conversação dos cidadãos entre si é que as coisas se verbalizam e se configuram.

---

(HABERMAS, 1984, p. 16)

A compreensão mais simples de esfera pública está baseada na idéia do cenário de debates e argumentações entre pessoas interessadas nos assuntos coletivos e que usam da racionalidade e da discursividade como ferramentas para alcançarem notoriedade diante das pessoas privadas. Assim, a partir do século XIX, o regime democrático traz ao Estado obrigações sociais como o compromisso de assegurar os direitos dos cidadãos privados sem beneficiar uns diante a outros. Em paralelo à democracia, que garante a participação dos cidadãos na esfera pública por meio de representação e demais mecanismos, a imprensa assume uma importante função a partir do seu caráter comercial e expansionista: "Os jornais passaram de mera instituições publicadoras de notícias para, além disso, serem porta-vozes e condutores da opinião pública, meios de luta da política partidária" (HABERMAS, 1984, p. 214).

### **Escândalos Político-Midiáticos**

De acordo com Weber (2000), o poder de representação das mídias pode ser equiparado ao poder da própria política. A questão da representatividade abrange e associa o público à política, o privado às paixões, colocando em turbulência as esferas pública e privada. É o que Thompson (2000) apresenta na teoria do escândalo político midiático quando discute a transformação da visibilidade. Ao mesmo tempo em que os atores políticos podem usufruir da comunicação para acumular capital social, ampliar o espectro de eleitores, emplacar agenda positiva, realizar publicidade etc., eles se tornam mais frágeis e vulneráveis, já que cultivaram uma imagem pública, e por público entende-se tudo aquilo que pode ser captado e difundido pelos meios de comunicação. Desta forma, a espetacularização política entrelaça-se à criação do escândalo midiático político.

A atividade política depende da construção de imagens positivas para circularem de modo assertivo no mundo político e no jornalismo político. As decisões e desacordos do jogo político são pensados publicamente para a construção de uma imagem, o que gera disputa de espaço entre os atores do campo político na esfera de visibilidade. A imagem pública é então, um conceito apoiado e construído sobre mecanismos enunciativos linguísticos. O escândalo político é composto de "lutas pelo poder simbólico em que a reputação e a confiança estão em jogo" (THOMPSON, 2000, p. 245). Assim, a gerência da reputação dos atores políticos depende de três fatores: visibilidade, política da confiança e legitimação do poder simbólico.

O papel central da mídia na contemporaneidade alterou as formas de interação na vida social e política, transformando-as e redefinindo as relações entre vida pública e vida privada. Visibilidade tornou-se peça fundamental na era da comunicação de massa. Os políticos recorrem à mídia para destacar os próprios posicionamentos e ações, mas também têm os próprios deslizes e equívocos ampliados partir da exposição midiática.

Escândalos não são novidade. De um lado, na política, os acontecimentos deste gênero acompanharam o desenvolvimento das sociedades modernas. De outro, eles só ganham publicização a partir da explosão da comunicação de massa. A conexão entre os escândalos e a mídia se dá por meio da exposição daqueles dentro e através da desta. Os escândalos políticos (agora midiaticizados) passam a compor a formação da opinião pública e os critérios de representação das sociedades. Além disso, os escândalos políticos midiáticos se caracterizam não só pelo fato de serem explorados pelas empresas jornalísticas, mas por envolverem dimensões de espaço e tempo diferenciadas; adquirem proporção nacional e até global. Os jornalistas também se valem do interesse público e do papel de vigilante para vender notícia. É assim que o jornalismo investigativo ganhou expansão.

O termo escândalo político é entendido como uma relevação trazida a público através da mídia seja de ato, procedimento ou atividade que transgridem a normas, valores, leis ou obrigações antes ocultos.

Trata-se não meramente da divulgação de um segredo, mas desta divulgação configurada como um evento midiático, no qual não só o ato em si, mas o conjunto dos comentários reprovadores, imagens acusatórias, fotos comprometedoras e manchetes dramáticas veiculadas passam a ser parte constitutiva do próprio escândalo (SILVA, 2008, p. 2).

### **Construindo a realidade: uma discussão a partir das Teorias do Jornalismo**

A partir de 1970, um novo paradigma surge dentro da investigação acadêmica: o Jornalismo agente na construção da realidade (TRAQUINA, 2005; BERGER E LUCKMAN, 1971). A questão ideológica que fincava espaço no âmago do Jornalismo sobre as notícias refletirem a realidade é deixada para trás com as teorias construtivistas, que dão ênfase no modo de produção e rotinas. Para Traquina (2005), entre os fatores que concebem as Teorias Construtivistas, está o fato de que os *media* noticiosos estruturam inevitavelmente a sua representação dos acontecimentos, devido a diversos fatores, incluindo os aspectos organizativos do trabalho jornalístico, as limitações orçamentárias, a própria maneira como a rede noticiosa é colocada para responder à imprevisibilidade dos acontecimentos. Isso não

significa que a partir daí, as notícias devem ser tomadas como ficção, mas que a informação traz consigo cargas subjetivadas de conteúdo. Motta *et al* (2004) acrescenta:

A mediação da realidade desempenhada pelo Jornalismo emprega impressões reveladoras não apenas das intenções ideologicamente direcionadas, mas elementos antropológicos como crenças, valores, desejos, éticas, morais e diversas outras nuances que fazem parte da cultura onde estão inseridos todos os membros deste processo de mediação (MOTTA *et al*, 2004, p. 35).

Todos os elementos apresentados tornam os enquadramentos, de recorte em recorte, o posicionamento das empresas de comunicação sobre um dado tema, o que mostra a fragilidade do conceito de objetividade na produção da notícia. *Framing* envolve seleção e saliência.

"Enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito" (ENTMAN, 1994, p. 294).

É necessário fazer um adendo sobre tais questões construcionistas no jornalismo de revista, já que trata-se da especificidade do trabalho. Ao tentar definir este formato de jornalismo impresso, compreende-se que "uma revista é um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento", destaca Marília Scalzo (2003, p. 11-12).

O texto jornalístico carrega em si especificidades. No decorrer dos anos de 1980 e 1990, "percebe-se uma padronização do estilo jornalístico que, se por um lado determina a predominância da técnica, por outro mostra a necessidade de retomada de um gênero há tempos esquecido ou propositalmente colocado em segundo plano: a reportagem." (VILAS BOAS, 1996, p. 07). Neste período, o gênero reportagem perdia espaço nos jornais e redescobria o um caminho alternativo nas revistas. Assim, as revistas passaram a participar do processo de narração da realidade com opinião, interpretação, análise e aprofundamento. "Surgem daí, nesses mesmos anos 80 e 90, bons momentos em revistas como *Veja e Isto É* (VILAS BOAS, 1996, p. 07).

É neste ponto que o jornalismo de revista deve ter atenção: até que ponto os traços de opinião do texto de revista enquadram os acontecimentos? Isto pode gerar problemas no que tange a credibilidade. A relação entre o que os interlocutores narram e o que o público recebe é amparado nos princípios deontológicos do Jornalismo como compromisso com a verdade,

divulgação de informações de interesse público, competência na apuração das informações etc., características inerentes ao que se esperada de um jornalista (BENETTI apud BERTASSO, 2011).

### ***Framing e Agenda Setting* atuam na formação da opinião pública**

Os jornalistas escolhem quem merece ser pautado, se torna fonte e que tipo de cobertura (positiva ou negativa) será conduzida nas notícias; "eles editam e conferem proeminência diferenciada às vozes dos atores sociais, hierarquizam discursos em seus textos e, assim, enquadram sentidos" (MAIA, 2009, p. 304)

É desta forma que o conceito de enquadramento (*framing*) oferece a possibilidade de examinar empiricamente o papel da mídia na construção da opinião pública. Além de construir um paradigma alternativo à objetividade jornalística, o enquadramento se torna aliado à hipótese da *agenda-setting* e cristaliza socialmente a compreensão dos indivíduos acerca da realidade, oferecendo uma forma delineada de perceber os assuntos e os acontecimentos.

O pressuposto dessa abordagem é que os assuntos colocados em pauta pelos meios de comunicação de massa agendam o público, fazendo as temáticas serem aquelas das conversas cotidianas. Portanto, de forma simplificada, é um viés que diz à audiência o que pensar, mas não como pensar. Avançando neste ponto, podemos relacionar o conceito de *framing* com a hipótese da *agenda-setting* na questão de direcionar não só o conteúdo disseminado na esfera pública, mas também impressões, posicionamentos e interpretações.

A definição de Reese (2001) sustenta: "*frames* são princípios organizativos que são compartilhados socialmente e persistentes no tempo, que operam simbolicamente para dotar de sentido o mundo social" (REESE apud MEDITSCH; SILVA 2013). Leal *et al* (2010) destacam que o discurso jornalístico "resulta de complexa rede de interações nas quais fontes, jornalistas, empresas de comunicação, contextos histórico-sociais e sistemas semióticos atuam e conformam-se mutuamente" (LEAL *et al* apud MEDITSCH; SILVA, 2013).

### **Metodologia**

O governo de Dilma Rousseff (PT) corresponde ao período de duas gestões consecutivas na função de presidente da República (2011 a 2016), sendo a última



interrompida temporariamente pela instauração do seu processo de *impeachment* no âmbito do Congresso Nacional<sup>6</sup>. O governo sucede a administração exercida por Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2011), sendo ambos os representantes filiados ao Partido dos Trabalhadores. Os mandatos dos dois políticos são marcados por escândalos de corrupção distintos que estamparam os principais noticiários do país, resultado de um comportamento de cobertura jornalística esperado em casos de corrupção. O Governo Dilma enfrenta a investigação da Polícia Federal, intitulada de "Lava Jato" desde março de 2014.

Segundo dados do Ministério Público Federal (MPF)<sup>7</sup>, até 14 de junho de 2016, foram 1.237 procedimentos instaurados, 105 condenações e 52 acordos de colaboração premiada firmados, entre outros números expressivos referentes ao desvio bilionário que envolve em corrupção empreiteiras, operadores financeiros, políticos e funcionários da companhia. Um dos depoimentos negociados de maior repercussão é o do ex-senador Delcídio do Amaral, amplamente explorado no noticiário nacional devido a citação dos nomes de mais de 37 políticos, 27 empresas e quatro partidos<sup>8</sup>.

A investigação é um caso interessante de cobertura de escândalo político a ser pesquisado no âmbito da área Jornalismo e Política devido ao impacto social do caso, à dimensão midiática do tema e à atualidade da questão. De acordo com o MPF, a operação Lava Jato configura-se como a maior investigação de corrupção e lavagem de dinheiro que o Brasil já teve. Estima-se que o volume de recursos desviados dos cofres da Petrobras, maior estatal do país, esteja na casa de R\$ 6,4 bilhões de reais. Somado a isso, observa-se a notoriedade política dos suspeitos de participar do esquema, que gera interesse público e dos jornalistas.

Até a 26<sup>o</sup> fase da operação, foram 49 delações premiadas e 117 conduções coercitivas<sup>9</sup>, sendo o depoimento do ex-senador Delcídio do Amaral destaque na revista *Isto É* em março de 2016, mesmo com o teor da delação não tendo sido confirmado nem homologado pelo Supremo Tribunal Federal até então. No dia seguinte à publicação, a Polícia

<sup>6</sup>Disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2016-05/dilma-sera-afastada-do-cargo-por-ate-180-dias-temer-assume-presidencia>>. Acesso em 18 de junho de 2016.

<sup>7</sup>Disponível em <<http://lavajato.mpf.mp.br/atuacao-na-1a-instancia/resultados/a-lava-jato-em-numeros-1>>. Acesso em 15 de junho de 2016.

<sup>8</sup>Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/03/1750420-senador-delcidio-do-amaral-implica-74-pessoas-em-delacao-premiada.shtml>>. Acesso em 15 de junho de 2016.

<sup>9</sup>Disponível em <<http://g1.globo.com/fantastico/edicoes/2016/03/06.html>>. Acesso em 12 de março de 2016.

Federal levou o ex-presidente Lula a depor coercitivamente, gerando manifestações<sup>10</sup> contrárias e a favor ao governo do Partido dos Trabalhadores às ruas, bem como incendiou o processo de pedido de *impeachment*<sup>11</sup> de Dilma Rousseff, aceito tempos depois na Câmara dos Deputados.

Os elementos em questão foram explorados midiaticamente, tornando aquela semana decisiva no agravamento da crise política do país. O governo PT passou administrar uma imagem negativa a partir do impacto dos enquadramentos sobre as lideranças do partido. A cobertura jornalística realizada na operação Lava Jato trouxe marcas subjetivas e ideológicas das empresas jornalísticas no tema política, caracterizando, segundo Thompson (2000), um escândalo político-financeiro.

A pesquisa compreende três reportagens da revista *Isto É*, terceira publicação informativa semanal de maior tiragem do país com quase 350 mil exemplares impressos, de acordo com balanço da Editora Três realizado em janeiro de 2016. Um dos diferenciais do suporte revista para os demais impressos é o tipo de conteúdo. Segundo Vilas Boas (1996, p. 09), "com mais tempo para investimentos analíticos acerca do fato, as revistas podem produzir textos mais criativos, utilizando recursos estilísticos geralmente incompatíveis com a velocidade do jornalismo diário". Desta forma, para Vilas Boas, a revista semanal preenche os vazios informativos deixados pelas coberturas dos jornais, rádio e televisão.

O *corpus* desta investigação é formado por três reportagens de três edições publicadas entre 03 e 18 de março, período de intensas manifestações populares que pediam a saída de Dilma Rousseff da Presidência da República e punição de Lula, investigado pela Lava Jato e pelo Ministério Público de São Paulo. As mobilizações levaram às ruas cerca de 3 milhões de pessoas nos 26 Estados e no Distrito Federal, de acordo com dados colhidos pelas polícias militares estaduais no dia 13 de março<sup>12</sup>. O número configura-se como a maior manifestação de rua da história da democracia do país após ditadura militar, tirando o posto das Diretas Já<sup>13</sup>

<sup>10</sup> Disponível em <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2016/03/manifestantes-anti-e-pro-lula-brigam-em-frente-casa-do-ex-presidente.html>>. Acesso em 15 de junho de 2016.

<sup>11</sup> Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/03/1751243-dilma-e-notificada-sobre-abertura-do-processo-de-impeachment.shtml>>. Acesso em 15 de junho de 2016.

<sup>12</sup> Disponível em <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,manifestacoes-em-todos-os-estados-superam-as-de-marco-do-ano-passado,10000021047>>. Acesso em 27 de junho de 2016.

<sup>13</sup> Disponível em <<http://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2014-01-24/maior-movimento-popular-da-historia-do-brasil-diretas-ja-completa-30-anos.html>>. Acesso em 27 de junho de 2016.

e das jornadas de junho de 2013<sup>14</sup>. Os textos a serem analisados foram publicados na versão impressa da revista e acessados através do portal da *Isto É*<sup>15</sup>, pelo acervo de edições anteriores disponível.

A estratégia metodológica adotada pelo trabalho é a Análise de Conteúdo, que consiste em um método de organização e verificação de dados com o foco de qualificar as vivências do sujeito, bem como suas percepções sobre determinado objeto (BARDIN,1977). Diversos autores (WILLIAMS *et al.*, 1991; GHANEM, 1997; SEMETKO E MANDELLI, 1997; MCCOMBS E GHANEM, 2001; MAHER, 2001 apud PORTO, 2004) utilizam em suas pesquisas a noção de enquadramento para a análise do conteúdo político da mídia e da recepção deste conteúdo pela audiência. Considera-se o uso do conceito de *framing* apropriado para a análise de fenômenos sociais, uma vez que permite mensurar qualitativamente as interpretações dos indivíduos sobre as produções em sociedade.

Na prática, a aplicação dos enquadramentos acontece por meio da junção das unidades de sentido necessárias para uma sistematização de significados. Compreende-se que a aplicação dos *framings* no método de Análise de Conteúdo não é de fácil identificação nem transparente o suficiente para que se observe a confiabilidade das estratégias adotadas (MONT'ALVERNE, 2016, p. 95). Assim, busca-se reunir elementos caracterizadores do conteúdo para agrupá-los em enquadramentos de acordo com suas semelhanças e diferenças, como propõe MATTHES; KOHRING (apud MONT'ALVERNE, 2016).

Desta forma, a unidade de análise para esta pesquisa são os trechos que encaixam-se na classificação desenvolvida, compondo o texto das reportagens. Foram encontrados elementos dos quadros que repetiam-se nas três reportagens ou eram semelhantes entre si. A partir destas correspondências, foram definidos os enquadramentos dentro dos trechos das matérias. Elas enquadram-se na categoria principal *Política*, que subdivide-se em assuntos específicos dos quais os textos tratam. São eles: *Dilma interfere nas investigações*, *Lula interfere nas investigações*, *Dilma e Lula interferem nas investigações*, *Relações de Dilma e Lula com acusados de corrupção*, *Juízo de valor sobre Dilma* e *Outros*. Foram selecionados 29 trechos de reportagem que constroem enquadramentos sobre o conteúdo da delação de Delcídio do Amaral e dos áudios telefônicos dos petistas.

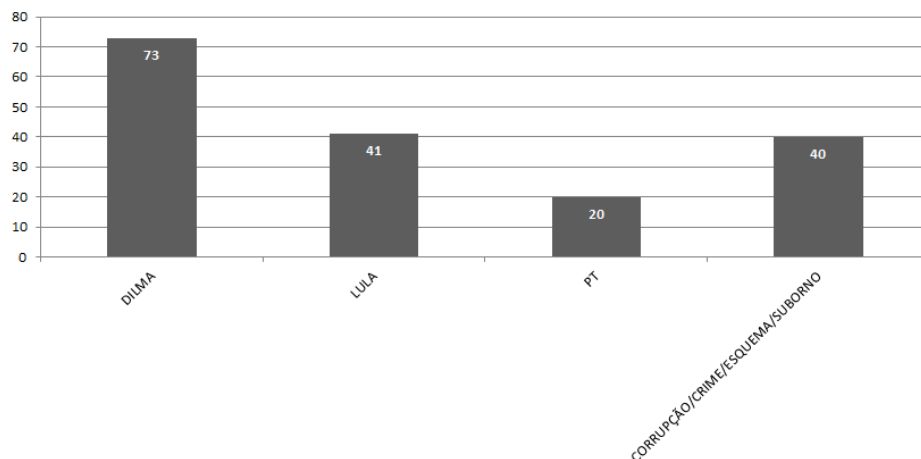
<sup>14</sup>Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/06/1298755-manifestacoes-levam-1-milhao-de-pessoas-as-ruas-em-todo-pais.shtml>>. Acesso em 27 de junho de 2016.

<sup>15</sup>Disponível em <<http://istoe.com.br>>. Acesso em 27 de junho de 2016.

A definição das categorias ocorreu a partir da análise quantitativa de menções aos nomes de Dilma, Lula, do Partido dos Trabalhadores e da palavra-chave *corrupção*. Estas são as palavras mais utilizadas para a construção dos textos. Levando em conta a repetição, é possível perceber as angulações mais frequentes utilizadas pela revista para tratar de dois fatos específicos no desenrolar da operação Lava Jato.

Foi utilizado ferramenta de busca de palavras de software de formatação de texto para fazer a mensuração. A palavra-chave *Dilma* corresponde à busca de "Dilma", "Dilma Rousseff" e "A presidente". Foram encontradas 73 menções ao longo das três reportagens. A palavra-chave *Lula* estende-se à busca de "Lula" e "O ex-presidente". Correspondem a 41 menções. O "Partido dos Trabalhadores" compreende à procura de "Partido dos Trabalhadores", "PT" e "Petistas", representando 20 menções. Por fim, a palavra-chave *Corrupção* é composta pelo grupo de "Corrupção", "Suborno", "Crime", "Esquema", "Estratégia" e "Proprina", que contabilizam 40 menções. Após mensuração, determinou-se as categorias de enquadramento já apresentadas, com base nos elementos de repetição e semelhança encontrados, bem como na análise da pesquisadora.

**Gráfico 1 – menções nas reportagens**  
**Menções Totais nas Reportagens**



Fonte: Elaboração da autora (2016).

### **Análise das reportagens da *Isto É***

O tema agendado pela revista nas reportagens designadas para o trabalho trata de Política em sua cobertura nas três edições verificadas. Foram identificados seis assuntos que repetem-se ao longo dos textos. O tema *Dilma interfere nas investigações* aparece 17,2%, enquanto *Lula interfere nas investigações* e *Dilma e Lula interferem nas investigações*

aparecem em 6,9% do conteúdo. *Relações de Dilma e Lula com acusados de corrupção* são citadas em 20,7% dos trechos analisados e a revista faz algum tipo de *Juízo de valor sobre Dilma* em 34,5% dos textos. A categoria *Outros* foi criada para reunir *frames* que constroem algum tipo de impressão do jornalista sobre a operação Lava Jato e suas personagens, o que reflete-se como posicionamento da revista. Os 13,8% desta categoria correspondem a algum tipo de depreciação sobre o Governo do PT e seus apoiadores.

Dilma Rousseff e Luiz Inácio Lula da Silva são os atores políticos de maior destaque nas reportagens devido à importância do cargo exercido por ambos. Eles estão no centro da cena pública e o Jornalismo direciona como as ações deles são representadas na esfera de visibilidade.

Dilma é o agente político mais referenciado, tendo 73 menções nos textos. Além de críticas sobre como a presidente afastada conduz a crise de imagem, as matérias buscam atribuir à Dilma crimes de obstrução da investigação, omissão sobre as práticas de corrupção e induz a necessidade da saída da petista do cargo de Presidência. Lula, por sua vez, acompanha as críticas e tem o nome vinculado ao escândalo do Mensalão. A revista busca evidenciar as possíveis tentativas de interferência na Lava Jato realizada por ambos, como também envolve os petistas com outras figuras implicadas em corrupção.

A *Isto É* desenha a imagem de Dilma e Lula em recortes identificados pela pesquisa como *Dilma interfere nas investigações*, *Lula interfere nas investigações*, *Dilma e Lula interferem nas investigações*, *Relações de Dilma e Lula com acusados de corrupção*, *Juízo de valor sobre Dilma* e *Outros* com base nas repetições, semelhanças e diferenças entre si de aspectos específicos apresentados textualmente nas três reportagens.

Todos os enquadramentos apresentam, em maior ou menor grau, traços de opinião da revista, uma vez que a reportagem interpretativa é o forte do estilo de texto da revista semanal (VILAS BOAS, 1996). A *Isto É* traz análise e ponderações sobre o escândalo de corrupção que envolve os dois líderes petistas e aponta como a espetacularização política se entrelaça à criação do escândalo midiático político. Produzir matérias inteiras com trechos de depoimentos e de áudios intercalando comentários sobre os conteúdos é um exemplo disso. As técnicas de apuração e produção jornalística ficam em segundo plano para atender o *interesse do público*. Assim, o interesse do Jornalismo pela dramatização dos fatos é algo crescente que alimenta o próprio *ethos* da profissão e reflete-se na revista.

Os vieses apresentados sobre a Lava Jato nas reportagens configuram-se como os enquadramentos e desta forma, elucidam o posicionamento da revista sobre o caso de corrupção e seus agentes e mostram a fragilidade do conceito de objetividade na produção da notícia. A constante caracterização dos fatos e das figuras políticas realizada pela revista contribui para a formação da opinião pública. A imprensa brasileira traz para si o papel de formador de opinião para firmar-se como instituição e legitimar o próprio discurso.

Em nenhum enquadramento foi verificado algum argumento positivo sobre o Governo do PT, Dilma e Lula. É desta forma que o Jornalismo elabora a concepção social dos fatos e impacta na opinião pública. As manifestações de 13 de março, pouco depois da publicação de uma das matérias analisadas, *A delação de Delcídio*, e da condução coercitiva de Lula, demonstram isso. A análise de enquadramento, aliada à teoria dos escândalos políticos, revela a organização do discurso da *Isto É* relativo à operação Lava Jato. Os *frames* apresentaram os acontecimentos por meio das reportagens que receberam o estilo interpretativo, implicando significados.

### Referências bibliográficas

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70 Ltda, 1977.

BERGER, P. L; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 2013.

BERTASSO, D. **Ethos discursivo em revista**: encenações das imagens de si de Veja, Época, Isto É e Carta Capital em seus editoriais. 11º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. In: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Brasília, 2013.

COOK, T. E. **O jornalismo político**. Revista Brasileira de Ciência Política, n. 6, 2011.

ENTMAN, R. M. **Framing**: Toward clarification of a fractured paradigm. In M. Levy e M. Gurevitch, eds., *Defining Media Studies*, New York: Oxford University Press, 1994.

GOMES, W. **As transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

\_\_\_\_\_.; MAIA, R.C.M. **Comunicação e Democracia**: problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984 [1962].

MAIA, Rousiley. **Debates públicos na mídia**: enquadramentos e troca pública de razões. Revista Brasileira de Ciência Política, Brasília, n. 2, ed. julho-dez., 2009.

---

MEDITSCH, E.; SILVA, G. **Jornalismo e Acontecimento**: tramas conceituais. Florianópolis: Insular, v. 4, 2013.

MIGUEL, L. F. **Meios de comunicação de massa e política no Brasil**. Diálogos Latinoamericanos, Aarhus (Dinamarca), v. 3, 2011.

MOTTA, A; COSTA; G, B; LIMA, J. A. **Notícia e construção de sentidos**: análise da narrativa jornalística. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo 2004.

MONT'ALVERNE, Camila, Barreto. **Pródigo em decisões contra o interesse público**”: imagem pública, agendamento e enquadramento do congresso nacional nos editoriais dos jornais o estado de s. paulo e folha de s. paulo. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2016.

\_\_\_\_\_.; MARQUES, J. **Jornalismo Político e Imagem Pública**: Dilma Rousseff nos editoriais do jornal O Estado de S. Paulo. Contracampo, Niterói, v. 28, n. 3, ed. dez-mar, 2013.

PORTO, M. **Enquadramentos da Mídia e Política**. In: RUBIM, Antonio A. (Ed.). Comunicação e política: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004.

SILVA, Vevila Junqueira. **O Escândalo do mensalão e revistas semanais**: uma análise de enquadramento. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, São Paulo, 2008.

SCALZO, M. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, ed. 2, 2004.

SCHUDSON, M. **Why Democracies Need an Unlovable Press**. Malden: Polity Press, 2008.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1999.

\_\_\_\_\_. **Political Scandal**: power and visibility in the media age. Cambridge: Polity Press, 2000.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: por que as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

VILAS BOAS, S. **O estilo magazine**. São Paulo: Summus, 1996.

WEBER, M. H. **Comunicação e Espetáculos da Política**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2000.

\_\_\_\_\_. Imagem pública. In: RUBIM, A. (Ed.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004.