



A midiaticização da Ação Penal 470 (mensalão) nas revistas *Veja* e *CartaCapital*¹²

Max Emiliano Oliveira³

Resumo

O presente artigo retoma o Projeto Experimental “O processo de midiaticização da Ação Penal 470 (mensalão) nas revistas *Veja* e *CartaCapital*”, articulando os aportes da Comunicação e Política. Para tanto, aciona o conceito de midiaticização, para compreender como ocorreu o processo de midiaticização da Ação Penal 470, designação jurídica/formal que o mensalão recebeu no Supremo Tribunal Federal (STF). Em última instância, problematiza as prisões dos acusados, à época da conclusão da monografia, em dezembro de 2013.

Palavras-chave: Ação Penal 470; mensalão; midiaticização; Comunicação e Política.

Possíveis visualizações sobre a Comunicação

Quando Hegel disse que “o jornal é a oração matinal do homem moderno” (REIS, 2010, p. 240), havia o sentimento de esperança e progresso na modernidade, e todo seu ideário representava a autonomia do indivíduo, por meio da técnica e da ciência.

Contudo, quando se pensa em comunicação, a primeira associação realizada é com os meios: revistas, jornais, TV, rádio, etc. Essa associação, por vezes, reduz o próprio objeto comunicacional e sua complexidade: as interações.

Assim, uma maneira (intuitiva e não definidora) de referir-se à interação comunicacional é considerar que se trata de processos simbólicos e práticos que, organizando trocas entre os seres humanos, viabilizam as diversas ações e objetivos em que se vêem engajados (por exemplo, de área política, educacional, econômica, criativa ou estética) e toda e qualquer atuação que solicita co-participação. (BRAGA; CALAZANS, 2001, p. 16).

Ao transcender a visão tecnicista dos meios, inaugura-se uma nova visada epistemológica, a ideia de sociedade midiaticizada, que coloca em perspectiva os meios,

¹ Trabalho apresentado ao DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014, na Universidade de Vila Velha (UVV).

² O presente artigo foi elaborado com base no Projeto Experimental apresentado ao Centro de Pesquisa em Comunicação (Cepec) da PUC Minas “O processo de midiaticização da Ação Penal 470 (mensalão) nas revistas *Veja* e *CartaCapital*”, de autoria de Camila Sales, Luiz Fernando Sampaio, Max Emiliano Oliveira, Rebecca Freitas e Wendell dos Reis, orientado pela professora Sandra Freitas (dezembro/2013).

³ Graduado em Relações Públicas pela instituição PUC Minas (2013). Integra o grupo de pesquisa Campo comunicacional e suas interfaces, cadastrado no Diretório de Grupos de Pesquisa do CNPq e coordenado pela professora Maria Ângela Mattos. Email: max88mg@gmail.com.



seus produtos, usos e apropriações. Nesse caminho, “a sociedade não apenas acrescenta instrumentos que aceleram e diversificam sua comunicação, mas acaba por modificar seus próprios processos, (...), sem, entretanto, pretender que a mídia ‘determine’ as estruturas sociais ou que seja monolítica e totalizante.” (BRAGA; CALAZANS, 2001, p. 30).

Assim, as interações, como sinaliza França (2001, p.14), estabelecem um novo olhar sobre a Comunicação e seu objeto – para além do binômio emissão/recepção, gestam um “processo de troca, ação partilhada, prática concreta, interação – e não apenas um processo de transmissão de mensagens”. Nesses microcosmos de trocas, os sujeitos estão situacionalizados, ou seja, existe um contexto, uma apreensão/decodificação/(re) codificação dos sentidos, acionando memórias, repertórios e vivências.

Como propõe Mattos *et al* (2013), em que medida uma possível epistemologia das interações é gestada, a partir do advento das novas tecnologias de comunicação e informação, mas, sobretudo, a partir dos deslocamentos internos dos próprios estudos de recepção, numa direção que coloca em tensão as fronteiras entre produtores e receptores?

Grosso modo, esse cenário engendra uma nova ambiência, denominada sociedade midiaticizada ou mediatizada. Sodré (2002), entre outros autores, estabelece um extenso quadro conceitual acerca da sociedade midiaticizada: ambiência, território que conforma novas e diversas interações, esgarçando os tradicionais fluxos de emissão e recepção – a vida ordinária ou simbólica, agora, é atravessada pela lógica da mídia e seus produtos, criando um *bios* midiático, isto é, uma forma de vida *sui generis* a partir dos fluxos e processos midiáticos.

Considerações sobre o Projeto Experimental: relações entre Comunicação e Política

Durante três semestres (de agosto/2012 a dezembro/2013), a monografia “O processo de mediatização da Ação Penal 470 (mensalão) nas revistas Veja e CartaCapital” foi escrita, orientada pela professora Sandra Freitas. Participaram do projeto os alunos Camila Sales, Luiz Fernando Sampaio, Max Emiliano Oliveira, Rebecca Freitas e Wendell dos Reis, todos do curso de Relações Públicas da PUC Minas. A pesquisa buscou compreender, entre outros objetivos, como ocorreu o



processo de mediação da Ação Penal 470, designação jurídica/formal que o mensalão recebeu no Supremo Tribunal Federal (STF), a partir da confluência dos aportes da Comunicação e Política.

Para tanto, uma noção inicial de Política é necessário, embora a difícil conceituação e porosidade do termo. Ainda assim, a política é uma área limítrofe, isto é, seu curso atravessa, direta ou indiretamente, os campos da vida social e científico, instituindo diversas interpretações e contextos – existe uma aderência, uma especificidade indissociável que marca as abordagens e tentativas de compreensão ao acionar esse aporte.

Rubim (2002, p. 7-8) afirma que

a política, como modalidade específica de agregação de interesses e de resolução da questão do poder político, de acordo com as instigantes e aproximadas concepções de Cornelius Castoriadis e Hannah Arendt, interdita o recurso à violência como procedimento principal e legítimo ao tratar o poder político. O convencimento, a sensibilização, a argumentação, a pressão reivindicativa não violenta e não corrupta, enfim a busca de hegemonia, para utilizar o termo síntese de Antonio Gramsci, com a emergência da política, tornam-se os expedientes legítimos de como proceder para a conquista e a manutenção do poder político. (...)

A política supõe sempre um conjunto de instituições, práticas, atores capazes de produzir sua apresentação e sua representação visíveis na sociedade. A plasticidade desses inevitáveis regimes de visibilidade obriga a política a possuir uma dimensão estética, que não pode ser desconsiderada, em particular em uma sociedade na qual a visibilidade adquiriu tal relevância, como na contemporaneidade, através da nova dimensão pública de sociabilidade. A necessidade de considerar tal dimensão torna-se algo essencial nessa nova circunstância societária. Um último pressuposto acerca da política precisa ser elucidado. A política não se realiza sem o recurso às encenações, aos papéis sociais especializados, aos ritos e rituais determinados. (RUBIM, 2002, p. 7-8).

Gomes (2002, p. 1), ao pensar as características da política num horizonte de crescente mediação, formula a expressão política mediática, esboço de uma teoria geral que analisa as miríades relações entre os *media* e a política:

Política mediática é um conceito novo e em teste, embora o fenômeno a que se refira venha há algumas décadas merecendo atenção e estudos. O conceito define as práticas políticas contemporâneas naquilo que nelas se explica pela sua relação com os meios, recursos, linguagens, lógicas e instituições da comunicação de massa. Refere-se, por conseguinte, a um fenômeno social do nosso tempo, bastante difundido pelas sociedades contemporâneas, que vem sendo demarcado com palavras-chaves como política-espetáculo, encenação



política, construção de imagem política, espetacularização do poder e outras assemelhadas. (GOMES, 2002, p. 1).

Entende-se, portanto, a mútua afetação entre comunicação e política, criando uma zona de fronteira entre si e os demais campos da vida social, alterando os regimes de visibilidade e debate das coisas públicas. Esse percurso teórico formou o estado da arte da pesquisa, em outros termos, o objetivo central foi visualizar as possíveis relações entre Comunicação e Política.

Ação Penal 470 – possível reconstrução

O mensalão, neologismo que deriva da palavra mensalidade, expressa a possível compra de votos favoráveis ao governo Lula em seu primeiro mandato (2003-2007). O significado encerra uma espécie de mesada que, supostamente, era paga aos parlamentares da base governista, com o objetivo de votarem emendas e projetos em comunhão com os interesses do governo. No STF, o processo do mensalão recebeu a nomenclatura de Ação Penal 470, nome que este trabalho adota para se referir ao acontecimento.

Veja (2005) denunciou o esquema que envolvia empresas interessadas em participar de uma licitação dos Correios. À época, um dos diretores da estatal, Maurício Marinho, ligado ao ex-deputado federal, Roberto Jefferson (PTB-RJ), negociava essa participação. Essa denúncia resultou em uma Comissão Parlamentar Mista de Inquérito, conhecida como CPI dos Correios que, a contragosto do governo, foi instaurada para investigar as acusações de corrupção.

De acordo com Jefferson, em entrevista publicada no jornal *Folha de S. Paulo* (2005), Delúbio Soares, então tesoureiro do PT, era o responsável pelo pagamento dessas mensalidades com dinheiro vindo, sobretudo, de Minas Gerais, por meio de Marcos Valério, dono de agências de publicidade no estado.

O julgamento, iniciado em 2 de agosto de 2012, conferiu novo regime de visibilidade ao Supremo Tribunal Federal, instaurado especialmente pela transmissão ao vivo de todas as sessões do julgamento.

Metodologia e exploração do material

Do ponto de vista formal, a monografia foi organizada em três capítulos: Mídia, sociedade e política; Jornalismo e mídia e A mídia e a Ação Penal 470, além da Introdução e Considerações finais.

O método utilizado foi a Análise de Conteúdo em suas três etapas de desenvolvimento: (i) a pré-análise, que corresponde à fase de organização do material que será analisado e à formulação dos objetivos e das hipóteses; (ii) a exploração do material, que se constitui na operacionalização de tudo aquilo que foi definido na fase anterior; (iii) e o tratamento dos resultados, que diz respeito às inferências e à interpretação que o pesquisador poderá fazer de acordo com o material analisado. (BARDIN, 2009).

Para comparar os resultados, abaixo, quatro capas do *corpus* do trabalho:

Tabela 1 – Análise de capas

Edição: 1937; Data: 28/12/2005	Edição: 374; Data: 28/12/2005

Fonte: Dados da pesquisa

A edição 1937 da Revista Veja faz uma retrospectiva dos principais fatos do ano de 2005. Na capa, vê-se a estrela do PT se partindo, ruindo, em razão, sobretudo, da denúncia do mensalão. O numeral 2005 está preenchido por figuras de destaque naquele ano, como o presidente “Lula”, Roberto Jefferson, Marcos Valério, o Papa João Paulo II, Ronaldinho Gaúcho, José Dirceu, entre outros. Vê-se que a posição dos números indica movimento descendente, derrubando a estrela do PT. Na legenda, lê-se “O ano

em que a estrela se partiu”. Logo, infere-se a clara associação entre textos e imagens, sugerindo o fim do governo ou de um período, visto que a essa edição da revista foi a última de 2005.

A edição 374 da Revista CartaCapital, por sua vez, traz na capa uma mensagem implícita de esperança, onde se lê “Um país por fazer.” Uma das razões dessa mensagem reside no fato dessa edição ser especial de Natal e fim de ano. A forma como os textos estão dispostos (“2005 e 2006”) dão a sensação de contagem, passagem do tempo. Nessa edição, existem previsões e análises para os próximos anos, articuladas por Delfim Netto, ex-ministro da Fazenda; Guilherme Leal, um dos fundadores da Natura, que, em 2010, seria candidato a vice-presidente na chapa de Marina Silva; Maria da Conceição Tavares, economista e Ugo Giorgetti, cineasta; entre outros.

Ao comparar as duas capas, nota-se a expressiva diferença de assuntos – *Veja*, essencialmente política e CartaCapital com um tema cotidiano. Enquanto a primeira anuncia o fim de uma era, sugerido pela legenda “O ano em que a estrela se partiu”, a segunda traz uma mensagem de renovação e trabalho, uma espécie de chamamento: “Um país por fazer”.

Essa diferença de abordagens, de certa forma, revela os traços constitutivos de cada veículo e os critérios utilizados para noticiar e formatar os acontecimentos. A capa, para uma revista semanal, como *Veja* e CartaCapital, ilustra e representa todo o assunto da semana, e em grande parte, agenda as discussões sociais – daí, sua relevância e alcance.

Tabela 2 – Análise de capas

Edição: 2285; Data: 05/09/2012	Edição: 713; Data: 05/09/2012
	

Fonte: Dados da pesquisa



A edição 2285 da Revista Veja compõe um conjunto de imagens e textos, que, de certa forma, faz coro a um sentimento de justiça, evocado por “Até que enfim”. Na imagem, vê-se grades de um presídio e um suposto condenado sem rosto, o que indica que poderia ser qualquer um dos acusados do mensalão, já que à época da publicação da revista, o julgamento estava ocorrendo no STF. Vê-se que o suposto detento veste terno, o que reforça a ideia de punição exemplar e justiça, além de sugerir a expressão popular “crime de colarinho branco”. Dessa forma, a frase “Até que enfim” ressoa como alívio nacional, representado pelas primeiras condenações, como a de João Paulo Cunha e Marcos Valério.

Na legenda, a revista anuncia que o País voltou ao rumo ético: “Com as condenações de mensaleiros pelo STF e a perspectiva inédita de prisão de corruptos, o Brasil reencontra o rumo ético: volta a saber distinguir o certo do errado.”, representado pela condenação dos acusados. A capa, assim, é uma espécie de prenúncio de boas-novas, de um novo tempo, a partir das condenações e prisões.

CartaCapital lista os três primeiros condenados – João Paulo Cunha, ex-presidente da Câmara dos Deputados entre 2003 e 2005, Henrique Pizzolato, ex-diretor do Banco do Brasil que à época autorizou transferências financeiras suspeitas e Marcos Valério, empresário, condenado como um dos operadores do mensalão. Na segunda linha do infográfico, aparecem Delúbio Soares, José Genoíno, em aparência preocupada, e José Dirceu.

Na legenda, lê-se “E o que vem agora?”, interrogando o interlocutor a pensar os novos desdobramentos do julgamento. Pode-se inferir que os efetivos resultados ainda seriam conhecidos – o julgamento, assim, transformou-se num enigma –. Da forma como foi organizado, os quadros da capa se assemelham a um alvo ou, ainda, quadros de “procura-se”.

Infere-se, portanto, a correspondência de assuntos das capas nessa semana, entretanto, com abordagens e visadas, uma vez mais, de maneiras bem diferentes: Veja anuncia com veemência que a justiça foi feita (“Até que enfim”); CartaCapital, por sua vez, aponta para o futuro (“E o que vem agora”), com certa dúvida em relação aos novos julgamentos. Outra característica comum às duas capas é a linguagem direta e clara, que convoca o leitor a refletir, participar das discussões.

Assim, Veja e CartaCapital e seus respectivos discursos estão localizados em determinados lugares de fala, que ecoam as vozes das editoras, dos jornalistas e das condições de produção da notícia – são textos intencionados, deliberadamente pensados.

O sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma provocação, etc. (...) não existe “em si mesmo” (isto é, em sua relação transparente com a literalidade do significante), mas, ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sociohistórico, no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas. (...) Poderíamos resumir essa tese, dizendo: as palavras, expressões, proposições, etc., mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam (PÊCHEUX *apud* MARQUES, 2012, p. 29).

Considerações finais

A pesquisa pretendeu compreender o processo de midiaticização da Ação Penal 470, designação que o mensalão recebeu no STF. A Revista Veja cobriu o acontecimento de forma intensa, espetacular, criando uma narrativa superlativa, reforçando as acusações e pré-julgando os envolvidos, assumindo para si um papel de inquisidora. A Revista CartaCapital, por seu turno, narra o acontecimento de modo mais distanciado e cético, mas não menos posicionado e deliberado.

O trabalho revelou que ao construir notícias, narrativas são produzidas sob determinadas condições e critérios, que carregam em si traços constitutivos dos jornalistas e dos meios de produção, desvelando diferentes lugares e marcas discursivas.

No jornalismo de revista, essas marcas estão expressas principalmente nas capas, concentrando o resultado de processos de escolhas baseados em diversos critérios de noticiabilidade, como a relevância do acontecimento e o ineditismo. Mas, de forma especial, atendendo a linhas editoriais das empresas jornalísticas. Dessa maneira, percebeu-se claramente as múltiplas tentativas de agendamento em toda a conversação social da semana empreendidas por Veja e CartaCapital. O percurso metodológico mostrou-se adequado, desde o recorte à escolha pela Análise de Conteúdo, passando pelas três etapas (seleção do material empírico, pré-análise e interpretação dos resultados). Nesse processo foram percebidos os olhares diversos, os enquadramentos distintos e, muitas vezes, em contraponto das duas publicações, suas posições políticas, objetivos e lugares de fala.

Ao final da trajetória de pesquisa, o objeto empírico ainda convoca novas abordagens e análises, uma possível tentativa de compreender os media e toda sua complexidade.



Referências

BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina. **Comunicação e educação**: questões delicadas na interface. São Paulo: Hacker, 2001.

CARTACAPITAL. São Paulo: Editora Presença. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/revista/>> Acesso em: 14 fev. 2014.

FRANÇA, Vera. **Paradigmas da Comunicação**: conhecer o quê? Texto apresentado ao GT Epistemologia da Comunicação, do X Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Brasília: 2001.

GOMES, Wilson. **O sistema da política mediática**. Texto apresentado ao GT Comunicação e Política, do XI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Rio de Janeiro: 2002.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho** - uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

MATTOS, Maria Ângela; DRUMOND, Rafael; BARROS, Ellen; OLIVEIRA, Max Emiliano. **Estudos de recepção**: possível deslocamento para uma epistemologia das interações. Texto apresentado ao GT Recepção: processos de interpretação, uso e consumo midiático, do XXII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Salvador: 2013.

MARQUES, W. **Mensalão e Crise Política**: o discurso de Veja ao significar o Partido dos Trabalhadores. Curitiba: Appris, 2012.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Espectáculo, política e mídia**. Texto apresentado ao GT Comunicação e Política, do XI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Rio de Janeiro: 2002.

REIS, Filipe. Rastreamento o uso da categoria de ritual nos estudos de comunicação. In: **Interseções**: Revista de Estudos Interdisciplinares (UERJ), v. 12, n. 2, p. 239-263, dez. 2010. Disponível em: <<https://www.epublicacoes.uerj.br/index.php/intersecoes/article/view/4589/3385>>. Acesso em: 21 abr. 2014.

VEJA. São Paulo. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>> Acesso em: 14 fev. 2014.