

Um golpe anunciado: Lula, Dilma e o discurso pró-impeachment na revista *Veja*

Frederico de Mello Brandão TAVARES¹;

Christa BERGER²;

Paulo Bernardo VAZ³

Resumo

As capas da revista brasileira *Veja* de 27 de setembro de 2006 e 18 de março de 2015 trazem ilustrações do ex-presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, e da primeira presidenta eleita do país, Dilma Rousseff, vendados com a faixa presidencial. Ambas as edições, além das semelhanças visuais, guardam um intervalo temporal cujos elementos noticiosos deixam ver uma leitura jornalística que costura discursos tramados por questões éticas, políticas e de gênero, todas carregadas por uma teia de significados e juízos de valor. Este artigo, tendo em vista os distintos contextos históricos narrados, busca desvelar as permanências e repetições editoriais presentes na construção da cobertura da revista *Veja* acerca de diferentes épocas brasileiras, perpassadas por governos de um mesmo partido, o PT (Partido dos Trabalhadores). Pergunta-se sobre as relações entre as edições em foco, problematizando: o papel das capas na composição de um único olhar sobre os governos; o endereçamento de sentidos no diálogo entre as capas e as reportagens; as diferenças e atualizações nas edições, considerados os diferentes governantes. Questiona-se acerca da personalização dos governos como estratégia editorial perene, apontando para as contradições e interesses existentes na elaboração de discursos em um veículo de comunicação e seu interesse no impedimento de um mesmo grupo político.

20

¹ Professor Adjunto da Universidade Federal de Ouro Preto, onde atua no curso de graduação em Jornalismo. Professor Permanente e Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação na mesma universidade. fredtavares.ufop@gmail.com

² Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos. Professora aposentada da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Pesquisadora 1 B do CNPq com a pesquisa "Da circulação de saberes: jornalismo e ciências sociais". christab@unisinos.br

³ Professor e titular do Programa de Mestrado Interdisciplinar em Estudos Culturais Contemporâneos da FUMEC-BH e professor aposentado da Universidade Federal de Minas Gerais, colaborador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG (Mestrado e Doutorado). paulobvaz@gmail.com

Palavras-chave: Revista *Veja*; Lula; Dilma; Linha Editorial; *Impeachment*.

Abstract

The covers of the Brazilian magazine *Veja* of September 27, 2006 and March 18, 2015 display illustrations of the former president of Brazil, Luiz Inácio Lula da Silva, and the first female president elected in the country, Dilma Rousseff, blindfolded with the presidential sash. Both issues, in addition to their visual similarities, keep a time gap whose journalistic items allow us to note a news reading able to “baste” discourses woven by ethical, political and gender aspects, each one organized into a web of meanings and value judgments. This paper, taking into account the several historical contexts narrated, seeks to unveil the editorial continuities and repetitions present in the construction of *Veja* magazine’s coverage about different Brazilian historical periods pervaded by governments of a same party, the PT (*Partido dos Trabalhadores*, Workers Party). We wonder about the relations established between the issues in focus in order to promote a discussion on the role of the covers for the composition of a specific look regarding governments; the addressing of meanings in the dialogue between the covers and the reports; and the differences and updates on these issues, considering the different political leaders. We can also wonder about the personalization of governments as a perennial editorial strategy that points to the contradictions and interests present in the elaboration of the journalistic discourses in a communication vehicle and its interest with respect to the impeachment of a same political group.

Keywords: *Veja* magazine; Lula; Dilma; Editorial line; *Impeachment*.

Introdução

A cobertura de acontecimentos ou temáticas por um veículo de comunicação encaminha, muitas vezes, uma leitura sobre aquilo que se considera ser sua linha editorial. Diz das posturas e posicionamentos assumidos sobre o referente social, tendo em vista orientações de uma leitura de mundo específica, tangenciada por posições ideológicas e também orientadas por um viés de mercado. Os discursos construídos – no sentido amplo do termo⁴ – apontam para estratégias de sentido, que visam efeitos sobre a realidade.

A revista brasileira *Veja*, histórica revista semanal de informação, lançada em setembro de 1968, vem, nos últimos anos, demarcando posturas políticas em suas

⁴ Apropriamo-nos aqui de noções desenvolvidas por Foucault (2004), Abril (2013) e Mouillaud (2002), que lidam, de distintas maneiras, com uma idéia mais ampla de discurso. Seja na anulação de uma visão restritiva sobre “texto” versus “imagem”; seja na percepção de discurso como um conjunto de enunciados, apoiados numa mesma formação discursiva.

abordagens, deixando explícitos posicionamentos pontuais, principalmente no que diz respeito ao governo federal do Brasil. Desde 2003, quando o Partido dos Trabalhadores (PT) assumiu a Presidência da República, a publicação realiza uma cobertura crítica, ideologicamente construída, enviesada por um discurso contrário à uma orientação “de esquerda” praticada pelo partido. O rol de matérias e reportagens em muitas das capas da revista, sendo por isso aquelas de maior destaque, com chamadas e manchetes, condiciona uma leitura que enfatiza episódios de denúncia, corrupção, práticas políticas em geral “vazadas” pela grande imprensa diária, mas interpretados pelo periódico do Grupo Abril.

A despeito da escalada de pautas presentes em outros veículos e os arranjos que permeiam suas estruturações temáticas, o eco realizado por *Veja* a partir do que é visibilizado no circuito midiático semanal – também pautando-o, é verdade – traz consigo um som cuja afinação, considerado o intervalo de mais de dez anos, deixa audível (e visível) permanências de um mesmo discurso, cristalizando relações de poder específicas e reiteradas. A partir de uma espécie de “memória insistente”, configuradora de um senso comum acerca do PT, seus atos e sujeitos (integrantes e em relação com), a visada sobre este partido, na revista, e conseqüentemente a narrativa história que se faz sobre ele, possui contornos complexos.

Seja no confronto, seja nas complementações, *Veja* pode ser tomada como instituição produtora de sentido (FRANÇA, 2011) acerca do Brasil e responde, por coerências e incoerências, aos anseios de um público, projetando verdades⁵ sobre o país que ela mesma julga ser o “certo” ou ideal. Tal elaboração, como afirma França (2011, p. 44), reflete essa condição “institucional” da revista:

Enquanto instituição, *Veja* não pode deixar de ter sua identidade diretamente ligada ao seu grupo de leitores. O terreno de rotina criado na relação com sua comunidade de leitores passa não apenas pela sua cotidiana aparição semanal nas bancas ao longo de 40 anos, mas também na repetição de determinados temas e, principalmente, na repetição da forma como estes assuntos são tratados pela revista: o leitor de *Veja* já espera um determinado posicionamento da revista com relação a determinados acontecimentos. Isso só é possível porque a revista

⁵ Foca-se aqui numa perspectiva que alia a noção de verdade à noção de poder, o que nos aproxima de uma visão foucaultiana para pensar criticamente as práticas jornalísticas, considerada aí, também, uma noção ampla sobre discurso. “Por verdade, entender um conjunto de procedimentos regulados para a produção, a lei, a repartição, a circulação e o funcionamento dos enunciados. A verdade está circularmente ligada a sistemas de poder, que a produzem e apóiam, e a efeitos de poder que ela induz e que a reproduzem. (FOUCAULT, 2004, p. 14, grifos do autor)”.

conseguiu estabelecer um espaço discursivo próprio com o passar dos anos.

Entre os elementos que compõem a identidade desse espaço discursivo pela revista destaca-se a “personificação”. As muitas capas de *Veja*, bem como um incontável número de textos, colocam em evidência personagens principais como sintetizadores de significados a serem lidos e indicados sobre o que acontece na sociedade, sobre os assuntos que são dados a ver sob o julgo da interpretação dos temas que eles carregam (SCHWAAB, TAVARES, 2009; FRANÇA, 2013). A presença de um protagonista, como eixo central do saldo interpretativo de uma edição ou reportagem, funciona ora como metáfora, ora como síntese daquilo que se pretende dar a ver, reforçando e cristalizando, também, a postura da revista como um todo.

No intervalo temporal compreendido pelos últimos 15 anos no Brasil, dois personagens centrais ganham evidência nesse jogo de personificação: o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010) e a primeira presidenta mulher, reeleita em 2014, Dilma Rousseff. A centralidade de ambos na cobertura da revista e o papel metonímico a eles atribuído acabam por indicar um certo *modus operandi* de *Veja*, revelado em suas marcas sigínicas, discursivas, verbovisuais.

Neste texto, considerado o cenário acima, problematiza-se acerca dessa estratégia semiótica e institucional da revista a partir das capas de duas edições lançadas em tempos distintos. Capas similares, idênticas em seu layout, mudando apenas seus protagonistas. Também problematiza-se a partir de suas respectivas reportagens, dois dossiês. As duas edições promovem um espelhamento de dois sujeitos políticos – Lula e Dilma – e acabam por refletir uma postura editorial que tende ao reforço, à repetição, como forma de legitimar, discursivamente, via personificação e permanência, uma ideologia.

As capas de 27 de setembro de 2006 (edição nº 1.975) e 18 de março de 2015 (edição nº 2.417) caricaturizam, respectivamente, os presidentes do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff, vendados com a faixa presidencial.

Fig.1: *Veja*, 27/09/2006Fig.2: *Veja*, 18/03/2015

A partir de tais materiais, pergunta-se sobre as relações entre as edições em foco, tensionando: o papel das capas na composição de um “mesmo” olhar sobre os governos; o endereçamento de sentidos no diálogo entre as capas e as reportagens; as diferenças e atualizações nas edições, considerados os diferentes governantes. São analisados os discursos presentes, suas dimensões visuais e textuais, buscando compreender de que maneira as capas funcionam como elo de uma política editorial, ao mesmo tempo em que criam uma situação de “conforto” nos leitores. Como aponta França (2011, p. 45), a revista *Veja*, em sua história,

apresentou formas repetitivas de tratamento de organização discursiva que são reveladoras da maneira como a instituição trabalha seu espaço discursivo e da forma como este espaço discursivo incide na criação (e perpetuação) de um grupo específico de leitores que serão responsáveis pelo compartilhamento de uma memória própria da revista.

Assim, as duas capas e os pontos de convergência nos textos, instauram aspectos de reconhecimento e identidade, cuja memória ativada por um e outro, no rememorar icônico das imagens e palavras, aproveita-se de uma mímese “transgênero” para criar um [Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo](#), Ponta Grossa, vol. 3, n. 2, p.20 -44, Jul/Dez 2016.

saber acerca de um processo político e, conseqüentemente, uma verdade sobre ele, cujo mote final encontra-se na reiteração de uma ideia – e defesa – de impedimento político dos governantes do PT e na síntese de uma visão de mundo editorial – sobre todo um contexto sociohistórico, que ultrapassa e envolve as edições em tela.

Contextos políticos e a configuração de um prenúncio jornalístico

No contexto brasileiro, o espaço discursivo⁶ configurado e ocupado pela cobertura política tem ficado cada vez mais claro e/ou evidente desde 2013 quando, a partir das chamadas “Jornadas de Junho”, a pauta política passou a ocupar não apenas o seu lugar tradicional no noticiário, mas a atravessar diversos assuntos (e editorias) nos mais distintos veículos, da mídia hegemônica ou não. Algo que também se estendeu para as redes sociais da internet, com uma produção de conteúdo própria, como também para um feixe de argumentos “politizados” cada vez mais presentes nas interações do cotidiano, das mais corriqueiras às mais inflamadas. Como apontam Brugnago e Chaia (2014, p. 102),

após as manifestações de junho de 2013, a dicotomia na participação política brasileira ganhou um novo capítulo em sua história. A identificação das pessoas entre esquerda e direita refloriu. Após a população tomar as ruas em torno de todas as suas insatisfações, as diferenças ideológicas dentro das próprias manifestações rapidamente começaram a transparecer, até o movimento implodir, rachando a massa de pessoas em dois rumos de militância com caminhos totalmente opostos.

Para os autores, o auge dessa polarização entre esquerda e direita manteve-se até as eleições de 2014, quando uma “declarada esquerda” mobilizou-se contra um discurso neoliberal, presente no projeto exposto pelo lado oposto, do PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira), e a “direita conservadora desenvolveu sua ideologia em torno de um forte antipetismo declarado antipartidário, com discussões radicalizadas para os extremos dos valores considerados da direita” (BRUGNANO; CHAIA, 2014, p. 102). Nesse sentido, o “radicalismo conservador da direita adquiriu elementos de ódio” e a

⁶ “Em um universo discursivo como o jornalismo, há o campo discursivo das revistas e o espaço discursivo de cada uma delas, com suas características próprias. [...] O espaço discursivo diz do tipo de leitores da revista (pessoas que se integram àquele discurso por questões as mais variadas, que podem ser desde ideológicas até simplesmente etárias) e é responsável pela formatação de seus referentes” (FRANÇA, 2013, p. 94).

“tensão que normalmente pertencia às torcidas de futebol em jogos clássicos acalorados passou para a política. A massa passou a discutir política em seu dia a dia, principalmente pela Internet” (BRUGNANO; CHAIA, 2014, p. 102).

Em relação à imprensa e tal sorte de falas, fica evidente nesse cenário (pelas coberturas e por tal fenômeno de consumo de internet, cada vez maior) um enviesamento, indicado ora pela polarização partidária, ora por uma judicialização da política, ambas revestidas de uma “racionalidade” discursiva sobre o “certo ou o errado”, o “bom ou o ruim”, o “legal ou ilegal”, o “inconstitucional ou constitucional”⁷.

Criou-se uma esfera argumentativa embasada em leituras de mundo sobre acontecimentos (Copa do Mundo, Eleições, Crise Econômica, Crise Política, Olimpíadas etc.) que acabam, no fundo, servindo a interesses e também posicionando os atores envolvidos; seja indicando posturas inéditas frente à política, seja reforçando ou reivindicando um *status quo*. A ascensão de tal agenda, segundo aponta Jessé Souza (2014), dá a ver questões de classe genuinamente nacionais e demonstra como os sujeitos envolvidos nessas relações se apropriam de discursos em prol de si mesmos enquanto classe social, servindo-se, para isso, de extremismos ideológicos, bem como sabendo jogar com a alienação. Para o autor,

O economicismo, como narrativa social dominante, não esconde apenas as reais condições da luta de classe social e econômica entre nós. Ela impossibilita também a percepção adequada da política. Como a dinâmica das classes e de seus interesses é permanentemente silenciada e escamoteada, a “política” aparece sempre com máscaras e com outros nomes. A opacidade da percepção das relações entre as classes no Brasil, no mundo da política, pode ser muito bem demonstrada a partir da análise das manifestações de junho de 2013. A grande fraude e a grande mentira das “jornadas de junho” são a impressão de que o “vilão” está no Estado, e a “sociedade”, engajada e politizada, é o “mocinho”. Os jornais estrangeiros falaram, então, cheios de esperança, da “primavera brasileira”, e a fraude se torna perfeita: reconhecida, aplaudida, admirada. Mas, na verdade, quem até agora ganhou e colheu frutos com a “primavera brasileira” foram as forças mais conservadoras do país.

Souza (2014) reconhece que o início das manifestações de 2013 em São Paulo e em outras capitais do Brasil estava ligado ao tema da mobilidade urbana, aliado à

⁷ Como afirmam Franconi; Ribeiro e Lisboa (2011, p. 48), a partir de Foucault, “O discurso qualificado como verdadeiro é aquele que se impõe sobre outros discursos, relegando-os ao terreno do falso e do ilusório, instaurando assim uma ordem. A ‘ordem do discurso’ seria o critério normativo para impor significações, identificar normalidades e patologias, dizer o que é verdadeiro e o que é falso, o que está certo e o que está errado, ou seja, opera fazendo essas separações.”

demandas de melhorias na educação e saúde, além de críticas à realização da Copa do Mundo no país, no ano seguinte. Também observa a expansão do fenômeno, dos primeiros dias de junho ao último terço do mês, e a adesão dos “estudantes de classe média” e das periferias. No entanto, reflete, a partir do dia 19 daquele mês [junho de 2013], já estava evidente a “força narrativa e institucional do pacto conservador brasileiro contemporâneo”. “Foi a partir deste dia que as manifestações se tornaram massificadas e ganharam todo o apoio da mídia nacional, assumindo a ‘classe média verdadeira’ – os 20% mais escolarizados e de maior renda, segundo a pesquisa [IBOPE] –, de modo claro e incontestado, o protagonismo do movimento” (SOUZA, 2014).

Pode-se afirmar, numa primeira leitura, que o contexto de instabilidade política e seu desenvolvimento conservador, cujo mês de junho de 2013 seria um marco inicial, atingiu seu ápice em dezembro de 2015. Foi quando houve a autorização do processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff pela Presidência da Câmara dos Deputados, seguida pela votação deste processo por essa mesma casa em abril de 2016, e pela votação no Senado Federal em maio do mesmo ano, a partir de quando se afastou a presidenta eleita. O processo se consolida, então, com a cassação do mandato de Dilma, pelo mesmo Senado, em 31 de agosto de 2016.

No pano de fundo antecessor deste cenário estão: o imaginário acerca da luta contra a corrupção – endossado pela imprensa hegemônica por meio do protagonismo da cobertura da chamada “Operação Lava Jato” –, manifestações em série da “classe média” – como apontado por Souza (2014) – e a valorização midiática de um ódio ao Partido dos Trabalhadores (PT). Tudo isso refletindo a abertura de uma espécie de “Caixa de Pandora” nacional.

De repente, um tsunami de descontentamento com os resultados econômicos, um mar de ressentimento causado pela derrota eleitoral aliado ao furacão da ascensão política de um criminoso contumaz trouxe-nos a um destino até bem pouco tempo atrás inimaginável de ameaça ao sistema de crenças que sustenta a democracia. Inaugura-se um novo momento em que se liberta opiniões represadas que até bem pouco tempo atrás eram tidas como espécimes em extinção. Destarte, possibilita-se um ambiente de exposição e irradiação de ódios extremos que ameaça a construção de consensos mínimos em torno de temas que já haviam decantado na esfera política de forma pacífica. Emergiu no eleitorado um conservadorismo rancoroso e ressentido que evoca princípios antidemocráticos. Dissimulados de outrora, hoje batem no peito com orgulho e prestam homenagens publicamente à Ditadura Militar e aos torturadores (PEIXOTO, 2016, p. 32).

Tal configuração política cotidiana, por isso, vale-se de uma série de contradições. Nas palavras de Helcimara Telles (2016), a presença organizadora da corrupção, como uma espécie de vetor de protestos e de leitura política, menos que colaborar com a politização da população, acaba por fazer valer uma “ausência da política” na atual sociedade brasileira, o que demonstra, num contexto de crise política real, o debate vazio sobre sua compreensão e suas possíveis soluções, social ou institucionalmente.

O fato de haver um pensamento conservador não é gerador de crise. Contudo, é importante refletir sobre alguns fatores que antecederam a crise e outros fatores que são efeitos da crise política, entre os quais se destacam a emergência de uma Nova Direita, o papel das campanhas personalistas que foram sendo levadas a cabo no Brasil, baseadas mais em valências e menos em ideologia; o papel da piora dos indicadores econômicos, a reduzida institucionalização do sistema partidário, o crescimento do antipetismo, além da influência da mídia. Como estes fatores se organizam num mosaico bastante complexo para produzir a ausência de política e, portanto, a crise política (TELLES, 2016, p. 19).

Se destacamos, assim, as distintas temporalidades que envolvem esse cenário, mais do que as “Jornadas de junho de 2013” e suas decorrências, é preciso explicitar que o momento vivenciado pelo Brasil em 2016 vem sendo prenunciado e experimentado numa cadeia de contextos muito mais ampla e complexa, que rememoram estruturas que aclicerçam nossa formação histórica, social e política. Tanto pelo cenário de luta de classes e sua nova roupagem pós-Lula – tal qual evidencia Souza (2014) – como também pela participação da grande imprensa nesse processo.

Do início dos anos 2000 até o ano de 2016, a mídia hegemônica, assumiu um papel de pressão e monitoramento dos governos de orientação “de esquerda” no Brasil, além de observar criticamente fenômenos políticos de mesma envergadura, principalmente na América Latina (casos como o da Argentina, Bolívia, Equador, Venezuela)⁸, assim como em outros níveis geográficos, caso, por exemplo, das

⁸ Segundo Boaventura de Sousa Santos (2014), “a ousadia da América Latina dos últimos quinze anos consistiu em construir uma nova guerra fria, aproveitando, tal como a anterior guerra fria, um momento de fraqueza do capitalismo hegemônico. Armadilhado desde os anos noventa do século passado no Oriente Médio para saciar o insaciável complexo industrial militar e a sua avidez de petróleo, o Império deixou que avançassem no seu quintal formas de nacionalismo e de populismo que, ao contrário das anteriores, já não visavam as exíguas classes médias urbanas, mas a grande massa dos excluídos e marginalizados. Tinham, pois, uma forte vocação de inclusão social.” E foi sobre esse cenário que a grande mídia brasileira, historicamente vinculada aos interesses do capital estrangeiro, com influência estadunidense, agiu, enviando sua cobertura jornalística, ao mesmo tempo em que estetizava um viés consumista para o entretenimento da chamada “nova” classe C. **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, vol. 3, n. 2, p.20 -44, Jul/Dez 2016.

coberturas sobre a emergência do bloco econômico-político formado por Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul, os chamados BRICS.

Em disputa nessas leituras, encontra-se a intolerância política sobre uma maneira de governar, incômoda para a visão de mundo dos donos da grande imprensa brasileira e seus interesses. Não à toa, à medida que a crise econômica mundial se expande em 2008 a partir dos Estados Unidos há, no jornalismo, uma demonização do Estado e a indicação de um iminente fracasso das políticas econômicas brasileiras; assim como, já antes e depois, apresentam-se coberturas políticas intensas, vestidas de um viés judicial e incriminatório, como foram as coberturas sobre o chamado “Mensalão” em 2005, que antecedeu as eleições de 2006⁹, e o “Petrolão” de 2014/2015. Ambas figuradas como tentativas de 1) obstacularizar mais uma reeleição do Partido dos Trabalhadores ou de, 2) pós-eleições de 2014, atentar para a invalidação deste pleito, com uma narrativa enviesada sobre a inevitabilidade de um *impeachment* presidencial no país. O cenário brasileiro do primeiro semestre de 2016 sintetiza de maneira reveladora esse compósito, como aponta Boaventura de Sousa Santos (2016):

A hipertrofia dos mercados financeiros não permite crescimento econômico e, pelo contrário, exige políticas de austeridade por via dos quais os pobres são investidos do dever de ajudar os ricos a manterem a sua riqueza e, se possível, a serem mais ricos. Nestas condições, as precárias classes médias criadas no período anterior ficam à beira do abismo de pobreza abrupta. Intoxicadas pela mídia conservadora, facilmente convertem os governos responsáveis pelo que são hoje em responsáveis pelo que lhes pode acontecer amanhã. E isto é tanto mais provável quanto a sua viagem da senzala para os pátios exteriores da Casa Grande foi realizada com o bilhete do consumo e não com o bilhete da cidadania.

Considerado o espaço social apontado por Santos (2016) e o espaço discursivo de *Veja* (FRANÇA, 2011) não se pode afirmar como surpreendente o posicionamento da revista, uma vez que seu público está diretamente associado ao setor da classe média alta brasileira, caracterizadamente alinhado à postura conservadora e de direita. No

⁹ Como argumenta Fernando Azevedo (2010, p. 17), a cobertura jornalística que antecedeu as eleições presidenciais de 2006 no Brasil relatou amplamente o chamado “Mensalão”, criando um contexto de favorecimento à oposição do governo e candidatos. “Com exceção da revista *CartaCapital*, praticamente todos os grandes jornais e as revistas semanais, ao criticarem duramente o governo e o PT pelo suposto envolvimento no escândalo, favoreciam indiretamente a oposição ou a apoiava abertamente como fizeram a revista *Veja* e os jornais *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*”.

entanto, chama a atenção, do ponto de vista das relações de poder engendradas pela revista, como o discurso por ela construído, ao personificar um governo e um partido, acaba também por desalinhar-se de um outro conjunto de expectativas, jornalísticas, ferindo princípios éticos e deontológicos da profissão e do próprio campo¹⁰.

Em 2014, no dia 23 de outubro¹¹, véspera do encerramento da campanha eleitoral na televisão e do último debate entre os candidatos Dilma Rousseff (PT) e Aécio Neves (PSDB), na TV Globo, a revista *Veja* publicou a sua edição com a seguinte manchete de capa: “ELES SABIAM DE TUDO”, seguida do seguinte subtítulo: “O doleiro Alberto Youssef, caixa do esquema de corrupção da Petrobrás, revelou à Polícia Federal e ao Ministério Público, na terça-feira passada, que Lula e Dilma Rousseff tinham conhecimento das tenebrosas transações na estatal”.

Estrategicamente lançada para repercutir na edição do *Jornal Nacional* (Rede Globo) do sábado 25 de outubro de 2014, véspera das eleições presidenciais, e com distribuição no dia 24 nas bancas de revista (uma sexta e não um sábado, como tradicionalmente), tal exemplar colocou em evidência a postura da publicação em prol do candidato do PSDB, travestida, entretanto, de uma retórica jornalística com “ares” de investigação e “exclusividade”.

¹⁰ Seja qual for o cenário, mesmo o de crise jornalística, afirmam Karam e Christofolletti (2011, p. 95-96): “O Jornalismo não poderá renunciar à função social que construiu para si a duras penas, nem poderá se desprender da responsabilidade social que lhe é inerente, já que seus movimentos afetam as reputações de terceiros e parte substancial do entendimento do que é realidade. O jornalismo não poderá se esquecer da qualidade técnica, e não poderá se distanciar do interesse público”.

¹¹ A revista foi publicada com data de 29 de outubro de 2014.



Fig.3: *Veja*, 29/10/2014

Além do posicionamento de Dilma em relação à publicação, já durante o último debate televisivo¹², e a grande repercussão da edição (por um lado, com compartilhamentos do público (e)leitor, ratificando a “vontade de verdade” da revista¹³; e, pelo lado oposto, com sátiras diversas à específica edição de *Veja*¹⁴), deve-se destacar também que o material exibido pela revista partiu de um “vazamento ilegal” do citado depoimento, indicando, portanto, o tipo de tratamento noticioso escolhido pela revista. Algo não muito distinto do que viria, quase dois anos depois, a repetir-se a partir de outro notório vazamento, dessa vez de grampo ilegal que interceptou uma conversa telefônica entre o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e a presidenta Dilma Rousseff.

¹² “A manobra ‘golpista’ da *Veja* foi denunciada pela presidente Dilma no último debate promovido pela *Rede Globo*, no dia 24 de outubro de 2014, e no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral: ‘Meus amigos e minhas amigas, eu gostaria de encerrar minha campanha na TV de outra forma, mas não posso me calar frente a esse ato de terrorismo eleitoral articulado pela revista *Veja* e seus parceiros ocultos. Uma atitude que envergonha a imprensa e agride a nossa tradição democrática. Sem apresentar nenhuma prova concreta e mais uma vez baseando-se em supostas declarações de pessoas do submundo do crime, a revista tenta envolver a mim e ao presidente Lula nos episódios da Petrobras que estão sob investigação da justiça. Todos os eleitores sabem da campanha sistemática que a revista move há anos contra Lula e contra mim, mas dessa vez a *Veja* excedeu todos os limites [...]’” (CHAIA, 2016, p. 50).

¹³ A capa da revista chegou a ser reproduzida e distribuída gratuitamente como panfleto na véspera do dia do pleito eleitoral, por mais de uma capital do país.

¹⁴ Disponível em: <http://www.diariodocentrodomundo.com.br/essencial/parodias-de-capas-da-veja-com-denuncias-explodem-na-internet/>. Acesso em 20. Ago. 2016.

Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, vol. 3, n. 2, p.20 -44, Jul/Dez 2016.

A edição do dia 16 de março de 2016 do *Jornal Nacional* (JN) da Rede Globo foi ocupada em quase toda a sua totalidade pela reprodução dos áudios e assumiu tom de editorial, novamente a partir de uma “retórica com ares jornalísticos”, denotando, porém, o papel da emissora nas semanas que antecederiam a votação do *impeachment* na Câmara Federal do Deputados.

A articulação realizada pelo Grupo Abril e também aquela do Grupo Globo, evidenciam não apenas uma inversão de valores jornalísticos, pela desequilibrada cobertura, como expõem a configuração dos prenúncios do qual o *impeachment* da presidenta Dilma é resultado. As coberturas das manifestações ocorridas no país no ano de 2015, contra e pró governo Dilma, também são sintomáticas desse desnível jornalístico promovido pela grande imprensa (incluindo aí os principais jornais de circulação no país), materializando as hipóteses lançadas por Cláudio Souza (2016, p.36):

É possível falar em uma radicalização do antipetismo situada em uma dupla dimensão de análise: a) imputa-se ao partido a responsabilidade por malfeitos na política brasileira em um cenário de forte crítica ao sistema político; b) Mas, no entanto, as mobilizações contra o PT assumem um viés partidário, à medida que buscam a mobilização de segmentos conservadores alinhados à oposição partidária, que ganharam força ao longo do ano de 2015 em protestos contra a Presidente Dilma Rousseff (PT) e tendo como pano de fundo o pedido de impeachment, levando a uma queda brutal dos índices de apoio ao seu governo, conforme pesquisas realizadas pelos principais institutos de opinião.

32

Em síntese, *Veja*, assim como o *JN*, mais que interpretar e produzir um saber acerca do mundo, a partir de preceitos que orientam um campo profissional, assume em sua linha de frente a explicitação de interesses e valores que colocam em questão o universo jornalístico mais amplo, do qual, como instituição, ela deveria ser tributária. As edições de 27 de setembro de 2006 e 18 de março de 2015, concatenadas, são personagens e peças dessa engrenagem.

Capas que se espelham

As capas das edições de *Veja* de 27 de setembro de 2006 e de 18 de março de 2015 obedecem rigorosamente ao mesmo *layout*, com características idênticas: 1) trazem as caricaturas de dois presidentes brasileiros recentes; 2) retratos em corpo inteiro; 3) cabeças superdimensionadas; 4) figuras deslocadas para a esquerda das capas, cujos rostos se direcionam para a direita do leitor; 5) olhos vendados. As artes são muito bem *Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo*, Ponta Grossa, vol. 3, n. 2, p.20 -44, Jul/Dez 2016.

finalizadas, de forma que a textura dos cabelos e de suas roupas são quase palpáveis. Lula e Dilma aparecem vendados pela faixa presidencial em tecido de gorgorão brilhante, com um tratamento hiper-realista, como se tratasse de uma fotografia onde se notam detalhes mínimos do bordado das Armas da República. Este emblema se sobrepõe exatamente ao olho direito de cada um dos presidentes. A faixa amarrada em seus olhos sobra por trás de suas cabeças: a de Dilma se esvoaça pelo seu ombro esquerdo; a de Lula cai em meio às suas costas. As capas têm um fundo branco e enquadram os presidentes em fios de contorno preto. Esta moldura é extrapolada, no alto pelos penteados de Lula e Dilma: à esquerda, pela orelha de Lula e pelo cabelo de Dilma; embaixo, pelo pé direito de Lula e pelo esquerdo de Dilma. Nas duas capas o logotipo de *Veja* aparece na sua posição tradicional: à direita, no alto, tingido de vermelho, *outline* branco. A pequena árvore verde, marca da Editora Abril, está plantada dentro da moldura, no canto inferior esquerdo das capas.

Lula coloca as mãos nos bolsos da calça. Veste um elegante e bem cortado terno preto, camisa social branca e gravata de seda vermelha lisa. Calça sapatos pretos. À toda esta elegância se contrapõe o desenho de suas orelhas-de-abano, tornadas mais pontudas e voltadas para baixo, assemelhando-o ao conhecido personagem Yoda dos filmes *Star Wars*. Barba bem aparada, os cabelos, mesmo alinhados, deixam alguns pequenos tufos desgrenhados. Ressalvados os detalhes jocosos – mas não desrespeitosos – trata-se de um “retrato” bastante digno. Com sua figura um pouco deslocada para a esquerda, seu lado direito foi mantido totalmente branco. O que a capa apresenta de elementos tipográficos é o logotipo da revista vermelho com *outline* branco, número e data da edição em pequenas letras pretas, alinhadas à direita. Poderia ser definida como uma capa iconográfica. O que faz da figura um alvo bem mais visível para a mira do espectador.

Dilma Rousseff é retratada na mesma posição e proporção de Lula da Silva nove anos antes. Traz os braços estendidos ao lado do tronco. Veste blazer vermelho de dois botões, calça e sapatos (baixos) pretos. Poucos adereços são nada luxuosos: brincos de pérola e um discreto colar dourado, sem pingente. Maquiagem bastante discreta. A presidenta sorri, deixando aparecer nos lábios entreabertos pintados de vermelho, seus dentes frontais superiores, proeminentes. A imagem de seu corpo e da faixa presidencial que se esvoaça pelo seu lado esquerdo projetam uma sombra à direita da capa.

Os pequenos detalhes distintos entre as duas figuras presidenciais não caracterizam grandes diferenças nos textos visuais que *Veja* apresenta para propagar a “cegueira” deliberada dos dois governantes, cada um em seu próprio mandato. Quanto mais as capas se aproximam na boa qualidade de produção – semelhança com os simpáticos retratados em dignas e respeitadas posturas –, mais elas chamam a atenção para um importante detalhe: as armas da República servem como “tapa-olho” de seus chefes de Estado. *Nota bene*: tapam o olho direito de cada um deles. Exatamente naquele olho – sugerindo uma cena de cinema pastelão –, *Veja* quer atingi-los com um pedaço de torta cremosa, gesto bastante caro à publicação.

Dezenas de outras capas de *Veja*¹⁵ podem ser encontradas propondo a construção de textos visuais de Dilma Rousseff e de Luís Inácio Lula da Silva em situações depreciativas, para serem mal vistos e mal apreciados por seus leitores. Nestas duas capas, vestindo-os tão bem, colocando-os em boa e ereta postura, mostrando sua boa estampa, *Veja* tapa-lhes os olhos e dispensa manchete e textos verbais para dizer ao seu leitor: estes dois governantes cegos pela República são indignos de seu olhar.

Abril (2013, p.43) permite um entendimento melhor – e maior – do que se observa nas capas das duas edições da revista *Veja*., ao apresentar três dimensões do texto e da cultura visual: a da visualidade (qualidades sensíveis, variáveis perceptíveis: “trama visual”), a da imagem (representação icônica e iconográfica: imaginários) e a do olhar (enunciação: sujeitos, espaços e tempos do discurso). Como diz Abril (2013, p.49), “se trata, en cierto sentido, de una relación de mediación, según la cual cada dimensión hace posible la interrelación y efectuación de las otras.”

Assim, só através do olhar do leitor – ou de qualquer pessoa que olhe para a capa de *Veja* – seria efetivada uma experiência visual com a imagem dos presidentes Lula e Dilma. Apenas pelo seu olhar o (e)leitor concorda ou discorda da caricatura chistosa de ambos. Se fosse indagado dos leitores da revista que piada estavam vendo ali, provavelmente aqueles assinantes da revista fidelizados à sua linha editorial e acostumados àquele espaço discursivo diriam que os dois chefes de estado brasileiros tapam os olhos com a faixa presidencial e ignoram as agruras da pátria. Mas, se fosse indagado dos muitos espectadores dessas capas, que não comungam com a linha ideológica da revista *Veja*, talvez pudessem admirar a boa qualidade do desenho, e até

¹⁵ O acervo digital completo da revista pode ser acessado em: <https://acervo.veja.abril.com.br/>

sorrir observando que a sobreposição das armas da república no olho direito de cada um dos presidentes parece um soco naquele olho, ou a marca de uma pequena torta ali jogada, fixada como um carimbo, concluindo: “Piada de mau gosto”.

Isso porque a experiência visual não se dá apenas com a representação icônica construída pelos bons desenhistas de capas de *Veja*, e por seu editor. A trama visual¹⁶ se faz, sim, com esta imagem, mas só se efetiva com o olhar do leitor/espectador, olhar que ocorre de maneira fluida e absolutamente incontrolável por qualquer veículo mediático, mas que se encontra, muitas vezes, à mercê de um circuito mnemônico específico, como é o caso das edições aqui relatadas.

Como todo leitor de *Veja* – ou mero espectador dessas capas – é facilmente identificado como brasileiro alfabetizado – ou semi-alfabetizado – morador de algum canto do território brasileiro, deve ser lembrado que este mundo da recepção compõe um universo variado, mas bem delineado:

Los elementos supuestamente “figurativos” y los presuntamente “plásticos” establecen relaciones de paralelismo, rima, contraste, confluencia, etc., difícilmente separables, a su vez, del sentido iconográfico o simbólico que sobreinterpreta a los íconos en el interior de un universo cultural determinado (ABRIL, 2013, p. 52).

35

A escolha de uma “matriz” visual, utilizada por *Veja* no espaço de nove anos, foi passada didaticamente para o leitor para impor um viés de informação jornalística panfletária, exibindo dois presidentes da república – cada um em seu tempo editorial – de olhos vendados para não enxergarem o “mal” feito por seus comandados nos seus respectivos governos. A concretização de tal matriz, no entrecruzar de permanências e lembranças, também se dá nos textos verbo visuais internos das edições. Tais textos elucidam o acontecimento – distinto – dos quais falam, o mote de duas coberturas específicas, mas as une sob o foco do impedimento ao governo como solução ou caminho perene – tais quais as estratégias discursivas da revista – para sua cobertura.

Textos que se refletem

¹⁶ Llamamos “trama visual” al conjunto de significantes visuales que conforman el plano de la expresión de un texto visual, construyen su coherencia y preparan el conjunto de sus efectos semióticos. Se trata de un tejido de elementos muy heterogéneo (cualidades como color o textura, relaciones topológicas etc.) y [...] la clásica diferenciación metodológica entre un nivel “plástico” o “estético” de cualidades ensibles y perceptivas (cromatismo, forma, composición, textura) y un nivel “icónico” de representación figurativa resulta en cierta medida inadecuada. (ABRIL, 2013, p. 51).

A edição de 27 de setembro de 2006 fragmenta o dossiê-reportagem de capa em dez matérias. A primeira matéria tem como título: “Um tiro no pé às portas da eleição” (em outubro de 2006, dias seguintes à publicação, ocorreria um novo pleito eleitoral, no qual Lula seria candidato à reeleição). Na página dupla (VEJA, 2006, p. 58-59), uma grande foto de Lula está acompanhada de um primeiro parágrafo com os seguintes dizeres: “Com seus modos criminosos, o PT lançou o país em uma grave crise política. Às vésperas da eleição presidencial, o partido cometeu uma violência ao tentar influir nos resultados do pleito estadual paulista pela compra e divulgação de um dossiê falso sobre adversários. O crime foi descoberto” (p. 59).

A matéria seguinte (p. 60-66), no mesmo tom, possui o seguinte título: “O voo cego do Petismo”, incluído aí um infográfico “Os buracos negros do sistema Lula” (p. 62-63). Segue o “dossiê” da editoria “Brasil” com os textos: “O guarda-malas do Planalto” (p. 70-71); “A costela de Lula” (p. 72-73); “Um bom bode expiatório” (p. 74); “A PF finge que investiga” (p. 76-79); “Pior do que o Watergate” (p. 80-82); “Bruxaria contra ministros do TSE” (p. 84-85); e “Perdemos o sentido da civilização” (p. 86-88), este último, uma entrevista com o jurista Célio Borja (ex-deputado pela UDN, em 1964, e ex-Ministro da Justiça, em 1992, no governo de Fernando Collor de Mello).

Assim, o conjunto formado por estes textos forma um caderno especial, cujo acontecimento principal, referente da cobertura, é a “descoberta” da “compra e divulgação de um dossiê falso sobre os adversários” (o partido opositor nas eleições, o PSDB). Para a revista, a responsabilidade do ocorrido seria do ex-presidente que, “entre os trágicos resultados potenciais do [seu] crime”, poderia ter sua candidatura impugnada. Os trechos do texto inicial são marcantes, repletos de juízos e em diálogo com a capa. Colocam o PT à frente de um cenário “inédito” no país, como se suas ações “corruptas” [do partido], menos que pioneiras, fossem-lhe “exclusivas”. Algo que desconsidera questões históricas brasileiras e da própria constituição política do Brasil, além de ferir princípios jornalísticos. Como é possível observar no trecho:

O episódio é fruto de desgoverno, da colonização do aparelho de estado por militantes petistas contaminados pela notória ausência de ética e moral **da esquerda**¹⁷ quando esquadrinha a chance de chegar ao poder – e, depois, de mantê-lo a qualquer custo. Sobre essa “sobre essa defeituosa sopa primordial para a **figura complacente** do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (VEJA, 2006, p. 59).

¹⁷ O recurso do negrito será usado para destacar pontos dos textos.

O sentido é completado por outras falas nesta matéria e na seguinte:

[...] por ter criado e mantido um **ambiente propício à propagação da corrupção** em seu governo – e sem prejuízo de todas as sanções legais a que se expôs como candidato e presidente –, Lula é **o patrono da desastrada compra** com dinheiro sujo do falso dossiê (VEJA, 2006, p. 59).

Todos os envolvidos têm laços com a campanha reeleitoral do presidente Lula e com a própria instituição da Presidência da República (VEJA, 2006, p. 60).

A revista nomeia e identifica envolvidos e, junto à uma vontade de anulação das eleições, acrescenta, em caso de vitória do ex-presidente, a possibilidade de seu impedimento pelo Congresso Nacional: “pode resultar na impugnação da diplomação de Lula, caso seja reeleito, ou estimular a instalação de um processo **de impeachment**” (p. 60). Especula, ainda, sobre situações futuras, reiterando e desvalorizando, atitudes do PT e do Governo Federal:

para evitar que sua campanha desande, Lula pediria licença do cargo, entregando o comando do país ao senador **Renan Calheiros** (VEJA, 2006, p. 60)

A tática – **de novo, de novo** – é dizer que Lula não sabia de nada e que, estando com folgada vantagem nas pesquisas também não teria interesse algum em atacar adversários. Na lógica petista, portanto, tudo aconteceu por obra de maus perdedores (VEJA, 2006, p. 61)

As páginas das matérias são muito bem trabalhadas, com fotos e ilustrações didáticas, repletas de infográficos e imagens históricas, para deixar à vista quem é quem – enfatizando a imagem de Lula como articulador do processo e os envolvidos, todos vinculados à Lula. Personagens como o segurança pessoal do ex-presidente; o churrasqueiro e “tutor informal” da filha de Lula; o amigo, cuja mulher é a secretária do ex-presidente; e a própria Polícia Federal aparecem em destaque nas matérias, numa espécie de “desvalorização” dos sujeitos e instituições e na valorização de uma “corrupção capilarizada”. Também, paralelos históricos são realizados, comparando o episódio brasileiro ao escândalo de *Watergate*, nos Estados Unidos e qualificando-o (por meio de passagens textuais e visuais) como “ainda pior”. A revista, portanto, evoca memórias e preconceitos na própria cobertura, indicando sua visão de mundo e seu enviesamento.

De maneira surpreendente, mas ao mesmo tempo coerente, nove anos depois *Veja* reitera discursos e atualiza, sob os mesmos juízos, a memória acerca de uma fragilidade do Governo Federal e de sua governante, a partir de um outro acontecimento: a vitória/reeleição de Dilma Rousseff. A revista, diferentemente da edição de 2006, aponta sua interpretação para o momento posterior ao pleito eleitoral, trazendo não mais elementos para a não ocorrência deste, mas subsídios para sua anulação. No ponto de encontro, além da pauta do impedimento da governante eleita, saltam aos olhos as semelhanças discursivas, o que é carregado pela capa-espelho da presidenta.

A edição de 18 de março de 2015 saiu às bancas próxima a uma data de manifestações “populares” no Brasil (15 de março), promovidas por setores da oposição e por cidadãos descontentes com o resultado das urnas – afinal, apenas dois meses de governo haviam se dado. O dossiê-reportagem de capa está composto de seis matérias. A primeira matéria, cujo título é “E o governo mal começou...” (VEJA, 2015, p. 40-45), está ilustrada por uma grande foto de Dilma onde se ressaltam suas rugas. Ela tem uma expressão extremamente sofrida, com olhos fechados, cenho franzido, boca entreaberta, lábios voltados para baixo. É como se a fotografia flagrasse um momento em que ela custasse a suportar uma dor física.

As matérias seguintes trazem, assim como em 2006, uma escalada de títulos: “Até ela fala naquilo” (VEJA, 2015, p. 46-47), com duas fotografias do momento em que Collor abandona a Presidência; “Como o Brasil foi pro buraco” (VEJA, 2015, p. 48-52), ilustrada com uma caricatura de Dilma Rousseff fazendo uma careta irônica, cavando uma cova que tem a forma do Brasil); “Mercenários em ação” (VEJA, 2015, p. 54-57); “A culpa é deles” (VEJA, 2015, p. 60-63), ilustrada com fotografia de Lula apontando a direita, onde se posicionam duas outras fotos, uma de Delúbio Soares e outra de Vaccari (tesoureiros do Partido dos Trabalhadores); e “Corrupção institucional” (VEJA, 2015, p. 64-65). Entre as matérias, ainda, uma coluna do editor J.R. Guzzo, intitulada “A pior subversão” (VEJA, 2015, p. 58-59), que imputa ao PT práticas de censura à liberdade de expressão (seja de movimentos “sociais”, seja da mídia).

O conjunto de textos se perfaz da página 40 até 65. Na matéria seguinte à principal, intitulada “Até ela fala naquilo” (p. 46-47), *Veja* afirma, lembrando um cenário de 2006 reforçado pela revista e de 1992 (comparando o cenário de 2015 àquele do impedimento do ex-presidente Fernando Collor): “A naturalidade com que se discute o **impeachment**, o que a própria Dilma fez ao refutar sua destituição, esconde que ele é a **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, vol. 3, n. 2, p.20 -44, Jul/Dez 2016.

derradeira e não a primeira saída para a crise” (p. 46). A sequência das matérias trata de corrupção. Traz o mesmo mote de nove anos antes, encerrando o dossiê com a ideia de uma “corrupção institucionalizada”, como consequência – exclusiva – dos governos do PT.

Entre uma passagem e outra das edições e suas similitudes, a revista, desde os olhos vendados dos personagens das capas, realiza, no transcurso do tempo, a construção de um sentido predominante. Os governantes (Lula e Dilma) aparecem como descolados da realidade, mas ao mesmo tempo como pivôs de sua situação. Nessa permanência ideológica da revista, *Veja* acaba valendo-se de si mesma para legitimar a interpretação dos fatos, aciona uma memória perene, possível pelos elementos de forma e conteúdo por ela despertados.

O título do editorial (“Carta ao Leitor”) de 2015, “A faixa providencial” (num trocadilho com a palavra “presidencial”), aponta para um texto completamente autoreferente, que não fala apenas de uma edição, mas de outra, de 2006, e do *continuum* que ela traz consigo, estendido pela temporalidade do intervalo que o contempla. Segundo o texto:

A capa da revista refletia a **perplexidade** geral com o fato de o presidente e seu partido continuarem indiferentes às revelações do mensalão, escândalo que já viera a público e em que os envolvidos já estavam denunciados pelo procurador geral da república (VEJA, 2015, p. 12).

Os brasileiros que vão às ruas neste domingo 15 para protestar contra a presidente Dilma Rousseff também **estão perplexos...** (VEJA, 2015, p. 12).

Em síntese, quase nove anos depois de *Veja* estampar em sua capa uma caricatura do presidente Lula, a mesma revista volta a usar o mesmo *layout*, as mesmas técnicas de desenho, as mesmas características da caricatura de Lula em 2006, para estampar a presidenta Dilma Rousseff em 2015. Em seu interior, as edições dialogam desde o editorial e tecem uma rede de palavras-de-ordem (GOMES, 2003), de repetições de termos, que costuram significados dispostos a impor assim uma efígie destas duas figuras emblemáticas da esquerda brasileira que alcançaram o posto presidencial, mas que dele devem ser destituídos. O que isso reflete para além dos textos?

Tiroteio editorial ideológico

Veja tem feito de suas capas um retumbante espaço midiático de anti-propaganda esquerdista. Suas capas (e as edições em geral) têm se oferecido como objeto de pesquisa à academia brasileira (ALMEIDA, 2008; FRANÇA, 2011; LIMA, 2010; SILVA, 2009; TRINDADE, 2012). Uma repassada de olhos no Acervo Digital da revista comprova a utilização das capas de *Veja* como *display* de propaganda ideológica, na tentativa sistemática de demolição da imagem pública de figuras proeminentes da esquerda brasileira, e da América Latina.

No caso das capas em foco neste texto, talvez suspeitando que os leitores têm falhas em sua memória – mesmo sabendo-se que qualquer resquício de similitude entre duas imagens vistas em tempos distantes possam acioná-la, permitindo estabelecer relações entre o que se viu no passado e se vê hoje – a edição de 18 de março de 2015, aberta com uma “Carta ao Leitor” que reproduz uma miniatura da capa com Lula há 102 meses passados lembra, de forma autorreferente:

A capa de VEJA com a data de 27 de setembro de 2006 foi ilustrada com uma caricatura do então presidente Lula com os olhos vendados pela faixa presidencial. O primeiro mandato de Lula caminhava para o fim e aproximavam-se as eleições nas quais ele obteve nas urnas o direito de ficar mais quatro anos no Palácio do Planalto. A capa da revista refletia a perplexidade geral com o fato de o presidente e seu partido continuarem indiferentes às revelações do mensalão, escândalo que já viera a público e em que os envolvidos já estavam denunciados pelo procurador-geral da República. Os brasileiros que vão às ruas neste domingo, dia 15, para protestar contra a presidente Dilma Rousseff também estão perplexos. [...] muitos se assustam com o fato de a presidente pelo que se depreende de seu discurso em cadeia nacional de rádio e televisão no domingo passado, dia 8, mostrar-se alheia à realidade que a cerca, como se estivesse de olhos vendados. Por essa razão, VEJA fez a capa desta edição inspirada naquela de setembro de 2006 (VEJA, 2015, p. 12).

40

Por sua vez, na “Carta ao Leitor” da edição de 27 de setembro de 2006, com o título “Até Quando?”, é reproduzida uma capa de 12 meses passados, com a manchete “...Era vidro e se quebrou”, proferindo o discurso oposicionista:

O Brasil está a uma semana do primeiro turno da eleição presidencial. Mas o que deveria ser a celebração da democracia ocorrerá sob a sombra de um escândalo cuja consequência mais trágica poderá ser a anulação do resultado das ruas. [...] Entre tantas perplexidades e dúvidas há duas certezas. A primeira delas é que o Partido dos Trabalhadores é hoje uma agremiação em frangalhos, sem credibilidade, resultado de um processo de autodestruição única já pontado por uma reportagem de capa de VEJA de setembro do ano passado (VEJA, 2006, p. 11).

Em ambos os editoriais, *Veja* reitera a ideia de um escândalo político, desconsiderando a participação do jornalismo “denuncista” na construção do próprio enredo que permeia o fato, escolhendo para eles os personagens, os protagonistas e, conseqüentemente, a direção da luz dos holofotes midiáticos. Os dois textos dão o tom de edições com publicações estrategicamente pensadas – uma às vésperas do primeiro turno das eleições de 2006 e outra no período próximo às primeiras grandes manifestações contra o governo de Dilma Rousseff pós sua reeleição – colocando em cena, reiteradamente, a ideia do afastamento dos presidentes petistas (ou anulação do resultado das urnas) e do colapso do Partido dos Trabalhadores.

Como lembra Karam (2005, p. 76), o presente do jornalismo, assim como todo tempo presente, “carrega um conjunto de valores, fatos, testemunhos, interpretações que são resultado do acúmulo do passado. De outro, o futuro existe como possibilidade, projeção, esperança, movimento em uma ou outra direção”. As edições de *Veja* não fogem a esse movimento “natural”, de temporalizar o tempo, mas o fazem, seja pelo conjunto no qual elas formam, seja pela linha do tempo da qual elas fazem parte, como práxis ideológica, refém de uma identidade editorial que acaba, ironicamente, por colocar o próprio jornalismo em jogo, traduzindo uma caracterização mnemônica dos meios muito mais pelo entretenimento e pela espetacularização (RIBEIRO, 2013).

O(s) *impeachment*(s) denunciado(s) por *Veja*, como campanha indireta, há anos instaura(m), neste aspecto, um conflito histórico entre sua dimensão institucional [de veículo de informação] e a credibilidade do fazer jornalístico, também institucional e discursivo, cujo tempo “futuro” aponta para perspectivas de incerteza, deixando a publicação não na berlinda entre o que foi e o que será, mas, ironicamente, também “em frangalhos”, na iminência de deixar de ser.

Referências

ABRIL, Gonzalo. **Cultura visual: de la semiótica a la política**. Madrid: Plaza y Valdés Editores, 2013.

ALMEIDA, Tânia. **Opiniões e sentenças em capas de VEJA, de 2002 a 2006, sobre o primeiro governo Lula**. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil, 2008.

AZEVEDO, Fernando Antonio Farias de. Corrupção, mídia e escândalos midiáticos no Brasil. **Em Debate** (Belo Horizonte), v. 2, p. 14-19, 2010. Disponível em: http://www.pucsp.br/neamp/artigos/arquivos/artigo_97.pdf Acesso em: 17 Ago. 2016.

CHAIA, Vera. O impeachment da presidente Dilma Rousseff? **Em Debate** (Belo Horizonte), v. 8, p. 47-54, 2016. Disponível em: <http://opiniaopublica.ufmg.br/site/files/artigo/Vera-Chaia.pdf> Acesso em: 24 Jul. 2016.

CHAIA, Vera Lucia Michalany; BRUGNAGO, Fabrício. A nova polarização política nas eleições de 2014: radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do Facebook. **Aurora** (PUCSP. Online), v. 7, p. 99-129, 2014. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/view/22032> Acesso em: 19 Jul. 2016.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. São Paulo: Graal, 2004.

FRANÇA, Renné. Revista e referentes: a pensata na construção do mundo de cada publicação. In: TAVARES, Frederico; SCHWAAB, Reges. (Org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, v. 01, p. 93-106.

FRANÇA, Renné Oliveira. **40 Anos em Revista**: representação e memória nas capas da revista Veja. 2011. Tese (Doutorado em Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social). Universidade Federal de Minas Gerais.

FRANZONI, Sabrina; BERTASSO, Daiane; LISBOA, Sílvia. A verdade no jornalismo: relações entre prática e discurso. **Verso e Reverso** (Unisinos. Online), v. XXV, p. 45-52, 2011. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/viewFile/789/145> Acesso em: 22 Jul. 2016.

GOMES, Mayra. **Poder no jornalismo**. São Paulo: Hacker Editores; Edusp, 2003.

KARAM, Francisco. O Presente possível do Jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia** (UFSC), Florianópolis, Brasil, v. 2, n.2, p. 75-82, 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2217/3934> Acesso em: 13 Jun. 2016.

KARAM, Francisco; CHRISTOFOLETTI, Rogério. Fundamentos jornalísticos para novos cenários éticos da informação. In: SILVA, Gislene; KÜNSCH, Dimas; BERGER, Christa; ALBUQUERQUE, Afonso. (Orgs.). **Jornalismo Contemporâneo**: figurações, impasses e perspectivas. 1ed.Salvador/Brasília: Edufba/Compós, 2011, v. 1, p. 79-100.

LIMA, Regina Lúcia Alves de. **Análise das estratégias discursivas da mídia sobre os escândalos políticos**. Vozes em Cena. Belém: Fapesp, 2010.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio D. (Orgs.) **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. p. 29-35.

PEIXOTO, Vitor de Moraes. Presidencialismo de mandato máximo ou voto de desconfiança sem autodissolução do legislativo. **Em Debate** (Belo Horizonte), v. 8, p. 27-33, 2016. Disponível em: <http://opiniaopublica.ufmg.br/site/files/artigo/Vitor-Peixoto.pdf> Acesso em: 18 Jul. 2016.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. A memória e o mundo contemporâneo. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael. (Orgs.). **Entretenimento, Felicidade e Memória: forças moventes do contemporâneo**. São Paulo: Anadarco, 2013.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Brasil ainda pode evitar o “novo” golpe. **Outras Palavras**. São Paulo, 21 mar. 2016. Disponível em: <http://outraspalavras.net/brasil/boaventura-no-brasil-havera-tempo-contr-o-golpe/> Acesso em: 24 Jul. 2016.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Brasil: A grande divisão. **Carta Maior**. São Paulo, 05 nov. 2014. Disponível em: <http://www.cartamaior.com.br/?/Coluna/Brasil-A-Grande-Divisao/32167> Acesso em: 24 Jul. 2016.

SCHWAAB, Reges; TAVARES, Frederico de Mello B. O tema como operador de sentidos no jornalismo de revista. **Galáxia** (PUCSP), São Paulo, v. 9, p. 180 – 193, 2009. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/viewFile/2650/1690> Acesso em: 14 Jul. 2016.

SILVA, Carla Luciana. **Veja: o indispensável partido neoliberal (1989-2002)**. Chapecó: Ed.Unioeste, 2009.

SOUZA, Cláudio André de. Antipetismo e ciclos de protestos no Brasil: uma análise das manifestações ocorridas em 2015. **Em Debate** (Belo Horizonte), v. 3, p. 35-51, 2016. Disponível em: <http://opiniaopublica.ufmg.br/site/files/artigo/Claudio-Andre.pdf> Acesso em: 20 Jul. 2016.

SOUZA, Jessé. A cegueira do debate brasileiro sobre as classes sociais. **Interesse Nacional**, v. 7, p. 35-47, 2014. Disponível em: <http://www.bresserpereira.org.br/terceiros/2014/outubro/14.10-Cegueira-Classes-Sociais.pdf> Acesso em: 16 Ago. 2016.

TELLES, Helcimara, A crise política na ausência de política. **Em Debate** (Belo Horizonte), v. 8, p. 17-26, 2016. Disponível em: <http://opiniaopublica.ufmg.br/site/files/artigo/Helcimara-de-Souza-Telles.pdf>
Acesso em: 20 Jul. 2016.

TRINDADE, Vanessa Costa. **Capa de revista e produção de sentidos: possibilidades de leitura a partir do acontecimento Serra X Dilma**. Dissertação (Mestrado em Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social). Universidade Federal de Minas Gerais, 2012.

VAZ, Paulo Bernardo. Capas de newsmagazines brasileiras: produção e apropriação de sentidos. In: **Anais do VII Lusocom**. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 2009.

VEJA. São Paulo, 18 de março de 2015.

VEJA. São Paulo, 27 de setembro de 2006.

Recebido em 31/08/2016

Publicado em 20/11/2016