

O Depoimento de Lula a Moro na Cobertura da Revista *Veja*: Limites para o Debate Público Sobre a Corrupção¹

Eduardo IAREK²

Raisa GOSCH³

Prof^a Dra Maria Terezinha da SILVA⁴

Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, SC

RESUMO

O artigo propõe explorar conceitos importantes no âmbito dos estudos do jornalismo e da comunicação pública, como *accountability*, interesse público e opinião pública, para um exercício de análise em uma cobertura jornalística. Buscamos, mais precisamente, identificar o modo como a cobertura realizada permitiu ou não a prestação de contas por parte dos agentes públicos envolvidos, a discussão pública sobre o problema em questão (a corrupção) e a imagem projetada dos atores naquela situação. Como objeto empírico analisamos a cobertura que a revista *Veja* realizou do depoimento do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva ao juiz Sérgio Moro, no contexto da operação Lava Jato.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; operação Lava Jato; questões públicas; revista *Veja*.

INTRODUÇÃO

A operação Lava Jato, desencadeada em março de 2017 e focada, ao menos no início, em práticas de corrupção na Petrobrás, tem tido desde o seu começo ampla cobertura jornalística, especialmente das chamadas mídias hegemônicas ou “grande mídia”. É o caso de veículos como as revistas *Veja*, *Isto É* e *Época*, ou ainda *Folha de S. Paulo* e *Globo*, apenas para citar alguns exemplos. Um dos aspectos que têm sido destacados na cobertura desse acontecimento é a relação entre o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, que se tornou um dos principais alvos da operação, e o juiz Sérgio Moro,

¹ Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XIV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018. Agradecemos ao CNPq pelo financiamento, através de duas bolsas de Iniciação Científica, ao projeto de pesquisa a que se relaciona o presente artigo. Agradecemos também a Thuana Raimondi pela participação na discussão do conceito de *Accountability*.

² Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo do CCE-UFSC, bolsista de Iniciação Científica, e-mail: eduardo.iarek@gmail.com

³ Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo do CCE-UFSC, bolsista de Iniciação Científica, e-mail: raisagosch0915@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Jornalismo da UFSC e-mail: terezinhasilva@yahoo.com

responsável pelos processos da Lava Jato. É sobre uma dessas ocorrências, envolvendo interações entre esses dois atores, que nos dedicamos a estudar neste trabalho, priorizando a cobertura que foi feita pela revista *Veja*.

A primeira vez que o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o Juiz Sérgio Moro encontraram-se frente à frente aconteceu no dia 10 de maio de 2017, durante o primeiro depoimento de Lula como réu no âmbito das investigações da Lava-Jato. O ex-presidente foi convocado para comparecer à sede da Polícia Federal em Curitiba, em função da acusação de receber vantagens ilícitas da empreiteira OAS, mais especificamente um apartamento triplex no Guarujá (SP). Depois de encerrada a audiência, que durou mais de cinco horas, o petista fez um discurso para a manifestação em sua defesa. Enquanto isso, outro grupo separado pelo esquema de segurança pedia sua prisão e protestava em apoio ao Moro e à Lava-Jato. “O primeiro encontro cara a cara” – como foi chamado pela revista *Veja* – teve grande cobertura jornalística em diversas mídias nacionais e internacionais.

Denúncias relacionadas às práticas de corrupção envolvendo agentes públicos dizem respeito a toda sociedade e, em geral, repercutem nos meios de comunicação, dependendo, também, de diferentes tipos de interesses envolvendo as mídias jornalísticas no campo da disputa política. Pela ampla visibilidade midiática e por tratar de um tema de interesse coletivo, a cobertura do depoimento de Lula pode ser considerada importante para pensar o jornalismo, aquilo que profissionais e empresas jornalísticas consideram como relevante e noticiável, e para pensar aspectos da comunicação pública, entendida aqui como o debate público que ocorre em diferentes esferas públicas (WEBER, 2017). Na comunicação pública o jornalismo teria um papel fundamental, tanto no tipo de discussão que estimula ou limita, quanto na forma de representação dos atores envolvidos e nos modos de interpretação dos acontecimentos e problemas públicos.

Levando em consideração esses aspectos e a importância desse acontecimento no contexto da operação Lava Jato e do cenário político-social do Brasil atual, o objetivo deste trabalho é explorar, no caso do depoimento de Lula ao juiz Moro, alguns conceitos que são importantes no âmbito do jornalismo e da comunicação pública. Dentre eles, destaca-se *accountability*, interesse público e opinião pública. A partir deles, pretendemos identificar e discutir como a imagem pública de Lula é projetada pela revista *Veja* durante o acontecimento analisado e que valores esta publicação salienta. Além disso, buscamos

verificar a maneira como é enquadrado e discutido o problema da corrupção, considerando a crise política, econômica e de representatividade na imagem das instituições. Se o problema da corrupção é colocado de forma tão central pela cobertura jornalística - seguimentos sociais e outros atores envolvidos com a Lava Jato - como essa questão coletiva é tratada na cobertura da revista *Veja*?

Dessa forma, o texto é dividido em três partes. A primeira, discute os conceitos utilizados, bem como os procedimentos metodológicos empregados. Em seguida, apresentamos a análise das duas edições da revista *Veja*: “O primeiro encontro cara a cara” (2017a) e “A morte dupla” (2017b), respectivamente da semana anterior e posterior ao depoimento do ex-presidente Lula ao Juiz Sérgio Moro. Ao final, apresentamos nossas considerações a respeito da análise realizada.

ACCOUNTABILITY, INTERESSE PÚBLICO E OPINIÃO PÚBLICA

A partir das contribuições de Maria Helena Weber (2017), entendemos a comunicação pública como um debate público estimulado a partir de temas de interesse coletivo e envolvendo diferentes atores e instituições. Nesse sentido, destacamos na sequência os conceitos de *Accountability*, Interesse Público e Opinião Pública por estarem relacionados à comunicação pública e ao papel que se espera do jornalismo neste processo de debate público.

Segundo Rousiley C. M. Maia (2008), a *accountability* contribui para medir e qualificar as democracias modernas. Ela acarreta para os representantes políticos, na organização de seus poderes e obrigações, o dever de responder ao cidadão, de replicar as críticas que lhe são endereçadas e de algum modo, considerar a responsabilidade por suas falhas e transgressões. Segundo a autora, esse princípio de prestação de contas:

refere-se a vários métodos empregados para controlar as organizações públicas, a fim de que os agentes atuem de acordo com as prescrições de regras legais e também sejam constringidos de modo apropriado, devendo fornecer explicações sobre suas ações e aceitar sanções, se a lei for infringida. (MAIA, 2008, p.299).

A utilização de diferentes dimensões da *accountability* aproximam as políticas públicas dos cidadãos. Na prática, existem quatro dimensões de *accountability* que se relacionam. São elas:

- a. *Accountability* como responsividade: ocorre quando dirigentes procuram satisfazer as necessidades dos cidadãos, através das políticas por eles indicadas;
- b. *Accountability* como controle: diz respeito ao uso de diversos mecanismos de checagem para fiscalizar e regular o funcionamento de organizações públicas e os atos de seus agentes;
- c. *Accountability* profissional ou pessoal: trata-se da responsabilidade individual vinculada à um assunto de interesse público considerando que cada agente exerça de forma consciente suas funções e deveres;
- d. *Accountability* como diálogo: refere-se ao diálogo e à responsabilidade que essa prática exerce sobre os pronunciamentos dos interlocutores envolvidos.

As mídias, e o jornalismo em particular, são um dos meios com potencial para tornar visível o processo de prestação de contas, de modo que ele seja reconhecido e apreciado pela sociedade. Buscamos observar essas dimensões da *accountability* ao analisar as reportagens da cobertura de *Veja* sobre o depoimento do ex-presidente Lula ao juiz Sergio Moro. Nelas, consideramos a existência ou a falta de espaço para a prestação de contas, apresentação de justificativas ou posicionamentos do agente público questionado e o esclarecimento de questionamentos apresentados no caso.

Processos de *accountability* estão relacionados, a princípio, à ideia de interesse público. O jornalismo construiu historicamente o seu discurso de autolegitimação na sociedade baseado na defesa do interesse público (GOMES, 2006), ou seja, dizendo que seu papel é informar, dar visibilidade e tratar de debates que interessam a coletividade, envolvendo diferentes atores e segmentos sociais, temáticas e problemas públicos, bem como distintas perspectivas sobre eles. Em síntese, o jornalismo se construiu afirmando estar em sintonia com valores democráticos, liberdade de opinião e com o estímulo ao debate público. Entendemos aqui, conforme proposto por Silva e França (2017), que a característica marcante do conceito de interesse público é a consequência das ações. Se as consequências de um acontecimento afetam somente os indivíduos envolvidos, temos um caso de interesse privado. Do contrário, se vai além dos atores envolvidos, afetando

um coletivo, torna-se questão ou tema de relevância para um determinado público. (SILVA; FRANÇA, 2017, p. 6).

Relacionadas com direitos e garantias dos cidadãos, bem como com o tema da corrupção, as consequências em torno do acontecimento analisado (o depoimento de Lula a Moro) afetam diretamente o público. Por isso, nos interessa verificar a maneira como a revista *Veja* aborda o acontecimento, não somente pela oportunidade de *accountability* por parte de um ex-presidente, mas também pela possibilidade de discussão a respeito do problema público da corrupção, métodos de combatê-la e de gerar mecanismos de controle, fiscalização e prevenção.

Por fim, destaca-se que o jornalismo é historicamente relacionado à formação da opinião pública, amparado no discurso da defesa do interesse público. Porém, alguns autores apontam problemas relacionados a utilização da ideia de opinião pública pois, geralmente, o conceito vem associado como sinônimo de “pesquisa de opinião”. Para Figueiredo e Cervellini, esta última se refere a “aspectos mais visíveis e discutidos da opinião pública”, enquanto a formação da opinião é anterior à realização das pesquisas. (1995 - apud Novelli, 2009). Além disso, os dois autores definem opinião pública como

todo fenômeno que, tendo origem em um processo de discussão coletiva e que se refira a um tema de relevância pública (ainda que não diga respeito a toda sociedade), esteja sendo expresso publicamente, seja por sujeitos individuais em situações diversas, seja em manifestações coletivas (FIGUEIREDO E CERVELLINI, 1995, P. 116 - apud Novelli 2009).

Por ser resultado de um debate coletivo permanente, podendo ser projetada, construída, enquadrada e, até mesmo, modificada por acontecimentos e discursos, consideramos nesta análise o conceito de imagem pública também como uma forma de opinião pública, tal como propõe Wilson Gomes (2004). “A partir de um conjunto de representações que emergem em diferentes discursos - incluindo midiáticos” (LIMA; SIMÕES, 2016, p.3), conceitos, informações, noções e impressões são compartilhados coletivamente e culturalmente, bem como, valores e expectativas vinculadas aos papéis

sociais. Formada progressiva e temporalmente, a opinião e a imagem pública são processos em constante revisão, como destacam essas pesquisadoras.

Relacionada com o olhar que recai sobre pessoas, grupos ou instituições, a imagem pública está em disputa na sociedade. A opinião sobre qualquer figura pública (como a de Lula, por exemplo) é constituída através de narrativas, enquadramentos e aspectos quantitativos e qualitativos de visibilidade. Através da metodologia utilizada no artigo “A construção da imagem pública de Dilma Rousseff durante o impeachment: uma análise preliminar” (LIMA; SIMÕES, 2016, p.3), selecionamos três dimensões para analisar as edições da revista no que se refere à imagem. Além disso, adicionamos uma quarta categoria:

- a. Ações e discursos de Lula: consideramos a maneira como a revista enquadra e recorta os depoimentos de Lula e a sua conduta.
- b. Um olhar de outros agentes sobre as ações e discursos de Lula: destacamos as fontes selecionadas e o que elas dizem sobre o ex-presidente.
- c. Valores, papéis sociais e inserção no contexto social: observamos que a construção da imagem pública a partir de narrativas das mídias e do jornalismo está relacionada com discursos, enquadramentos e representações - não somente dos atores políticos, mas de uma rede de relações. Dessa forma, há importância no papel do contexto e das circunstâncias em torno do acontecimento para analisar as narrativas que fazem parte do nosso *corpus*.
- d. Interesse Público: buscamos verificar que tipos de discussões sobre corrupção *Veja* suscita nas reportagens.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS, ANÁLISE E RESULTADOS

A revista *Veja* é um periódico de grande circulação nacional, considerada como a revista de informação semanal com o maior número de leitores no país⁵. Nos últimos

⁵ Segundo a Associação Nacional de Jornais, *Veja* liderou o número de publicações impressas no mês de janeiro de 2017 com 860.523 exemplares, em segundo lugar está a revista *Época* com 188.221 publicações impressas no mesmo mês e ano.

anos, *Veja* vem dando destaque para acontecimentos relacionados à Lava-Jato. Para se ter uma ideia, a operação aparece em dezoito capas das quarenta e sete edições publicadas de 04 de janeiro a 22 de novembro de 2017. Além disso, das quarenta e sete publicações, a Lava-Jato foi tema de sessão específica em trinta e uma delas. Em função desse extenso material publicado, o recorte temporal do material para o exercício de análise aqui realizado é de duas edições impressas da revista. A primeira é a que antecede o depoimento de Lula, realizado no dia 10 de maio de 2017, a segunda é a edição da semana pós-depoimento, ou seja, do dia 17 de maio de 2017. Somado, a revista dedicou um total de vinte e seis páginas nestas duas edições – e é esse o *corpus* desta pesquisa.

A capa da primeira semana traz a manchete “o primeiro encontro cara a cara” e os rostos do Juiz Sérgio Moro e do ex-presidente Lula com máscaras, um olhando para o outro, fazendo alusão a um ringue de batalha. A definição do depoimento como uma “luta” se mantém na reportagem principal intitulada “Moro x Lula”, sugerindo a divisão entre pessoas que “torcem” e, portanto, apoiam Lula, e outras que apoiam o combate à corrupção, representado pela figura do Juiz.



Figura 1. Capa do dia 10 de maio de 2017 da revista *Veja*

Na edição da semana seguinte, um retrato de Marisa Letícia, falecida esposa de Lula, é estampado na capa da revista. Com a manchete “A morte dupla”, *Veja* sugere que a ex-primeira dama, Marisa Silva morreu duas vezes: a primeira vez, vítima de um AVC

em fevereiro de 2017, e a segunda, no dia do depoimento, quando Lula atribui a ela decisões sobre o apartamento triplex no Guarujá.

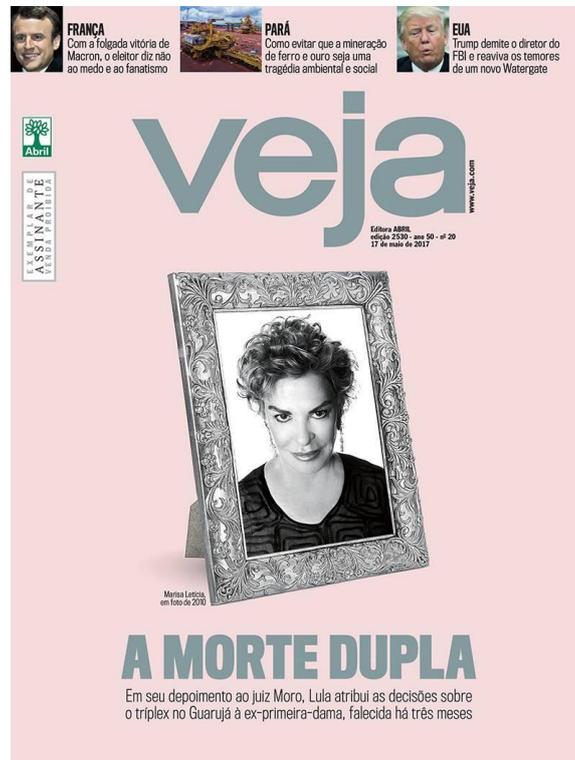


Figura 2. Capa do dia 17 de maio de 2017 da revista *Veja*

A estratégia da revista em mostrar a morte de Marisa como um pretexto apela para questões emocionais do leitor e toca em valores de uma sociedade que preza pela honra, dignidade e a memória dos mortos. Ao longo da edição, *Veja* repete sete vezes que Lula transfere as responsabilidades do triplex para Marisa, tentando representá-lo como alguém que lava as mãos e responsabiliza quem já não está viva para se defender. Essa forma de representar Lula aparece na capa, linha fina, legenda da fotografia e mais quatro vezes durante a reportagem.

Ainda no que se refere a valores sociais identificados no enquadramento das reportagens analisadas, é perceptível o valor do trabalho e da autoridade. A foto que ilustra a reportagem “O cerco de Moro” mostra o juiz como uma figura trabalhadora e humilde, carregando uma “marmitta para as 5 horas de audiência”. E como diz a legenda: “Preparado”. Em outros momentos da reportagem, *Veja* eleva o Juiz hierarquicamente. Ao mostrar o juiz Moro questionando Lula sobre o significado de uma suposta fala (“Se eles não me prenderem, quem sabe um dia eu mando prender eles por mentir”) e, em

seguida, repreendendo Lula por esse comentário, a reportagem interpreta que “ali, deixou claro quem, entre os dois, era a autoridade”.

A narrativa de *Veja* coloca o juiz Moro em um papel de herói, cabendo a Lula, no contexto do acontecimento, o papel de vilão, ligado ao problema de práticas de corrupção. Logo no primeiro parágrafo da reportagem “Moro x Lula”, o juiz é adjetivado como o “magistrado que virou herói nacional no comando da Lava-Jato”. Enquanto Moro é reforçado por *Veja* como um herói, Lula aparece com um enquadramento diferente, projetando dele, portanto, outros elementos de imagem pública. A revista define o político como um personagem que chega “alquebrado a esse momento crucial”. Condenando-o, a publicação jornalística opina que “pode até ser que o ex-presidente não seja culpado de tudo o que o acusam, mas é uma improbabilidade matemática que não seja culpado de nada”. Além disso, diz que “sem explicações críveis, o melhor mesmo para Lula era arengar as massas”. (VEJA, 2017, p. 45).

Ao mostrar um gráfico apontando Lula em primeiro Lugar, com 29% das intenções de voto para as eleições presidenciais de 2018, *Veja* classifica a situação como um “Paradoxo”:

O ex-presidente Lula é acusado de cinco crimes, praticados 236 vezes, entre os quais os de corrupção passiva, lavagem de dinheiro, tráfico de influência e obstrução da Justiça. Apesar disso, se as eleições presidenciais fossem hoje, ele seria o candidato favorito, segundo pesquisa do Instituto Datafolha. (VEJA, p. 49, 10 mai. 2017).

As narrativas de *Veja* buscam relacioná-lo com o Mensalão, ou casos onde seus companheiros de partido foram implicados. Isso acontece em duas legendas de fotografias. Em uma delas, a revista diz que Lula no banco dos réus é a reedição do “eu não sabia de nada”, e em outra, a legenda é “piada de salão: O ex-presidente voou para Curitiba a bordo de um jato de um amigo envolvido no mensalão”. (VEJA, p. 50, 17 mai. 2017).

A máxima bíblica do “Diga-me com quem andas e te direi quem és!” é destaque em outros momentos da reportagem. Em uma coluna intitulada “Os maus companheiros”,

a revista aponta que os amigos são um problema para Lula. “No mensalão, ele alegou que não sabia de nada, se disse traído por pessoas de sua confiança e escapou ileso. No petrolão, a história se repete” (VEJA, 2017, p. 48). Assim, faz uma lista de cinco do que seriam “ex-companheiros” – como o petista João Vaccari, e até os empresários Léo Pinheiro, José Carlos Bumlai, Alexandrino Alencar e o marqueteiro João Santana. Todos presos na Lava Jato, *Veja* busca relacionar seus crimes a Lula.

Para apontar contradições do ex-presidente, compara falas do depoimento com declarações durante a condução coercitiva de Lula, que aconteceu no dia 4 de março de 2017. “Naquela mesma ocasião, ele deu a entender que Dona Marisa havia visitado o triplex depois dessa conversa [...]. Na semana passada, no entanto, disse ao juiz que não sabia que a esposa havia voltado ao triplex”. (VEJA, p. 48, 17 mai. 2017)

Além das frases interpretativas e, em certos momentos, opinativas, *Veja* seleciona fontes que reafirmam as posições da revista, mas não apresenta contrapontos. Por exemplo, a notícia do depoimento de Lula foi utilizada como gancho para falar sobre as acusações que Renato Duque, ex-diretor da Petrobras, direcionou a Lula. Uma reportagem de quatro páginas é feita baseada nessas declarações que servem para reafirmar a condenação que *Veja* faz do ex-presidente. A revista o acusa principalmente de saber da corrupção na Petrobrás, de ter uma agenda de encontro para cobrar empreiteiras, planejar e dividir uma cota de propina com o PT, de ser o “verdadeiro chefe da organização” (VEJA, 2017, p. 49).

Em contrapartida, quando *Veja* abre espaço para defesa das acusações, apresenta a “tréplica”, seja nos boxes ou em comentários durante as reportagens. Destacando uma fala de Lula, onde ele diz que é vítima da maior “caçada jurídica” da história do país, a revista abre o subtítulo “Julgamento político é outra coisa”. Nele, cita os estudos de Jens Meierhenrich e Devin Pendas no livro *Political Trials in Theory and History*, retirados do blog de Sergio Praça, do site de *Veja.com*.

Desse modo, a revista rejeita a argumentação e a interpretação feita por Lula sobre o seu papel naquele contexto – o de vítima de uma perseguição político-jurídica, buscando reafirmar seu próprio enquadramento e a forma como representa o ex-presidente. *Veja* rebate o argumento de Lula apontando três tipos de julgamentos considerados políticos. O primeiro, “Julgamento didático”, citando como exemplo o caso de 1981 no regime

Maoísta; outro, “Julgamento destrutivo”, como no caso do regime Nazista; e por último, o “Julgamento decisivo”, como a decisão da suprema corte dos EUA em proibir escolas separadas para brancos e negros no país.

Por sua vez, no enquadramento ou interpretação que Lula faz do que acontece, o ex-presidente acusa a Lava-Jato de ser uma operação parcial, com objetivos de impedir sua candidatura em 2018. Segundo ele, os trinta dias que antecedem o interrogatório entrarão para a história como o “mês Lula”, porque a Polícia Federal e o Ministério Público dedicaram o período para depoimentos relacionados a uma senha com seu nome. *Veja* diz que o problema é a senha ter sido acionada “pelos amigos e não por inimigos” (VEJA, p. 49, 17 mai. 2017), reforçando a ideia de Lula envolvido nos escândalos de corrupção por ter sido vinculado a outros atores denunciados.

Nos poucos fragmentos da fala de Lula incorporados por *Veja* à sua narrativa do depoimento, o ex-presidente busca construir uma outra imagem de si mesmo. Conforme indica o diálogo entre Lula e Moro, publicado na reportagem *Cherchez La Femme*, Lula tenta projetar sua imagem de proximidade e respeito para com a ex-primeira dama e, ao mesmo tempo, fazer uma crítica à situação:

“É muito difícil pra mim toda hora que o senhor cita minha mulher sem ela poder estar aqui para se defender - Lula

Eu não estou acusando ela de nada - Moro

Uma das causas que ela morreu foi a pressão que ela sofreu - Lula” (VEJA, p. 48, 17 mai. 2017)

Em relação ao Triplex, Lula se posiciona como inocente: “Fui ver o apartamento, coloquei quinhentos defeitos no apartamento, voltei e nunca mais conversei com o Léo sobre o apartamento”. Em seguida, *Veja* questiona os argumentos de Lula:

Por que um dos maiores empreiteiros do país trabalharia de vez em quando como corretor de imóveis? É indiscutível, por uma lógica elementar, que Léo Pinheiro tinha de estar na visita de Lula por razões especiais - e não por seu mero interesse em negociar uma cobertura com o ex-presidente (VEJA, 2017, p. 48)

Em relação à forma de tratamento do problema público da corrupção e as possibilidades de discuti-lo e combatê-lo, o primeiro aspecto evidente na narrativa de *Veja* é a figura do Juiz Sérgio Moro. A reportagem “Moro x Lula” diz que a condução coercitiva e a divulgação irregular da conversa telefônica entre Lula e Dilma, na época presidenta, contribuiu para o “clima de *lucha libre*”, opinando que foi uma “sacada até divertida” de Moro, tendo em vista o grande número de testemunhas convocadas (87). Ou seja, *Veja* legitima uma prática ilegal desde que seja supostamente para uma defesa do combate à corrupção.

Na reportagem “O cerco de Moro”, o enquadramento utilizado por *Veja* destaca o combate à corrupção, porém, atribuindo à figura de Moro um papel central, colocando-o como um herói. A revista não problematiza fatores estruturais e institucionais da corrupção no país, nem os possíveis excessos nos métodos da Operação Lava-Jato, ao contrário. *Veja* destaca, sem discutir, o estilo pessoal de Moro para interrogar: “aquele que tende a ser ativo nos processos e interrogatórios, e que, em alguns casos, na etapa de investigação, chega a orientar a obtenção de provas” (VEJA, 2017, p. 52).

Assim, no contexto da cobertura jornalística que realiza sobre o depoimento do ex-presidente Lula ao juiz Sergio Moro, longe de impulsionar a discussão que possibilite a prestação de contas por parte dos atores ali envolvidos e questionados por ações em suas atuações em funções públicas – tanto o ex-presidente Lula quanto o juiz Moro – a revista opta por um outro tratamento. Reforça um enquadramento em que o ex-governante já é representado *a priori* como condenado – “chefe da organização” -, em especial por conta de associações que a revista faz com outros denunciados e casos de corrupção. A discussão efetiva sobre o problema da corrupção não parece ser a preocupação de *Veja* no acontecimento aqui analisado. No enquadramento que realiza, a publicação enfatiza principalmente o papel individual do juiz Moro no combate à corrupção, não importando muito as formas de fazê-lo.

CONCLUSÃO

No presente trabalho discutimos conceitos importantes para o processo de comunicação pública que pode ser impulsionada pelo jornalismo, tais como as práticas de *accountability* e os temas de interesse público que informam e podem formar uma

opinião pública bem fundamentada. Buscamos explorar esses conceitos a partir da análise de duas edições da revista *Veja* na cobertura de um acontecimento de grande repercussão no contexto da operação Lava Jato – o depoimento do ex-presidente Lula ao juiz Sergio Moro. Procuramos apreender de que forma a revista enquadra aquele acontecimento, a possibilidade de prestação de contas e a discussão do problema da corrupção. Ao mesmo tempo, buscamos entender que imagens e valores projeta acerca de Lula naquela situação.

Em relação ao conceito de *accountability*, não foi identificada a prestação de contas por parte de Lula, uma vez que a *Veja* enaltece o confronto “Lula x Moro” como uma disputa, a fim de colocá-los como adversários em um “ringue”. Os julgamentos pré-definidos da revista limitam a discussão das questões de interesse público e não contribuem para uma prática de comunicação pública efetiva.

A revista demonstra apoio à Operação Lava-Jato, em especial ao juiz Moro, independente dos métodos utilizados pela polícia e pelo judiciário. Pelo viés da mídia e do papel do jornalismo na sociedade, *Veja* antecipa-se ao próprio julgamento da Justiça e já condena, naquele contexto, o ex-presidente. Refere-se a Lula como o “chefe da organização”, reforça em vários momentos que ele está “no banco dos réus” e mostra-o como um derrotado naquele momento político. Além disso, aponta-o como uma figura em contradições, que terceiriza responsabilidades e que é culpado acima de tudo, buscando relacionar a imagem pública de Lula à marca de corrupto.

Em certos momentos, é visível o quanto a revista recorre a valores compartilhados na sociedade, como o respeito à morte e a importância do trabalho, por exemplo. *Veja* associa Lula a um suposto desrespeito à morte da esposa Marisa Letícia, enquanto Moro é associado a uma suposta disposição à humildade e ao trabalho. Além disso, ao lembrar que Lula está “cercado de amigos corruptos”, *Veja* traça uma lógica relacional visando defini-lo, implicitamente, como culpado e corrupto também. Já o juiz Moro, é relacionado à figura que preza pelo combate à corrupção, portanto, associado ao valor da moralidade pública.

Em uma democracia moderna, com um histórico de impunidade e experiências relativamente recentes de fiscalização e controle das atividades de agentes públicos-políticos, as preocupações com o problema da corrupção são evidentes. No entanto, a rede de sentidos construída por *Veja*, mostra a narrativa de uma revista (e dos públicos com os

quais ela conversa) que valoriza a punição de determinados atores, a partir de motivações e interesses diversos. O aprofundamento das informações acerca de um tema de interesse público como as práticas de corrupção – públicas e privadas – e de mecanismos para o seu combate e prevenção ficam em segundo plano.

REFERÊNCIAS

DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e democracia: problemas e perspectiva**. São Paulo: Paulus, 2008.

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

LIMA, Laura Antônio; SIMÕES, Paula Guimarães. **A construção da imagem pública de Dilma durante o impeachment: uma análise preliminar**. In: 41º Encontro Anual da Anpocs. Gt 17 Mídias, política e eleições. Caxambu 2017

MAIA, Rousiley C. M. Visibilidade Midiática e paradoxos da accountability: o caso do ônibus 174. In: MAIA, R. C.M. (org.). **Mídia e Deliberação**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. Comunicação e opinião pública [p. 72-83]. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SILVA, Maria Terezinha da; FRANÇA, Vera Regina Veiga. Jornalismo e Noticiabilidade: quem constrói os valores-notícia? In: **ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS**, 26. Artigo. São Paulo: Compós, 2017.

WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer LOCATELLI, Carlos (Org.). **Comunicação pública e política – pesquisa e práticas**. Ed. Insular, Florianópolis 2017.

REFERÊNCIAS DA REVISTA VEJA

VEJA. São Paulo: Editora Abril, edição 2529, ano 50, nº 19, 10 maio 2017a. Semanal.

VEJA. São Paulo: Editora Abril, edição 2530, ano 50, nº 20, 17 maio 2017b. Semanal.