

## O Depoimento de Lula a Moro na Cobertura da Revista Veja: Limites para o Debate Público Sobre a Corrupção<sup>1</sup>

Eduardo IAREK<sup>2</sup>

Raisa GOSCH<sup>3</sup>

Prof<sup>a</sup> Dra Maria Terezinha da SILVA<sup>4</sup>

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,

---

<sup>1</sup> 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*.

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

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

<sup>4</sup> 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 país<sup>5</sup>. Nos últimos

---

<sup>5</sup> 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 “marmita 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.