

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS**

TAIANE MONTAGNER RUBIN

**ENQUADRAMENTOS MIDIÁTICOS DA NOMEAÇÃO PARA MINISTRO DE LUIZ
INÁCIO LULA DA SILVA NAS REVISTAS *VEJA* E *CARTA CAPITAL***

Santa Maria, RS

2016

TAIANE MONTAGNER RUBIN

**ENQUADRAMENTOS MIDIÁTICOS DA NOMEAÇÃO PARA MINISTRO DE LUÍZ
INÁCIO LULA DA SILVA NAS REVISTAS *VEJA* E *CARTA CAPITAL***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal de Santa Maria como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Relações Públicas.

Orientadora: Prof. Dr^a Rejane de Oliveira Pozobon

Santa Maria, RS, Brasil

2016

TAIANE MONTAGNER RUBIN

**ENQUADRAMENTOS MIDIÁTICOS DA NOMEAÇÃO PARA MINISTRO DE LUÍZ
INÁCIO LULA DA SILVA NAS REVISTAS *VEJA* E *CARTA CAPITAL***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal de Santa Maria
como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Relações
Públicas

Banca Examinadora:

Prof. Dr^o. Rejane de Oliveira Pozobon – UFSM/RS
(Orientadora)

Doutoranda Me. Charlene Coser Dalcol – UFSM/RS

Professora Me. Fabrise de Oliveira Müller – UFSM/RS

Doutoranda Me. Andressa Dembogurski Ribeiro – UFSM/RS
(suplente)

Santa Maria, 16 de Dezembro de 2016

Agradecimentos:

Gostaria de agradecer, primeiramente, meus pais, Silvio e Isaura, por todo apoio na escolha do curso e durante esses quatro anos de graduação, sem vocês do meu lado nada disso seria possível.

À minha irmã, Thayse, que dividiu 24h por dia grande parte dos momentos que passei durante esse tempo e pelo suporte, principalmente, nesse último ano, onde pudemos compartilhar das mesmas dificuldades na construção de nossos trabalhos de conclusão de curso.

À minha orientadora, Rejane, pela paciência e atenção nos ensinamentos e por se tornar a melhor orientadora que eu poderia ter.

Ao meu colega e amigo Bruno, pela parceria de sempre e pelas explicações e ensinamentos sobre o contexto político, que se fez fundamental perante o tema da pesquisa e, por fim, a todos os demais amigos e colegas de turma, que mandaram boas vibrações e que tornaram e tornam os momentos muito mais especiais, em especial à Laura e ao Pedro. Guardarei todos vocês para sempre em meu coração.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar os enquadramentos midiáticos propostos pelas revistas *Veja* e *Carta Capital* acerca da nomeação de Luiz Inácio Lula da Silva (Lula) para ministro-chefe da Casa Civil, ocorrido em março de 2016. O conceito norteador utilizado foi o de enquadramento, visto que o mesmo dispõe de uma perspectiva teórica, onde utilizamos autores como Goffman (1986), Entman (1993), Tuchman (1978) e Traquina (1999) e metodológica, com os estudos de Matthes e Kohring (2008). Optamos por usar o mesmo conceito também no processo de análise e, para isso, trazemos autores como Gamson e Modigliani (1989), McCombs e Shaw (1968) e Entman (2001) para nos basearmos nas perspectivas citadas. Foram analisadas as matérias de capa das duas edições de cada uma das revistas anteriormente citadas, cobrindo a semana que antecede e que precede o acontecimento em análise. Ao fim, concluímos que as revistas trazem ideias opostas em relação à nomeação de Lula para ministro. *Veja* apresenta a nomeação como sendo algo programado para escapar de uma possível ordem de prisão, diferente de *Carta Capital*, que vê no acontecimento uma última esperança de salvar o governo Dilma.

Palavras-chave: Lula, ministro, enquadramentos midiáticos, revista *Veja*, revista *CartaCapital*

ABSTRACT

The purpose of this paper is to analyze the frames analysis proposed by the magazines *Veja* and *Carta Capital* upon the Civil House's chief minister nomination of Luiz Inácio Lula da Silva (Lula), occurred in March of 2016. The guiding concept used was that of framing, since it has a theoretical perspective, we used Goffman (1986), Entman (1993), Tuchman (1978) and Traquina (1999) and methodological, with the studies of Matthes and Kohring (2008). We have chosen to use the same concept also in the analysis process, and for this we bring authors such as Gamson and Modigliani (1989), McCombs and Shaw (1968) and Entman (2001) to base ourselves on the perspectives cited. The cover page subject of the two editions of each magazine previously mentioned has been analyzed, covering the week that precedes and proceeds the analysis' event. In the end, we concluded that the magazines convey opposes ideas regarding Lula's nomination as a minister. *Veja* states the nomination as something that had been planned to be able to escape from an arrest warrant, differently from *Carta Capital*, who sees the event as the last hope to save the Dilma government.

Key-words: Lula, frame analysis, *Veja* magazine, *CartaCapital* magazine.

LISTA DE IMAGENS

1. Imagem - Quadro proposto por Charaudeau (2007) –.....	17
2. Imagem - Fonte: autoria própria.....	22
3. Imagem - Revista <i>Veja</i> , edição N° 2469.....	37
4. Imagem – Revista <i>Veja</i> , edição N° 2470.....	37
5. Imagem – Revista <i>Carta Capital</i> , edição N° 893.....	38
6. Imagem – Revista <i>Carta Capital</i> , edição N° 894.....	38
7. Imagem - Lula, <i>Veja</i> n° 2469, p. 38.....	44
8. Imagem - Juiz Sergio Moro, <i>Veja</i> n° 2469, p. 48 e 49.....	46
9. Imagem - Lula e Dilma, <i>Veja</i> n° 2470, p. 52 e 53.....	50
10. Imagem - Lula, <i>Veja</i> n° 2470, p. 74	52
11. Imagem: Mosaico, <i>Carta Capital</i> n° 893, p. 15.....	58
12. Imagem: Manifestações, <i>Carta Capital</i> n° 896, p. 23.....	60
13. Imagem: Páginas iniciais, <i>Carta Capital</i> n° 894, p. 14 e 15.....	66
14. Imagem: Juiz Sergio Moro, <i>Carta Capital</i> n° 864, p. 24.....	67

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Representações da Revista <i>Veja</i> N° 2469,.....	41
Tabela 2 – Representações da Revista <i>Veja</i> N° 2470.....	47
Tabela 3 – Representações da Revista <i>Carta Capital</i> N° 893.....	53
Tabela 4 – Representações da Revista <i>Carta Capital</i> N° 894.....	61

SUMÁRIO

CONSIDERAÇÕES INICIAIS.....	10
CAPÍTULO 1 – CONTEXTO DE ANÁLISE: ACONTECIMENTO, AGENDAMENTO E ENQUADRAMENTO MIDIÁTICO – A MÍDIA DIZENDO O QUÊ E COMO DEVEMOS PENSAR.....	13
1.1 ACONTECIMENTO.....	13
1.2 AGENDAMENTO E ENQUADRAMENTO APLICADO AO CAMPO DA POLÍTICA.....	20
CAPÍTULO 2 – ENQUADRAMENTO MIDIÁTICO: PERSPECTIVA TEÓRICA E METODOLÓGICA.....	25
2.1. CONCEITO DE ENQUADRAMENTO: PERSPECTIVAS HISTÓRICAS E APLICABILIDADE NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO.....	25
2.2. ADAPTAÇÃO METODOLÓGICA: DISPOSITIVOS DE ENQUADRAMENTO.....	29
CAPÍTULO 3 – APRESENTAÇÃO DOS OBJETOS DE ESTUDO E DA ANÁLISE QUALITATIVA DOS ENQUADRAMENTOS.....	31
3.1.OBJETOS DE ESTUDO: <i>VEJA</i> E <i>CARTA CAPITAL</i>	31
3.2. A INDICAÇÃO DE LULA EM <i>VEJA</i>	39
3.3. A INDICAÇÃO DE LULA EM <i>CARTA CAPITAL</i>	52
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	68
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	70

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Perceber como se dá o processo de comunicação em diferentes veículos midiáticos envolve muita atenção e dedicação. Quando tratamos de política essa atenção tende a se ampliar, pois sabemos que nem todos esses veículos (públicos e/ou privados) compactuam com a mesma ideologia política, e assim, pode haver um sistema com diversas formas de construir a mesma notícia, o qual damos o nome de enquadramento.

Sabendo disso, motiva-se para realizar essa pesquisa a curiosidade da autora de perceber - e aqui já inserimos o **problema da pesquisa** - quais são os enquadramentos propostos pelas revistas *Veja* e *Carta Capital*, no que diz respeito à nomeação do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva para Ministro-Chefe da Casa Civil, ocorrido em Março de 2016?

Partindo dessa perspectiva, a pesquisa tem como **objetivo geral** desenvolver uma análise dos enquadramentos propostos à nomeação do ex-presidente Lula ao cargo de ministro-chefe da Casa Civil nas revistas *Veja* e *Carta Capital*.

Já os **objetivos específicos** consistem em:

- Mapear as duas revistas citadas no período de uma semana que antecedeu o referido fato e uma semana após o fato (edições *Veja* n°: 2469 e 2470 e *Carta Capital* n°: 893 e 894);
- Comparar os enquadramentos propostos em cada revista;
- Contribuir para a discussão metodológica dos estudos dos enquadramentos midiáticos abordando aspectos do campo de política.

Como citado anteriormente, o conceito norteador deste trabalho é o de enquadramento. Além do enquadramento, é de bastante valia entendermos também sobre os conceitos de Acontecimento (Alsina, 2009; e Charaudeau, 2007) e Agendamento (McCombs & Shaw, 1972; Robert Entman, 2001), visto que seus conceitos são bastante próximos ao de enquadramento e serviram, inclusive, como base para a presente pesquisa.

A **perspectiva teórica** sobre enquadramento é bastante vasta, e por isso, nos embasaremos nas perspectivas de Goffman (1986) e Entman (1993). Já na **aplicabilidade na comunicação**, autores como Tuchman (1978) e Traquina (1999) nos trazem a aproximação do comunicador com a construção da notícia.

O **método** dessa pesquisa será através da perspectiva metodológica do conceito de enquadramento, onde utilizaremos as concepções de Matthes e Kohring (2008) para desmembrar o texto em elementos, onde escolhemos, dentre as cinco diferentes abordagens, a *Linguística*. Para a análise da pesquisa, utilizaremos a ideia dos pacotes interpretativos de Gamson e Modigliani (1989), e escolhemos a “análise indireta do enquadramento” através dos “dispositivos de enquadramento”.

A escolha das revistas se deu por serem duas publicações informativas de circulação nacional, sendo também potenciais formadoras de opiniões. A escolha também se deve ao fato de serem de editoras diferentes, sendo elas, respectivamente, Editora Abril e Editora Confiança. O corpus do mapeamento será composto por duas edições de cada uma das revistas anteriormente citadas, cobrindo a semana que antecede e precede o acontecimento em análise .

No primeiro capítulo da pesquisa, apresentaremos o contexto de análise e o conceito de acontecimento, agendamento e enquadramentos midiáticos: a mídia dizendo o quê e como devemos pensar. Traremos alguns autores como Alsina (2009) e Charaudeau (2007) para conceituar a ideia de acontecimento. Para o conceito de agendamento ou Teoria da Agenda, traremos a proposta de McCombs e Shaw (1968) e Entman (2001). Na sequência do capítulo, será mostrado autores que diferenciam os conceitos de agendamento e enquadramento, como Michel Maher (2001), Reese (2007) e Entman (2001). No que diz respeito ao enquadramento, é levantada a ideia do enquadramento como sendo o segundo nível de *agenda-setting*, com a ideia de McCombs & Reynolds (2002) e Scheufele (1999). No final do capítulo, traremos sistematização teórica, de autoria própria, que apresenta o processo de agendamento e enquadramento a partir do momento em que se dá o acontecimento.

Partindo para o segundo capítulo, traremos a perspectiva teórica sobre enquadramento, perspectiva histórica e a aplicabilidade no campo da comunicação. Para falar um pouco da história do enquadramento, nos ancoramos em Erving Goffman (1974) e Entman (1993), já para introduzir o enquadramento no campo da comunicação, citamos autores como Tuchman (1978), Gitlin (1980) e Scheufele (1999). Em relação às abordagens metodológicas, os conceitos serão trazidos por Jörg Matthes e Matthias Kohring (2008), e a ideia dos pacotes interpretativos, elaborada por Gamson e Modigliani (1989).

Ainda no segundo capítulo, abordaremos algumas noções sobre a perspectiva metodológica do enquadramento e suas categorias de análise (dispositivos de enquadramento). Partimos da ideia de elementos de Matthes e Kohring (2008) e de pacotes

interpretativos (dispositivos de enquadramento e/ou dispositivos de justificação) de Gamson e Modigliani (1989).

No terceiro capítulo, abarcaremos um pouco da história do meio de comunicação revista, bem como a escolha dos objetos *Veja* e *Carta Capital*. Neste capítulo também apresentaremos as análises das matérias de capa de cada uma das revistas através do dispositivo de enquadramento, que consiste em metáforas, representações, imagens visuais e slogan e chavões.

No item das considerações finais apresentaremos os principais enquadramentos destacados por cada edição, além de retomarmos o processo de pesquisa, a delimitação do tema, a escolha do conceito norteador e do método. Por fim, mostraremos a contribuição dessa pesquisa no campo da comunicação, da política e da mídia impressa revista através da análise do enquadramento realizada.

CAPÍTULO 1 – CONTEXTO DE ANÁLISE: ACONTECIMENTOS, AGENDAMENTOS E ENQUADRAMENTOS MIDIÁTICOS – A MÍDIA DIZENDO O QUÊ E COMO DEVEMOS PENSAR

Neste capítulo, abordaremos os conceitos norteadores deste trabalho como o de Acontecimento, Agendamento e Enquadramento Midiático. Para o conceito de Acontecimento, nos basearemos nas propostas de Alsina (2009), Berger e Luckman (1979), Verón (1995), Weber (2011) e Charaudeau (2007). Já sobre Agendamento, autores como Shaw e McCombs (1972), Charaudeau (2007), Gutmann (2006) e Entman (2001) nos trazem seus pensamentos sobre esse conceito. Para finalizar essa primeira parte teórica, contamos com autores como McCombs e Reynolds (2002), Gutmann (2006), Reese (2007), Charaudeau (2006) e Scheufele (1999).

1.1 ACONTECIMENTO

A grande maioria das pessoas sabe que a mídia, seja ela como meio de televisão, jornal, rádio, *internet* e revista influencia nossas vidas, tanto no modo de agir e pensar como também sendo uma grande propulsora de opiniões. De acordo com Silva (2007, p. 87 apud David, 2015, p. 14) a mídia “[...] é uma preponderante agência de socialização de valores, portanto, uma agência privilegiada de produção de sentido”.

Para iniciarmos a construção de uma análise noticiosa, precisamos entender, primeiramente, a ideia de acontecimento. Alsina (2009, p. 113) diz que “a produção da notícia é um processo complexo que se inicia com um acontecimento”. Sendo assim, entende-se que é a partir de um acontecimento que a mídia decide se esse fato “vale a pena” ou não ser noticiado. Esse pensamento vai ao encontro com o de Palumbo (2007) que diz que:

o acontecimento, nos programas midiáticos, passa pelo processo de construção de sentido, em que um sujeito enunciador, com vistas a quem seu discurso irá alcançar, faz uma captura perceptiva e interpretativa do fato, inserindo-o em um mundo comentado, nomeando-o. Nas mídias, isso se convencionou chamar notícia, sendo definida por Charaudeau (2007a, p. 132) como: “um conjunto de informações que se relaciona num “espaço temático”, tendo um caráter de “novidade”, proveniente de uma determinada “fonte” e podendo ser diversamente tratado” (PALUMBO, 2007, p. 35)

Dessa forma, é possível entendermos que todo acontecimento é construído. A mídia tem o “poder” de transformar qualquer acontecimento (pré-construído) em uma grande notícia, e isso se dá através do enunciador. Partimos do ponto de que esse enunciador é quem tem as vozes na notícia, sejam eles os jornalistas ou apresentadores, por meio de um discurso e já tendo em vista com quem irá interagir.

Segundo Palumbo (2007, p. 37), “devemos ressaltar que a maneira como a mídia informa sobre determinados acontecimentos e direciona sentido pode influenciar e conduzir opiniões de milhares de telespectadores”.

Alsina (2009) classifica o acontecimento em três premissas: 1) Os acontecimentos são gerados através de fenômenos que são externos ao sujeito; 2) Os acontecimentos não fazem sentido longe dos sujeitos, pois são eles os que lhes conferem sentido; 3) Os fenômenos externos que o sujeito percebe tornam-se acontecimento por causa da ação deste sobre aqueles. Os acontecimentos se compõem das características dos elementos externos nos quais o sujeito aplica seu conhecimento, ou seja, é necessária a percepção e uma ruptura daquilo que parece ser “rotineiro” e, através dessa percepção, sejam atribuídos significados e interpretações.

Para servir como modelo das premissas de Alsina (2009) e também para melhor entendimento desse conhecimento do sujeito, recentemente, aproximadamente 150 escolas públicas do Rio Grande do Sul foram ocupadas pelos alunos. Com isso, podemos dizer que as ocupações de escolas públicas são coerentes com os três elementos citados por Alsina: 1) Elas foram um acontecimento atípico da vida cotidiana, ou seja, quebraram a norma do dia-a-dia; 2) Geraram um efeito multiplicador em termos de comunicabilidade quando vários meios televisivos cederam espaço da sua programação para acompanhar em tempo real as ocupações ou quando foram noticiadas e comentadas em vários meios jornalísticos na televisão, rádio, revista e redes sociais; 3) E, por fim, elas geraram impacto no dia-a-dia dos sujeitos que receberam a notícia do acontecimento, seja no que tange os comentários com outras pessoas que viram as notícias ou na influência no próprio modo de pensar dos mesmos.

Voltando às explicações das premissas de Alsina (2009, p. 114), segundo o autor, em relação à primeira premissa, “a construção social da realidade estabelece-se a partir da relação que existe entre a realidade e o conhecimento”. De acordo com Berger e Luckmann (1979, p. 13 apud Alsina, 2009) a realidade é “uma qualidade inerente nos fenômenos que reconhecemos como sendo independentes da nossa própria volição” e o conhecimento é “a certeza de que os fenômenos são reais e de que possuem características específicas”. Outro

ponto que também sustenta as premissas de Alsina (2009) é o da facticidade de Berger (1981, p. 18 apud Alsina, 2009, p. 114), onde esse autor diz que:

Existem coisas que se apresentam ao indivíduo como realidades “facticidades” externas, que são independentes da sua própria atividade e que o indivíduo vai objetivar. Segundo Berger, será um processo (internalização) que permitirá ao sujeito transformar essa facticidade objetiva em uma estrutura subjetiva de sentido. (ALSINA, 2009, p. 114)

Um último aspecto que sustenta as premissas de Alsina (2009) fala sobre a inter-relação entre os fenômenos e os indivíduos, que é a dedução ou inferência (o corolário) das duas supracitadas premissas. Como diz Berger (1981, p. 15 apud Alsina, 2009, p. 115) “a sociedade se transforma em uma realidade *sui generis* através da objetivação, e o homem é um produto da sociedade através da internalização”.

Apesar de um acontecimento ser construído pela mídia, ele é um fenômeno social e está determinado histórica e culturalmente. Segundo Alsina (2009),

Sabe-se que toda forma de enxergar é uma forma de ocultar. Edward T. Hall (1978: 80) nos lembra que “a cultura é a que decide em que nós devemos prestar atenção e o que devemos ignorar”. [...] não podemos considerar tudo quanto temos em volta como algo significativo, pois não seríamos capazes de processarmos tanta informação. “O que o indivíduo escolhe, mesmo se for consciente ou inconscientemente, é o que vai fornecer a estrutura e o significado ao seu mundo” (HALL, 1978, p. 83 apud ALSINA, 2009, p.115)

Para melhor entendimento sobre esse fenômeno social, Gradet e Porcello (2010) também trazem um pensamento acerca dessa premissa, onde dizem que “o próprio acontecimento é uma construção social, na qual é indispensável a cognição dos sujeitos sobre o que, de fato, *acontece*, no mundo. Não é simplesmente um fenômeno dado”. Alsina (2009) afirma que “é preciso que um sujeito aplique seu conhecimento a um fenômeno externo a ele para que se configure em um acontecimento” (Alsina, 2009 apud Gradet e Porcello, 2011 p. 191).

Essa ideia vai ao encontro do pensamento de construção social de Eliseo Verón (1995), onde diz que:

Os acontecimentos sociais não são objeto que se encontram já feitos em alguma parte da realidade e cujas propriedades e transformações nos são dados a conhecer de imediato pelos meios de comunicação com maior ou menor fidelidade. Eles só existem na medida em que esses meios os elaboram. (VERÓN, 1995, p. II apud MEDITSCH, 2013, p. 21)

No que se refere ao meio que constrói a notícia que provém do acontecimento, Verón acredita que “os meios informativos são o lugar onde as sociedades industriais produzem nossa realidade” (Verón, 1995, p. II apud Meditsch, 2013, p. 22).

No entanto, ao inserirmos a mídia como propulsora do acontecimento, é preciso entender que nem tudo que irrompe no mundo fenomenal é dado como notícia, como cita Hall (1993):

“A produção social das notícias envolve um processo de identificação e contextualização que define os eventos através da sua relação com outros acontecimentos e os colocam em um quadro de significação e interpretação familiar.” (HALL *et al*, 1993 apud GADRET e PORCELLO, 2010 p. 193)

Outra característica dada aos acontecimentos, que também complementa o pensamento trazido sobre fenômeno social, é a questão da hipertextualidade. Lempem (1980, p. 50 apud ALSINA, 2009, P. 115) diz que “o acontecimento é o resultado da brutal coexistência de um fato com outros fatos antes isolados uns dos outros através da informação”.

Assim, entendemos que todo acontecimento gera uma relação intertextual do leitor com seus momentos vividos. Para entender melhor, Alsina (2009, p. 115) traz como exemplo o seguinte fato:

A leitura de um texto pode, por exemplo, gerar relações intertextuais que nem o próprio autor desconfia. Possivelmente, o leitor desse livro, enquanto o lê, possa lembrar de um artigo que acabou de ler no jornal sobre os acontecimentos jornalísticos, e assim relaciona este texto com outro sobre o qual, evidentemente, eu nada sei neste instante. (LEMPER, 1980, p. 50 apud ALSINA, 2009, p. 115)

O seguinte esquema, elaborado por Charaudeau (2007, p. 42), ilustra o processo efetivado na construção do acontecimento na mídia.

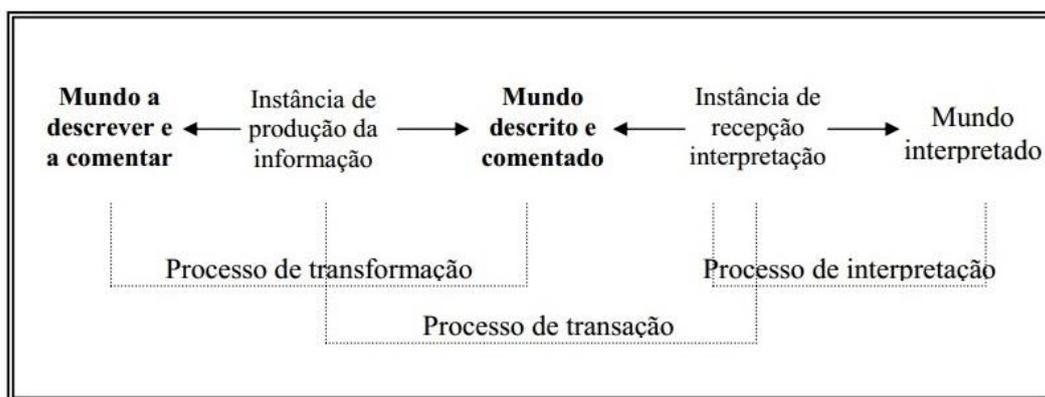


Figura 1 Quadro proposto por Charaudeau (2007) – Processo de construção do acontecimento na mídia

Como vemos, há um processo de transformação no mundo antes do acontecimento, o qual podemos chamar de “acontecimento bruto” e, após a introdução da instância de produção da informação, se transforma no “acontecimento noticiado”. No momento em que esse acontecimento bruto é noticiado, acontece o agendamento midiático, e é nessa transição que a mídia que vai escolher o que é pertinente ser noticiado ou não. Após, no momento em que essa notícia/acontecimento é interpretada pelo público, há a instância de recepção e interpretação, onde ocorre o que chamamos de enquadramento, porque o método que essa mídia utilizou para noticiar esse acontecimento reflete diretamente no modo em que o público irá interpretar.

Sobre esse acontecimento bruto, Charaudeau (2007, p. 95) também diz que “o acontecimento nunca é transmitido à instância de recepção em seu estado bruto; para sua significação, depende do olhar que se estende sobre ele, olhar de um sujeito que o integra num sistema de pensamento e, assim fazendo, o torna inteligível”. Ou seja, essa introdução da instância de produção da informação é exatamente a recepção do olhar de quem recebe o acontecimento bruto, tornando-o inteligível, através do significado atribuído a ele pelo sujeito.

Segundo Palumbo (2007, p. 36),

Em geral, o acontecimento relatado e/ou comentado seria um primeiro contato com o mundo não-imediato, que produz efeito de verdade, de atualidade e de momentaneidade. Na mídia, apesar de serem representados esses efeitos, não há, por exemplo, um relato concluído, pois o tempo, por vezes, é curto para uma cronologia dos fatos. (PALUMBO, 2007, p. 36)

Gadret e Porcello (2011) apresentam em seus estudos uma outra categoria do acontecimento, o acontecimento programado, o qual podemos mostrar como exemplo a posse

para a presidência, fato que acontece repetidamente de quatro em quatro anos, ou seja, um acontecimento já programado. Porém, se nesse evento programado acontecer algum imprevisto, poderá ser apontado e destacado nas notícias por ir além do acontecimento *per se*. “Esse elemento imprevisível do acontecimento programado pode transformar-se no que se chama de gancho no jargão jornalístico” (GADRET e PORCELLO, 2011, p. 196).

Segundo Charaudeau (2009 apud GADRET e PORCELLO, 2011, p. 195),

Aqueles acontecimentos não programados atendem a finalidade de captação do contrato de comunicação, que busca a atenção do público por destacar aquilo que é fora do ordinário, e por isso seriam privilegiados pelo jornalismo. Charaudeau (2009 apud GADRET e PORCELLO, 2011, p. 195)

Rodrigues (1999 apud GADRET e PORCELLO, 2011, p. 195) compartilha da mesma ideia de Charaudeau (2009) “ao afirmar que quanto menos previsível for um acontecimento, maior a probabilidade de ele integrar o discurso jornalístico”. Sendo assim, entendemos, segundo esses autores, que quanto mais imprevisível for um acontecimento, mais chances haverá deste se tornar uma notícia.

Para auxiliar na compreensão do conceito de acontecimento, teremos alguns conceitos complementares, tais como “acontecimento público”, “acontecimento político” e “espetáculo político-midiático” Weber (2011). Na perspectiva de Johnson (2010), “o acontecimento público é um fenômeno social amplo e complexo e não pode, portanto, ser reduzido à análise da esfera da ‘mídia’”. De acordo com Weber (2011, p. 189), acontecimentos políticos:

São aqueles relacionados ao interesse público, aos direitos humanos, à vida e à morte e, como tal, atraem a imprensa, as instituições públicas e privadas e desequilibram a ordem das coisas, devido ao seu impacto como fenômeno meteorológico (tsunamis, terremotos) ou a morte inesperada de uma celebridade (Ayrton Senna). Sem o mesmo impacto proporcionado pelo inusitado, encontram-se eventos estrategicamente planejados (no mundo do esporte, por exemplo) cuja grandiosidade é igualmente mobilizadora. (WEBER, 2011, p. 189)

No entanto, ainda segundo Weber (2011), a apropriação de um acontecimento público pode ser transformado em espetáculo político-midiático quando tiver as premissas da comoção social, ser rentável, gerar repercussão e imagem pública e permanecer como pauta por tempo indeterminado pelas seguintes singularidades: natureza, qualidade, autonomia, passionalidade, ideias e rituais de origem.

Inicialmente, entendemos que um espetáculo-midiático é algo não usual, não cotidiano e caracteriza-se por ser a transformação de um acontecimento público em função do espaço da

mídia e das instituições públicas. Ou seja, para haver um espetáculo político-midiático, depende-se do interesse igualmente oriundos do campo da política e do campo midiático e, especialmente, da sociedade de modo organizado ou espontâneo acerca do acontecimento. De acordo com Weber (2007, p. 3) “O espetáculo político-midiático é construído, portanto, a partir de qualquer acontecimento capaz de estabelecer algum nível de convergência entre o campo da política, o sistema de comunicação midiática e a sociedade.”

Como exemplo desse contexto da análise de Weber (2011), na nomeação de Lula para ministro da Casa-Civil em março de 2016 ocorreu um acontecimento político e um espetáculo político-midiático, pois envolveu interesses da sociedade, no momento em que se procurou saber como se daria a continuidade desse fato e por gerar repercussão, interesse político, por se tratar da imagem pública de um político por natureza e interesse da mídia quando esta cedeu espaço para abordar com mais relevância o acontecimento.

Weber (2011, p. 192) ainda traz a singularidade da qualidade e da essência do acontecimento. Segundo a autora,

a permanência de um acontecimento está na capacidade de capturar a sua qualidade e importância para os poderes envolvidos, na amplitude de sua repercussão, a partir de impactos (fato inusitado) ou da combinação de interesses (fato planejado estrategicamente). Significa dizer que existem potencialidades diferentes em cada acontecimento que o tornam suscetível à transformação em espetáculo. (WEBER, 2011, p. 192)

Ou seja, a qualidade se dá como um fator fundamental do espetáculo político-midiático, pois a qualidade, segundo a autora “a qualidade é a essência, a sua verdade e a sua integridade que o torna passível de espetacularização e rentável a cada reapresentação” (WEBER, 2011, p. 192).

No mais, ao tratarmos de acontecimento, estamos lidando com premissas internas e externas, no que engloba o ser humano ou leitor. Apesar de cada um dar seu valor aos acontecimentos, é a sociedade da mídia, que segundo Alsina (2009, p. 126) é uma sociedade “que faz acontecer” e que tem esse “poder” de se fazer construir certos acontecimentos.

1.2 AGENDAMENTO E ENQUADRAMENTO APLICADO AO CAMPO DA POLÍTICA

Dando sequência na compreensão teórica da pesquisa, se faz necessário trazer o conceito da hipótese do agendamento ou agenda *setting*, o qual surgiu no final da década de 1960, motivada pelos estudos de opinião pública realizados por Donald Shaw e Maxwell McCombs em uma campanha eleitoral. A hipótese do agendamento pressupõe que a mídia determina a pauta (agenda) para a opinião pública ao destacar determinados temas e ofuscar ou ignorar tantos outros. De acordo com McCombs (2009 apud DAVID, 2015, p. 18), criador da hipótese, “esta habilidade de influenciar a saliência dos tópicos da agenda pública veio a ser chamada da função agendamento dos veículos noticiosos”.

Ao estudarem a forma como os veículos de comunicação cobriam campanhas políticas e eleitorais, Shaw e McCombs constataram que o principal efeito da imprensa é pautar os assuntos da esfera pública, dizendo às pessoas não "como pensar", mas "em que pensar". Geralmente se refere ao agendamento como uma função da mídia e não como teoria (McCombs & Shaw, 1972), o que também explica a escolha do termo “hipótese” e não “Teoria”. (site)

De acordo com David (2015, p. 18),

McCombs (2009) ressalta que Walter Lippman é o pai da ideia do agendamento. Embora Lippman não tenha usado essa exata palavra no seu livro *Opinião Pública*, publicado em 1922, o autor resume a ideia da teoria. (DAVID, 2015, p. 18)

Como sugere o quadro de Charaudeau (2007, p. 42), mostrado anteriormente, o agendamento se insere quando o mundo é descrito e comentado pela mídia, e a opinião do público se formará nesse processo de transação entre o mundo a descrever e o mundo comentado.

Tendo em vista a definição do que é a hipótese do agendamento, vários autores apontam uma aproximação deste conceito com o enquadramento midiático. Mesquita (2008, p. 22) elenca alguns autores e referidas ideias da aproximação dos conceitos:

Michel Maher, por exemplo, avalia que o enquadramento tem raízes históricas diferentes do agenda setting. No livro *Framing Public Life* (2001), Maher explicita, já no título de seu capítulo, essa preocupação em delinear o escopo conceitual de cada uma das frentes. Sob o título “Enquadramento: um paradigma em emergência

ou uma fase do Agenda Setting?”, seu texto destaca a opinião de vários outros pesquisadores que se dedicam a uma diferenciação entre os dois conceitos. Kosicki (apud MAHER, 2001, p. 83) aponta que o enquadramento não pode ser visto como uma extensão do agenda-setting, uma vez que aquele nasceu de uma perspectiva cognitiva, o que não acontece com a hipótese do agenda-setting. Robert Entman (apud MAHER, 2001, p. 83), por sua vez, também distingue os dois conceitos, dizendo que “o enquadramento é atualmente um conceito maior que poderia se tornar uma teoria geral de como os textos comunicativos funcionam”. (MESQUITA, 2008, p. 22)

Mesquita (2008, p. 89) traz ainda que o autor Robert Entman “também se dedica à construção de limites conceituais que definem a diferença entre o pesquisador do agendamento e o do enquadramento.” Segundo Mesquita (2008, p. 23),

Robert Entman aponta que o enquadramento tem, ao menos, quatro elementos no processo de comunicação (o comunicador, o texto, o receptor e a cultura) e que a postura de análise mostra-se diferente dependendo do conceito adotado pelo pesquisador. A escola do enquadramento tipicamente concentra-se no enquadramento do comunicador, que é o enquadramento do jornalista. As pesquisas em agenda-setting examinam a transferência das saliências entre o texto (de acordo com a interpretação do pesquisador) e o receptor (público). (MAHER, 2001, p. 89 apud MESQUITA, 2008, p. 23).

Como vimos, os conceitos de agendamento e enquadramento dentro do campo da comunicação estão bastante relacionados e vários autores tentam esclarecer e delimitá-los. Para este trabalho, vamos tentar entender mais especificamente o conceito de enquadramento, o qual, também, servirá como modelo metodológico da pesquisa.

No momento em que a mídia mostra ou oculta certos aspectos da notícia, já podemos encontrar o enquadramento midiático. Esse enquadramento é feito pelo jornalista ou responsável pela divulgação da notícia. Segundo Porto (2002, p. 91 apud Cioccarri, 2015) “O enquadramento noticioso seleciona e enfatiza, sendo que o jornalista organiza as informações, o “ângulo da notícia””. Com isso, podemos dizer que o enquadramento pode moldar a opinião pública e também, as interpretações da audiência sobre eventos agendados pela mídia.

No decorrer dos anos, foram realizados estudos que envolvem os conceitos de *agenda-setting* e *framing*, estudos esses iniciados em 1970 e que vem sendo interpretado e utilizado de diversas formas. Em seus estudos, Gutmann (2006) analisa o pressuposto de que o enquadramento, como um modelo teórico dos *media effects*, é herdeiro do agendamento, denominando o enquadramento de “segundo nível do *agenda-setting*”.

Segundo Gutmann (2006, p. 30) “O frame seria justamente o quadro a partir do qual um determinado tema é pautado e, conseqüentemente, processado e discutido na esfera pública” (GUTMAN, 2006, p. 30). É importante destacar aqui as duas formas diferentes de utilização da metáfora: o *framing* da mídia que, segundo Gutmann (2006, p. 30) “se refere aos enfoques apresentados pelos veículos de comunicação para um determinado tema”, e o *framing* da audiência, “que se relaciona ao modo como o público vai enquadrar certos assuntos a partir do que é oferecido pelos meios”, o qual será melhor pautado na sequencia.

Já o que diz respeito ao segundo nível de *agenda-setting*, Mccombs & Reynolds (2002 apud Gutmann 2006, p. 41) dizem que,

O autor tem defendido que, além de estabelecer os temas que estarão entre nossas preocupações, os meios teriam o papel de pautar os principais aspectos dos assuntos mediados. A partir de uma primeira agenda temática, uma segunda agenda se colocaria, aquela referente às características que constroem uma representação de determinado “objeto”, seja ele um tema, um fato ou uma fonte de informação (Mccombs & Reynolds, 2002). A esta “nova” operação os autores dão o nome de segundo nível do *agenda-setting* ou *agenda-setting de atributos* e argumentam que a mídia não nos diria apenas “o que pensar”, mas também como pensar através da ênfase ou atenuação de aspectos das notícias veiculadas (MCCOMBS & REYNOLDS, 2002, p. 10 apud GUTMANN, 2006, p. 41).

Ou seja, a mídia não apenas pauta o quê pensar mas como pensar e em quais aspectos ou quais *frames* devemos dar mais atenção na hora da leitura.

Gutmann (2006) também apresenta, como citado anteriormente, o estudo realizado sobre a audiência. Segundo Gutmann (2006, p. 29) “as novas pesquisas consideram a mudança de paradigma quanto aos aspectos que envolvem a recepção, agora vista como parte da produção de sentido das mensagens transmitidas”. Ou seja, a audiência também passa a fazer parte da transmissão de sentido das mensagens, de acordo com Gutmann (2006, p. 29)

Dietram Scheufele (1999) caracteriza esse quarto e atual estágio como a fase do “construtivismo social”, pois as (fortes) influências da mídia atuam no conjunto da sociedade. Nesta etapa, a descrição dos meios e de seus conteúdos combina elementos dos estudos sobre os efeitos fortes e fracos; por um lado, os veículos de comunicação influenciam na construção da realidade social modelando representações desta realidade de um modo particular, por outro, os efeitos da mídia são mediados por uma interação entre os meios e a audiência (SCHEUFELE, 1999, p. 105 apud GUTMANN, 2006, p. 29).

Porém, neste trabalho, manteremos o foco somente no que é transmitido pela mídia (*framing* da mídia), deixando de lado a recepção das mensagens (*framing* da audiência), por

ser um estudo que demande maior tempo, ficando inviável a realização dentro do período destinado para a elaboração deste trabalho.

Uma perspectiva da diferença dos conceitos de agendamento e enquadramento vem de Reese (2007), onde Pozobon e Schaefer (2014, p. 162) dizem que:

Para explicar a diferença entre o enquadramento e a agenda setting de atributos, Reese (2007) sustenta que as notícias devem selecionar certos aspectos da realidade e enfatizá-los, mas que eles são organizados de determinado modo para produzir seus efeitos. “É precisamente o modo em que certos atributos são associados com particulares temáticas que concerne à análise do enquadramento” (REESE, 2007, p. 152 apud POZOBON e SHAEFER, 2014, p. 162).

Ainda segundo Pozobon e Schaefer (2014, p. 162), o conceito de enquadramento “dá maior amplitude à interpretação, captura um processo mais dinâmico da negociação de significados e realça as relações dentro do discurso” (REESE, 2007, p. 152 apud POZOBON e SHAEFER, 2014, p. 162).

Baseado na proposta teórica de Charaudeau (2007, p. 42), propomos um esquema onde apresentamos o processo de agendamento e enquadramento a partir do momento em que se dá o acontecimento.



Figura 2 Fonte: autoria própria

Nessa proposta, é possível identificar o processo de agendamento, quando o acontecimento bruto torna-se o acontecimento noticiado. É nessa instância que a mídia encontra-se e atua, a fim de agendar como e o quê o público pensa. Já, quando o acontecimento é interpretado pelo público, identificamos o enquadramento, que tem por finalidade mostrar a posição que a mídia tem sobre tal assunto, além de interferir na opinião dos públicos.

Os conceitos acima nos auxiliam no entendimento da temática da pesquisa e na execução dos objetivos propostos, fornecendo uma problematização teórica que dá conta da complexa relação entre mídia e política.

CAPÍTULO 2 – ENQUADRAMENTO MIDIÁTICO: PERSPECTIVA TEÓRICA E METODOLÓGICA

Neste capítulo, será abordada a origem do conceito de Enquadramento (*framing*), inicialmente proposto pelo psicólogo social Erving Goffman em 1974, seguido do histórico da chegada do enquadramento no campo da comunicação por Robert Entman (1993) e as abordagens metodológicas, definidas por Jörg Matthes e Matthias Kohring (2008). Partimos do entendimento de que o conceito de enquadramento abarca uma perspectiva teórica e metodológica. Neste sentido, primeiramente, vamos expor aspectos de sua construção teórica para, posteriormente, apontarmos aspectos de sua perspectiva metodológica.

2.1 CONCEITO DE ENQUADRAMENTO: PERSPECTIVAS HISTÓRICAS E APLICABILIDADE DO CAMPO DA COMUNICAÇÃO

Nos anos 1970, em seu livro intitulado *Frame Analysis: an essay on the organization of experience*, Goffman (1986) define enquadramentos como os princípios de organização que orientam os eventos sociais “para caracterizar como os indivíduos compreendem e respondem às situações sociais a partir do modo com que organizam a vida cotidiana” (GUTMANN, 2006, p. 32). Para o autor, então, enquadrar envolve a organização da realidade, o que permite os indivíduos “localizar, perceber, identificar e rotular um número aparentemente infinito de ocorrências concretas” (GOFFMAN, 1974 apud GUTMANN, 2006, p. 32). Portanto, “o ato de enquadrar é visto como a forma como os atores sociais agem e interagem para criar formas organizadas de entendimento do mundo” (VIMIERO e DANTAS, 2009, p. 3).

Em um estudo pioneiro, Gaye Tuchman (1978) traz o conceito para o campo da comunicação em seu livro *Making News: a study in the construction of reality*, contribuindo para o entendimento da relação entre práticas de enquadramento e o processo de produção noticioso. No livro, os autores sustentam que “as notícias definem um enquadramento que orienta um entendimento específico do assunto retratado e, por consequência, constroem a realidade” (POZOBON e SCHAEFER, 2014). Ainda segundo Pozobon e Schaefer (2014), os pesquisadores sugerem que os enquadramentos “podem governar a constante organização social do próprio acontecimento perceptível, ao passo que sem o *frame* [os acontecimentos]

seriam apenas *happenings* ou apenas conversa. [...] Com o *frame*, as ‘estórias’ oferecem definições da realidade social” (TUCHMAN, 1978, p. 259 apud POZOBON e SCHAEFER, 2014, p. 159).

Após os estudos de Gaye Tuchman, diversos autores também iniciaram seus estudos do enquadramento no campo da comunicação. Para Todd Gitlin, que iniciou seus estudos na cobertura jornalística norte-americana do movimento estudantil contra a guerra do Vietnã, ele sugere que:

Enquadramentos da mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira (GITLIN, 1980, p. 7 apud POZOBON e SCHAEFER, 2014, p. 159)

Ao falar sobre enquadramento na mídia (*media framing*), é de grande valia citar Robert Entman. Entman (1993) trouxe uma clássica definição sobre enquadramento inserido na mídia que até hoje é tomada, muitas vezes, como ponto de partida para os estudos da comunicação. Segundo o autor,

O enquadramento envolve essencialmente seleção e saliência. Enquadrar é selecionar alguns aspectos de uma dada realidade e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o tem descrito (ENTMAN, 1993, p. 52 apud POZOBON e SCHAEFER, 2014, p. 160).

Segundo Pozobon e Schaefer (2014), os enquadramentos organizam os textos noticiosos selecionando alguns aspectos da realidade em detrimento de outros, colocando-os em destaque e conseqüentemente construindo uma definição, uma interpretação, uma avaliação e uma orientação quanto ao fato retratado.

Matthes e Kohring (2008) mapeiam diversas pesquisas que utilizam o enquadramento como perspectiva teórica e/ou metodológica e propõem classifica-las em cinco abordagens distintas: Hermenêutica, Linguística, Holística Manual, Assistida por computador e Dedutiva. Após a análise das cinco perspectivas, observamos que a abordagem que melhor se enquadra na proposta deste trabalho é a Linguística que, por sua vez, segundo Vimiero e Maia (2011, p. 238),

é aquela que marca os estudos em que os enquadramentos são identificados pela análise da seleção, localização, estrutura de palavras e sentenças específicas no texto. A ideia básica dessa perspectiva é que palavras específicas são os “títulos” dos *frames* (Entman, 1993 apud VIMIERO e MAIA, 2011, p. 238)

Matthes e Kohring (2008) trazem, a partir dos estudos mapeados em pesquisas, a ideia de desmembrar os enquadramentos em “elementos”. Com isso, Vimiero e Maia (2011) nomearam como “análise indireta dos enquadramentos”, a ideia de que esses elementos sejam codificados mais objetivamente do que o enquadramento em si, a fim de fornecer as pistas para compreender um dado *frame* no texto. Segundo Matthes e Kohring (2008):

[...] nós entendemos um enquadramento como um certo padrão em um dado texto que é composto por diversos elementos. Esses elementos não são palavras, mas componentes ou dispositivos dos enquadramentos previamente definidos. Ao invés de codificar diretamente o enquadramento como um todo, nós sugerimos partir o enquadramento em seus elementos isolados, os quais podem ser mais facilmente codificados em uma análise de conteúdo. Depois disso, uma análise dos agrupamentos desses elementos deve revelar os enquadramentos. Isso significa que quando alguns elementos agrupam-se sistematicamente de uma forma específica, eles formam um padrão que pode ser identificado através de diversos textos em uma amostra. Nós chamamos esses padrões de enquadramentos (MATTHES e KOHRING, 2008, p. 263 apud VIMIERO e MAIA, 2011, p. 241).

Ao falar de “elementos”, devemos lembrar-nos dos trabalhos que William Gamson e Andre Modigliani trouxeram à comunicação. Segundo Vimiero e Maia (2011, p. 241),

A noção de elementos de enquadramento nos parece bem similar à ideia de “pacote interpretativo”, de Gamson e Modigliani (1989). Segundo os autores, os “pacotes interpretativos” (*interpretative packages*) têm uma estrutura interna que abriga uma ideia organizadora central, o enquadramento. Os pacotes oferecem um número de símbolos condensados – eles chamam de dispositivos – que sugerem o cerne do enquadramento. Depois, dispositivos de enquadramentos e os pacotes interpretativos (dispositivos de enquadramento ou dispositivos de justificação). (VIMIERO e MAIA, 2011, p. 241)

Ou seja, esses “pacotes interpretativos” adotados pelos autores trazem uma ideia organizadora central do enquadramento (ou conjunto de *frames*) que, posteriormente, pode ser analisada indiretamente através de duas maneiras: por “dispositivos de enquadramento” (metáforas, exemplos, slogans ou chavões, representações e imagens visuais) ou por “dispositivos de justificação” (origens ou causas, consequências ou efeitos e apelos a princípios).

Acredita-se ainda que o enquadramento de um assunto pela mídia pode conter uma perspectiva ampla e ser influenciado por variáveis amplas e socioculturais ou organizacionais. De acordo com Vimiero e Maia (2011), isso ocorre porque

a abordagem cultural, que é uma perspectiva mais ampla acerca dos *frames*, indica que não são apenas palavras, mas, sim, contextos e sentidos indiretos, os responsáveis por um padrão específico de entendimento acerca de uma temática em um texto midiático. (VIMIERO e MAIA, 2011, p. 240).

Na década de 1990, Dietram Scheufele (1999) percebeu em seus estudos que “as influências da mídia atuam no conjunto da sociedade, fazendo parte do “construtivismo social” (Gutmann, 2006, p. 29). Segundo Gutmann (2006, p. 29) “as correntes atuais de análise situam os efeitos da comunicação no âmbito sociocultural como um fenômeno cumulativo e de longo prazo”. De acordo com Pozobon e Schaefer (2014, p. 164),

os estudos em que os enquadramentos servem como variáveis independentes, segundo Scheufele (1999), voltam-se geralmente aos efeitos do enquadramento. No caso da mídia, os resultados dos enquadramentos estão ligados diretamente à percepção dos receptores e, no caso da audiência, a pesquisa investiga se o enquadramento individual dos assuntos influencia a avaliação de atores políticos. (POZOBON e SCHAEFER, 2014, p. 164)

Por fim, Reese (2011, apud Pozobon e Schaefer 2014, p. 165) ressalta que “os enquadramentos são princípios de organização socialmente compartilhados, que persistem no tempo e trabalham simbolicamente para estruturar o mundo social”.

É nesse sentido e através desses contextos que buscamos desenvolver uma análise dos enquadramentos feitos pelas revistas *Veja* e *Carta Capital* acerca da nomeação do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva para ministro-chefe da Casa Civil, ao passo que procuramos contribuir para os estudos de enquadramento midiático no campo da política.

2.2 ADAPTAÇÃO METODOLÓGICA: DISPOSITIVOS DE ENQUADRAMENTO

Neste item, apresentamos a metodologia que utilizamos para a análise do trabalho, a qual será, como citado anteriormente, a de enquadramento. Para a análise, trazemos Gamson e Modigliani (1989) que apresentam duas formas de análise: dispositivos de enquadramento e dispositivos de justificação.

Utilizamos no item anterior as concepções de Matthes e Kohring (2008) para desmembrar o texto em elementos onde, através de seus estudos desenvolvidos, chegaram em cinco perspectivas mais decorrentes: hermenêutica, linguística, holística manual, assistida por computador e dedutiva. Contudo, para esta pesquisa, optamos por trabalhar apenas com a linguística. De acordo com Shaefer (2013), o autor Entman et. al. (2009) ao analisar a forma como o enquadramento é extraído do conteúdo midiático, chegaram a quatro principais abordagens metodológicas: abordagem qualitativa, abordagem manual holística, abordagem por agrupamento manual e abordagem assistida por computador.

Na construção das análises, optamos por fazer uma adaptação na metodologia. Gamsom e Modigliani (1989) apresentam dois tipos de dispositivos para análise: dispositivos de enquadramento e dispositivos de justificação. Segundo Prates (2016),

os primeiros (de enquadramento) sugerem como pensar sobre um tema, e são classificados em: metáforas, exemplos, slogans ou chavões, representações e imagens visuais. Os últimos (de justificação) sugerem ou explicam o que deveria ser feito sobre o assunto, sendo divididos em: origens ou causas, consequências ou possíveis efeitos e apelo a princípios. (PRATES, 2016, p. 39)

Porém, utilizamos apenas o dispositivo de enquadramento por ser o que melhor se adapta as necessidades da pesquisa. Para Gamson e Modigliani (1989),

o enquadramento é sustentado na perspectiva dos pacotes interpretativos, que são um conjunto de símbolos que concentra uma ideia organizadora central, ou seja, molduras para um fato ou evento relevante” (GAMSON e MODIGLIANI, 1989 apud RIZZOTTO, PRUDENCIO E SILVA, 2015, p. 4).

Lembramos que para essa pesquisa fizemos uma adaptação metodológica, excluindo da análise as categorias de “exemplos” e “*slogans* e *chavões*”, por praticamente não estarem presente em nenhuma das revistas selecionadas.

Sendo assim, na análise utilizamos as ferramentas de metáforas, imagens visuais e representações, sendo esta última formada por quatro sub-representações: Mídia, Governo Dilma, Juiz Sergio Moro/Lava Jato e Lula.

CAPÍTULO 3– APRESENTAÇÃO DOS OBJETOS DE ESTUDO E DA ANÁLISE QUALITATIVA DOS ENQUADRAMENTOS

Neste capítulo, será apresentado um apanhado histórico da origem e do crescimento da segmentação do meio de comunicação revista, a importância desse meio e a veracidade que elas transmitem, de acordo com o “efeito de verdade” de Charaudeau (2007). Para esse contexto, também contamos com os estudos de demais autores como Mira (2013), Scalzo (2004) e Baptista e Abreu (2010). No fim do primeiro subcapítulo, serão apresentados nossos objetos de estudo, as revistas *Veja* e *Carta Capital*. Na sequência do capítulo, traremos a análise da pesquisa com as indicações de Lula em duas edições de *Veja* e em duas edições de *Carta Capital*.

3.1 OBJETOS DE ESTUDO: VEJA E CARTA CAPITAL

Para a elaboração deste trabalho optamos pelo meio de comunicação revista. Segundo Scalzo (2004), a revista é um meio segmentado, o público é menor e se sabe exatamente com quem se está falando. Scalzo (2004, p. 14) afirma que:

Revista une e funde entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos. Possui menos informação no sentido clássico (as “notícias quentes”) e mais informação pessoal (aquela que vai ajudar o leitor em seu cotidiano, em sua vida prática). Isso não quer dizer que as revistas não busquem exclusividades no que vão apresentar a seus leitores. Ou que não façam jornalismo. (SCALZO, 2004, p. 14)

As revistas, diferentemente das outras mídias e por ter uma periodicidade maior, tendem a trazer a mesma notícia vinculada em um jornal num formato menos factual e com novos ângulos explorados pelos jornalistas, o que a faz durar mais tempo nas mãos no leitor. A história do mercado editorial brasileiro concentra-se em buscar um caminho para atingir mais leitores, e com isto, conseguir se manter no mercado, ao passo que acompanha as diferentes transformações socioculturais do momento.

A segmentação das revistas tem início na década de 1960, com a criação de revistas voltada para o público feminino, como por exemplo, *Manequim* (1959) e *Claudia* (1961). Segundo Baptista e Abreu (2010):

É a percepção mercadológica aplicada ao mercado editorial que subdivide os grupos, anteriormente separados por gênero (revistas masculinas e femininas) ou por idade (histórias em quadrinhos infantis ou fotonovelas), faz surgir revistas especializadas como *Casa Cláudia*, antiga seção da revista *Cláudia*, da Abril, *Arquitetura e Construção*, também da mesma seção de *Cláudia*, mas com o propósito de apresentar soluções gráficas e projetos de edificações e *Casa e Jardim*, voltada a um público interessado em plantas e suas características, por exemplo. (BAPTISTA e ABREU, 2010, p. 16)

Dessa forma, outras segmentações de conteúdo foram produzidas, como as voltadas para o público masculino. A revista *Quatro Rodas* (1960), que tratava sobre o setor automobilístico, *Dois Rodas* (1974), voltada ao setor de motocicletas e a revista *Placar* (1970), que tratava de assuntos esportivos.

Com ênfase às grandes reportagens e destaque especial ao fotojornalismo, foi lançada por Assis Chateaubriand, em dezembro de 1928, a revista intitulada *Cruzeiro*. A receita da revista pode ser decifrada, segundo Baptista e Abreu (2010):

Uma resenha do noticiário semanal nacional e internacional com muito material fotográfico, literatura, reportagens sobre locais exóticos e quase desconhecidos da flora e fauna nacionais, colunas que abordavam um grande espectro de assuntos. (BAPTISTA e ABREU, 2010, p. 6)

Ainda segundo Baptista e Abreu (2010),

implantando novas técnicas na elaboração de anúncios, a *Revista Cruzeiro* trouxe métodos de divulgação baseados naqueles praticados nos Estados Unidos e na Europa, em especial no *Paris-Match*, na França. Materiais bem impressos que mobilizavam a atenção da opinião pública com modernas técnicas de divulgação dos produtos. (BAPTISTA e ABREU, 2010, p. 7)

Em contrapartida, a principal concorrente da *Cruzeiro* da década de 1940 era a revista *Diretrizes*, fundada em 1938 por Samuel Weiner. A *Cruzeiro* era, segundo Baptista e Abreu

(2010, p. 7) “um veículo de imprensa influente e primava pela não subserviência aos órgãos que davam apoio à ditadura Vargas”. De acordo com Faro (1999, p. 78), “a revista *Diretrizes* era concorrente de *Cruzeiro* num duplo sentido: disputava o público leitor e disputava os melhores profissionais do Rio de Janeiro”. É importante perceber que houve espaço para os dois modelos de revista, a primeira voltada ao leitor de variedades de notícias e, a segunda, ao leitor crítico-político. Mais tarde, em 1952, surge na Editora Bloch a revista *Manchete*, periódico que torna a fotografia um de seus elementos mais relevantes. Segundo Faro (1999, p. 76), é uma revista direcionada ao grande público urbano, que era tratado sem diferenciação na revista *Cruzeiro*, dessa década de 1950.

Em 1966, a então Editora Abril de Victor Civita lança a revista *Realidade*, com características nas reportagens de objetividade da informação e a presença de duas linguagens, a existencial e a política. *Realidade* tinha como finalidade ganhar grande parte dos leitores da revista *Cruzeiro*. Anos depois, veio ao mercado editorial, também através da Editora Abril, a revista *Veja*, abordando temas do cotidiano da sociedade brasileira como economia, política, guerras e outros conflitos territoriais, cultura e aspectos diplomáticos, entre outros.

Conforme os anos se passavam, e o avanço da tecnologia aumentava, a televisão e o rádio obtiveram grande avanço na época no sentido de difundir as informações, e o mercado editorial começou a apresentar dificuldades. De acordo com Faro (1999):

A revista de interesse geral, a respeito de tudo, não funcionava mais. Havia uma preferência do público pelo fragmento, pelo interesse específico. A televisão resumia tudo e impunha velocidade nas informações e a aceitação maior da imagem, da recepção imediata. Neste caso, roubava o público, principalmente de revistas ilustradas, como *Realidade*. (FERNANDES, 1888, p. 19 -20 apud, FARO, 1999, p. 92).

Quanto ao momento histórico no Brasil, as revistas tiveram sua primeira circulação na década de 1810 em Salvador com cara e jeito de livro e, segmentadas por natureza, foram se especializando cada vez mais, a fim de direcionarem-se a nichos de mercado específicos. Conforme Nascimento (2002, p. 16):

É somente no século XX que as revistas começaram a ganhar definição e espaço diferenciado em relação aos jornais, que passam, naquele momento, por

mudanças estruturais, especialmente com a separação do material literário. (NASCIMENTO, 2002, p. 16)

Mira (2013) analisa o processo de segmentação pelo qual passou as revistas, principalmente na década de 1980, segundo ela, “flexibilizar (as revistas) seria a melhor maneira de se capacitar para descobrir rapidamente novos nichos de mercado” (Mira, 2013 p. 148).

Charaudeau (2007) mostra como o poder da informação influenciou na segmentação dos receptores, ao analisar a “força” que cada notícia possui:

Se, numa primeira aproximação, informar é transmitir um saber a quem não o possui, pode-se dizer que a informação é tanto mais forte quanto maior é o grau de ignorância, por parte do alvo, a respeito do saber que lhe é transmitido. (CHARAUDEAU, 2007, p. 18-19)

Com isso, a partir da segmentação, diminui-se quantitativamente o número de receptores para qualificar e “fortalecer” o valor da notícia, para que esta atinja um público que possui um teor maior de conhecimento sobre o assunto abordado, a fim de evitar a hipótese “fraca”.

Assim como aconteceu com as mulheres na década de 1960, as revistas foram segmentadas para o público jovem e geral na década de 1960 e 1970. Nos anos 1980 foram classificados pelo sexo (feminino e masculino). Na década de 1990, o mesmo aconteceu com idosos, negros, homossexuais e deficientes físicos, o que fez com que, além de aprofundar a segmentação, a criação de novos produtos mercadológicos, dessa vez, mais específicos.

A busca pela identidade nos produtos mercadológicos desse público segmentado fez com que houvesse uma “tendência crescente a uma mudança de percepção e de hábitos relativos ao corpo que liga a recuperação da autoestima à recuperação da estima pelo próprio corpo” (MIRA, 2003, p. 256) o que gera a segmentação da segmentação nos desdobramentos mais recentes desses movimentos. Portanto,

um dos fatores que faz com que o mercado tenha que se empenhar cada vez mais em conhecer cada grupo de indivíduos que pode formar um segmento é esse processo de demarcação das diferenças sociais que já pode ser considerado de longa duração. (MIRA, 2003, p. 252).

Assim, um número crescente de publicações passou a compor o mercado editorial, permitindo ao público a possibilidade de consumir a revista que se adequasse ao seu perfil e aos seus desejos de conhecimento.

Segundo Scalzo (2004, p. 14) “As revistas ditam comportamento, influenciam diretamente na vida das pessoas, transformam pensamentos, atitudes, além de passar as informações de maneira mais profunda”. Ou seja, além de passar a informação necessária para os leitores, ela dita intrinsecamente modos de pensar sobre o assunto em questão, e esse modo por vir tanto da visão do jornalista que a escreve quanto dos valores da editora da revista. Ainda segundo Scalzo (2004, p. 15):

As revistas vieram para ajudar na complementação da educação, no aprofundamento de assuntos, na segmentação, no serviço utilitário que podem oferecer a seus leitores. [...] Revistas são direcionadas a um tipo certo de público e têm uma linguagem leve e dinâmica. (SCALZO, 2004, p. 15)

Diante da realidade política em que nos encontramos atualmente, de fato, analisar as notícias de um ponto mais pessoal, faz com que os resultados obtidos sejam mais precisos e esclarecedores através do método escolhido.

Para tanto, neste trabalho, foram escolhidas duas revistas informativas de circulação nacional, sendo também potenciais formadoras de opiniões. A escolha das revistas também se deve ao fato de serem de editoras diferentes, sendo elas, respectivamente, Editora Abril, Editora Globo e Editora Confiança.

Podemos observar através da rede social *Facebook*, o número de curtidas em cada página. A revista *Veja* possui 6.466.439 milhões, enquanto a revista *Carta Capital* conta com um total de 1.664.149 milhões de curtidas.

A revista *Veja*, pertencente à Editora Abril, foi fundada em 1968 e se apresenta como a semanal de informação mais influente do país com mais de 10 milhões de leitores. A *Veja* é, também, a segunda maior revista semanal de informação do mundo, com circulação média semanal de 1,071 milhão (IVC, 2012) de exemplares. Segundo o criador da revista, Roberto Civita, ela tem como missão:

Ser a maior e mais respeitada revista do Brasil. Ser a principal publicação brasileira em todos os sentidos. Não apenas em circulação, faturamento publicitário, assinantes, qualidade, competência jornalística, mas também em sua

insistência na necessidade de consertar, reformular, repensar e reformar o Brasil. Essa é a missão da revista. Ela existe para que os leitores entendam melhor o mundo em que vivemos.



Figura 3 - Revista Veja, edição Nº 2469



Figura 4 - Revista Veja, edição Nº 2470

A Editora Abril foi criada em 1950 como parte integrante do Grupo Abril, ambos fundados por Victor Civita. A Editora Abril é uma das maiores provedoras de conteúdo do País, com mais de 30 marcas que atingem cerca de 23 milhões de pessoas. Em 2011, foram 127 milhões de exemplares entregues porta a porta e aproximadamente 277 milhões de revistas avulsas vendidas em todo o país, fazendo assim, com que ela tenha sete das dez revistas mais lidas do país.¹

A revista Carta Capital foi fundada por Mino Carta em 1994, que também participou na criação da revista *Veja*. A revista pertence, hoje, à Editora Confiança, criada em 2001, quando Carta Capital, até então quinzenal, tornou-se semanal². A proposta da revista é de ser:³

¹ Disponível em: < <http://grupoabril.com.br/pt/>> Acesso em 9 de Jul. de 2016

² Disponível em: < <http://www.cartacapital.com.br/editora/cartacapital>> Acesso em 9 de Jul. de 2016

³ Disponível em: < <http://www.cartacapital.com.br/editora/cartacapital>> Acesso em 9 de Jul. de 2016

Alternativa ao pensamento único da imprensa brasileira e presente em todas as plataformas digitais, Carta Capital nasceu calçada no tripé do bom jornalismo, aquele baseado na fidelidade à verdade factual, no exercício do espírito crítico e na fiscalização do poder onde quer que se manifeste. [...] a semanal respeita a inteligência do seu leitor e tem orgulho de afirmar-se progressista, respeitadora da diversidade humana e defensora de um mundo mais justo para todos.



Figura 5 - Revista Carta Capital, edição Nº 893



Figura 6 - Revista Carta Capital, edição Nº 893

Tema de bastante divergência em opiniões, a política fez e faz parte das manchetes das revistas durante décadas, como mostrado anteriormente. Assim como as outras, faz parte de uma segmentação voltada para o público que se interessa por esse tema e que, muitas vezes, usa do viés da revista para desenvolver a sua própria opinião sobre política, que pode ser demonstrado através da lógica simbólica de Charaudeau (2007, p. 21), onde “todo organismo de informação tem por vocação participar da construção da opinião pública”.

Contudo, é preciso saber, primeiramente, de que forma e com qual viés será abordada a notícia, para então repassar a informação da forma que se deseja. Segundo Charaudeau (2007, p. 36):

A informação é pura enunciação. Ela constrói saber e, como todo saber, depende ao mesmo tempo do campo de conhecimentos que o circunscreve, da

situação de enunciação na qual se insere e do dispositivo na qual é posta em funcionamento.

É importante ressaltar que os meios de comunicação começaram seus estudos na política na década de 1910, mais especificamente, logo após a 1ª Guerra Mundial (1914-1918) com o emprego massivo de propaganda bélica e política pelos governos envolvidos no conflito. Segundo Gomes (2011, p. 337) o estudo da comunicação e política “é o mais antigo de toda a área de comunicação, anterior mesmo à institucionalização deste campo acadêmico e científico”.

Durante décadas estudos na psicologia através de Carl Hovland e na sociologia, através de Paul Lazarsfeld e Bernard Bevelson tentavam tirar a limpo a ideia que a comunicação tem algum papel nos efeitos sobre a opinião pública, na persuasão individual e nas mudanças de comportamento.

Apenas na década de 1970 foi que se começou a realizar estudos teóricos e metodológicos sobre comunicação e os reais efeitos que ela transmite e que regem até hoje, como por exemplo, a Teoria do Agendamento (1972) por Maxwell McCombs e David L. Shaw, a hipótese do Efeito sobre Terceiros (1983) por W. Phillips Davison e a hipótese do Media Priming (1987) por S. Iyengar e D. Kinder. Essa última, já em conjunção com a perspectiva do agendamento de McCombs, veio a servir como base para a futura hipótese do enquadramento ou *Media Framing*, desenvolvida por Erving Goffman em 1990. De acordo com Gomes (2011, 341), “desde o começo, o modelo (*media framing*) foi pensado para explicar o modo como se relacionam a vida pública (ou a esfera pública política) e o jornalismo, isto é, como um paradigma de estudo dos efeitos da comunicação política”.

Além desses aspectos abordados até então, é também interessante destacar a relação da informação como discurso. Charaudeau (2007) ressalta que não devemos confundir valor de verdade e efeito de verdade visto que o primeiro está relacionado com a crença que cada indivíduo possui, e a verdade depende de cada crença já preexistida. Por isso, pode-se concluir que o valor de verdade não é de ordem empírica,

Ele se realiza através de uma construção explicativa elaborada com a ajuda de uma instrumentação científica que se quer exterior ao homem (mesmo que seja ele quem a tenha construído), objetivante e objetivada [...] A utilização dessa instrumentação permite construir um “ser verdadeiro” que se pressupõe a um saber erudito produzido por textos fundadores. (CHARAUDEAU, 2007, p. 49).

Já o efeito de verdade está mais ligado ao “acreditar ser verdadeiro” do que para o “ser verdadeiro”, vem da subjetividade do indivíduo com o mundo, e tem mais adesão porque é compartilhável com outras pessoas e há mais reconhecimento no mundo.

Diferentemente do valor de verdade, que se baseia na evidência, o efeito de verdade baseia-se na convicção, e participa de um movimento que se prende a um saber de opinião, a qual só pode ser apreendida empiricamente, através dos textos portadores de julgamentos. [...] O que está em causa aqui não é tanto a busca de uma verdade em si, mas a busca de “credibilidade”, isto é, aquilo que determina o “direito à palavra” dos seres que comunicam, e as condições de validade da palavra emitida. (CHARAUDEAU, 2007, p. 49).

Portanto, é preciso estar atento às intenções que a mídia perpassa em suas notícias. A informação extorquida pode, muitas vezes, ter o crédito de um efeito de verdade, e acabar tirando vantagens disso. Buscar informação e conhecimento em diferentes plataformas e veículos de mídia é um passo importante para a melhor concretização do conhecimento e da opinião.

Para a construção da análise empírica dos objetos, nos basearemos na proposta de Gamson e Modigliani (1989) que propõem uma análise a partir dos dois dispositivos (de enquadramento e de justificação). Porém, nesta pesquisa, através da adaptação já citada anteriormente, centremos nossa análise somente nos dispositivos de enquadramento, que são: slogans e chavões, exemplos, representações, imagens visuais e metáforas. Serão analisadas as matérias de capa de cada uma das revistas *Veja* e *Carta Capital*, no período que o mapeamento abrange. Para este trabalho, não analisaremos as categorias de exemplos e slogans por praticamente não estarem presente em nenhuma das revistas selecionadas.

3.2. A INDICAÇÃO DE LULA EM *VEJA*

Revista *Veja* Nº. 2469 (p. 38 até p. 55), publicada em 16 de março de 2016

Tabela 1

- Representações:

Eixo	Citação
Mídia	<p>“A iniciativa da CNBB, antes tão ligada ao PT, reflete o clima de hostilidade reinante. Movimento sociais invadiram recentemente a sede de veículos de comunicação, numa tentativa de intimidá-los.” p. 44</p>
Governo Dilma	<p>“O recado foi claro: o destino de um (Lula) está atrelado ao destino do outro (Dilma).” p. 40</p> <p>“Há tempos o criador (Lula) reclama da criatura (Dilma), que insiste em transferir para Lula a responsabilidade pelos escândalos.” p. 40</p> <p>“O PT considera a rua um ativo participativo e conta com ela para defender o ex-presidente e sua pupila do risco de impedimento.” P. 41</p> <p>“Nos últimos dias, a presidente tem aparecido em público com o rosto abatido, olheiras carregadas, cabisbaixa. [...] Seu desânimo é consequência de uma revelação: finalmente, ao que parece, Dilma deu-se conta de que seu governo pode acabar antes do fim.” p. 43</p> <p>“A ideia seria adotar uma modalidade de semipresidencialismo ou um parlamentarismo-tampão, através do qual a presidente poderia até ficar no cargo, mas como elemento decorativo.” p. 43</p> <p>“No congresso, forma-se um consenso de que o impeachment só será aprovado se cancelado pelas ruas, onde a defesa do governo também se encontra fragilizada”. p. 43</p> <p>“A fragilidade política de Dilma e os percalços crescentes de Lula reanimaram os caciques do PMDB e do PSDB que trabalham pela queda do governo.” p. 45</p> <p>“Com sua habitual inabilidade política, (Dilma) introduziu no vocabulário de Brasília uma palavra da qual qualquer governante</p>

	<p>fraco faz tudo para passar longe – renúncia.” p. 45</p> <p>“A crise, que abala o governo e o nome mais popular do PT, está arranhando o país, cuja economia se encontra paralisada e sem perspectivas de melhora a curto prazo, o que resulta em prejuízo para o conjunto dos brasileiros, ricos ou pobres. “ p. 45</p> <p>“As revelações do executivo fornecem evidências que não deixam dúvidas sobre a natureza dos governos de Lula e Dilma. Ambos tinham na corrupção um pilar de sustentação”. p. 52</p>
Sergio Moro/ Lava Jato	<p>“O juiz se incomoda com o que, na visão dele, está na origem das ameaças: o discurso de ódio difundido na retórica oficial e em sites da internet patrocinados com dinheiro do governo.” p. 51</p>
Lula	<p>“[...] nenhum outro país do continente além do Brasil tem uma jararaca como Luiz Inácio Lula da Silva. [...] Na semana passada, a jararaca provou-se realmente muito viva, mas em luta desesperada pela sobrevivência. [...] Sim, a jararaca está viva mas nunca esteve tão acuada.” p. 39</p> <p>“São muitos os pecados atribuídos ao ex-presidente” p. 40</p> <p>“Diante de tantos e tão variados indícios de crimes, Lula desembarcou em Brasília para pedir apoio a próceres da República. Seu plano é criar uma rede de proteção capaz de contestar, constranger e intimidar os investigadores.” p. 40</p> <p>“O ex-presidente reclama para assessores que sua sucessora ouve seus conselhos, finge que concorda, mas não executa o combinado.” p. 41</p> <p>“Numa tentativa de mostrar poder, Lula quer agora os ministérios da Justiça e da Fazenda sob sua tutela.” p. 41</p> <p>“Da Fazenda, Lula espera uma guinada na política econômica, com a adoção de medidas de incentivo ao crédito e ao investimento, a fim de atenuar o mau humor da população.” p. 41</p> <p>“No ano passado, petistas já haviam defendido sua nomeação para a Casa Civil como forma de lhe assegurar o direito a foro privilegiado. [...] Lula, cujo instinto de sobrevivência é</p>

	historicamente aguçado , anda preocupado com sua família, que obviamente não seria beneficiada pelo foro privilegiado.” P. 42
--	--

- Metáforas:

“Com o governo de Dilma Rousseff esfarelado-se a olho nu [...]” p. 39

“Mas separa-se o joio do trigo [...]” p. 40

“[...] que treme à sombra do impeachment” p. 40

“Em mais um cenário, Lula insinuou a Dilma que o melhor caminho para ambos seria ele, Lula, assumir de vez as rédeas do governo.” p. 41

“Com o esfarelamento do Governo Dilma [...]” p. 43

“É desse veneno ofídico que o Brasil precisa escapar para retomar [...]” p. 45

“Por mais que as ameaças tenham surgido no conflagrado território da internet, é sempre bom podar o perigo pela raiz.” p. 50

“A ofensiva de um lado resulta, evidentemente, em agressividade do outro, numa guerra que racha o país.” p. 51

- Imagens Visuais:

A matéria de capa desta edição possui no total quatro trechos, totalizando 17 páginas. Nas duas primeiras páginas, uma imagem de Lula e o presidente do Senado, Renan Calheiros ocupa, aproximadamente, 75% das páginas e possui como legenda “*Mito, Lula com Renan Calheiros: busca de apoio para manter o que ainda lhe resta de poder e influência*”, a qual faz parte do trecho com o título “*A serpente acuada*”. Na imagem, Lula é mostrado em tom de desespero, desespero esse que fecha com as representações do ex-presidente trazido na matéria pela Veja.



Figura 7 - Lula, Veja nº 2469, p. 38

Na outra página, é apresentada uma foto de Dilma com feições de “*rosto abatido, olheiras carregadas, cabisbaixa*” segundo a revista, e com a legenda “*Ocaso, Dilma, entre o impeachment e a possibilidade de renúncia: perto do fim?*”, fazendo alusão ao texto como, por exemplo, no trecho “*(o governo) treme à sombra do impeachment em tramitação no congresso*”. Nas páginas seguintes, é voltada a atenção aos supostos crimes cometidos por Lula na operação Lava-Jato, e as imagens contidas nas páginas 42 e 43 mostram o triplex do Guarujá e o sítio de Atibaia, ambos dados pela revista como propriedades do ex-presidente e financiados através da corrupção da Petrobrás. Nas mesmas páginas, há uma imagem dos promotores responsáveis pela ordem de prisão preventiva do ex-presidente.

Dando sequencia ao texto, as imagens das páginas 44 e 45 revelam a concordância do texto/imagem. As imagens mostram dom Darci José Nicioli, bispo auxiliar da Arquidiocese de Aparecida, apontando o dedo em forma de exigência e da atriz Juliana Paes, também trazida como destaque visual, ambas as imagens com a seguinte legenda: “*O bispo auxiliar Darci José Nicioli e a atriz Juliana Paes: eles querem pisar na cabeça da cobra*”, fazendo ligação com a fala de Nicioli “*É hora de voltar à casa do Pai. Pisar na cabeça da serpente. De todas as serpentes. Anular a força do male vencer o mal pelo bem. Coragem.*” e que a

atriz Juliana Paes “*têm gravado vídeos contra o atual estado de coisas*”. Ainda nessas páginas, uma imagem ocupando cerca de 50% da página mostra a população que apoia o governo Dilma, segurando bandeiras do PT e do Movimento Sem Terra (MST) com a legenda “*Lula ainda tem apoio popular, mas a mobilização nas ruas, por enquanto, é mais promessa que realidade*”. Segundo a revista, “*Lula e o PT perdem o apoio da Igreja, cuja ala mais liberal sempre foi mais dócil, e também estão perdendo terreno em outra seara antiga: os artistas [...]*”.

No trecho com o título “*Príncipe condenado*”, o foco é na condenação de prisão do empreiteiro Marcelo Odebrecht, dono da maior empreiteira do país e um dos principais envolvidos no escândalo da Lava-Jato. É o que mostra a imagem na página 46 que ocupa cerca de 50% da página, onde Marcelo aparece com uma feição de desgosto e com a legenda “*O empreiteiro, que tinha poucas mudas de roupa na cela, com a sentença recebeu da família peças de inverno*”.

O próximo trecho envolve exclusivamente o juiz Sergio Moro, sua segurança e as ameaças que vem recebendo através de redes sociais. A imagem de Moro atravessando uma rua cercado de seguranças e, inclusive, pessoas vestindo camisetas com seu rosto estampado e com a escrita “*#SomosTodosSergioMoro*” ocupa cerca de 90% das duas páginas seguido do título da matéria “*O ódio alimentado*”. Em destaque, uma pequena imagem da rede social *Twitter* mostra ataques feitos ao juiz. A imagem reflete no texto que foca nas medidas de segurança que Moro teve que aderir após o mandato de condução coercitiva do ex-presidente Lula para depor na 24ª fase da Lava-Jato em Março de 2016. O texto faz também uma comparação com a “*Operação Mãos Limpas*” ocorrida na Itália nos anos 1990, onde os juízes da operação foram assassinados pela máfia. A imagem na página 50 mostra carros tombados em uma avenida com a legenda “*Na Itália dos anos 1990, juízes que combateram a corrupção do governo foram assassinados pela máfia*”.



Figura 8 - Juiz Sergio Moro, Veja nº 2469, p. 48 e 49

O trecho seguinte com o título “*Mais um listão*” refere-se a como foram feitas as negociações de propina das empreiteiras envolvidas no escândalo da Petrobras. A primeira imagem da matéria contém o ex-presidente da empreiteira Andrade Gutierrez, Otávio Azevedo, sendo levado pelo policial federal, Newton Ishii, e ocupa cerca de 50% da página. O segundo destaque visual da matéria é de Ricardo Berzoini, ministro da coordenação política do governo Dilma, acusado por Otávio de negociar propina em obras federais, e ocupa em torno de 25% da página. Os dois últimos destaques trazidos pela matéria são do senador Delcídio do Amaral com a legenda “*O senador Delcídio, que aguarda a homologação de seu acordo*”, e do Estádio Mané Garrincha “*As empreiteira pagaram propina para ganhar obras dos estádios da Copa, como o Mané Garrincha, em Brasília*”, ambos trazidos na matéria como favorecidos também pela corrupção das empreiteiras no escândalo da Petrobras.

Revista *Veja* Nº. 2470 (p. 48 até p. 76), publicada em 23 de março de 2016

Tabela 2

- Representações:

Eixo	Citação
Mídia	
<p>Governo Dilma</p>	<p>“[...] e o governo emparedado com suas próprias traficâncias [...]” p. 49</p> <p>“A Dilma herdou e se beneficiou diretamente do esquema, que financiou as campanhas eleitorais dela. A Dilma também sabia de tudo. A diferença é que ela fingia não ter nada a ver com o caso.” p. 53</p> <p>“O petrolão financiou a reeleição de Dilma.” p. 53</p> <p>“Era clara a estratégia do governo de fazer lobby nos tribunais superiores e usar ministros simpáticos à causa para deter a Lava-Jato.” p. 55</p> <p>“O mais surpreendente: Dilma participava da estratégia, como sugere o diálogo entre a presidente e o ex, reproduzido ao lado.” p. 61</p> <p>“Trata-se, argumentam, de um governo fraco, sem credibilidade e sem a força política necessária para liderar as reformas difíceis de aprovar e executar” p. 74</p> <p>“Descartou o uso das reservas em moeda estrangeira para bancar investimentos, uma iniciativa que, neste momento, só pode sair de cabeças desmioladas, porque elevaria ainda mais a descrença externa em relação ao país.” p. 76</p> <p>“Acuado como está, dele (governo) se pode esperar tudo – e a economia está à deriva.” p. 76</p>
<p>Sergio Moro/ Lava Jato</p>	<p>“O preparo da equipe de policiais e promotores, somado à expertise do juiz Moro no crime de lavagem de dinheiro, é um dos principais trunfos da investigação.” p. 68</p> <p>“Até a manhã de sexta-feira, sua posse estava suspensa e Lula ainda permanecia sob a jurisdição daquele de quem foge com implacável desembaraço, o juiz Sergio Moro.” p. 61</p>

	<p>“Moro disse que a divulgação atendia relevante interesse público e fez menção a um aspecto que tranquiliza todo brasileiro honesto: ‘Uma das conquistas do estado de direito é que até o príncipe está sujeito à lei.’” p. 63</p> <p>“Sem falar da atuação do juiz Sergio Moro, que é um profundo conhecedor da matéria.” p. 69</p>
<p>Lula</p>	<p>“Luiz Inácio Lula da Silva voltou ao governo, agora como ministro da Casa Civil, para exercer o que na prática será seu terceiro mandato presidencial – só que, desta vez, não assumiu com a consagração das urnas, mas com a intenção de escapar de uma ordem de prisão” p. 49</p> <p>“O Lula negociou diretamente com as bancadas as indicações para as diretorias da Petrobras e tinha pleno conhecimento do uso que os partidos faziam das diretorias, principalmente no que diz respeito ao financiamento de campanhas. O Lula comandava o esquema.” p. 52</p> <p>“Lula recebia, por diferentes canais, informações privilegiadas.” p. 54</p> <p>“[...] e a certeza de que a nomeação de Lula era mesmo um estratagema para ele fugir da prisão preventiva.” p. 61</p> <p>“O fato é que a ascensão de Lula ao cargo está sendo contestada na Justiça, dada sua intenção explícita de bloquear o trabalho da polícia e da Lava-Jato.” p. 61</p> <p>“As gravações mostram que Lula tinha uma obsessão: barrar o trabalho da polícia, da Justiça e de Sergio Moro.” p. 63</p> <p>“Um Lula boquirroto que não esconde que sabia, com antecedência, que seria alvo de uma ação da Polícia Federal. Um Lula que não hesita em cobrar favores, interferir no processo, assediar autoridades, constranger e ‘provocar medo’ em adversários.” p. 63</p>

- Metáforas:

“Ventos frios sopram de Curitiba” p. 54

“Questões indígenas” p. 54

“É quase impossível que o agora ministro da Casa Civil se livre dessa acusação peremptória com mais uma banana” p. 49

“A entrada de Lula no ministério é o caso clássico de abraço de afogados.” p. 55

“Enxergamos a posse de Lula como o começo do fim, o canto do cisne” p. 76

“Desde a semana passada, Dilma Rousseff vive uma situação jamais experimentada por um presidente brasileiro: ter, sobre a cabeça, três espadas que ameaçam encurtar seu mandato.” p. 72

“O governo permanece ter tomado um susto e entendeu que, se jogar mais lenha na fogueira, poderá sair queimado” p. 76

“[...] e, quem sabe, tirar o governo de seu estado terminal” p. 49

“[...] uma onda de indignação entre os brasileiros” p. 61

“Ainda mais agora, pois Lula no ministério acrescenta um novo ingrediente ao caldeirão repleto de incertezas da conjuntura brasileira.” p. 74

- Imagens Visuais:

A matéria de capa da revista é composta por sete trechos e contém no total 28 páginas. Nas duas primeiras páginas da matéria, há uma grande imagem ocupando aproximadamente 75% das páginas, juntamente com um texto elucidativo sobre o momento político e quais assuntos serão abordados ao longo da matéria. Na imagem, encontra-se uma multidão em frente ao Palácio do Planalto, com bandeiras do Brasil, camisetas em verde e amarelo e faixas com escritas pejorativas ao governo Dilma e ao ex-presidente Lula. Nas páginas seguintes, o trecho intitulado “*Lula comandava o esquema*” traz uma entrevista de cinco páginas com o ex-líder do governo do PT, Delcídio do Amaral, contendo uma foto de seu rosto ocupando uma página inteira aparentando ter uma feição de “vingança”. Nas páginas seguintes da entrevista, encontram-se uma imagem de Lula, ocupando 50% do espaço da página e outra de Dilma, ocupando 25% da página, ambos com a mesma feição de preocupação, pois na entrevista Delcídio os cita como envolvidos nos esquemas de corrupção da Petrobras, o mesmo que levou Delcídio do Amaral a ser preso. Nas outras duas páginas da entrevista, mais

duas imagens ocupam, cada uma, cerca de 50% das páginas, sendo uma delas de José Eduardo Cardoso, Advogado-Geral da União e a outra de Ricardo Lewandowski, Presidente do Supremo Tribunal Federal, ambos também citados por Delcídio na entrevista, onde ele diz que Cardoso era cúmplice de Lula e Dilma e que Lewandowski havia negado a convocação partidária a pedido de Dilma.



Figura 9 - Lula e Dilma, Veja nº 2470, p. 52 e 53

Na página seguinte, no trecho "*Ficou ruim para ele também*", onde se começa a falar sobre Aécio Neves, presidente do PSDB e senador, há uma imagem de seu rosto ocupa uma página inteira, também com feição de preocupação, pois Aécio também é citado na delação premiada de Delcídio do Amaral. Na sequência, é feito um resumo de cada político citado por Delcídio em sua delação e o que ele diz sobre o envolvimento deles nas corrupções da Petrobras.

No que tange as representações sobre o juiz Sergio Moro, no trecho intitulado "*A sombra do poder*", é trazida a imagem de Sergio Moro ocupando mais da metade da página com um semblante ameaçador. Nela se faz jus às representações trazidas sobre Moro, o tendo como o herói brasileiro por ter liberado as gravações entre Dilma e Lula, o que desencadeou

uma série de acusações e presunções sobre a conversa e sobre a nomeação de Lula para ministro. Nesta parte ainda é encontrada uma imagem do ministro do STF, Celso de Mello, sentado em sua cadeira no Plenário da Suprema Corte no STF, seguido de uma frase logo após a imagem *“Esse insulto ao Poder Judiciário traduz, no presente contexto da profunda crise moral que envolve os altos escalões da República, reação torpe e indigna, típica de mentes autocráticas e arrogantes que não conseguem esconder (...) o temor pela prevalência do império da lei e o receio pela atuação firme”*, se referindo às escutas de Lula com diversos políticos envolvidos com o caso da Lava-Jato.

No trecho seguinte *“O arrastão da Lava-Jato”*, uma imagem ocupando as duas páginas apresenta todo o ministério do governo de Dilma Rousseff. A imagem é em preto e branco e somente quem foi acusado na delação de Delcídio aparece colorido, destacando-se dos outros. A matéria traz uma cronologia de todas as fases da Lava-Jato no período de 2014 até Março de 2016, contendo os fatos ocorridos por escrito em cada fase e, nas que mais se destacaram, são trazidas algumas imagens remetentes à operação da fase.

O trecho *“Ninguém freia a operação”* baseia-se em uma entrevista com o delegado Igor de Paula, que coordena a Lava-Jato. A matéria possui duas imagens, uma se refere ao delegado sentado atrás de uma mesa, como quem estivesse pronto para um interrogatório, e a outra se refere ao agente da Polícia Federal, Newton Ishii, citado na entrevista pelo envolvimento em contrabando.

No penúltimo trecho *“A terceira frente contra Dilma”*, são relatados os processos em que Dilma é acusada, e traz também uma imagem do procurador-geral da República, Rodrigo Janot, único responsável para dar abertura às investigações contra ela.

Para concluir a matéria de capa, *“A economia à deriva”* traz a atual situação da economia brasileira e como ela foi afetada pelo governo de Dilma. Na imagem, aparecem Nelson Barbosa, ministro da fazenda, e Lula abraçados com um semblante de preocupação e derrota. Nesta parte, a revista deixa claro que a volta de Lula no governo não irá ajudar a economia a crescer, como em *“Enxergamos a posse de Lula como o começo do fim, o canto do cisne”* e *“O governo parece ter tomado um susto e entendeu que, se jogar mais lenha na fogueira, poderá sair queimado. Acuado como está, dele se pode esperar tudo – e a economia permanece à deriva”*.



Figura 10 - Lula, *Veja* nº 2470, p. 74

Vale salientar que, nesta edição, não houve nenhuma referência à mídia relevante para análise.

A partir das análises das matérias de capa da revista *Veja* (nº 2469 e nº 2470) podemos trazer alguns pontos pertinentes para uma análise mais pontual. Primeiramente, observamos o modo que a revista trata cada um dos eixos nas *Representações* analisadas. Na revista *Veja*, no eixo *Lula*, Lula é visto como uma “jararaca acuada”, e sua nomeação à ministro da Casa Civil serviu como “foro privilegiado para escapar de uma eventual ordem de prisão”, ou ainda uma “estratagem para ele fugir”. Já o que tange o eixo do *Governo Dilma*, a *Veja* ataca a ex-presidente em várias ocasiões colocando-a como “elemento decorativo”, “frágil” e “sem credibilidade e sem força política”. Nas percepções do eixo *Sergio Moro/Lava Jato*, a revista traz Moro como sendo um “profundo conhecedor”, dono de uma “expertise” e integrante de um “discurso de ódio financiado pelo PT”, referindo-se ao mandato de condução coercitiva para o ex-presidente prestar depoimento e na liberação das escutas concebidas pela Polícia

Federal. Quanto ao eixo *Mídia*, não houve nenhuma citação ou crítica sobre esse assunto relevante para análise.

Quanto às *Imagens Visuais*, foram analisadas quase todas, o que ela apresenta em si e no que ela se refere no texto, se há coerência ou não. Concluímos que as imagens possuem, em grande maioria, coerência e comprometimento com o que ela quer passar e com o que o texto apresenta.

Em *Metáforas*, são trazidas algumas metáforas que encontramos nas matérias que envolvem os eixos escolhidos para análise, como por exemplo, em “Com o governo Dilma Rousseff esfarelado-se a olho nu [...]”, como se o Governo Dilma estivesse se encaminhando para o final e em “Ventos frios sopram de Curitiba”, fazendo uma alusão às tomadas de decisões que vinham de Curitiba pelo juiz Sergio Moro.

3.3. A INDICAÇÃO DE LULA EM CARTA CAPITAL

Revista Carta Capital Nº. 893 (p. 14 até p. 24), publicada em 23 de março de 2016

Tabela 3

- Representações:

Eixo	Citação
Mídia	<p>“A radicalização tomou conta do País após uma escalada policial, judicial, midiática e política contra o governo e o PT.” p. 14</p> <p>“A conversa alimentou na mídia e entre antipetistas a tese de obstrução da Justiça”. p. 14</p> <p>“A conversa entre Dilma e Lula foi o recheio de uma enxurrada de grampos liberada por Moro. Por todos os lados da mídia jorraram telefonemas mantidos pelo novo chefe da Casa Civil com aliados. [...] A confusão foi tamanha que tirou completamente de cena fatos importantes dos dias anteriores, entre eles a divulgação completa da delação premiada do senador Delcídio do Amaral, que implica até o senador Aécio Neves, e uma gravação que mostra o ministro da</p>

	<p>Educação, Aloizio Mercadante, em uma conversa com um assessor de Delcídio interpretada como uma tentativa de impedir a delação” p. 16 e 17</p> <p>“A TV Globo também tornou-se alvo, acusada de insuflar a população contra o governo. Curiosidade: o jornal <i>Clarín</i> , uma espécie de “Globo da Argentina”, noticiou assim os grampos liberados por Moro: “Escuta escandalosa”. p. 17</p> <p>“Na incapacidade da maioria de escapar à pregação midiática para formular sua própria ideia.” p. 21</p> <p>“Tudo indica que o inquisidor espera por Godot, chega, porém, Lula e o ridiculariza. Com extrema sutileza, que a mídia não registra e o inquisidor não percebe.” p. 22</p>
<p>Governo Dilma</p>	<p>“Os endinheirados de “classe média” apenas por falsa modéstia, estão tomados por fúria antipetista.” p. 14</p> <p>“O mandato de Dilma Rousseff corre riscos enormes e nem a chegada de Lula à Casa Civil, última tentativa do governo de mostrar capacidade política e econômica, é garantia de alguma normalidade.” p. 14</p> <p>“A própria essência dos numerosos protestos ocorridos no domingo 13 contra o governo – corrupção – também cheira a hipocrisia.” p. 18</p> <p>“Diante do caos político, a sobrevivência do governo parece cada vez mais dependente da militância disposta a sair às ruas. Uma tarefa complicada e que exige equilibrar a defesa da democracia sem um apoio explícito a um governo considerado reprovado por suas políticas adotadas no segundo mandato, entre elas o ajuste fiscal.” p. 19</p> <p>“O caminho à frente para o novo chefe da Casa Civil da presidenta Dilma Rousseff, de verdade destinado a um papel mais importante do que de hábito reservado à pasta, será certamente muito acidentado, vincado pela incerteza.” p. 22</p>

<p>Sergio Moro/ Lava Jato</p>	<p>“O juiz quebrou o sigilo do teor da arapongagem antes de enviar o material ao Supremo Tribunal Federal. Polêmica: ele podia tornar públicas conversas que envolvem a chefe na nação? O presidente, segundo a Constituição, só pode ser investigado no STF, como ressaltou o novo ministro da Justiça. Eugênio Aragão, para quem Moro não poderia fazer nada diante do “encontro fortuito de provas” e teria cometido um crime previsto na Lei de Interceptações.” p. 14</p> <p>“Ao quebrar todo o sigilo das gravações e permitir a divulgação das conversas do ex-presidente, mesmo aquelas sem nenhuma relação com a investigação de supostos crimes, Moro desrespeitou duplamente a lei que regulamenta a Constituição. Pergunta: isso não vem ao caso?” p. 17</p> <p>“[...] os senhores não se emendam porque não precisam. Cuidam, porém, do seu desenho maior, acabar com a Dilma, o PT e qualquer veleidade de retorno de Lula. Supõem da sua conveniência estimular a tábua rasa da política para propor como herói Sergio Moro [...]”. p. 24</p> <p>“Herói das expressivas manifestações “Fora Dilma” do domingo 13 [...]” p. 14</p> <p>“[...] pueril juiz de província alçado a salvador da pátria[...]” p. 21</p>
<p>Lula</p>	<p>“As ligações mostram, de modo geral, um Lula aborrecido com a letargia do governo e com o que ele define como abusos e perseguições da Lava Jato”. p. 16</p> <p>“A revolta da quarta-feira 16 era estimulada pela versão de que o ex-presidente aceitou o cargo para fugir de Moro e da cadeia. Lula temia essa interpretação da opinião pública e, por isso, ponderou muito antes de aceitar a tarefa.” p. 17</p> <p>“Em 2014, o candidato favorito do empresariado não era nem Dilma nem Aécio, era Lula’, lembra o filósofo Renato Janine Ribeiro. Para ele, o <i>timing</i> da nomeação pode ter sido perdido. ‘Em vez de criar uma agenda positiva, o gesto pode ser visto como um simples ato de defesa’ contra as investigações. O que de fato aconteceu, em um</p>

	<p>primeiro momento.” p. 19</p> <p>“Na Câmara, o deputado Leonardo Picciani, líder da bancada, disse que Lula é um “craque” que pode estar em um “time errado” e teve de se virar para indicar os integrantes da comissão do <i>impeachment</i> aprovados no plenário na quinta-feira 17.” p. 19</p> <p>“Só o governo Lula marcou uma mudança notável, graças a inéditas políticas sociais e de uma política internacional de insólita independência” p. 21</p> <p>“Há 39 anos enxergo em Lula a única liderança popular deste país único, na sua imaturidade e ignorância.” p. 21</p> <p>“[...] São estes os brasileiros negados à compreensão de que Lula no governo representa a última esperança de evitar o pior” p. 21</p> <p>“Lula sabe, entretanto, que sua tarefa vai muito além da autodefesa. Há quem lhe atribua qualidades milagreas, a serpentear nas entranhas da terra nordestina. Certo é que sua liderança é inegável.” p. 22</p> <p>“Não me surpreende, de todo modo, a serenidade que Lula conserva em meio à tempestade, como se deu quando na dita ‘condução coercitiva’, operação anticonstitucional e de inaudita violência executada por 200 policiais armados até os dentes.” p. 22</p>
--	--

- Metáforas:

“[...] Moro incendiou o Brasil três dias depois dos protestos, ao divulgar grampos telefônicos de Lula” p. 14

“O episódio do grampo levou Dilma a uma espécie de declaração de guerra contra Moro” p. 16

“Reconheça-se a presença naqueles dias turvos de figuras dignas [...]” p. 21

“A notícia dos grampos intensificou uma onda de manifestações em várias cidades [...]” p. 17

“Mergulhado no caos, o Brasil partiu para o tudo ou nada.” p. 19

“O Brasil é o único na moldura do mundo contemporâneo. Trafegamos entre a Idade da Pedra e a Idade Média” p. 20

“A ameaça do golpe vibra sempre no ar em um país onde casa-grande e senzala permanecem de pé e aquela sempre aspira a uma democracia sem povo.” p. 20

“Atingimos agora a fase aguda da incitação à desordem, para o carnaval dos burgueses enraivecidos e espanto e desalento dos cidadãos sensatos.” p. 20

“Essa agenda, contudo, há de ser volumosa como uma Bíblia, para salvar um projeto de governo, devolver Dilma às promessas eleitorais e, desde logo, impedir o *impeachment*.” p. 22

- Imagens Visuais:

Na matéria de capa desta edição da revista, no geral, as imagens encontradas tem relação direta com os textos. Logo na segunda página da matéria de Capa “*A força do caos*”, encontramos quatro imagens que ocupam toda a página, sendo elas: uma de Dilma e Lula se abraçando com a legenda “*Essa aliança está à prova*”, que ocupa meia página e transmite uma certa “cumplicidade” entre eles. Na outra metade da página, encontramos mais três imagens, uma do juiz Sergio Moro de perfil com a legenda “*Moro governa o Brasil, sem limites*” e, ao lado, mais duas dividindo o espaço, uma mostrando duas pessoas em conflito com a legenda “*E os conflitos explodem*” e a outra sendo uma imagem noturna com a presença de bastante fumaça, uma fila de policiais com escudos e o Palácio do Congresso Nacional ao fundo.



Figura 11 - Mosaico, CartaCapital nº 893, p. 15

Já em “*Brasil, capital Curitiba*”, na segunda página deste trecho, há uma imagem que ocupa meia página que contém um homem segurando um cartaz que diz “*Moro sofre por manipulite*” com a legenda “Ainda há quem saiba quem é Sergio Moro, enquanto Lula e Dilma tomam a decisão mais corajosa e arriscada das suas vidas políticas”. Por meio deste

cartaz, a revista propõe uma construção de imagem pública do juiz Sergio Moro em que este opta por não enxergar determinadas questões, privilegiando pessoas e partidos.

A próxima imagem se encontra na página 22, onde são mostradas duas fotos comparativas ocupando meia página com a legenda “*As semelhanças apavorantes entre a marcha de 1964 e o desfile de 2016*”. Nelas, é mostrada a semelhança entre a Marcha da Família com Deus pela Liberdade de 1964 (ato contra um possível ameaça comunista no Brasil) e o desfile de 2016 contra Lula e Dilma. Nas duas ocasiões, é possível notar a quantidade de pessoas nos atos e o volume que se tornou essas manifestações.



Figura 12 - Manifestações, CartaCapital nº 896, p. 23

No que tange as representações escolhidas para a análise, as imagens visuais escolhidas pela revista tem coerência com o texto e com as representações e fecham com o enquadramento abordado.

Revista Carta Capital Nº. 894 (p. 14 até p. 31), publicada em 30 de março de 2016

Tabela 4

- Representações:

Eixo	Citação
<p>Mídia</p>	<p>“Pouco antes de subir no púlpito, corriam na internet notícias de que o <i>impeachment</i> talvez venha a ser votado pelos deputados em um domingo, segundo as intenções do presidente da Câmara, Eduardo Cunha, para facilitar a invasão de Brasília por antipetistas”. p. 14</p> <p>“A revista alemã <i>Der Spiegel</i> escreveu que ‘parte da oposição e o Judiciário, juntamente com o grupo a poderosa TV Globo [...]’ p. 17</p> <p>“O jornal espanhol <i>El pais</i> perguntou: ‘Qual justiça decidirá sobre Lula: a que presume a inocência de todos os acusados ou a que atende apenas à indignações nas ruas?’” p. 17</p> <p>“[...] todos os protestos no Brasil contra Dilma e o PT ‘são, na verdade, incitados pela mídia corporativa intensamente concentrada, homogeneizada e poderosa” e compostos “pela parte mais rica e branca dos cidadãos”, que “guardam rancor contra o PT e qualquer programa social que combate a pobreza”. P. 17</p> <p>“[...] acreditam em uma encenação midiática nutrida de invencionices e mentiras, empenhada em transformar suposições em verdades factual”. p. 21</p> <p>“Da mesma maneira podemos dizer que não existe liberdade de imprensa se apenas meia dúzia de famílias controla todos os meios de comunicação, e o fez de uma maneira absurda”. p. 31</p> <p>“A mídia brasileira não é equânime. Em países subdesenvolvidos,</p>

	<p>como é o nosso caso, o povo é manipulado com muito mais facilidade”. p. 31</p>
Governo Dilma	<p>“Não cabem meias-palavras: o que está em curso é um golpe contra a democracia.” p. 14</p> <p>“Não imporá se a arma do golpe é um fuzil, uma vingança ou a vontade política de alguns de chegar mais rápido ao poder’. Uma mostra e que o governo decidiu, enfim, reagir à altura dos acontecimentos”. p. 15</p> <p>“Suzana Malcorra, dizia que o País, concretizado o <i>impeachment</i>, poderia ser suspenso do Mercosul e o presidente Mauricio Macri defendia as razões de Dilma para nomear Lula ministro” p. 17</p> <p>“Agora um golpe judicial-policial-midiático sem tanques na rua alvora-se a salvar o País da praga petista e, como então, resolver a crise econômica”. p. 20</p> <p>“As manifestações da sexta 18 a favor do governo e de Lula dizem, porém, da presença de um contingente conspícuo de cidadãos de olhos abertos e fé intacta”. p. 21</p>
Sergio Moro/ Lava Jato	<p>“O ministro (Teori Zavascki) apontou a ‘ilegitimidade da decisão’ do juiz Sergio Moro de divulgar os grampos, feita ‘sem nenhuma das cautelas exigidas em lei’. E anotou: é descabida a invocação do interesse público”. p. 18</p> <p>“A Lava-Jato certamente não salvará o Brasil” p. 18</p> <p>“Ensaia-se um novo, inédito modelo de golpe de Estado e os impávidos inovadores mostram a cara. De Sergio Moro e Gilmar Mendes a José Serra e Fernando Henrique Cardoso. Da globo, jornalões e revistas a Eduardo Cunha”. p. 20</p> <p>“Em benefício da trama, de Curitiba um juiz de primeira instância cuida de ameaçar de prisão o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva ao alegar razões absolutamente inconsistentes.” p. 21</p> <p>“Graças a outro ministro a agir corretamente, Teori Zavascki, Moro não está habilitado a realizar seu velho sonho de prender Lula antes da decisão final do colegiado do STF” p. 21</p>

	<p>“Do juiz curitibano tudo é possível esperar, e já fez largamente das suas. Não é acaso que Sergio Moro e os promotores [...] ostentam-se ter-se formado nos Estados Unidos, onde se especializaram em lavagem de dinheiro à sombra do Departamento de Estado, com a possível contribuição da CIA.” p. 21</p> <p>“Ele (Eugênio Aragão) avalia que o juiz Sergio Moro agiu à margem da lei ao tornar pública a conversa telefônica entre Dilma Rousseff e o ex-presidente Lula” p. 24</p> <p>“O juiz Sergio Moro determinou o fim das interceptações às 11 e pouca da manhã, o que já é estranho. [...] Parece que o objetivo era exatamente criar algum tipo de comoção, dois dias antes de uma manifestação convocada pelos movimentos em favor da legalidade.” p. 25</p> <p>“Ele (Sergio Moro) deu publicidade a uma prova que não lhe pertencia.” p. 26</p> <p>“Moro demonstrou intenção política, desprezo no que diz respeito à autorização da escuta, que não valia mais, e, por fim, divulgou, sem antes remeter os autos para o Supremo. Evidentemente, isso configura um claro acinte à Segurança Nacional. Em país nenhum do mundo alguém pode sair escutando diálogos de um presidente da República ao telefone. Um juiz não tem esse poder”. p. 26</p> <p>“O jurista diz não haver indícios de que Lula e Dilma tentaram obstruir a Justiça e reforça a inexistência de crime de responsabilidade da presidenta”. p. 30</p> <p>“Moro é como um personagem de programa de televisão, um vingador a fazer o que bem entende. Esse homem tem feito muita besteira, e não tem sido coibido. Ele não revelou serenidade, e um sujeito parcial. Não tem respeito pela ordem jurídica.” p. 31</p>
<p>Lula</p>	<p>“[...] ‘o senador paulista (Hélio Bicudo) disse no Senado que a mandatária nomearia Lula para o ministério para ‘dar um fôlego para o governo, até para enfrentar, na Câmara dos Deputados, o</p>

	<p>processo” p. 15</p> <p>“Articulador informal do governo até a justiça decidir se ele pode ou não assumir a chefia da Casa Civil.” p. 16</p> <p>“Nem o fator Lula é garantia de vitória governista, ainda mais após o STF suspender sua nomeação para a Casa Civil e adiar uma decisão a respeito para depois do feriado da Semana Santa”. p. 18</p> <p>“[...] mas o governo tinha um plano B. Se a Corte vetar a nomeação, Lula será designado assessor especial de Dilma”.</p> <p>“‘Ah, eles queriam dar um salvo-conduto para o Lula, para o caso de ser preso’. Sinto muito, é de uma asneira sem tamanho. Como é possível alguém se preservar com uma posse clandestina?” p. 24</p> <p>“Primeiro, pois o caso em si não tem substancia, mas seu uso político causa uma comoção se é alimentada a suspeita, sem pé nem cabeça, de que aquele termo de posse era um salvo-conduto. “ p. 25</p> <p>“Há tempos o governo precisa de alguém com interlocução mais efetiva com os atores do Legislativo, e o ex-presidente tem esse perfil. Não há vantagem nenhuma em ser julgado pelo Supremo.” p. 27</p> <p>“O que aconteceu de concreto para se poder dizer que Lula obstruiu? O fato de ele ter sido escolhido como ministro? Meu Deus do céu, essa é uma escolha natural por parte da presidenta da República, por Lula ser de sua confiança e alguém suficientemente hábil para enfrentar as dificuldades políticas.” p. 30</p>
--	---

- Metáforas:

“[...] têm inflamado os ânimos e desencadeado uma verdadeira caça às bruxas contra o ex-presidente Lula” p. 17

“A paixão é cega” p. 18

“Com isso, igual a 64, vai a pique é a democracia” p. 21

“Nas barbas da lei, derruba-se Dilma, prende-se Lula e o PT soçobra natural e automaticamente” p. 21

“[...] acuam o Executivo ao sabor de uma enxurrada de acusações a serem provadas, veiculadas com o estardalhaço de declarações de guerra pela mídia do pensamento único” p. 21

“Neste caldo de cultura move-se a urdidadura golpista [...]” p. 21

“Como sempre, a casa-grande aposta na resignação da senzala” p. 21

“Afundo destemidamente a ponta dos dedos neste autêntico mar de lama [...]” p. 21

“Os ensaístas do golpe agora conspiram às claras, ninguém se engane, entretanto, há tempo agem na calada da noite e nas pregas obscuras do dia” p. 22

“É lenda urbana” p. 27

“Nos tempos de pão e circo, o público ia ver os cristãos serem devorados pelas feras.” p. 31

- Imagens Visuais:

A matéria de capa é dividida em cinco trechos. No primeiro, intitulado “*A armada do golpe*”, é trazida uma imagem que ocupa mais de 50% das duas páginas iniciais. Na imagem preta e branca, é possível ver uma mesa com quatro homens sentados conversando e a foto parece ser tirada às escondidas com a legenda “*Fraga, Serra e Mendes reunidos em restaurante em Brasília às vésperas de uma ofensiva conjunta a favor do impeachment. Dilma reage, Temer espera*”.



Figura 13 - Páginas iniciais, CartaCapital nº 894, p. 14 e 15

Na página 19 há uma imagem que ocupa a página inteira que mostra alguns políticos “afundando” na lama com o título *“A tropa de choque do impeachment...e seus problemas com a justiça”*. No total, sete políticos, entre eles Eduardo Cunha e Aécio Neves, aparecem na imagem juntamente com uma caixa de texto falando dos crimes cometidos por cada um deles.

No trecho intitulado *“A reinvenção do golpe”*, a imagem que ocupa cerca de 50% da página mostra um cartaz com a escrita: *“Estou aqui ‘pq’ não quero os facistas da casa grande destruindo o futuro das crianças! Quero igualdade e liberdade”* e tem como legenda *“A moçada que desfilou em São Paulo na sexta-feira 18 foi com as ideias claras”*. A imagem retoma ao texto onde é levantada a questão histórica do golpe de 1964 comparada às medidas tomadas até agora no ano de 2016 e quem esteve e está por trás disso.

Na sequência, em *“Não ficará sem resposta”* há uma entrevista com Eugênio Aragão, ministro da Justiça do governo Dilma. Na entrevista, ele diz que o juiz Sergio Moro *“agiu à margem da lei ao tornar pública a conversa telefônica entre Dilma Rousseff e o ex-presidente Lula”*, o que faz com que a primeira imagem que aparece seja do juiz Sergio Moro com uma feição de preocupado e pensativo. Na outra página, há um mosaico contendo quatro fotos de

Eugênio com a legenda “Com 29 anos de experiência no Ministério Público, Aragão conhece os meandros das investigações e as regras legais e funcionais que devem conduzi-las”.



Figura 14 - Juiz Sergio Moro, CartaCapital nº 864, p. 24

A última parte traz novamente uma entrevista, desta vez, com o jurista Celso Bandeira de Mello, que critica o método das decisões do juiz Sergio Moro no que diz respeito ao ex-presidente Lula e da parcialidade do mesmo. Como imagem, é trazida duas fotos do jurista, uma ao lado da outra com a legenda “Bandeira impetrou um habeas corpus em defesa do ex-presidente Lula”. Vale ressaltar que, nesta matéria de capa da edição nº 894 da Carta Capital, todas as imagens aparecem em tons de preto e brancas ou avermelhadas.

Dessa forma, ao fazer a análise mais pontual das edições nº 893 e nº 894 da revista *Carta Capital*, apontamos alguns aspectos mais pertinentes. Na categoria de *Representações*, no eixo *Lula*, a revista vê no ex-presidente uma “liderança popular”, “suficientemente hábil” e de uma “liderança inegável”, e cita a nomeação como sendo a “última esperança” para salvar, na época, o atual governo. Ao trazer aspectos do eixo *Governo Dilma*, a revista levanta a questão do “golpe” diversas vezes, e fala que o governo de Dilma possui uma “capacidade política e econômica” para liderar o país, porém se mostra “vinculado pela incerteza”. Já no eixo *Sergio Moro/Lava Jato*, a revista diz que o juiz “desrespeitou (a lei) ao divulgar os áudios” e o propõe, ironicamente, como um “herói” da nação, um juiz “pueril e parcial” que demonstrou “intenção política” e ainda teve “ilegitimidade da decisão” nas tomadas de decisões que a ele lhe foram asseguradas. No eixo *Mídia*, *Carta Capital* faz críticas aos meios de comunicação de massa que noticiaram os assuntos levantados na pesquisa. A revista traz que “os protestos são incitados pela mídia corporativa intensamente concentrada, homogeneizada e poderosa”, que há uma encenação midiática “nutrida de invenções e mentiras” e ainda que “a mídia brasileira não é equânime [...] o povo é manipulado com muito mais facilidade”.

Na categoria *Imagens Visuais*, foram analisadas as principais imagens que constituem as matérias de capa das duas revistas. Observamos através delas que, no geral, fazem concordância com o que o texto apresenta, porém com uma característica própria: quase todas eram em tons brancos, pretos e avermelhados.

Em *Metáforas*, analisamos algumas frases trazidas pela revista, como por exemplo, em “Moro incendiou o Brasil três dias depois dos protestos, ao divulgar grampos telefônicos de Lula” e “A notícia dos grampos intensificou uma onda de manifestações em várias cidades [...]” que remete às manifestações que aconteceram em várias cidades do Brasil tanto contra quanto pró Lula e governo Dilma. Outra passagem considerável trazida pela revista é em “Atingimos agora a fase aguda da incitação à desordem, para o carnaval dos burgueses enraivecidos e espanto e desalento dos cidadãos sensatos”, a qual se refere à festa da sociedade burguesa brasileira que comemora as tomadas de decisões do juiz Sergio Moro em relação à Lula, com um verdadeiro carnaval, levando em consideração os trios elétricos que faziam parte das manifestações e que espanta aqueles cidadãos (onde a revista os trazem como sensatos) desacreditados que apoiam Lula e o governo Dilma.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo desenvolver uma análise dos enquadramentos propostos à nomeação do ex-presidente Lula ao cargo de ministro-chefe da Casa Civil, ocorrido em março de 2016. Como objeto de estudo utilizamos as revistas *Veja* e *Carta Capital* pertencente, respectivamente, à Editora Abril e à Editora Confiança, sendo ambas revistas impressas. A escolha das revistas se deu por serem de editoras diferentes, o que talvez implicasse em diferentes formas no viés da construção das notícias e por terem uma grande circulação no território nacional, podendo ser potenciais formadoras de opiniões. Nas revistas, foram analisadas as matérias de capa de cada uma delas, referentes a uma semana antes e uma semana após o acontecimento.

Sabendo que o conceito norteador dessa pesquisa é o enquadramento, e o mesmo é usado tanto para perspectiva teórica quanto metodológica, optamos por usar também este conceito na análise empreendida. Para conceituar enquadramento como metodologia, partimos das ideias de “elementos” de Matthes e Kohring (2008) e a de “pacotes interpretativos” por Gamson e Modigliani (1989). Para Matthes e Kohring (2008) existem cinco tipos de abordagens metodológicas mais recorrentes, a qual destas cinco optamos pela *Linguística*.

De acordo com Gamson e Modigliani (1989), através da análise indireta dos enquadramentos, utilizamos os dispositivos de enquadramento para a análise dessa pesquisa, que possuem as seguintes ferramentas: metáforas, exemplos, *slogans* e *chavões*, representações e imagens visuais.

Conforme adaptação citada anteriormente, não foram analisados os dispositivos de exemplos e nem de *slogans* e *chavões* por, praticamente, não estarem presentes nas análises. No dispositivo de imagens visuais foram analisadas a grande maioria das imagens presentes nas matérias, com sua respectiva legenda e o que ela representava no texto. Em ambas revistas, as imagens transmitiram fielmente o que se dizia nos textos, não deixando haver uma dupla interpretação dos fatos no quesito texto/imagem.

No dispositivo “representações”, separamos os seguintes eixos: Mídia; Governo Dilma; Sergio Moro/Lava Jato e Lula. Vale lembrar que, embora o corpus da pesquisa seja sobre a nomeação do Lula para ministro, as revistas aproveitaram o espaço para falar sobre

outros assuntos que rodeiam Lula, como o Governo Dilma e o juiz Sergio Moro e, de maneira geral, as revistas trazem seus vieses de forma muito distinta.

Pudemos observar a discrepância na maneira como são tratados esses assuntos nas duas revistas. A revista *Veja* traz a nomeação de Lula para ministro da Casa Civil como sendo algo programado para escapar de uma possível ordem de prisão, enquanto *Carta Capital* vê no acontecimento uma última esperança de salvar o governo Dilma. No que se refere à Mídia, constatamos que somente a *Carta Capital* faz duras críticas ao modo como eram levantadas as informações, o que se difere da *Veja*, que não critica em momento algum a forma como os assuntos foram tratados na mídia tradicional.

Assim, concluímos que a revista *Veja* enfoca seu enquadramento na nomeação de Lula como sendo algo errôneo e articulado pelo governo de Dilma Rousseff e traz o juiz Sergio Moro como um herói da nação brasileira, ao passo que *Carta Capital* salienta seu enquadramento numa contextualização mais elaborada dos fatos e defende que a nomeação de Lula para ministro foi algo pensado para salvar o governo de Dilma Rousseff que se encaminhava para o fim e mostra Sergio Moro como um sujeito parcial.

Por fim, essa pesquisa veio para somar aos estudos em comunicação e política e tornou-se pertinente em um ano extremamente marcante para o contexto político do país. Fez-se importante também para a autora a questão de que o tema escolhido é pouco debatido no curso de Relações Públicas, e assim, essa pesquisa fomentou um alto nível de aprendizado pessoal. Futuramente, poderá servir como base para outras pesquisas, como por exemplo, voltado para os estudos dos enquadramentos das audiências de Maia (2009), o que demandaria um estudo mais profundo e um maior tempo de atividade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da Notícia**. Rio de Janeiro: VOZES, 2009.

BAPTISTA, Íria Catarina Queiróz; ABREU, Karen Cristina Kraemer. **Revista Científica Plural, ed. 004: A HISTÓRIA DAS REVISTAS NO BRASIL: UM OLHAR SOBRE O SEGMENTADO MERCADO EDITORIAL**. Santa Catarina: Unisul, 2010.

CIOCCARI, Deysi. **Operação Lava Jato: escândalo, agendamento e enquadramento**. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2015.

CHARAUDEAU, Patrick. **O discurso das mídias**. Tradução Angela S. M. Corrêa; 1º ed., 1º reimpressão. - São Paulo: Contexto, 2007.

DAVID, Carolina Siqueira De. **Manifestações do dia 15 de Março: uma análise em Veja e Carta Capital**. Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2015.

FARO, José Salvador. **Revista Realidade, 1966 – 1968: tempo da reportagem na imprensa brasileira**. Canoas, RS: ULBRA/ AGE, 1999.

GADRET, Débora L.; PORCELLO, Flávio. O acontecimento político programado: os enquadramentos jornalísticos da posse de Dilma Rousseff, *input* **Jornalismo e Acontecimento: Percursos Metodológicos**. Florianópolis: Insular, 2011, vol. 2.

GOMES, Wilson da Silva. Revista Contemporânea: 90 Anos de Comunicação e Política. Bahia: **CONTEMPORÂNEA**, 2011. Disponível em: [.<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/5736/1/5881-16388-1-PB.pdf>](https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/5736/1/5881-16388-1-PB.pdf) Acesso em 09 jul. 2016.

GUTMANN, Juliana F. **Revista Contemporânea**. Quadros narrativos pautados pela mídia: *framing* como segundo nível do agenda- setting? Bahia: Sulina, 2006.

JOHNSON, Telma S. P. A NATUREZA DO ACONTECIMENTO PÚBLICO:

Uma análise do caso Tancredo Neves 25 anos depois. **Revista Compós**. Rio de Janeiro: PUC, 2010. Disponível em: <http://compos.com.puc-rio.br/media/gt4_telma_johnson.pdf> Acesso em 24 de nov. de 2016.

MAIA, R.C.M. Debates públicos na mídia: enquadramentos e troca pública de razões. **Revista Brasileira de Ciência Política**. Brasília: IPOL, 2009,2:303-340.

MEDITSCH, Eduardo. Jornalismo e construção social do acontecimento, *input* **Jornalismo e Acontecimento: Percursos Metodológicos**. Florianópolis: Insular, 2013, vol. 4.

MESQUITA, Flávio Agnelli. **As fontes jornalísticas no Caso Dossiê – uma análise de enquadramento da cobertura das revistas Veja, Época, IstoÉ e Carta Capital**. Universidade Estadual Paulista. Bauru, 2008.

MCCOMBS, M.E. & SHAW, D. (1972). *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. *POQ*, 36; 176-187

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: A segmentação da cultura no século XX** – São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2013.

_____. Cultura e Segmentação: um olhar através das revistas. In: SILVA, Ana A.; CHAIA, Miguel (Orgs.). **Sociedade, cultura e política: ensaios críticos**. São Paulo: EDUC, 2003. p. 246-259.

MILENA, Juliete. Teoria do Agendamento (agenda-setting). **Antena da Comunicação**. Pernambuco: AESO, 2013. Disponível em: <<http://antenadecomunicacao.blogspot.com.br/2013/04/teoria-do-agendamento-agenda-setting.html>> Acesso em 16 de jun. de 2016.

NASCIMENTO, Patrícia C. **Jornalismo em Revista no Brasil: Um estudo das construções discursivas em Veja e Manchete**. São Paulo: Annablume, 2002.

PALUMBO, Renata. **Referenciação e Argumentação: a dinâmica nas orientações argumentativas em debates políticos televisivos**. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2007.

POZOBON, Rejane de Oliveira; SCHAEFER, Ricardo. Perspectivas contemporâneas das pesquisas sobre enquadramento: uma proposta de sistematização conceitual. UNISINOS: **Revista Fronteiras**, 2014.

PRATES, Andressa C. **Relações entre os campos midiático e político: enquadramentos propostos pelos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo* acerca do processo de impeachment contra Dilma Rousseff**. Universidade Federal de Santa Maria: Santa Maria, 2016.

RIZZOTTO, Carla Candida; PRUDENCIO, Kelly; SILVA, Michele Santos da. Muita cena e pouca comunicação política? A Marcha das Vadias nos portais de notícias e a questão do reconhecimento. Bahia: **E-COMPÓS**, 2015.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2ª edição. São Paulo, contexto, 2004.

SCHAEFER, Ricardo. **O líder em *Exame*: o enquadramento da liderança na mídia de negócios**. Universidade Federal de Santa Maria: Santa Maria, 2013.

VIMIERO, Ana Carolina; DANTAS, Marcela. **Revista Lumina**. Entre o explícito e o implícito: proposta para a análise de enquadramentos da mídia. Minas Gerais: PPGCOM, 2009.

VIMIERO, Ana Carolina; MAIA, Rousiley C. M. **Revista FAMECOS**. Análise indireta de enquadramentos da mídia: uma alternativa metodológica para a identificação de frames culturais. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011.

WEBER, Maria H. **Revista Caleidoscópio**. Espaço Público e Acontecimento: do acontecimento público ao espetáculo político-midiático. Lisboa: ULHT, 2011.

_____. O espetáculo político-midiático e a partição de poderes. Encontro da Rede Prosul – **Midiatização, sociedade e sentido**. Anais. São Leopoldo, RS, outubro de 2007.