



A construção dos sentidos sobre as prisões do mensalão nas capas das principais revistas semanais brasileiras¹

Daniella Andrade OLIVEIRA²

Janine Letícia dos REIS³

Frederico de Mello B. TAVARES⁴

Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, MG

RESUMO

Dentre os objetivos desse artigo destaca-se a necessidade de problematizar a construção jornalística de sentidos a respeito das prisões do caso *mensalão* nas capas das principais revistas informativas semanais brasileiras – Veja, IstoÉ e CartaCapital – aliadas às suas respectivas linhas editoriais e seus discursos diversos. Este trabalho pauta-se na evolução do jornalismo político no Brasil, e posteriormente nas revistas, para compreender a construção desses discursos, sendo a revista um produto midiático que promove informação de interesse público e privado.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Política; Mensalão; Discurso; Revistas.

1. INTRODUÇÃO

Baseando-se na análise do discurso e nos conhecimentos relacionados à semiótica e ao planejamento visual, buscamos compreender os diferentes discursos apresentados nas capas das principais revistas informativas semanais brasileiras – *Veja*, *IstoÉ* e *CartaCapital* – e como elas constroem opiniões sobre o esquema do *mensalão* e seus envolvidos, considerando o lugar do jornalismo como responsável por ofertar leituras sobre a realidade contemporânea, através das fotografias, edições, termos e tipografias utilizadas.

O caso do *mensalão*, considerado um dos maiores escândalos de corrupção da política Brasileira, segundo a Procuradoria-Geral da República, foi um esquema organizado pelo PT que consistia em um financiamento ilegal, desvio de recursos públicos, a parlamentares de partidos de base aliada em troca de apoio político ao governo do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2003 – 2010).

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014.

² Graduanda em Jornalismo pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), email: dani-ao@hotmail.com

³ Graduanda em Jornalismo pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), email: janinelreis@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFOP-MG, email fredtavares.ufop@gmail.com



“Condutas que caracterizam os crimes de quadrilha, peculato, lavagem de dinheiro, gestão fraudulenta, corrupção e evasão de divisas.” A acusação do procurador-geral da República, Antônio Fernando Barros e Silva de Souza, denunciou, em 11 de abril de 2006, 40 pessoas ao Supremo Tribunal Federal (STF).

Para o procurador, ‘todas as imputações feitas pelo ex-deputado Roberto Jefferson ficaram comprovadas’. As apurações ‘evidenciaram o loteamento político dos cargos públicos em troca de apoio às propostas do governo, prática que representa um dos principais fatores do desvio e má aplicação de recursos públicos, com o objetivo de financiar campanhas milionárias nas eleições, além de proporcionar o enriquecimento ilícito de agentes públicos e políticos, empresários e lobistas que atuam nessa perniciosa engrenagem’.” (O CHEFE; PATARRA, 2010, cap. 7).

Entre os réus estão o ex-ministro da Casa Civil, José Dirceu, apontado como o líder do grupo, o ex-tesoureiro do PT, Delúbio Soares, o ex-presidente do partido, José Genoíno. Os políticos citados foram enquadrados nas capas das três revistas aqui analisadas. As construções das matérias, que tem como assunto principal o *mensalão*, usam cada um dos políticos como um personagem para a construção do caso e foco do discurso criado pelas revistas escolhidas.

2. A EVOLUÇÃO DO JORNALISMO POLÍTICO

Fundamentando-se na concepção feita por Martins (2005) sobre as manchetes dos principais jornais brasileiros nas eleições presidenciais de 1950 e 2002, é possível entender e confirmar a evolução do jornalismo político no Brasil. No período que antecede os anos 1950, os jornais possuíam um caráter quase partidário e os leitores dessa época não estavam satisfeitos. Os leitores queriam consumir notícias que fossem capazes de atender suas expectativas e defendessem o seu ponto de vista partidarizado. As coberturas políticas eram baseadas nas opiniões e no posicionamento dos jornais e o político conseguia ter acesso ao seu eleitorado através da mediação da imprensa.

A evolução tecnológica e profissional da comunicação nos “anos dourados” (1945 a abril de 1964) obrigou os jornais a investirem em equipamentos, máquinas e tecnologias, o que fez com que muitos jornais da época se extinguissem por falta de recursos. Os jornais que investiram em estrutura e se adaptaram aos novos tempos da comunicação, se viram obrigados a vender mais exemplares para assim atrair uma maior receita publicitária, gerando mais lucro. Com isso os conteúdos dos jornais foram



modificados e a opinião deu lugar à informação clara, destinada aos leitores com diferentes posições políticas e ideológicas. A imprensa se popularizou e de acordo com Seabra (2006) esse foi o auge da imprensa brasileira.

A busca pela isenção na cobertura jornalística transforma o jornalismo político, obrigando os jornais a abandonar a preocupação em “convencer o leitor” para “informar o leitor” nas coberturas diversas. A partir da década de 60, o jornalismo político começa a sofrer com a censura do Regime Militar. A repressão e a censura a todos os meios de comunicação se torna mais dura (edição do AI-5 em dezembro de 1968) e cresce muito durante o governo Médici (1969 – 1974), período em que o Brasil se destacava no cenário mundial propagando uma imagem de país progressista e economicamente forte, forçando o declínio do jornalismo político e dando espaço ao jornalismo econômico.

Muitos veículos de imprensa não conseguiram funcionar regularmente em território nacional e com isso surge a imprensa alternativa, na década de 1960.

“Jornais como Pif-paf, Opinião, Movimento, Em Tempo, Versus, Bondinho, O Sol e O Pasquim, entre tantos outros, tentavam fazer o contraponto à grande imprensa, publicar não a notícia em si, pois os pequenos jornais não tinham acesso aos meandros da chamada grande política, mas podiam publicar a “versão da oposição”. Isso permitiu manter aceso o debate político, mesmo que entre uma elite de leitores” (SEABRA, Roberto. 2006).

Ao final da década de 1970, com o fim da censura, os jornalistas voltaram a escrever sobre a situação política do Brasil e os profissionais da imprensa alternativa foram ocupar as grandes redações, fazendo uso de um jornalismo politizado e comprometido com a ordem democrática. Essa classe do jornalismo, que estava ativa entre a abertura política e o fim do regime, foi essencial para o processo de redemocratização da imprensa.

No período da redemocratização, o jornalismo político viveu momentos importantes a partir da década de 1985. A reportagem política se abre para noticiar a era dos planos econômicos e em 1989, a primeira eleição direta dividiu o Brasil. Os jornalistas da grande imprensa apoiavam Lula, enquanto os chefes apoiaram a candidatura de Fernando Collor. Sendo assim, a imprensa foi uma das grandes responsáveis por colocar Collor no governo e também por tirá-lo do poder após a imprensa denunciar suas ligações com o empresário Paulo César Farias, em dezembro de 1992.



3. O LUGAR DO JORNALISMO NAS REVISTAS

Institucionalmente o jornalismo se apresenta como um lugar de independência, profissionalismo, compromisso com o leitor e com a defesa da democracia.

Pensando nas marcas do jornalismo político nas revistas, nossa análise busca enxergar no centro da atenção das capas às perspectivas de cada revista, como as revistas conduzem uma interpretação através das suas posições institucionais e o lugar do jornalismo de revista; os personagens das capas, porque esses sujeitos se tornam focos dos discursos apresentados e como essas formas editoriais estão arranjadas.

Baseando-se no trabalho de Benetti e Hagen (2010), sobre o discurso institucional das revistas semanais, entendemos que o contrato com o leitor teoricamente deve se pautar em orientação pelo interesse público e não pelo interesse privado dos veículos, capacidade de identificação da relevância e da irrelevância dos fatos, narração daquilo que importa saber sobre o presente social, uso das fontes mais aptas e confiáveis e conhecimento das necessidades e interesses do leitor.

Nas representações criadas pelos veículos jornalísticos, sempre há menções que norteiam o jornalismo, afirmando o compromisso das instituições e dos profissionais de imprensa com o público, os leitores.

Entretanto existe uma divergência entre a prática jornalística e a imagem criada de si pelos veículos/jornalistas. Como o poder de dizer do jornalismo é assimétrico, o jornalista pode se reafirmar seguidas vezes e construir a imagem de si com facilidade, mesmo que essa representação não seja condizente com a realidade de suas produções.

“No contrato de comunicação que estabelece o jornalismo como um gênero discursivo, a representação do jornalista sobre si mesmo – e sobre o jornalismo que diz exercer – coordena parte da imagem que lhe será atribuída depois pelo leitor. Como a distribuição do poder de dizer entre jornalistas e leitores é assimétrica, o jornalista tem espaço e oportunidade para afirmar, reiteradamente, o papel que julga desempenhar ou quer que o outro acredite que ele desempenha. Essas representações, ditas e reditas como verdades ao longo do tempo, constroem o ethos jornalístico, “um conjunto de disposições, percepções e valorações que jornalistas têm de si e do mundo, uma dimensão do habitus que contém a auto-imagem e, nesse sentido, orienta as representações”. (LAGO, 2002, p. 2, grifo da autora).”

A representação de si de *Veja* está relacionada ao poder econômico e político da Abril. Essa editora, que faz parte de um grande grupo de comunicação, defende o



sistema capitalista, a livre iniciativa, a competitividade e o lucro. Evidentemente, esse posicionamento se manifestará na política editorial das revistas.

IstoÉ e *CartaCapital*, por outro lado, não são publicadas por empresas de grande expressão econômica e não se posicionam, oficialmente, como revistas que devam indicar soluções para o país.

A revista é um meio midiático capaz de construir realidades que defendam determinados interesses institucionais, assim como diversos outros meios da comunicação, através dos seus discursos distintos e das suas abordagens. Entender esses discursos exige contextualizar suas diferenças editoriais, institucionais e concorrentes.

A revista oferta modos de saber sobre as atualidades e informa o que permeia a nossa sociedade. Para isso, as variáveis jornalísticas, institucionais e mercadológicas, estão entre o “saber dizer” os temas que cada uma apresenta e oferece. As revistas, como qualidade de dispositivo, tem capacidade simbólica de ação com os seus sujeitos e constrói alternativas do seu lugar, afirma Schwaab (2013).

“A atualidade no jornalismo de revista, portanto, está não só no modo como este lida com questões do presente, mas como torna atuais, por meio de esforços temáticos, determinados enquadramentos pertinentes ao espírito do tempo em que vivemos. Ao mesmo tempo, as revistas enquadram sua própria produção num jogo entre oportunidade, demanda, mercado e anseio social.”
(SCHWAAB, 2013)

Somando as posições institucionais, o lugar do jornalismo de revista e as interpretações conduzidas pelas revistas em análise, nota-se uma diversidade nas posições que constroem o sentido sobre as prisões do *mensalão*.

Veja defende as prisões do *mensalão*, trata os presos como “políticos presos” e não como “presos políticos”, ao contrário da *CartaCapital* que ainda expõe os políticos privilegiados em outros esquemas, alegando que a justiça não é a mesma para todos os políticos, partidos e casos. Assim a mídia acaba tendo o poder de agenciar os sentidos. *IstoÉ* apela para a novidade, o poder mercadológico do “exclusivo”, apela para um lado mais emocional ao tratar a imagem de Genoino com certa fragilidade e por uma inocência velada pela sua afirmação na capa.

4. MENSALÃO NAS CAPAS DAS REVISTAS SEMANAIS BRASILEIRAS

Após entender a evolução do jornalismo político diante da relação com a sociedade, fazendo uso das noções de contratos entre mídia e receptor através da semiótica; dos apontamentos e percepções apuradas aprendidas com a análise do discurso; e do conhecimento adquirido a respeito do desenvolvimento dos produtos editoriais, seus processos e a construção de sentidos; optamos por utilizar como objeto de estudo a construção da notícia a partir das prisões do *mensalão*, ocorridas em 15 de novembro de 2013 e veiculadas no dia 27, nas principais revistas semanais brasileiras – *CartaCapital*, *IstoÉ* e *Veja*. (Fig. 1) É importante ressaltar que a revista *Época* não trouxe o mesmo assunto como capa da edição escolhida para análise. (Fig. 1)



Figura 1: Capas do dia 27 de novembro de 2013

A mídia nutre e é nutrida pelo discurso social, em que o contrato estabelecido prepara o receptor para o sentido que promove. “Vitrine de qualquer publicação, a capa de revista tem como principal objetivo seduzir o leitor à primeira vista” (TRINDADE, 2013).

O fato da *CartaCapital*, *IstoÉ* e *Veja* explicitarem em suas capas o assunto mais noticiado da semana, já evidencia marcas de uma regularidade da revista em relação ao contrato com o seu leitor, cumprindo com uma expectativa na recepção da notícia. Segundo Kopp (2008) “a capa deve gerar uma cadeia de ações imediatas baseada em quatro verbos imperativos: olhe-me, pega-me, folheia-me e compre-me”.

As capas como suporte imprensa podem transmitir variações enunciativas (VERÓN, 1984) e podem ser entendidas como um texto a respeito do que se passa pelo mundo, englobando diferentes linguagens - textos multimodais - como a linguagem verbal:

títulos, subtítulos e chamadas; e a linguagem não-verbal - relacionada aos aspectos visuais - fotografia, tipografia e cores.

Os recursos imagéticos são usados como forma de complementar a linguística e identificar o que será abordado na revista.

Na capa da *CartaCapital* (Fig.2) os personagens José Genoíno, José Dirceu e Delúbio Soares, estão no centro da atenção interpelando o leitor pelo viés do olhar e logo abaixo as figuras de Paulo Maluf, Luiz Estevão e Angelo Calmon de Sá, mantém o leitor a certa distância, colocando-o no lugar de simples espectador olhando para personagens que não veem o leitor (VERÓN, 1984). Além disso, as fotos utilizadas também constroem a sensação de proximidade e distância, respectivamente.

A capa possui uma hierarquização através da tipografia e suas cores. O vermelho e o preto já fazem parte da tipografia do nome da revista e também serve para segregar os “presos” dos “privilegiados”. *CartaCapital* se propõe a contar, através de uma chamada, sobre “A semana na cadeia dos condenados do ‘mensalão’”, que são indicados através de uma imagem em formato de ícone, relacionando aos “presos”. Na parte inferior da capa, *CartaCapital* aponta os “privilegiados” pela justiça ao usar a chamada de forma crítica “Para uma extensa lista de envolvidos em escândalos a justiça tarda e falha”.



Figura 2: *CartaCapital*, edição 776

A revista *IstoÉ* (Fig. 3) usa a figura do José Genoíno de uma forma que o aproxima do leitor, além de optarem por uma foto de qualidade inferior às normalmente vistas nas revistas, mas que o mostra com o uniforme do “presídio da Papuda”.

A respeito da hierarquização da notícia, *IstoÉ* usa a cor vermelha para “Exclusivo”, e indiretamente já destaca o seu principal conteúdo. O que os linguistas chamam de “discurso reportado”, nesse caso a frase dita por Jose Genoíno, também pode ser caracterizado como uma fala importante. Além disso, a chamada menor dá

destaque a pequenos períodos do fato a ser contado, estando diretamente ligado com a noção de exclusividade que *IstoÉ* fornece com a disposição dos seus elementos na capa.



Figura 3: *IstoÉ*, edição 2297

Veja (Fig. 4) consegue expor uma maior ruptura entre os seus elementos, separando “A Lei...” – exposta pela figura do Presidente do Supremo Tribunal Federal (STF), Joaquim Barbosa – dos condenados tachados como “...e os fora da lei” – expostos pelas figuras de José Dirceu, José Genoino e Marcos Valério.

A fotografia de Joaquim Barbosa de costas, com um fundo azul, remete à imagem de um herói. A capa é símbolo da imparcialidade, honestidade e magistratura mais alta do STF. Já o lado dos “fora da lei” mostra José Genoino e José Dirceu no dia de suas prisões, com os braços esquerdos erguidos, de punhos fechados, mostrando então que são condenados como presos políticos e não como políticos presos. Além de suas fotos estarem posicionadas sobre um fundo preto e em tamanho menor que a de Joaquim Barbosa, o que serve para hierarquizar os personagens envolvidos.

Veja ainda trás a chamada “Como a hipocrisia e a propaganda tentaram transformar culpados em vítimas e corruptos em juízes dos juízes que os condenaram”, alertando para o seu conteúdo e expressando indiretamente a sua posição editorial.



Figura 3: *Veja*, edição 2349

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em novembro de 2013, oito anos depois da revelação do esquema de compra de apoio político no governo Lula, ministros do Supremo Tribunal Federal (STF) determinam a prisão imediata dos réus envolvidos. O STF concluiu, em março de 2014, o julgamento dos réus acusados de envolvimento no esquema. Foram quase 70 sessões dedicadas ao caso no tribunal. Dos 40 nomes denunciados ao STF, 25 pessoas foram condenadas. Os primeiros 12 mandatos de prisão foram anunciados no dia 15 de novembro, dentre eles, os personagens das matérias principais das três revistas aqui analisadas: o ex-ministro da Casa Civil, José Dirceu, apontado como líder do *mensalão*; o ex-tesoureiro do PT, Delúbio Soares e o ex-presidente do PT, José Genoíno.

As revistas, nas edições do dia 27 de novembro, expuseram cada uma, a sua visão e posição política por meio das disposições editoriais, visuais e textuais. As capas exploram a semiótica dando significação a cada arte visual, fotografia, cor, gestos e frases.

Os discursos midiáticos sobre as prisões do *mensalão* foram os mais diversos, dentre os que denegriam e os que exaltavam as prisões e a justiça, e é partindo da ideia do que foi o esquema, o que aconteceu após as prisões e como elas foram abordadas pelas revistas, entendemos que não se pode ver as prisões do *mensalão* através da construção de notícias de uma revistas, pois apesar da evolução na cobertura do jornalismo político no Brasil, as revistas não deixaram de ser produtos midiáticos de informação que defendem determinados interesses políticos, econômicos e institucionais.

Percebe-se que *CartaCapital*, *IstoÉ* e *Veja* encaminham pensamentos distintos sobre as prisões do *mensalão* através das escolhas editoriais que fazem. Assumem uma postura de parcialidade e constroem um enquadramento capaz de permear o fazer jornalístico baseados em estratégias discursivas distintas. Um mesmo assunto é capaz de trazer diferentes diretrizes sobre um mesmo caso. A construção do discurso depende da condição de identidade do contrato de comunicação que problematiza os sujeitos da prática discursiva: “quem diz e para quem”. Cada produto periódico defende seus interesses reportando às atualidades, interesse público e privado, a fim de construir sentidos nos diversos eventos ocorridos na sociedade contemporânea.



Certamente, para dissecar este “quem diz e para quem” são necessários outros investimentos além dos realizados neste artigo. Aqui, nos dedicamos a buscar uma comparação na construção de sentidos através das posições institucionais dos veículos de comunicação e das formas utilizadas em suas capas.

Por fim, entendemos que apesar de toda produção de significação pensada em uma revista para elaboração de sentidos, o leitor é quem sempre terá o poder de escolha sobre o discurso com o qual mais se identifica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, Fábio. Lula, o filho do Brasil. 2009

BENETTI, Marcia; HAGEN, Sean. Jornalismo e imagem de si: o discurso institucional das revistas semanais. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia** (UFSC), v. 7, p. 123-135, 2010.

LANDOWSKI, Eric. **A sociedade refletida**. São Paulo: Educ, 1992.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas**. São Paulo: Olho D’água, 1999.

PATARRA, Ivo. O chefe. 2010

RUBIM, Antônio; BENTZ, Ione; PINTO, Milton. **Produção e recepção dos sentidos midiáticos**. 2ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

SCHWAAB, Reges. Revista e instituição: a escrita do lugar discursivo. In: Frederico de Mello B.Tavares e Reges Schwaab. (Org.). **A Revista e seu Jornalismo**. 1ed. Porto Alegre: Penso, 2013, v. 1, p. 58-75.

TAVARES, Frederico Mello Brandão. Revista e identidade editorial: mutações e construções de si e de um mesmo. In: Frederico de Mello B.Tavares e Reges Schwaab. (Org.). **A Revista e seu Jornalismo**. 1ed. Porto Alegre: Penso, 2013, v. 1, p. 76-92.

VAZ, P. B. F. ; TRINDADE, V. C. . Capas de revistas e seus leitores: um novo texto em cartaz. In: Frederico de Mello B.Tavares e Reges Schwaab. (Org.). **A Revista e seu Jornalismo**. 1ed. Porto Alegre: Penso, 2013, v. 1, p. 221-234.

VERÓN, Eliseo. Quando ler é fazer: a enunciação no discurso da imprensa escrita. In: **Fragmentos de um tecido**. Ed. Unisinos, p. 215-238, 1984.

VERÓN, Eliseo. Imprensa escrita e teoria dos discursos sociais: produção, recepção, regulação. In: **Fragmentos de um tecido**. Ed. Unisinos, p. 239-263, 1984.