

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA OPINIÃO  
PÚBLICA E SOBRE A INFLUÊNCIA DESTA  
NA MÍDIA  
(O Governo Lula em Veja e Época)**

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA - PUCRS

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

MESTRADO EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO - DISSERTAÇÃO

PROFESSOR ORIENTADOR: DOUTOR ANTÔNIO HOHLFELDT

MESTRANDO: WESLEY CALLEGARI CARDIA

MARÇO DE 2008

## RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo identificar, dentro de um determinado período de tempo, os processos de *agenda setting* e de *framing* em duas grandes publicações semanais de alcance nacional: Veja e Época. O escopo é identificar esses processos em cada uma das publicações e demonstrar as eventuais diferenças de cultura de cada uma delas. A fim de subsidiar o leitor, o texto traz uma revisão cultural das principais teorias desse campo, incluindo, além das citadas, espiral do silêncio, *gatekeeping* e *priming*. Ao mesmo tempo, busca-se ilustrar se essas revistas têm poder de influência sobre a opinião pública e vice-versa. O espaço de tempo, no qual as publicações foram analisadas, foi monitorado, concomitantemente, por pesquisas de opinião elaboradas pelo IBOPE, para a Confederação Nacional da Indústria - CNI.

Palavras chave: agendamento, enquadramento, saliência e opinião pública

## SUMMARY

The present text objective consists to identify, within a certain period of time, the agenda setting and framing processes in two major weekly national magazines: Veja e Época. The main purpose is to identify the culture of both publications and demonstrate fortuitous differences in this field between them. In order to support the readers, the text includes a revision of the main theories in the area; including, besides the two mentioned above, spiral of silence, gatekeeping and priming. At the same time we embedded to illustrate if these magazines were empowered to influence the public opinion and vice-versa. To do so, national polls were confronted to the political issues covered by the magazines. Those polls were made by IBOPE for the Brazilian Industry Confederation - CNI.

Key words: agenda setting, framing, priming and public opinion

*Shylock falando a respeito de Antônio - Ato I, cena III, Mercador de Veneza*

*“... observa como o diabo sabe tirar partido da escritura. Uma alma vil, que cita as coisas santas, é como o biltre de sorriso ameno, ou uma bela maçã podre por dentro. Como é belo o exterior da falsidade!”*

SHAKESPEARE, William. O mercador de Veneza.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	05
1.1. Metodologia	10
1.1.1. Problema	11
1.1.2. <i>Corpus</i>	11
1.1.3. Hipóteses	12
1.1.4. Justificativa	12
1.1.5. Objetivo	13
1.2. Análise de conteúdo	14
2. REVISÃO DE CONCEITOS	26
2.1. Cultura	30
2.2. Opinião Pública	33
2.3. A política no contexto da comunicação	43
2.4. <i>Agenda setting</i>	51
2.5. Espiral do silêncio	57
2.6. <i>Gatekeeping</i>	64
2.7. <i>Framing</i>	69
2.7.1. <i>Frames</i>	74
2.8. <i>Priming</i>	78
2.9. Aproximação entre <i>agenda setting</i> , <i>framing</i> e <i>priming</i>	84
2.10. A política e o estado-espetáculo	86
3. PANORAMA POLÍTICO NACIONAL	97
4. AS REVISTAS <u>VEJA</u> E <u>ÉPOCA</u>	108
5. A CNI E AS PESQUISAS CNI/IBOPE	121
6. ANÁLISE DOS MATERIAIS	129
6.1. Análise perscrutatória de <i>agenda setting</i> em <u>Veja</u>	133
6.2. Análise perscrutatória de <i>agenda setting</i> em <u>Época</u>	225
6.3. Análise perscrutatória de <i>framing</i> em <u>Veja</u>	304
6.4. Análise perscrutatória de <i>framing</i> em <u>Época</u>	342
7. CONCLUSÃO	386
REFERÊNCIAS	442

## 1. INTRODUÇÃO

O objetivo inicial do anteprojeto de pesquisa pretendia tratar essencialmente da espiral do silêncio e da *agenda setting*. O aprofundamento do estudo e a descoberta de que esses temas evoluíram, e que, a partir deles, novos conceitos surgiram, levou à condução do trabalho por um estreitamento do foco, mas com maior profundidade. Para tanto serão examinados conceitos como opinião pública, *agenda setting*, espiral do silêncio, discurso político, política-espetáculo, *framing*, *priming* e *gatekeeping*. Alguns desses conceitos são muito antigos, como no caso de opinião pública; outros, extremamente contemporâneos, como *priming* e *framing*. O trabalho, no entanto, não vai se debruçar em profundidade sobre todos esses temas. Vai buscar subsídios para o entendimento e a compreensão de cada um deles, de forma a propiciar, mais do que um entrosamento nesses quesitos, uma base de conhecimento, base essa que permitirá ao leitor identificar as nuances e diferenças dentre os conceitos e, ao final, entender o que aqui está proposto. Isto é, a aplicação dos processos de *agenda setting* e *framing* em duas revistas nacionais, de grande circulação e alto índice de leitura.

Na verdade, escrever sobre os dois temas principais, aqui propostos, e deixar os demais intocados, seria incorreto, uma vez que eles se inter-relacionam e se complementam. Nas décadas de 1920 e 1930, quando do surgimento das teorias da agulha hipodérmica ou *magic-bullet* (indica que os efeitos produzidos pela mídia atingem a todos da mesma forma, independentemente de suas características sociais, psicológicas ou culturais), havia a percepção de que algo de muito novo havia sido descoberto. E fôra. Mas depois, com o aprimoramento das pesquisas, da própria mídia e da capacidade desta de influenciar e ser influenciada, novos conceitos foram desenvolvidos. Na medida em que a mídia evoluía, também evoluíam os estudos sobre sua interação com o público. Os efeitos da mídia se mostraram muito mais complexos, em sua natureza, do que jamais fora previsto. Esses efeitos interagiam e dependiam muito da heterogeneidade do público e de suas escolhas do que ler, do que ouvir e, posteriormente, do que assistir. O comportamento do público (observaram os novos estudos), influenciava e era influenciado, numa via de duas mãos, pela mídia. Um estudo levou ao outro. Surgiu a Espiral do Silêncio; a teoria da *agenda setting*, e a

evolução continuou até o que se julga ser o que há de mais moderno nesse campo: as perspectivas do *priming* (saliência) e *framing* (enquadramento).

Cada um dos conceitos referidos acima será objeto de reflexão ao longo do trabalho. Mesmo assim seguem os conceitos minimamente identificados nesta Introdução, de forma a situar o leitor e permitir uma correta interpretação da evolução dos estudos e conceitos abordados.

*Agenda Setting* – Poder ou capacidade que a mídia tem de influenciar, através da importância dada à cobertura de determinados assuntos, e a importância que o público vai atribuir a esses mesmos assuntos focados pela mídia de massa.

Espiral do Silêncio - Ela descreve o silenciamento de um grupo ou de uma pessoa, ao imaginar que a maioria das pessoas tem opinião diversa da sua. Nesses casos, a minoria tende a reprimir sua opinião, com receio de ser mal-vista, julgada ou ironizada pela maioria. Esse fato leva ao fortalecimento de correntes de opinião pelo engajamento, pela necessidade de pertencimento de uma pessoa ou grupo de pessoas, em contrapartida ao isolamento, a outro grupo.

*Framing* (enquadramento) - É o processo seletivo desencadeado pela mídia com o intuito de exercer um controle seletivo de conteúdo a que o público será exposto. O *framing* define como uma notícia (ou assunto) será enquadrada de forma a resultar numa determinada interpretação. Esse enquadramento do assunto é feito através da seleção, da exclusão, da ênfase ou da elaboração da entrevista, da notícia ou da reportagem.

*Priming* (saliência)– A consequência de um efeito gerado pela mídia ao dar, a certos assuntos mais espaço, ou maior relevância, de modo a fazê-los mais vívidos e mais importantes para o público. Isso não significa que o assunto seja ou não importante. Significa, isso sim, via processo de *priming*, que ele está sendo realçado e elevado a um patamar que talvez nem merecesse. Os autores consideram o *priming* uma extensão da *agenda setting*.

*Gatekeeping* (filtro) - É o controle sobre a seleção do conteúdo do que será notícia na mídia. Esse controle se dá em diversos estágios, desde a reunião de pauta, a direção do veículo, seus editores e jornalistas em geral. Aquilo que o público quer saber e se preocupa em ler, em qualquer tempo, é basicamente um produto da prática do *gatekeeping* pela mídia.

Opinião pública – O sentimento da maioria da população sobre um determinado assunto, num certo local, num dado momento. Ela pode ser fundamental, pode ser valiosa, ou não ter valor algum, mas ela representa uma visão eficiente de uma parcela da população em um dado momento. E por ser uma representação dinâmica é levada em conta.

Política-espetáculo – Esse conceito baseia-se na espetacularização da vida e da sociedade, ou seja, não importa aquilo que realmente é, mas a imagem que a sociedade projeta ou percebe do fato, do ato, do homem. A política contemporânea faz um alto uso dessa espetacularização, de modo a representar os personagens e atos políticos aos olhos da sociedade, na forma como se quer que o público a perceba.

O período focado pelo trabalho vai de março de 2.006 a novembro do mesmo ano. São os meses que antecedem as eleições para presidente do Brasil, bem como de deputados e senadores. A análise de cada uma das revistas, *Veja* e *Época*, desse período, permite identificar a aplicação sistemática dos conceitos aqui abordados, pelas editorias de ambas as publicações.

O objeto de pesquisa foram as capas e as principais matérias políticas ao longo desse período. Para isso foi feita uma leitura crítica e isenta, com o uso da análise de conteúdo, de forma a identificar o quanto esses veículos incorrem na *agenda setting* ou no *framing*. O trabalho de pesquisa pretende identificar como cada um dos veículos desenvolve a *agenda setting*. Não somente nas matérias políticas principais, de cada uma das edições, mas também na escolha das cartas das sessões de leitores, escolha de fotos dos personagens principais e matérias acessórias. A pesquisa alcança inclusive a aferição do número de anúncios do governo e de empresas estatais, buscando relacionar a publicidade com o tom das matérias publicadas. No que se refere ao *framing*, o terreno

da pesquisa foram as capas e as principais matérias políticas de cada edição, uma vez que a busca, o cuidado, a garimpagem de palavras e expressões que denotam o enquadramento editorial é mais difícil de identificar. Paralelamente, a título de curiosidade científica, buscou-se identificar se a opinião pública era afetada, ou influenciada, pelo viés editorial dessas publicações. Com esse fito, foi estabelecido um paralelo com as pesquisas de opinião pública nacionais, divulgadas no mesmo período, a fim de tentar verificar se as revistas tinham, ou não, o poder de influenciar a população em geral e, conseqüentemente, os eleitores em particular. Essa parte do trabalho é acessória, muito mais com o objetivo de saciar a curiosidade do leitor, uma vez que está subentendido que a influência pode não ser tão grande quanto imaginado pelo público.

Além das eleições referidas, há um grande número de escândalos nacionais, de *fait-divers*, de operações da Polícia Federal e de ações e omissões do Congresso e do Executivo, que vão (ou não) levar a população a inferir, descobrir e tomar posições quanto a esses fatos. Posições essas que poderão ou não ter sido exploradas da mesma forma pelas duas publicações.

Buscando oferecer ao leitor um contexto do momento e do lugar que serve de terreno para a análise, será incluído um panorama político nacional, com dados e fatos sobre esse período da história política e da geo-economia brasileira.

Além de situar o trabalho no tempo e no espaço geo-político nacional, o leitor vai encontrar referências sobre as revistas Veja e Época, não sem antes se explicar o contexto em que essas publicações surgiram e se firmaram no meio editorial brasileiro.

Como instrumento metodológico para buscar a interpretação do material objetivo e subjetivo dos textos e das pesquisas, o trabalho escolheu a análise de conteúdo. O método, em nosso entender, é o mais adequado para a exploração de conteúdos e continentes muito diversificados; objetivos e subjetivos.

Os capítulos são distribuídos de forma a permitir que o leitor seja introduzido nos diversos conceitos aqui trabalhados. Com esse fim, o capítulo intitulado “Revisão

de conceitos”, situa o leitor, primeiramente no conceito de cultura de John B. Thompson (1985), para depois explorar cada um daqueles conceitos que nos levarão ao conhecimento da matéria. Neste capítulo, são abordados os seguintes temas: opinião pública, política no contexto da comunicação, *agenda setting*, espiral do silêncio, *framing*, *priming*, *gatekeeping*, a política e o Estado-espetáculo e, finalmente, o método utilizado para aferir a presença da *agenda setting* e *framing*, ou seja, a análise de conteúdo.

No capítulo seguinte, é desenvolvido um breve apanhado do panorama político-nacional no qual são escritas as matérias analisadas, de modo a situar o leitor dentro do contexto sócio-político-econômico do país.

Embora o trabalho aborde duas das mais prestigiadas revistas semanais brasileiras, senão as mais importantes, o leitor tem a oportunidade, no capítulo 4, de conhecer melhor as duas publicações, bem como um rápido histórico das revistas no Brasil.

Finalmente, no capítulo 6, é discutido o material coletado, segundo o método escolhido, juntamente com textos e expressões que permitiram identificar exemplos de *agenda setting* e *framing*, em ambas as revistas.

O capítulo 6 traz as conclusões, com a demonstração documental do uso de ambas as técnicas, *agenda setting* e *framing*, no dia a dia de ambas as publicações em tela.

O ponto alto, para aqueles que não lêem jornais e revistas, ou assistem televisão com os olhos críticos do pesquisador, é o quão forte é o uso de técnicas, conscientes e inconscientes, que tentam induzir o público, de acordo com a visão de cada um dos veículos de comunicação de massa. Esse é o propósito do trabalho. Buscar demonstrar que as teorias aqui estudadas são comuns na prática, embora Lorenzo Gomis(1997) tratando da influência que os meios de comunicação exercem sobre o público (e ele está plenamente convencido que essa influência existe), diga:

A grande capacidade persuasiva dos meios não estará tanto naqueles textos que tratam abertamente de persuadir sobre algo por meio de razões e argumentos, quanto a imagem contínua da realidade que nos é colocada à frente dos olhos, e que se compõe dos fatos que seleciona em cada noticiário. O que basicamente influencia a sociedade é a imagem do presente, colocada diante das mídias. E a persuasão fundamental é aquela cujos fatos efetivamente existem (Gomis, 1997).

## **1.1. Metodologia**

Conhecimento científico é o conhecimento racional, sistemático, exato e verificável da realidade. Sua origem está nos procedimentos de verificação baseados na metodologia científica, caracterizando a disciplina como: racional e objetiva, atinente e transcendente aos fatos, analítica, em busca da clareza, verificável uma segunda vez, independentemente de quem venha a fazer uma nova pesquisa. Seu resultado deve ser de compreensão geral.

Conforme consta no capítulo que trata da análise de conteúdo, o resultado de um trabalho científico deve ter um objetivo. Um resultado palpável deve ser alcançado. Mas, o caminho até este resultado deve ser neutro, independentemente, da formação ou ideologia que seu autor possa preferir. Esse é um dos pilares da investigação e da metodologia científica. O pesquisador, por mais apaixonado que seja por um tema, não deve deixar que isso interfira na averiguação ou nos resultados da pesquisa. Uma vez estabelecido o entendimento básico sobre a metodologia e sobre a investigação científica, deve haver a identificação de um problema, a definição de uma hipótese e o desenvolvimento de um método sobre o qual o trabalho será erigido, culminando com uma conclusão sobre o tema abordado.

Com este propósito identificou-se a metodologia científica que será empregada neste trabalho com o seguinte roteiro:

### **1.1.1.Problema**

Identificação do problema em função dos fatos - *agenda setting* e *framing*, dentro de matérias sobre política. Foi identificado, ao longo de leituras críticas, que havia uma diferença na abordagem dos mesmos temas pelas duas revistas, Veja e Época. Uma revista mostra-se mais crítica e mais incisiva em suas análises. E busca, sempre que possível, por meio de investigações, comprovar suas teses, não deixando o leitor sem um fechamento para os assuntos abordados em edições anteriores. A outra revista parece ser mais superficial e menos incisiva quando os assuntos são sensíveis para o governo federal, ou mais especificamente, para o Presidente Lula. A grande questão que se pretende averiguar é através de análise científica, neste caso, via análise de conteúdo: Como se apresentam textos, fotos, manchetes, chamadas de capa e cartas de leitores à luz da teoria do agendamento e do enquadramento. E ainda será feita uma confrontação entre o material pesquisado e pesquisas de opinião pública elaboradas no período das matérias, a fim de buscar identificar se, comparados os resultados de ambas as teorias com os resultados das pesquisas, se há, ou não influência de uma sobre as outras. Ou seja, os resultados das pesquisas influem nas matérias a serem escritas? As pesquisas influem na abordagem editorial das matérias? Ou as matérias influenciam a opinião pública com reflexo posterior nas pesquisas?

### **1.1.2. Corpus**

O material jornalístico está consubstanciado nos exemplares das revistas Veja e Época, de março de 2.006, até setembro de 2.007, juntamente com todas as pesquisas de opinião pública realizadas nesse período, pelo IBOPE, para a Confederação Nacional da Indústria, conhecidas como pesquisas CNI/IBOPE. Esse material, composto de quase uma centena de revistas, foi processado de modo a permitir estabelecer, matéria por matéria, qual o enfoque que foi dado ao texto. Ao mesmo tempo, se estará analisando a temporalidade das matérias em relação aos resultados das pesquisas de opinião. O período da abrangência do trabalho se dá em razão de dois fatores: primeiro a escolha estratégica de um período de eleições majoritárias nacionais, fim de mandato e de início de outro. Isso permite verificar a diferença de tratamento de um governante em fim de mandato e ao mesmo tempo em campanha eleitoral. Em segundo lugar, porque foram

obtidas pesquisas, na íntegra, junto a Confederação Nacional da Indústria desse período de transição.

### **1.1.3. Hipóteses**

Somente a leitura crítica, a análise de conteúdo permite averiguar a existência de agendamento e de enquadramento dentro de ambas as revistas. Isso tanto pode ser averiguado pela presença de textos, palavras, códigos e até mesmo na escolha das fotos, como também na ausência desses mesmos elementos diante de fatos e acontecimentos que não poderiam passar em branco. O comportamento de ambas as revistas é igual diante os mesmos fatos? Os termos usados por ambas as publicações para definir um ato de vilania, por exemplo, são semelhantes? O espaço dedicado é o mesmo? Enfim, o tratamento, do ponto de vista editorial é análogo?

Ainda, têm as revistas semanais, objeto de pesquisa do trabalho, capacidade de influenci sobre a opinião pública nacional? A opinião pública agenda as revistas semanais? Ambas as alternativas são verdadeiras ou nenhuma das duas hipóteses se configura? O fato das revistas retratarem o governo Lula como excelente (por hipótese) ensinará que o percentual de avaliação positiva cresça na pesquisa seguinte? Ou as críticas severas e a revelação de escândalos engendrados no Palácio do Planalto (mais uma vez, por hipótese) influirão para que o percentual da população descontente com o governo aumente.

### **1.1.4. Justificativa**

O entendimento das circunstâncias em que isso ocorre, de que forma e quando ocorre, são fundamentais para que se compreenda o poder de influência do veículo sobre a população, ou vice-versa. Muito tem sido dito sobre a influência dos veículos de comunicação, principalmente em tempos de campanha política. Mas pouco tem sido provado. Nos Estados Unidos, ao contrário do Brasil, os jornais, como o The New York Times ou o The Washington Post, e redes de TV, como a ABC e a CBS, defendem abertamente as candidaturas dos representantes dos partidos Democrata ou Republicano.

Os leitores sabem que o veículo tem um viés partidário na sua linha editorial. Essa preferência, essa tendência, não é escondida dos leitores. Com isso, o público sabe que o conteúdo da publicação está de alguma forma vinculado a um partido ou a um político. No Brasil o apoio é velado, não permitindo ao leitor de menor capacidade intelectual perceber o viés da cobertura. O engajamento de alguns veículos de massa, apoiando candidatos, em alguns momentos, mostrou-se exitoso no Brasil. Ou se concluiu ter sido esse movimento exitoso. Talvez a eleição de Fernando Collor, Fernando Henrique e Lula tivessem tido os mesmos resultados sem a interferência (admitindo que houve interferência planejada) dos veículos de massa. A identificação do agendamento e enquadramento das publicações, de seus editores e jornalistas será objeto de análise e de demonstração ao leitor. Se essas revistas, por outro lado, tem poder de influência sobre o público, mesmo sendo o grupo de leitores de ambas, um grupo formador de opinião, só a conclusão final poderá determinar. O presente trabalho servirá como uma luz nesse campo de tantas conjecturas.

#### **1.1.5. Objetivo**

O objetivo do trabalho é esclarecer se ocorre agendamento e enquadramento, e em que nível, em cada uma das revistas. Uma vez demonstrada a existência de ambas as situações, o trabalho estará em condições de evidenciar, através da apresentação do resultado da análise, de que forma isso ocorre, com que intenção, com que viés político e em que direção ele ocorre. Também vai buscar comprovar se há agendamento do veículo em direção a população em geral ou, ao contrário, se da população para o veículo, ou ambos os movimentos.

## 1.2. ANÁLISE DE CONTEÚDO

Segundo P. Henry e S. Moscovici, em seu Problème de l'analyse de contenu, “Tudo o que é dito ou escrito é suscetível de ser submetido a uma análise de conteúdo” (BARDIN, 2006, p. 28). Partindo desse pressuposto e entendendo ser este o método mais adequado para o presente trabalho a escolha da metodologia não poderia ser outra senão a análise de conteúdo.

O tema escolhido para o presente trabalho necessita estabelecer uma correlação que permita demonstrar a presença de agendamento e de enquadramento nas revistas Veja e Época, além da eventual conexão entre os textos das revistas, as pesquisas de opinião pública e o cenário político. A melhor maneira de obter um resultado consistente, para se chegar a uma conclusão sobre o comportamento da *agenda setting* e do *framing* é a análise de conteúdo. A análise de conteúdo é um método ou processo que surgiu nos Estados Unidos, justamente para que se pudesse ler e entender as entrelinhas das matérias jornalísticas de jornais e revistas. Ou elementos que passem despercebidos da grande massa de telespectadores ou ouvintes de TV e rádio. Muitas vezes, o sorriso do âncora do noticiário televisivo, o silêncio ou tensão da voz do colunista ou apresentador do programa de rádio falam mais, são mais expressivos do que o próprio texto. A análise de conteúdo, concretizada, por métodos qualitativos ou quantitativos, é a disciplina pela qual se busca o exame de matérias tão díspares quanto a sociologia, a psicologia, a psiquiatria, o jornalismo ou a comunicação de massas, a propaganda e a publicidade.

Nas palavras de Laurence Bardin, professora francesa que estudou e sistematizou métodos de pesquisa, análise de conteúdo é

um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a *discursos* (conteúdos e continentes) extremamente diversificados, é uma hermenêutica controlada, baseada na dedução: a inferência. Enquanto esforço de interpretação, a análise de conteúdo oscila entre dois pólos: do rigor da objetividade e da fecundidade da subjetividade (BARDIN, 2006).

A análise de conteúdo surgiu por necessidade. Era imperativo que se encontrasse um método, um meio de analisar, com rigor científico, os meios jornalísticos. A primeira vez que isso ocorre é na Faculdade de Jornalismo de Colúmbia (EUA). O que nos primeiros tempos tem um caráter mais de curiosidade e de meio para medir o sensacionalismo de certos artigos e matérias. Logo em seguida, com o advento da Segunda Guerra, o objeto passa ser a análise da propaganda. “O primeiro nome que de fato ilustra a histórias da análise de conteúdo é o de H. Laswell [...] Em 1927 é editado Propaganda Technique in the World War” (BARDIN, 2006, p.13). É justamente a necessidade imposta pela Segunda Guerra que promove o desenvolvimento do método, principalmente a análise de cunho político (nessa época 25% dos estudos eram manifestamente políticas).

O grande interesse dos primeiros anos decaem em seguida. Muitos dos estudiosos, entre Laswell, além de Berelson, Janis, Leites, Lerner e Pool se desencantam com o método. Berelson diz “A análise de conteúdo, como método, não possui qualidades mágicas e raramente se retira mais do que nela se investe e algumas vezes até menos; no fim de contas, nada há que substitua as idéias brilhantes” (BARDIN, 2006, p. 16).

Na década de 1950, no entanto, acontecem vários congressos sobre psicolinguística, promovidos pelo *Social Science Research Council's Committee on Linguistics and Psychology*. Os resultados desses estudos promovem uma evolução dos estudos de análise de conteúdo e dão um novo parâmetro à disciplina. Muito da contribuição para o redimensionamento da área se dá pela multidisciplinariedade adotada a partir de então, com a inter-relação de novas e importantes matérias que vêm se juntar àquelas que já faziam parte dos estudos até então. Usando a expressão de Bardin, a análise de conteúdo encontra uma “segunda juventude”, com a reunião de novas disciplinas como a etnologia, a história, a psiquiatria, a psicanálise e a linguística, de modo a trazer novos questionamentos e contribuições.

Da década de 1960, até os dias atuais, “três fenômenos primordiais afetam a investigação e a prática da análise de conteúdo. O primeiro é o recurso ao computador;

o segundo o interesse pelos estudos respeitantes à comunicação não verbal e o terceiro é a inviabilidade de precisão dos trabalhos lingüísticos” (BARDIN, 2006, p. 23).

A contribuição do computador foi muito importante e facilitadora. Mas, por outro lado, foi um acréscimo frio ao método. A informática tanto auxiliou na facilitação da análise de números como possibilitou trazer novos dados. Entretanto as evidências nem sempre são sinal de novas descobertas. Nesse campo a intuição é fundamental. A análise do texto e suas capciosidades, “esta atitude de vigilância crítica exige o rodeio metodológico e o emprego de técnicas de ruptura e afigura-se tanto mais útil para o especialista das ciências humanas, quanto mais ele tenha a impressão de familiaridade face ao seu objeto de análise” (BARDIN, 2006, p. 24).

Generalizando, pode-se dizer que o objetivo da análise de conteúdo corresponde aos seguintes objetivos:

*a superação da incerteza* - o método através do qual o estudioso vai explicitar se aquilo que ele vê está realmente contido na mensagem e não é apenas um leitura pessoal; e,

*o enriquecimento da leitura*: se um olhar imediato, espontâneo, é já fecundo, não poderá uma leitura atenta aumentar a produtividade e a pertinência? Pela descoberta de conteúdos e de estruturas que confirmam (ou infirmam) o que se procura demonstrar a propósito das mensagens, ou pelo esclarecimento de elementos de significações susceptíveis de conduzir a uma descrição de mecanismos de que *a priori* não detínhamos a compreensão (BARDIN, 2006, p. 25).

São essas duas vertentes distintas, “desejo de rigor e necessidade de descobrir” que fazem a análise de conteúdo oscilar, sem que uma das tendências confrontadas se sobressaia. A “função heurística” que aumenta a propensão à descoberta; ou a “função de administração da prova” feita de forma a servir de confirmação ou infirmação, com o fito de servir de prova, são funções que podem se complementar. Enfim, a análise de conteúdo tem uma função, um destino, um porquê. Por que recorremos a ela? É preciso dar a ela um chão, um caminho que permita tanto a quem escreve quanto a quem vai ter

acesso à análise saber a que ela veio. Por que ela foi usada? Com qual fito? Em que campo e com que resultado.

Como não nos bastam os textos frios das matérias jornalísticas e dos resultados das pesquisas de opinião, uma técnica é fundamental para a análise de conteúdo no contexto deste trabalho - a inferência. “A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos, ou não) (BARDIN, 2006, p. 34). As inferências contribuem para elucidar dois tipos de problemas: o que levou a determinados resultados, e quais as conseqüências que os enunciados devem provocar. Servindo de parâmetros analíticos, como se atuando como se fora instrumento de detetive a dedução lógica auxilia na resolução desses problemas.

No caso da condução a determinado enunciado, “esse aspecto diz respeito às causas ou antecedentes da mensagem.” E no caso das conseqüências, “isto se refere aos possíveis efeitos das mensagens” (BARDIN, 2006, p. 34).

Ao longo do trabalho, e do aprofundamento na análise de conteúdo, vai ficando cada vez mais evidente que está é a metodologia mais adequada para propiciar o estudo dos dois conjuntos de informações; as revistas e as pesquisas de opinião dos mesmos períodos das reportagens.

Pertencem, pois, ao domínio da análise de conteúdo todas as iniciativas que, a partir de um conjunto de técnicas parciais, mas complementares, consistam na explicitação e sistematização do conteúdo das mensagens e da expressão deste conteúdo, como contributo de índices passíveis ou não de quantificação, a partir de um conjunto de técnicas que embora parciais são complementares (BARDIN, 2006, p. 37).

Assim como várias outras técnicas, surgidas no século XX, a análise de conteúdo também teve muito a ver com as guerras, mais especificamente com a Segunda Guerra. Os americanos se deram conta de que podiam confirmar se um texto

atribuído a uma determinada autoridade, era realmente de sua lavra ou não. Isso era feito comparando-se o número de vezes que determinadas palavras eram usadas em textos sabidamente escritos por aquela pessoa em relação ao texto em análise. Hoje, isso pode ser praticado com frequência em função de textos distribuídos pela internet como sendo de autoria de Moacyr Scliar, Luiz Fernando Veríssimo ou Arnaldo Jabor. O método, nesses casos, funciona muito bem e se pode, facilmente, reconhecer textos de autoria creditada, por exemplo, a Luiz Fernando Veríssimo. Um excesso de palavrões e expressões chulas utilizadas delata a farsa. Quando é sabido que o estilo dele não contempla a escatologia. Frequentemente são distribuídos textos de autores famosos, como os citados acima, via internet, com artigos ou crônicas que podem ser identificados como falsos por qualquer um que se dê ao trabalho de cotejá-los com textos de autoria desses autores. Os americanos também faziam o mesmo tipo de análise com as transmissões radiofônicas na Europa e a partir do Japão. O incremento de músicas alemãs, por exemplo, nas emissoras de certas regiões da França, indicavam o aumento dos contingentes nazistas naquela região. Assim como muitas canções dedicadas a soldados, em determinadas regiões do Pacífico, denunciavam o deslocamento de tropas japonesas para aqueles locais.

Hoje em dia, a análise de conteúdo é peça fundamental no acompanhamento e no exame de assuntos-chave, tais como a violência na TV, a incidência de comerciais sobre uma ordem de produtos (como comida, por exemplo); e como esses comerciais interferem no comportamento de pessoas em geral, ou grupos de pessoas (como crianças, por exemplo).

Desde a Segunda Guerra, quando essas técnicas começaram a ser utilizadas com tecnicidade, até agora, os meios de análise evoluíram muito, e se passou a fazer uso de métodos diferentes para assuntos diferentes, como a pesquisa qualitativa e a quantitativa. Com o advento do computador e, hoje, dos *palm-tops*, que admitem que os resultados sejam consultados e tabulados instantaneamente, a análise de resultados permite inclusive a mudança do tom de um programa ou discurso enquanto ele está sendo feito. Isso leva a adequar o discurso, ou o programa, de modo a conquistar maior audiência ou leva a influenciar com maior força o público de um programa político. Os programas de auditório, como Domingão do Faustão (Rede Globo) ou o Programa do Gugu (SBT) usam desse ferramental com maestria, prolongando quadros de sucesso,

reduzindo outros, ou até suprimindo-os, durante a exibição do programa ao vivo. É a análise de conteúdo, somada às pesquisas, garantindo maiores índices de audiência.

A definição de análise de conteúdo mais concisa e abrangente, ao mesmo tempo, é a de Kerlinger. Para ele, é um método de se estudar e analisar a comunicação de uma maneira sistemática, objetiva e quantitativa, com o objetivo de medir variáveis (WIMMER, 1987). A decupagem da definição leva a três conceitos que devem ser melhor explorados, a saber: primeiro, a sistematização. Não é possível fazer análises semelhantes de programas dessemelhantes e tentar encontrar os mesmos resultados. O conteúdo deve ser selecionado de acordo com regras estabelecidas e aplicadas da mesma maneira.

Deve haver uniformidade no tempo de exposição dos pesquisadores, assim como deve haver equanimidade nos tempos e espaços de mídia a serem analisados, do contrário, o resultado não será confiável.

Segundo, a análise deve ser fria e desprovida de paixões. Assim, os pesquisadores não podem ter um viés político, de interesse pelo assunto ou pelas pessoas a serem analisadas. O IBGE, por exemplo, quando contrata entrevistadores para seus censos, já conhece de antemão o perfil adequado para aquele trabalho de coleta de dados. Esse perfil, afirmam os *experts*, está menos propenso a alterar dados por convicções pessoais ou pela simples intenção de manipulação ou indução ao erro. A escolha dos entrevistadores é, portanto, fundamental para que o resultado obtido seja o mais correto possível. A ciência desse trabalho é fazer com que uma análise realizada por dois colaboradores diferentes chegue a um mesmo resultado.

Terceiro, a análise de conteúdo é quantitativa. Como melhor representar o resultado de uma pesquisa, senão através de um gráfico expressando números? A quantificação é o caminho pelo qual os pesquisadores buscam tanto a precisão da matemática como a forma de sinalização universalmente aceita. Por exemplo: qual das duas expressões melhor enuncia o resultado de um trabalho? A maioria das matérias no horário das 20h às 22h é violenta; ou 74% das matérias no horário das 20h às 22h são violentas. Além da precisão, a quantificação também simplifica o entendimento e resume os dados.

Na análise de conteúdo, também há que se levar em consideração as idiosincrasias do meio. Ou seja, uma análise de conteúdo de matérias de jornais e revistas (como no objeto deste trabalho) deve considerar algumas variáveis próprias desses meios, tais como: titulação, tipo de letra, colocação e distribuição na página, paginação, chamada de capa, uso ou não de foto, escolha da foto, seção do jornal ou revista, chamada de banca, chamada de TV ou rádio para uma determinada matéria, assiduidade com que o assunto está sendo abordado, se ela mereceu comentário editorial, se o jornalista assinou a matéria ou não, se outras seções comentaram o assunto. Enfim, há uma infinidade de questões acessórias que fazem com que um determinado assunto tenha maior ou menor projeção, pareça mais ou menos importante e sério. A análise de conteúdo, quando se propõe a ir a fundo num assunto, não deve relevar qualquer um desses aspectos.

Para descrever e analisar o conteúdo das mensagens dos veículos de comunicação, o pesquisador não pode se ater simplesmente às matérias. O conteúdo dos textos não é suficiente para fazer uma análise de conteúdo técnico. Não basta apreciar o texto em questão. Faz-se necessário ir além, e buscar, em pontos diversos das revistas, como as seções de cartas dos leitores, por exemplo, subsídios que não estão expressos no corpo das matérias. Nessas seções, os leitores podem se expressar, enaltecendo ou criticando o veículo, por esta ou aquela matéria. Esse item acessório é muito eloquente quando se trata, como neste caso, de entender o que foi agendado pelos jornalistas ou enquadrado pelos veículos, assim como a opinião pública sobre o momento e o cenário político. O posicionamento do editorial é outro ponto a ser apreciado, pois ele fala em nome do veículo e, portanto, está estabelecendo seu posicionamento. Será pouco provável que, em revistas desse jaez, encontrem-se posições diferentes entre o editorial e as matérias em si, especialmente em se tratando de política. Mesmo assim, há que se observar.

A análise de conteúdo também é capaz de identificar se determinados sentimentos da população estão ou não contemplados nas páginas dos jornais (tomando o jornal como o representante da mídia), ao confrontá-los com pesquisas de opinião pública. Provavelmente, esse seja um dos itens mais importantes da análise de conteúdo. Sua capacidade de tornar palpáveis dados que servirão para entender, tanto o

papel do agendamento ou do enquadramento das revistas, bem como buscar visualizar se essas práticas resultaram, de alguma forma em alteração ou indução da opinião pública sobre o governo e seu representante maior. Porque a confrontação das matérias com as pesquisas de opinião pode ser reveladora do que a população pensa, em consonância com a mídia, ou em dissonância.

Um caso clássico é o que relaciona a violência na TV com a percepção de insegurança da população. Ou, segundo Davis (em WIMMER, 1987), onde é demonstrado que o aumento da cobertura de crimes pelos jornais não influi no aumento ou diminuição da insegurança. Por outro lado, a maior cobertura de crimes pela TV dá à população maior sensação de insegurança. Isso tem lógica, pois permite à população ter maior conhecimento do que está ocorrendo, e de como a criminalidade está próxima de sua vida. Já no presente trabalho, a intenção é justamente observar se a análise de conteúdo vai, de alguma maneira, coincidir com a análise de pesquisas de opinião pública e se as revistas (como uma parcela da mídia) influenciam, agendam a opinião pública, ou se esta agenda as revistas.

Importante frisar que as pesquisas abrangem a população como um todo, enquanto as revistas são lidas por um público qualificado, seja econômica, seja culturalmente. Há que se atentar que, neste caso, a confrontação de dados deverá levar em consideração a avaliação dentro de grupos sociais específicos, a fim de que esse viés não prejudique a análise do todo.

Roger D. Wimmer (1987) afirma que a análise de conteúdo tem limitações. E que ela não deve servir como única base para conclusões sobre os efeitos da mídia. Justamente por saber-se que toda técnica implica limitações, este trabalho usará também de *inferência*, que trata de aspectos implícitos da mensagem analisada, tanto de *inferências específicas*, “que tratam de matérias vinculadas à situação específica do problema investigado” (DUARTE et BARROS, 2006, p. 299), quanto de *inferências gerais*, que tratam de aspectos da mensagem analisada “que extrapolam a situação específica do problema” (DUARTE et BARROS, 2006, p. 299). No caso deste trabalho, de identificação de *agenda setting* e de *framing*, e a confrontação com os dados de pesquisa de opinião pública possibilitarão uma visão suplementar, adicional. E a concentração, o foco em determinados grupos sócio-econômicos, será fundamental para

evitar distorções. Um exemplo de distorção seria a vaia dada ao Presidente Lula, na abertura dos Jogos Pan-americanos, em julho de 2.007, no Rio de Janeiro. O Maracanã lotado vaiou o Presidente a cada menção de seu nome, ou tentativa de pronunciamento. Se as matérias que relataram esse fato fossem confrontadas com as pesquisas de opinião pública que demonstram o alto grau de satisfação com o Presidente, certamente haveria má interpretação e mau resultado das análises. Nesse caso, para o qual os especialistas ainda não chegaram a uma conclusão, até o momento da redação deste texto, há que se considerar algumas variáveis, como por exemplo: classe econômica da platéia; contexto esportivo e não político; gosto do carioca pela *blague* e, até mesmo, a frase do imortal Nelson Rodrigues, quando disse que “o Maracanã vaiou até minuto de silêncio”.

I. O objeto da pesquisa será verificado através das seguintes hipóteses:

## MATÉRIAS POLÍTICAS SOBRE A PERCEPÇÃO/IMAGEM DO GOVERNO LULA

1. Número de matérias:

1.1. De capa

1.2. Quando é matéria principal

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

2. Análise das matérias quanto à percepção do pesquisador, se elas se apresentam:

2.1. Positiva

2.2. Neutra

2.3. Negativa

3. Número de cartas de leitores, por edição, e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

4. Quanto aos aspectos dessas cartas, se:

4.1. Positivas

4.2. Neutras

4.3. Negativas

5. Quando as capas dizem respeito ao Presidente Lula, ao candidato Lula e/ ou ao Governo Lula, se

5.1. Positivas

5.2. Neutras

5.3. Negativas

6. Quando as fotos do Presidente Lula, do candidato Lula, seu governo e integrantes do governo são:

6.1. Positivas

6.2. Neutras

6.3. Negativas

7. Quanto aos colunistas e notas em colunas, se esses textos dizem respeito ao Presidente Lula, ao candidato Lula, seu governo e integrantes desse mesmo governo, se:

7.1. Positivas

7.2. Neutras

7.3. Negativas

8. Qual o número de páginas de anúncios da administração direta e de estatais do governo federal em cada uma dessas edições.

9. Análise de conteúdo de matérias nas semanas anteriores e posteriores às pesquisas e interpretação quanto à percepção dessas matérias, se:

9.1. Positivas

9.2. Neutras

9.3. Negativas

II. A população em questão é formada pelas duas revistas semanais, Veja e Época, e as pesquisas de opinião pública do mesmo período.

III. A unidade de análise será o percentual de matérias que se enquadra em cada uma das categorias elencadas acima.

Os demais itens serão adaptados à realidade deste trabalho, levando em consideração um elemento precioso da análise de conteúdo, que é guiar-se por hipóteses bem formuladas e que auxiliem numa conclusão. De nada adiantaria estabelecer uma série de quesitos e hipóteses, apenas com o intuito de dar volume ao trabalho, por exemplo, e não atender aos requisitos necessários para se chegar a uma conclusão.

Como *técnica*, a proposta é de utilizar as análises *de avaliação, de enunciação, de contingência, de estrutura e do discurso*. Essa conjugação de técnicas permite ao trabalho ir além do texto frio, onde a análise é feita através da contagem de verbos e adjetivos qualitativos ou pejorativos. O uso da *análise de contingência* ou *associativa*, por exemplo, “considera que o mais importante não é o número de vezes que certas palavras, temas ou tipos de personagens aparecem numa mensagem, mas sim como eles estão organizados entre si, ou seja: o que está associado a quê?” (DUARTE et BARROS, 2006, p.303). Tanto no caso do agendamento, como no caso do enquadramento, há um tanto de inferência por parte no autor na identificação desses traços. Conforme dito algumas páginas atrás, a independência, a isenção é fundamental. O autor buscou desvincular-se de toda e qualquer preferência ou crítica política a fim de enxergar os personagens; governo e governantes, como simples objetos de análise. O que tornou o trabalho por demais interessante foi descobrir que a leitura de ambas as revistas tomou uma outra dimensão. Nenhuma delas jamais poderá ser lida da mesma forma depois da concretização da presente análise de conteúdo. O objetivo de identificar os pontos que denotavam a presença ou ausência de termos, palavras, expressões, fotos, cores, justaposição de fotos ou escolha de cartas para publicação, entre outros elementos, permitiu ao autor perceber a diferença entre ambas as publicações no trato dos assuntos ligados ao governo e seus principais personagens.

Uma questão difícil de ser engendrada nessa análise é a unidade com base em conceitos subjetivos, ou seja: se as matérias são positivas, negativas ou neutras. Em face da experiência política do autor, assim como a experiência em veículos de comunicação, é possível dizer que as matérias, as reportagens ou textos são sempre lidos de forma diversa pelos autores, pelos leitores e pelos personagens. O autor da matéria - o jornalista - pretende (ou deveria) estar fazendo um texto isento. O leitor comum, aquele que recebe o jornal ou revista em casa, faz a leitura de acordo com suas convicções, entendimentos, história pessoal e familiar. Ele avalia de acordo com seus interesses sociais e econômicos, nível cultural e acesso a outras fontes de informação, que não apenas da leitura específica. Já o leitor-personagem raramente faz a leitura desapaixonada. A tendência de ler uma matéria e entendê-la, percebê-la, encará-la de forma isenta, é rara. Ele normalmente se entende perseguido pelo jornalista (ou veículo), ou achincalhado e muito raramente elogiado.

O conteúdo deste trabalho atenta para uma característica do partido do Presidente Lula, o PT, a fim de que isso não influencie no resultado. O PT, quando oposição, sempre foi especialista em criar fatos que colocassem os partidos do governo (PDS, PFL, PSDB, etc.) em situações onde eles eram alvos de críticas de toda sorte. Um exemplo fácil disso era o fato de o presidente Fernando Henrique Cardoso ser alvo de inúmeros protestos pelo excesso de viagens ou de gastos com essas viagens. O Presidente Lula, por sua vez, que tem viajado com uma frequência maior do que seu antecessor, não é criticado por isso, mesmo usando um avião a jato novo em folha, importado da França. Fica ao leitor a provocação de pensar se o Presidente FHC tivesse comprado um avião no exterior, e não uma aeronave da Embraer, como o PT teria tratado o assunto? O que teria ocorrido em termos de crítica da então oposição?

Essa subjetividade do que é positivo e do que é negativo será um dos nós górdios do trabalho. Um dos alertas dos especialistas em análise de conteúdo é justamente elaborar categorias muito bem formuladas, de modo que uma seja claramente diferente da outra e não permita a permeabilidade de problemas e conteúdos de uma para outra. Essa será uma preocupação constante.

## 2. REVISÃO DE CONCEITOS

Quantas vezes jornais, revistas ou telejornais estampam a mesma matéria, com a mesma chamada ou a mesma manchete? “As notícias se repetem com um esmero quase perfeito. Os textos, as imagens e as abordagens ditam uma única lógica em seu monologismo de linguagem. Parecem serem todos frutos da mesma árvore ideológica” (RAMOS, 2005).

É preciso trazer para o mundo das revistas semanais o conceito de Roland Barthes relativo ao socioleto dos noticiários: “O socioleto dos telejornais tem, na sua generalidade, uma pauta. Está comprometido com a edição de estereótipos – imagens fixas, palavras repetidas” (1971), que cultuam verdades como se fossem ciências e absolutas. O esperado, por consequência, é que o enfoque das duas revistas seja o mesmo. Quantas vezes se vêem a mesma foto estampada na capa de diversas revistas semanais? A referência não é apenas às revistas em questão neste caso. Mesmo as revistas de fofocas, com um infindável manancial de baboseiras a retratar, com frequência trazem o mesmo beijo ou o mesmo par de coxas de biquini em suas capas. O material político, os fatos, a realidade brasileira é a mesma para quem quiser se debruçar sobre ela e relatar os acontecimentos. Por que, então, o enfoque é diverso? A explicação simplista seria aquela já referida desde o mito da caverna de Platão. Cada um vê os fatos de acordo com a sua realidade, seus paradigmas, seus conhecimentos, sua história. Mas um jornalista não tem esse direito. Poderia ser, então, a linha editorial do veículo? Sim e não. Pode o veículo ter uma abordagem distorcida dos fatos, uma vez que seu objetivo é informar? Teoricamente, não. Mas, na prática, a realidade é outra, e as abordagens diferem de veículo para veículo, de jornalista para jornalista e, mais tarde, o entendimento do que foi escrito também será diverso entre os leitores. Dois leitores lerão a mesma matéria e farão interpretações diferentes. Aliás, segundo o Presidente Lula, uma vez que ao homem foram dadas duas « orelha » (sic), ele pode interpretar os fatos de modo distinto, dependendo por qual das orelhas foi recebida a informação. Se uma mesma pessoa tem o dom (mais uma vez, segundo o Presidente Lula) de interpretar a mesma realidade de formas desiguais, o que sobra para veículos, jornalistas e leitores?

Há uma ciência na elaboração do texto de qualquer prospecto, manual, revista ou jornal. Ele deve ser escrito para que o leitor médio (público alvo) daquele material o compreenda. Isso ocorre com maestria nas revistas semanais. Há toda uma combinação de conteúdos que são reunidos de modo a atrair o maior número possível de leitores. Isto é: desde a notícia política e econômica, até a resenha de livros, frases da semana, cartas de leitores, crítica de televisão, de costumes, de cinema e moda, em todos os casos aqui tratados, as revistas se parecem até na ordem das matérias, de acordo com seus conteúdos. Desde as entrevistas mais profundas, no início das publicações, até os temas dos columnistas e as matérias leves, no final das páginas. Isso lembra inclusive o socioleto do Jornal Nacional, noticiário noturno da empresa que edita Época e que, obrigatoriamente, termina com uma matéria mais suave e positiva que aquelas da abertura ou do corpo do noticioso.

Embora o socioleto seja único, há que se perceber como duas publicações tão parecidas, diante de olhos menos desavisados, enfocam determinadas matérias de modo muito diverso.

Provavelmente, é sob a alegoria do Poder que se esconde o verdadeiro significado da abordagem de ambas as revistas. O exercício do poder, pela informação remonta ao século I a.C., quando Júlio César fazia uso de seus proclames, fixados no Fórum Romano, para dar ciência (ao menos ao povo letrado – o que parece que perdura até hoje) de seus éditos. Esses proclames eram instrumento e meio de governo do império. Esse poder atinge seu clímax nos regimes ditatoriais soviético e hitlerista, no início do século XX quando, além dos jornais, revistas e panfletos, os governantes passam a exercer uma dominação ferrenha sobre o povo, através do uso massivo dos meios de comunicação de massa (incluindo nessa fase o rádio e, mais tarde, a televisão). Se a democracia é o pior de todos os sistemas políticos, mas nunca foi inventado outro que fosse melhor, os meios de comunicação são fundamentais para sua manutenção e aprimoramento. É inconcebível, hoje, que seja possível o pleno exercício da democracia sem uma imprensa livre e responsável.

O que normalmente ocorre, num grande veículo de comunicação de peso nacional, é a supervisão ou definição da linha editorial, o *input* da direção da casa, principalmente no que se refere a grandes matérias sobre política e economia (ou personagens importantes desses dois segmentos).

Cada uma das duas revistas, como já foi dito, pertence a uma grande empresa de comunicação. Cada uma, em linguagem velada, exerce seu poder de modo a perpetuar sua existência, sua saúde financeira e seu lucro.

Veja, do Grupo Abril, pode se dar ao luxo de ser mais independente do que sua concorrente, por não depender de verbas públicas. Não que elas não sejam bem vindas. A publicação aceita e recebe de bom grado todo e qualquer anúncio de estatais e da administração direta. Porém, não tem nesse segmento de anunciantes seu arrimo. Além disso, o principal veículo de comunicação do grupo é justamente a revista em foco. Sua TV a cabo (TVA) e sua TV aberta (MTV) são emissoras de pouca ou quase nenhuma influência política; ao contrário da TV Globo, nave-mãe do sistema Globo. Veja comunica-se com as classes A e B, formadoras de opinião. Sua tiragem, há muitos anos, é superior a um milhão de exemplares. Isso faz dela a revista número 1 entre todos os diretores de mídia das agências de publicidade do país em seu segmento. Não há campanha em revista em que Veja não seja cotada, cogitada ou incluída. Isso lhe garante maior independência. E, finalmente, o Grupo Abril, escorado numa manobra promovida pela Rede Globo, para abrir o capital das empresas de comunicação brasileiras para investidores estrangeiros, vendeu 30% de seu capital (máximo permitido de participação a um grupo de capital estrangeiro) para a Naspers. A injeção de US\$ 422 milhões no grupo faz da Editora Abril o primeiro grupo de comunicação nacional a ter a totalidade dos 30% de capital sob o controle estrangeiro. Anteriormente, o Grupo Abril já havia negociado 14% de suas ações com um grupo americano, chamado Capital International. Esses 14% serão recomprados da Capital, dentro do acordo firmado com a Naspers, permitindo-lhe inclusive um assento no Conselho de Administração – sem direito a interferir na linha editorial. A venda de importante parcela de seu capital ao grupo sul-africano Naspers Limited (um dos maiores daquele país, com faturamento superior a dois bilhões de dólares anuais), garantiu-lhe ainda maior independência. Essa independência se dá de três formas precípuas. Primeira – pelo fortalecimento da

instituição, através de sociedade com empresa que não tem outros interesses no país, além desse investimento. Segundo, porque lhe permite continuar a praticar sua comercialização de forma técnica, sem a necessidade de bajulação aos grandes anunciantes governamentais (dentre os 30 maiores anunciantes do país, oito são verbas do governo. Dados de 2004). E esses, quando realmente precisam passar uma mensagem publicitária importante, são obrigados a anunciar em Veja, de qualquer maneira. E em terceiro lugar porque ficam fora da submissão do governo via BNDES. Isso significa dizer, que ao não necessitar de investimento oficial do BNDES em sua organização, Veja pode falar do governo o que entender correto como informação jornalística – sem medo de magoar o *Senhor da Caneta* que lhe cortaria o crédito oficial.

Época, por sua vez, empresa integrante das Organizações Globo, tem que ser infinitamente mais cuidadosa. Primeiro, porque qualquer deslize toma proporções muito maiores do que nas demais revistas, porque faz parte das Organizações Globo. Quando a rádio Globo ou mesmo a revista Época, noticia algo que contrarie interesses, ninguém diz que Época ou a Rádio Globo noticiaram isso ou aquilo. Dizem imediatamente: a Globo falou. E, conseqüentemente, o estrondo é maior. Portanto, cada veículo da organização trabalha em uníssono com uma linha editorial traçada pela direção. Em razão dessas condições, Época perde parte de seu poder de independência de noticiar aquilo que entender como notícia de interesse dos leitores. Em segundo lugar, porque as Organizações Globo, em conhecida situação de dificuldades financeiras (assim como a maioria dos grupos de mídia nacionais), depende mais do que qualquer outra da boa vontade governamental. Pelo seu gigantismo e a necessidade, portanto, de captar quase 40% de todos os investimentos em mídia realizados no país; pela necessidade de receber a maior parte dos investimentos em mídia de empresas estatais como Correios, Petrobrás, Banco do Brasil, Caixa Econômica, além do Ministério da Saúde (entre outros). Finalmente, porque ela necessita de investimentos (via empréstimo ou financiamento a terceiros, para compra de parte das ações), isso lhe retira qualquer possibilidade de isenção jornalística quando se trata de governo. Seu exercício de poder é, portanto aquele descrito por Weber, quando ele escreveu sobre a capacidade de uma elite impor o seu projeto de desenvolvimento (nesses casos de negócios) a uma maioria. “É a expressão da dominação, em seu aspecto mecânico e

vertical, na relação entre a elite (econômica) e o povo” (RAMOS, 2004), (as expressões entre parênteses são nossas).

Vemos, portanto, na leitura crítica sob a categoria do poder, a razão da diferença de tratamento de um mesmo assunto feita por duas revistas que, para a maioria do povo, são igualmente isentas e tentam fazer bom jornalismo.

## 2.1. CULTURA

John B. Thompson, em seus estudos sobre cultura, em sentido muito amplo, diz: “o estudo de fenômenos culturais pode ser pensado como o estudo do mundo sócio-histórico constituído como um campo de significados” (THOMPSON, 1995).

Ele distingue o uso do termo *cultura* através dos séculos, e suas diferenças de sociedade para sociedade. Na França, por exemplo, as palavras *cultura* e *civilização* se sobrepuseram:

Ambas foram, progressivamente, sendo usadas para descrever um processo geral de desenvolvimento humano de tornar-se *culto* ou *civilizado*. Na língua alemã, entretanto, estas palavras eram freqüentemente contrastadas, de tal forma que *Zivilisation* adquiriu uma conotação negativa e *Kultur*, uma positiva. A primeira foi associada com polidez e refinamento das maneiras, enquanto a segunda, *Kultur*, era usada para se referir a produtos intelectuais, artísticos e espirituais, nos quais se expressavam a individualidade e a criatividade das pessoas (THOMPSON, 1995).

Cultura, é bom que se esclareça, deixou de ter o sentido disseminado a partir do final do século XVIII, que a tratava como um processo de desenvolvimento e enobrecimento das faculdades humanas, fosse pelo acesso e pela assimilação das artes, da literatura e de novos conceitos, fosse pela apropriação de idéias proporcionadas pelos novos tempos da modernidade. Uma concepção acadêmica, vê-se logo. Esse conceito evoluiu para uma descrição menos voltada para o enobrecimento e a sofisticação da

mente, para algo mais ligado aos costumes, às práticas e às crenças de todas as sociedades, e não mais as européias, somente.

Na concepção descritiva de cultura, ela pode ser assim definida: “a cultura de um grupo ou sociedade é o conjunto de crenças, costumes, idéias e valores, bem como os artefatos, objetos e instrumentos materiais que são adquiridos pelos indivíduos enquanto membros de um grupo ou sociedade” (THOMPSON, 1995).

Em ambas as revistas, há evidentes exemplos que denotam expressões e situações específicas de uma determinada sociedade contemporânea – neste caso – a brasileira. Expressões como *mensalão*, *operações mãos limpas*, *seguir de escândalo em escândalo* e finalmente:

Não existe crise política e do Estado sem uma crise na sociedade. É ela que não pode aceitar a compra do Congresso Nacional em troca do apoio ao governo. É ela que não pode deixar um João Paulo Cunha receber dinheiro do mensalão e ser absolvido pelo Congresso (ÉPOCA, 06/11/2006, p. 29).

Essas expressões e citações são o retrato da cultura de um determinado momento da nação. De uma sociedade. Não é em nenhum momento o retrato da antiga versão de refinamento ou assimilação de trabalhos artísticos e acadêmicos. É a fina expressão do que passa pela cabeça de um povo inteiro, que absorveu esses conceitos como parte de sua condição.

Já na concepção simbólica, cultura é definida como

o padrão de significados incorporados nas formas simbólicas, que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham suas experiências, concepções e crenças (THOMPSON, 1995).

A concepção simbólica apresentada no parágrafo anterior permite interpretações acerca de sua objetividade, alcance e uso. O que fica no nosso entender, como concepção simbólica dos textos de ambas as revistas é a capacidade que as duas, e

principalmente Veja, têm de partilhar com o leitor uma experiência de situação, momento, caos, moral (falta de), conjuntura e desordem que, mesmo não vindo com um manual sobre a crise ética brasileira, permite aos leitores saber do que se trata, sem que haja necessidade de notas de rodapé, adendos ou glosas. A cultura dividida com o leitor já vem carregada de um simbolismo adquirido pela população, o que lhe permite compartilhar o entendimento do texto, de forma tal, que ele se torna completo. Isso só é possível dada a incorporação de manifestações verbais e simbólicas de vários tipos e formas, que permite a um determinado grupo compartilhar a mesma cultura e entender textos como os das duas publicações que são objeto do presente trabalho, neste momento e neste país.

## 2.2. OPINIÃO PÚBLICA

*Think you then, said I, that opinion is more obscure than knowledge,  
but clearer than ignorance?*

*Far, said he.*

*Does it lie then between them both?*

*Yes.*

*Opinion then is between the two?*

*Entirely so* \* (PLATÃO, apud NOELLE-NEUMANN, 1993, p.60).

No meio da década de 1960, um professor da Universidade de Princeton, Harwood Childs, realizou pesquisa em busca de uma definição de opinião pública e acabou encontrando 50 versões que iam das mais díspares, até algumas muito semelhantes (NOELLE-NEUMANN, 1993, p.58). De lá para cá, esse número deve ter crescido, até porque a noção do termo, hoje em dia, está muito mais associada à pesquisa de mercado do que à opinião pública referida por Cícero, em 50 a.C., quando justificou um erro porque havia se baseado nesta. Essa é, provavelmente, a primeira vez em que as duas palavras são encontradas, referidas em conjunto, dando idéia de um conceito.

---

\* Você pensa então, digo eu, que opinião é mais obscuro que o conhecimento, mas mais claro que a ignorância? De longe, ele disse. Então ela se encontra entre os dois? Sim. Opinião então reside entre os dois? Exatamente isso (Tradução do autor).

Após o livro de Jürgen Habermas (1962), a opinião pública passou a ser vista e estudada sob uma nova ótica (que predomina até os dias atuais), onde o termo transcende para a publicidade e para uma nova formatação da esfera social. Habermas analisa a influência da publicidade, e o impacto da sociedade capitalista de mercado como sucessora de duas instituições: a família nuclear burguesa e a monarquia absoluta.

Essa nova sociedade, que passa a viver sob a influência de um novo catalisador e instituidor de opinião, é resultado das novas tecnologias e instituições ligadas à comunicação, como os jornais. Habermas conclui que a opinião pública acabou subordinada às rotinas da política eleitoral e aos arroubos da publicidade da sociedade de consumo.

A opinião pública é poderosa; mas mesmo sendo poderosa, não significa que esteja correta. Esse é um dos erros comuns quando um governante, por exemplo, se rende à opinião pública, como se essa fosse a senhora da verdade e o melhor dos caminhos. Opinião pública não é *vox dei*. A vontade do povo é soberana, mas nem sempre ela pode ser interpretada via opinião pública.

Para Sócrates e Platão, a opinião era de que ela não trazia a verdade absoluta ou o conhecimento preciso sobre uma determinada matéria, ainda que lhe trouxesse alguma luz. É melhor ter alguma opinião, mesmo que não seja a mais abalizada e inteiramente baseada no conhecimento, do que não ter idéia de nada, ser absolutamente ignorante sobre o tema. Era como se a opinião fosse um caminho, uma estrada que pudesse ser a centelha que leva ao conhecimento.

Contudo, é importante ressaltar que a opinião não significa certeza; retrato de um conhecimento. A opinião é a falta de certeza, é o entendimento ou julgamento impreciso. Ela não é absoluta porque lhe faltam elementos que asseguram confiança, fidedignidade. Os ingleses e franceses vêem, segundo Noelle-Neumann, a opinião como algo mais complexo: “Opinião pode ser valiosa ou sem valor algum, mas ela representa uma visão unificada de uma parcela da população em um dado momento” (NOELLE-NEUMANN, 1993).

Shakespeare, em 1596, em O mercador de Veneza, escreveu que as aparências são ilusórias. Assim como basear-se apenas nas pesquisas para compreender verdadeiramente os anseios da população pode levar ao erro. “Bastantes vezes a aparência externa carece de valor. Sempre enganado tem sido o mundo pelos ornamentos” (SHAKESPEARE, 2005, p. 91, ato III, Cena II).

Por sua vez, o entendimento do que é *público*, como parte integrante do conceito de opinião pública, também é importante. Mas, nem nesse caso há uma concordância generalizada. Por *público*, em primeira instância, entende-se aquilo que não é privado. Perfeito como conceito jurídico. Bem público, *res*, coisa pública, por exemplo, contrapõe-se ao bem privado, à coisa privada. O direito público é diferente do direito privado e desde os primórdios do *diritto romano*, ou do *deustch recht*, no início da codificação, seus parâmetros são contrapostos. Ambos têm sua instância, sua validade e seu momento. O espaço público é diferente do espaço privado. Vários espaços privados não compõem um espaço público, assim como a reunião de direitos privados não cria um direito público. O mesmo ocorre com a opinião privada e a opinião pública. Cada um pode ter sua opinião sobre isso ou aquilo mas, a menos que haja uma forma de interpretação, de aferição, essas opiniões isoladas não se farão ouvir como opinião pública. Seguindo a mesma linha de mesmo raciocínio, a opinião, por ser pública, deveria representar a totalidade do pensamento; na verdade, ela expressa a concepção, a idéia, o pensamento de uma parcela (a maioria, normalmente) do público. A opinião pública, por exemplo, dos americanos, era totalmente favorável ao Presidente George W. Bush e sua invasão do Iraque, logo após o clamor do 11 de setembro. Ele atingiu naquele momento 90% de apoio popular; o maior índice já alcançado por um presidente americano. Era a maioria? Sim. Era a totalidade? Não, mas prevaleceu sobre a minoria. Hoje, o resultado inverteu-se, mas o Presidente já estava respaldado pela opinião pública que lhe dera os votos no Congresso para ir à guerra e para um segundo mandato. Na verdade, o que ocorre é que a opinião da maioria rege as relações, dita a moda, os costumes, e quem será o representante ou representantes do povo. A maioria representa a opinião pública.

Finalmente, na tentativa de buscar um consenso entre as dezenas de conceitos pode-se definir opinião pública como o sentimento expresso da maioria da população sobre um determinado assunto, num certo local, num dado momento.

Jean-Gabriel Tarde (1843-1904) é o primeiro autor a tratar seriamente e extensivamente sobre opinião. Seu livro A opinião e as massas, de 1901, inicialmente publicado na forma de artigos, foi um marco na história sociológica do grande número. Tarde defende que as idéias não são criadas. Elas estão aí para, em razão do acaso ou da necessidade, virem à tona e serem usadas por quem quer que seja. Professa uma teoria de sociedade que ele define como, “uma coleção de seres na medida em que estão se imitando entre si” (TARDE, 1992). Na teoria tardeana de opinião, ele diz:

Assim as novas opiniões, as novas atitudes, não são o puro produto de uma razão particular. Elas não são produtos de uma razão no sentido de que não provêm de uma razão, não encontram nela a origem de sua existência, mas simplesmente a origem de sua revelação (TARDE, 1992).

A opinião não precisa ser racional. Ela não é gerada a partir da racionalidade, de um raciocínio cartesiano, que a gera e flui para, no encontro de outras opiniões igualmente lógicas, formar a opinião pública. Ela prescinde de coerência. Ela não prescinde, no entanto, da fagulha de um entendimento, de uma razão particular.

“O vínculo social realmente moderno é a opinião pública e não uma verdade determinada”(TARDE, 1992). O que importa é a opinião pública, e não uma verdade determinada. É a fê expandida pela sociedade. “Entre todas as opiniões que se chocam, só pode restar uma única, que será em breve a opinião pública” (TARDE, 1992).

Tarde não dá ao público e à opinião pública uma conceituação política. Ele lhes atribui conceitos sociológicos ou psico-sociológicos. “Há apenas uma única e mesma forma de expressão social, receptora das opiniões políticas como também é receptora dos gostos e das modas de todos os tipos” (TARDE, 1992).

No prefácio de A opinião e as massas, Tarde escreve, em maio de 1901:

De fato o público, objeto especial do estudo principal, é uma multidão dispersa, em que a influência dos espíritos uns sobre os outros tornou-se uma ação à distância, a distâncias cada vez maiores. Enfim, a

opinião, resultante de todas essas ações à distância ou em contato, está para as multidões e para os públicos assim como o pensamento está para o corpo, de certo modo (TARDE, 1992).

Multidão e público não são a mesma coisa. É preciso não confundi-los, disse Tarde. “A multidão é o grupo social do passado; depois da família é o mais antigo grupo social.” (TARDE, 1992).

Tarde atenta para a importância da imprensa e de seu poder de criação, de consciência de grupo, quando diz que “depois da imprensa é cada vez menos com determinadas pessoas e cada vez mais com a coletividade que mantemos relações de todo gênero” (TARDE, 1992).

No capítulo “A opinião e a conversação”, Gabriel Tarde explora a sinergia entre opinião e público, quando escreve que “a opinião está para o público, assim como a alma está para o corpo, e o estudo de um nós conduz naturalmente ao outro” (TARDE, 1992).

Para entender a palavra *opinião*, deve-se distinguir entre “opinião propriamente dita, um conjunto de juízos e a vontade geral, um conjunto de desejos” (TARDE, 1992). Assim como a opinião não deve ser confundida com duas outras parcelas do espírito social; a tradição e a razão.

A transformação de uma opinião individual numa opinião social, na *opinião*, foi devido à palavra pública na Antiguidade e na Idade Média, à imprensa nos dias de hoje, mas, em todas as épocas e acima de tudo as conversações privadas...É um agregado de opiniões que forma a *opinião* (TARDE, 1992).

A análise de Tarde sobre opinião, opinião pública, multidão e público foram os balizadores para o estudo e a compreensão desses termos, a partir de sua extensa obra.

Guy Débord, em A sociedade do espetáculo, de 1967, faz uma análise crítica da sociedade moderna. A obra desenvolve a teoria crítica de que nós vivemos numa sociedade onde o que importa é a imagem, o espetáculo produzido, e não a vida em si.

A vida perde espaço para a representação da vida. Não interessa mais quem somos, mas o que temos. Não importa o que se faz, como se vive ou como se é, mas sim, como isso tudo é representado e como a sociedade vê esse espetáculo. Não importa ter um carro, mas sim como esse carro é visto, e como você é visto com o carro. A sociedade perde seu valor. O homem perde seu valor. Ganha importância a expressão social, a aparência desse homem. Nesse contexto, a mídia adquire um papel ainda mais relevante (embora muito criticada); sua função não é outra senão servir de meio para a proliferação de imagens espetaculares. E numa sociedade onde a imagem e a representação são carregadas de significados, a opinião pública adquire uma importância ainda maior.

O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens [...] sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos [...] o espetáculo constitui o modelo presente da vida dominante da sociedade” (DÉBORD, 2005).

Ele acrescenta: “[...] a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e o sustento da sociedade existente” (DÉBORD, 2005).

Chegou-se, segundo ele, a um ponto em que a realidade é aquela exibida e apreciada como a realidade, uma vez que o espetáculo é o real: “O consumidor real torna-se um consumidor de ilusões. A mercadoria é esta ilusão efetivamente real, e o espetáculo é sua manifestação geral” (DÉBORD, 2005). Para ele,

a história só passou a ser de todos quando passou a ser vivida por grupos maiores. Isso gerou uma comunicação que deu a todos o sentimento de estarem vivendo o mesmo presente – a riqueza qualitativa dos acontecimentos como atividade – sua época. Nasce daí a linguagem geral da comunicação histórica (DÉBORD, 2005).

Os veículos de comunicação de massa são os instrumentos para a pasteurização dessa percepção e a disseminação de um pensamento único, uma única opinião pública que serve à sociedade escravizada pela economia de mercado. “O espetáculo é, materialmente, a expressão da separação e do afastamento entre o homem e o homem” (DÉBORD, 2005).

“A sociedade do espetáculo” não teria modo de existir se não fosse pela mídia. A mídia transforma bens e pessoas em atores de um mesmo espetáculo homogeneizado, cujo fim é fazer dos objetos e das pessoas vetores de um mesmo ato, muito semelhante, que se retro-alimenta da exposição dessas mesmas pessoas e objetos, levando outros a cumprirem o mesmo papel.

É de bom tom lembrar que existem dezenas de definições sobre um tema que já despertara a atenção de Sócrates e Platão. O conceito de opinião sofreu significativa evolução com a chegada da imprensa, depois do rádio e da televisão e, novamente, nos dias de hoje, com as novas mídias. Os meios de comunicação influíram sobremaneira na liberdade de expressão. Esta liberdade, e o conseqüente maior acesso à informação, mais uma vez influíram sobre o modo e o processo de formação da opinião pública. A opinião pública não é um córrego cristalino que nasce de uma vertente virgem. Ela até pode surgir num processo são de representação da opinião de um grupo desinteressado e que, com o tempo, acaba por envolver a maior parte da sociedade. Mesmo na *ágora* ateniense, esse processo democrático de expressão, que acabava por influenciar a toda *pólis*, era o fruto da vontade e da opinião de alguns (que excluía estrangeiros e escravos, por exemplo). Mas, na maioria das vezes, a opinião pública advém do interesse de grupos que podem muito bem ser moldados ao sabor da propaganda, via meios de comunicação de massa. Mais uma vez, nesse caso, ficam grupos excluídos da grande opinião pública, porque não souberam ou temeram expor seus pontos de vista.

O que precisa ficar claro é que a opinião pública, por maior liberdade de expressão que a sociedade conceda aos seus cidadãos, não é a opinião da sociedade como um todo. Ela expressa o sentimento de um grupo ou da maioria da sociedade, e como tal deve ser entendida. Embora os governantes, baseados em pesquisas de opinião, acabem por usar as tendências, tão logo elas surjam, para buscar entender (principalmente em campanhas políticas) o que será o pensamento de grupos ou da maioria da sociedade, Elisabeth Noelle-Neumann defende que essa opinião pode ou não ter valor na compreensão do que pensa a população, atentando às ressalvas relativas a lugar e hora. “Opinião pode ser valiosa ou sem valor algum, mas ela representa uma visão unificada de uma parcela da população em um dado momento” (NOELLE-NEUMANN,1993). Reiterando, é possível perceber, com base na assertiva acima

referida, que a opinião representa um momento, um entendimento. Não significa, no entanto, que esse quadro expresse uma imagem perene, que possa ser usada como base para tomada de decisões noutra momento que não aquele. Em campanhas políticas, por exemplo, as aferições, por meio de pesquisas, chegam a ser diárias, quando a campanha atinge fases decisivas. Porque o entendimento de hoje pode não ser o mesmo de amanhã.

Isso nos leva, finalmente, a um conceito que pode ser o mais adequado dentre tantos, por não ser categórico. Opinião pública é o sentimento expresso da maioria da população sobre um determinado assunto, num certo local, num dado momento.

Ressalte-se, pois, que opinião não é conhecimento. Mas é melhor ter opinião sobre alguma coisa do que não ter idéia alguma sobre o assunto. Locke disse: “Vale a pena, portanto, pesquisar os limites entre a opinião e o conhecimento, e examinar por quais medidas devemos regular nosso assentimento e moderar nossas persuasões a respeito das coisas de que não temos conhecimento certo [...]” (LOCKE, 1973).

Locke entende, portanto, que há diferença entre opinião e conhecimento.

Por isso mesmo nenhuma opinião deve ser exilada. Por menor que seja o número de cidadãos com uma opinião contrária, eles devem ser ouvidos. Esse é um dos benefícios do parlamento. Sempre haverá um representante, nas assembleias ou nas câmaras, com um voto dissonante da maioria, representando a opinião das minorias. John Stuart Mill expressa essa idéia brilhantemente, quando diz: “Se todos os homens menos um, fossem de certa opinião, e um único de opinião contrária, a humanidade não teria mais o direito de impor silêncio a esse um do que ele a fazer calar a humanidade, se tivesse esse poder” (STUART MILL, 1991).

Já Gabriel Tarde entende que do choque de diversas opiniões dissonantes uma deve prevalecer, e esta será a verdadeira opinião pública. O que importa é a opinião pública, e não uma verdade determinada. É a fé expandida pela sociedade. “Entre todas as opiniões que se chocam, só pode restar uma única, que será em breve a opinião pública” (TARDE, 1992).

Habermas diz que a opinião pública acabou subordinada às rotinas da política eleitoral e aos arroubos da publicidade da sociedade de consumo. Isso é o que vemos de maneira mais cabal hoje em dia. A opinião pública contemporânea serve majoritariamente para descobrir, entender, desvendar os anseios da sociedade e, especialmente, de grupos específicos, no que se refere à preferência por produtos e serviços. A pesquisa de opinião qualitativa e quantitativa é a ferramenta mais usada no dia-a-dia da publicidade e do *marketing* para o lançamento dos produtos corretos, via preço adequado, na forma e local ideal para atender à demanda de públicos específicos. Nenhum produto ou serviço que se preze é lançado sem que haja uma pesquisa prévia para antecipar a opinião do consumidor. Essa pesquisa de opinião suplantou em número qualquer outra fórmula de obtenção de perfil de anseios, preferências ou opiniões da sociedade. Da mesma forma que as pesquisas de opinião, com fundamento político, tiveram um significativo incremento, passando a ser ferramenta fundamental para toda campanha política ou tomada de decisão de governantes, seja sobre a venda de uma estatal, seja para decidir sobre o aumento do salário dos magistrados. Isso equivale dizer que a prática é governar levando em consideração ao que pensa população sobre cada um dos assuntos importante em voga. A candidata à presidência da Argentina, Cristina Kirchner, por exemplo, no início da campanha, fez questão de associar sua imagem às presidentes do Chile e da Alemanha. Com a queda dos índices de aprovação do governo de Bachelet, presidente do Chile, ao longo da campanha de Cristina Kirchner, a Senhora Kirchner dissociou sua campanha da imagem da dirigente chilena.

Vê-se, portanto, que a opinião pública, como instrumento balizador para tomada de decisões em diversas áreas, teve um significativo aumento de prestígio e utilização nas últimas décadas. Talvez, hoje seu uso seja mais prosaico, mais mercantilista ou comezinho do que em épocas passadas, porque sua importância, suas técnicas e seu valor são maiores hoje do que nunca.

Para os efeitos desse trabalho, é importante entender que sempre haverá um *gap* entre o que ocorre no governo, as informações que são recebidas e entendidas pelo público, e as informações que são realmente liberadas para conhecimento geral. É assim que a sociedade funciona. “While censorship and privacy intercept much information at its source, a very large body of fact never reaches the whole public at all,

or only very slowly”<sup>\*</sup> \* (LIPPMANN, 2.004). Assim, a opinião pública só refletirá aqueles fatos que forem alvo dos veículos de comunicação de massa, não podendo refletir aquilo a que não teve acesso, obviamente. É preciso levar em consideração a capacidade e possibilidade de acesso à informação. Lippmann previne quanto à acessibilidade à informação, de acordo com as classes sócio-econômicas. “The size of a man’s income has considerable effect on his access to the world beyond his neighborhood. With money he can overcome almost every tangible obstacle of communication [...]”<sup>\*\*</sup> (LIPPMANN, 2.004).

Neste trabalho, a opinião pública ganha *status*. Ela que vai servir de parâmetro, embora acessório, para a investigação e análise da ocorrência ou não da *agenda setting* e de *framing*. Uma vez identificados o enquadramento das publicações e o agendamento desses mesmos veículos, nós vamos buscar identificar se esse posicionamento das matérias e dessas publicações interferiram, influíram na opinião pública, mesmo que de forma estratificada. Essas pesquisas têm a intenção de retratar a sociedade da forma mais técnica e precisa possível. Para tanto, são escolhidos cidadãos de todas as idades e classes sociais de forma a criar uma representatividade perfeita do povo brasileiro. Extraí-se, assim, desse grupo, o espelho do que passa pela cabeça de toda a nação. Esse entendimento, que é a consubstanciação da opinião de grupos, forma um padrão que expressa a opinião da maioria. Um fenômeno coletivo e público.

Nós sabemos que essas revistas (Veja e Época), conforme será abordado em capítulo próprio, são publicações de públicos estratificados. São lidas por alguns poucos milhões de pessoas, enquanto a televisão é o grande veículo de massas e o grande indutor de opinião. Venício Lima explica que a mídia tem desempenhado funções que, tradicionalmente, eram atribuídas aos partidos. Funções como “definir a

---

\* “Enquanto a censura e a privacidade interceptam grande parte da informação na própria fonte, uma grande parte dos fatos nunca atinge a totalidade do público, e quando o faz, ocorre muito lentamente” (Tradução do autor).

\*\* “O tamanho da renda de um homem tem considerável efeito no seu acesso ao mundo além de sua vizinhança. Com dinheiro, ele pode superar quase todos os obstáculos tangíveis da comunicação[...]” (Tradução do autor).

agenda dos temas relevantes... gerar e transmitir informações políticas, fiscalizar a ação das administrações públicas, exercer a crítica de políticas públicas e canalizar as demandas da população junto ao governo” (LIMA, 2004, p. 191). Em todas essas atribuições a coleta de informações geradas pela opinião pública é fundamental. A *definição de agenda de temas relevantes*, por exemplo, se dá prioritariamente via pesquisas de opinião. E a troca de informações entre governo, partidos políticos e população se dá principalmente, sobretudo, via televisão. As revistas são importantes no papel de informação? São. Mas num país com as características educacionais, culturais e econômicas do Brasil, a televisão é o grande veículo indutor de opiniões.

“A televisão está mudando o homem e a política. A primeira transformação engloba a segunda. Porém, é a videopolítica a que melhor representa, neste momento, o videopoder, a força que nos está modelando. E por isso mantereí que a videopolítica transforma a política no mais amplo contexto de videopoder que está transformando em *homo ocular* o *homo sapiens* produto da cultura escrita” (SARTORI, 1992, apud LIMA, 2004, p. 191).

### **2.3. A POLÍTICA NO CONTEXTO DA COMUNICAÇÃO**

“A mídia é hoje a instituição mais decisiva para a qualidade do exercício da cidadania no Brasil redemocratizado” (LATTMAN-WELTMAN, 2003).

A mídia é o elemento que coloca a serviço da democracia os meios para que a população conheça os matizes dos elementos políticos. É por meio dela que se cria consciência (deliberada ou não) sobre a pauta política, sobre seus atores, sobre a agenda, etc. É ela que exerce, nesse momento, o poder inquisidor (sem entrar no mérito se corretamente ou não), abrindo as caixas pretas das instituições e do comportamento dos políticos.

O perfil da mídia no mundo e no Brasil mudou drasticamente nas últimas décadas. A influência, exercida majoritariamente pelos jornais e pelo rádio, passou a

dividir espaço com as revistas (muito segmentadas) e, do início da década de 1960 para cá, com a televisão, que passa em seguida a dominar a cena. Em 1964, no Brasil, quando os militares assumem o poder, apenas 10% dos lares brasileiros contavam com aparelhos de televisão. Esse percentual já era de 75% em 1980, e de 97,1% em 2.006 (segundo pesquisa realizada pela Eletrobrás). O interessante desses dados, para fins de comparação, é que existem mais lares com televisão do que lares com refrigerador (apenas 96% das residências têm esse eletrodoméstico). (Pesquisa Eletrobrás, 2006).

A média de aparelhos de TV, por unidade habitacional, é de 1,41. Essas cifras dão uma dimensão do poder de penetração dessa mídia no Brasil. Isso fez com que a influência da TV e, mais recentemente, dos computadores pessoais (25% dos lares já tem PCs) passasse a ter um alcance e uma participação na formação da consciência política muito maior do que no passado. Além disso, a instantaneidade inaugurada pelo rádio tomou uma proporção muito maior em razão das novas mídias e tecnologias. Hoje, graças a vários dispositivos de comunicação pessoal, as notícias chegam ao consumidor sem a necessidade da existência de um repórter formal no local dos acontecimentos. O furo nacional, por exemplo, da queda do avião da TAM, em Congonhas, em julho de 2.007, foi dado pela Rádio Gaúcha, de Porto Alegre, graças a um ex-executivo da empresa que estava no aeroporto e entrou no ar, por telefone celular, pautando dezenas de outros veículos. Em seguida, já havia fotos enviadas por câmeras de telefones em *sites* de notícias. Essas formas de comunicação, espalhadas, e nas mãos de mais de 106 milhões de pessoas (número de telefones celulares em julho de 2.007, no Brasil, segundo a ANATEL ) criam novos meios de fazer notícia e de vigiar a vida política. Isso fez o Brasil, um país de feições rurais, transformar-se numa das democracias mais midiáticas do mundo, em três ou quatro décadas. O resultado dessa transformação foi sentido em todos os patamares da política. Aquele político que não entender as novas regras, perderá seu espaço. Hoje, a política é feita em consonância com a mídia. Uma não existe sem a outra. A política é um ator no palco dos veículos de comunicação e estes se prestam a ser o palco de exposição, de endeusamento, de execração, de veneração ou de morte de alguns importantes e respeitáveis atores, e de muitos comediantes de picadeiro.

A capacidade de instantaneidade, de abrangência nacional, de obtenção de resultados de pesquisas de opinião muito próximas do resultado efetivo de eleições, fez

dos meios de comunicação um elemento muito mais próximo do grande público no que se refere à política.

Outro fator que tem feito a mídia ganhar importância, no campo político, é sua capacidade de investigar e trazer a público fatos que não viriam à tona se a nação dependesse exclusivamente dos meios republicanos para tal (polícia, Ministério Público, Judiciário). Esse fator, por outro lado, desencadeou um processo perigoso, que é o julgamento, pelos meios de comunicação, de deputados, senadores e ministros, antes mesmo da averiguação real dos fatos nos tribunais e da publicação da sentença. Além disso, essa glamourização da mídia deu-lhe poderes inéditos na história.

O regime democrático representativo é o melhor caminho, tanto para os países, como para seus povos. Isso é difícil de ser questionado. Mas o sistema tem falhas, como também tem qualquer outro regime. Uma dessas falhas é a independência que o representante eleito adquire, assim que termina o sufrágio, a maneira como os representantes respondem aos poderes e delegação que lhes é dada pelos representados, através do processo eleitoral. Os veículos de comunicação têm exercido esse controle necessário e permitido a milhões de eleitores saber o que fazem ou deixam de fazer seus representantes. É graças à mídia que parlamentares como a Deputada Federal Ângela Guadagnin (PT-SP) ao celebrar a absolvição de seu colega, Deputado João Magno (PT-MG), com a famosa *dança da pizza*, recebeu a execração nacional, não se reelegendo. Não adiantou pedir perdão aos eleitores e ao povo brasileiro. Suas imagens, dançando no plenário do Congresso, em seu traje amarelo, foram por demais contundentes.

Na falta de instrumentos melhores de controle dessa representação, os representados exercem algum controle por um instrumento chamado, em inglês, de *accountability*. Essa prestação de contas “é, portanto, chave para a qualificação da moderna democracia, porque se refere ao real funcionamento de suas instituições” (LATTMAN-WELTMAN, 2003). A *accountability* “articula ao mesmo tempo tanto uma dimensão normativa do sistema político democrático [...] quanto uma dimensão mais propriamente operacional do que se pode obter das instituições democráticas” (LATTMAN-WELTMAN, 2003). Portanto, tão ou mais importante do que o desempenho real que os políticos têm em seus mandatos, é a percepção pública desse desempenho que conta. Por outro lado, isso também leva a distorções. Há aqueles que

têm um desempenho real muito fraco ou burlesco, mas alcançam um desempenho midiático fabuloso. Enfim, o sistema não é perfeito, tampouco seus controles.

O que importa, é que a política e a mídia estão cada vez mais interligadas. “Os nossos contemporâneos compartilham uma convicção básica a respeito da política tal como se pratica em nossos dias: há uma zona crescente e complicada de interface entre os universos da política e da comunicação de massa” (GOMES, 2004). Wilson Gomes relaciona algumas expressões que se referem a este fenômeno de interligação com os dois campos; entre eles: *política-midiática*, *videopolítica*, *comunicação política*, *política-espetáculo*, *espetacularização do poder e política show*. Venício Lima acrescenta o termo *videopoder* (LIMA, 2004, p.200). Ao longo deste texto, foram usados ou ainda serão usados, nos tópicos seguintes, vários desses termos, de acordo com a abordagem de cada tema, de tal forma que esses conceitos estão presentes na temática que estuda as congruências entre comunicação e política. É preciso, no entanto, explicar alguns detalhes. Os termos anteriormente referidos não são sinônimos. Nem sempre se referem às mesmas coisas e, às vezes, apresentam nuances no conteúdo e no significado. Em outras vezes, autores referem-se à mesma coisa, fazendo uso de expressões diferentes, apenas por não perceberem as sutis diferenças entre os termos.

Em primeiro lugar, é preciso fazer uma distinção. Política é uma disciplina, ou arte, de conquistar, manter, exercer o poder e governar. De modo mais simples e contemporâneo: política é a ciência do Estado ou ciência do poder. Seja lá qual for a predileção, desde os tempos de Platão, quando este escreveu A República (*res publicae*, ou da coisa pública) cujo título original era *Politéia* (aquilo que dizia respeito a todas as coisas da *pólis*), que se entende política com um significado comum (PLATÃO, 1972).

Quando se trata de comunicação, é preciso fazer algumas distinções e esclarecimentos. Vamos primeiro à definição de *comunicação*.

Relação entre seres humanos, quer face a face, quer à distância, utilizando diversas modalidades de suporte. É na relação comunicacional que uma autêntica comunidade de pessoas dotadas de uma identidade comum se constitui, se fundamenta, se alimenta e se restabelece (RODRIGUES, 2000,p.29).

Lasswell decupa o modelo de comunicação da seguinte forma. “Quem diz o que, em qual canal, para quem, com que efeito” (LASWELL, apud O’SULLIVAN, 2001, p.52). O que importa, nesse processo, é o entendimento de que uma mensagem é enviada por um sujeito e recebida por outro. E sobre este segundo indivíduo ela deve produzir um efeito. Caso contrário, não será comunicação.

Já a comunicação de massa extrapola o conceito, puro e simples de comunicação, conforme visto nos dois parágrafos anteriores. Em primeiro lugar é preciso registrar que a expressão “comunicação social é um termo criado pela Igreja Católica Apostólica Romana, em 1962, para substituir a expressão “veículos de comunicação de massas” (MELLO, 2003, p. 57). Essa expressão é utilizada, basicamente, nos países latino-americanos onde é grande a influência católica. Na maioria dos demais países do mundo a expressão utilizada é *comunicação de massa* ou *mass communication*.

*Comunicação de massa*, portanto, é a “designação criada nos anos 1950, para designar o conjunto dos *media* que, como a imprensa industrial, a rádio e a televisão, atingem um público alargado, diversificado e não individualizável” (RODRIGUES, 2000, p. 32).

Cabe ainda fazer uma ressalva sobre o mesmo tema conforme O’Sullivan e outros no livro Conceitos-chave em estudos de comunicação e cultura, quando diz que “a comunicação de massa não é um conceito que pode ser definido, mas uma categoria do *senso comum*, utilizada para reunir vários fenômenos diferentes e de um modo não analítico (O’SULLIVAN, 2000, p. 53).

No entendimento do grande público, a conjugação dessas duas ciências, a política e a comunicação social, engendraria a produção de fatos e atos pela primeira, para serem difundidos pela segunda. Na verdade, esse fenômeno ocorre. E a inter-relação de ambas como já foi visto, e é sabido, ocorre todos os dias. Mas a interface entre ambas as ciências tem uma conotação maior e um pouco mais complexa. Ela abrange o jornalismo político (com a finalidade básica de informar), a propaganda política (com o intuito precípua de tentar incutir uma determinada visão ou

entendimento de um conteúdo num grupo específico) e o *marketing* político, que busca “uma estratégia permanente de aproximação do partido e do candidato com o cidadão em geral” (GOMES, 2004).

Embora todos esses campos tenham sido muito estudados desde a década de 1920, com as pesquisas sobre a influência dos jornais sobre o voto e o quão determinante essa influência poderia ser no resultado na votação. Mais tarde, os estudos se voltaram para a propaganda de Estado e de partidos, na inflamação de povos inteiros, como foi o caso nazista, por exemplo; e mais recentemente, as campanhas políticas de candidatos e partidos com o uso de modernas técnicas de *marketing*. Ainda há que se estudar e separar as duas ciências, a política da propaganda, a fim de objetivar sua correlação.

Segundo Wilson Gomes (2004), existem três modelos de relação entre política e meios de comunicação. Por modelos, ele entende “um conjunto de práticas instituídas, de costumes e de habilidades que formam um padrão social” No primeiro “a comunicação de massa existe basicamente na forma da imprensa.” Essa imprensa não pode e não deve ser vista como um elemento ou sistema à parte, mas como uma parte do universo político. No segundo modelo, em que o rádio e o cinema já fazem parte do contexto das comunicações, os governos e os partidos passam a entender os veículos como potentes meios de emissão de mensagens e conteúdos para audiências massivas. Nesse momento, cria-se a expressão *mass media*: “É nesse contexto que surgem as primeiras investigações acerca de efeitos e possibilidades dos *meios* de comunicação sobre e para o mundo político” (GOMES, 2004). Muitos desses meios de comunicação pertenciam ou tinham forte influência de partidos políticos, independentemente de suas cores partidárias.

No terceiro modelo, a imprensa, antigamente ligada a partidos políticos, foi sendo assimilada pelo novo formato dos meios de comunicação. Isto é, por veículos que deixam de lado essa estreita vinculação com partidos políticos, para se entenderem como empresas; isto é, com objetivos comerciais e empresariais definidos. Mais voltadas aos negócios e ao entretenimento. Esse fenômeno ocorre de forma natural, pois o *business* comunicação desvincula-se da antiga dependência político-partidária para basear-se em uma estrutura mercadológica, onde sua maior conexão passa a ser com

anunciantes, assinantes, agências de publicidade, etc. Esse fato, associado ao fenômeno do crescimento das grandes cidades e da necessidade de informação com qualidade, e com um mínimo de independência, fez com que os veículos se afastassem das corporações políticas e se aproximassem dos consumidores. Por consumidores, entende-se não somente o leitor, mas toda a cadeia acima referida, de anunciantes, assinantes, publicitários e distribuidores, entre outros. Aos antigos veículos ligados a partidos políticos só restaram três coisas a fazer: desaparecer, converter-se ao mercado ou continuar a existir de forma medíocre, subsidiados pelo Estado totalitário ou por partidos. As igrejas sofreram um fenômeno muito parecido. Algumas perceberam que poderiam ter sua fé professada através de emissoras de rádio e televisão, com formatos ao gosto popular. Outras, que não entenderam que esse caminho era o natural, perderam espaço entre seus consumidores, ou melhor dizendo, fiéis.

Resta uma dúvida dentro dessa realidade de distanciamento formal dos partidos, em relação aos meios de comunicação, na forma como eram antigamente: ou seja, amalgamados. Os partidos e a política se tornaram mais superficiais? Eles se afastaram do público? Ou o público, como um todo, tornou-se mais raso? Seja lá qual for a resposta, muitos políticos entenderam a mensagem e passaram a usar esta nova realidade em proveito próprio, de seus partidos e governos. Surgem, então, os consultores políticos (ou de imagem). Isso não deve ser encarado como uma mercantilização da política, como muitos tentam fazer parecer, denegrindo o fato, em si, e os políticos, em particular. O consultor político é simplesmente um canal profissional de conexão do partido, do político ou de governos, com uma população, que recebe e deseja uma comunicação diferente do que foi no passado. O mundo, hoje, está ávido de entretenimento. As pessoas estão receptivas a novidades e se aborrecem com uma facilidade imensa. O Presidente da Venezuela, Hugo Chaves, ou o Presidente de Cuba, Fidel Castro, ficam embevecidos ao saber que batem recordes de tempo de discursos pela TV, ao invés de se perguntarem quem tem interesse em ouvi-los por oito horas seguidas. A geração-internet ou geração *videogame* precisa de novas imagens e conteúdos a cada dois minutos. Esse comportamento deve que ser percebido pelos analistas de imagem e pelos consultores políticos. O que antigamente era a regra, ou seja, um político dar longas entrevistas a rádios e jornais, foi substituído por declarações de uma ou duas frases que caibam na edição do telejornal da noite. O político precisa entender isso, e para tanto, existem os consultores para orientá-lo e treiná-lo a passar o

conteúdo de uma idéia, de um projeto, de uma lei, em uma frase, com início meio e fim, que dure cerca de 20 segundos. O distanciamento dos veículos de comunicação de partidos e governos não é a causa da superficialização das mensagens político-partidárias. A superficialização é própria do momento sócio-cultural em que vivemos. A linguagem elaborada (texto e forma) pelos consultores de *marketing* não é mais rasa ou mais profunda. Ela é apenas a melhor forma de estabelecer um vínculo, um canal de comunicação, com o público contemporâneo.

As grandes mudanças na relação dos partidos e no seu gerenciamento eleitoral são: a) a concentração da atividade e da vida política na televisão; b) o crescimento da publicidade política no mesmo formato empregado por produtos e serviços; c) o crescimento dos debates pela TV e, d) o foco na figura de um (ou vários) candidato (s), e não mais nas idéias e dogmas do partido.

O que muitos críticos chamam de superficialidade da política nada mais é do que a adequação de uma atividade ao tempo presente. A mensagem da igreja Mórmon, nos EUA, aos fiéis, por exemplo, é dada via comerciais de televisão. Com isso, a igreja mantém o contato permanente com os fiéis e evita que eles compareçam ao templo, o que consumiria mais recursos da instituição, porque teria que gastar com limpeza, templos maiores, etc. A isso se chama adequação ao mercado. A política percebeu isso e, por esta razão, contratou profissionais com a capacidade e a habilidade de estabelecer comunicação dentro desta nova realidade, e com esse novo público.

O discurso político, como sistema de pensamento, é o resultado de uma atividade que busca um ideal político em razão de princípios e balizamentos ideológicos. “O discurso político como ato de comunicação concerne mais diretamente aos atores que participam da cena da comunicação política [...]” (CHAREAUDEAU, 2006). Entender o funcionamento de ambas as ciências para poder construir imagens de atores políticos, buscar influenciar eleitores, convencer e persuadir o público, é o cerne da questão que envolve tanto a política como a comunicação. Se a política é, como disse Millôr Fernandes, em tom de blague, “a mais antiga das profissões” (MILLOR, 1994), é preciso entender que quase todas as outras mudaram. Por que, justamente essa, não mudaria e se aperfeiçoaria no uso dos meios e técnicas de comunicação?

## **2.4. AGENDA SETTING**

Segundo os autores que trouxeram à luz as causas e os efeitos da hipótese da *agenda setting*, Maxwell McCombs e Donald Shaw, a mídia teria o poder de influenciar o público, organizando e ordenando o mundo. “A mídia talvez não tenha o poder de nos dizer o que pensar, mas ela tem muito sucesso em nos dizer o que pensar a respeito de algum assunto” (McCOMBS et SHAW, 1993).

No início dos estudos sobre o tema, havia uma tendência a se afirmar que a mídia tinha o poder de influenciar diretamente seus públicos. Quando os estudos passaram a ser feitos de forma mais técnica e ampliada, foi-se criando o sentimento de que as pessoas eram influenciadas apenas naquilo que acreditavam e em suas atitudes, em razão da exposição a determinados temas na mídia.

O mais citado exemplo, em todos os textos ou livros que tratam do tema, é a pesquisa realizada por McCombs e Shaw, em 1972, na cidade de Chapell Hill. Aquela pesquisa (realizada nos 24 dias que antecederam as eleições nacionais), fica evidenciado que a mídia havia provocado e influenciado os eleitores. Mas além disso, a mídia também havia influenciado os próprios candidatos, que passaram a incluir, em seus discursos, temas que não faziam parte de suas plataformas, num primeiro momento.

Depois desse estudo, muitos outros foram desdobrados, inclusive pelos mesmos autores do primeiro, na busca do aprofundamento e do aperfeiçoamento da teoria. Havia interesse, tanto em corroborar o que havia sido constatado quanto, eventualmente, detratar o resultado da pesquisa. Ainda havia estudiosos que acreditavam na Teoria Hipodérmica, que atribuía poderes imensos à mídia. Seu maior defensor foi Harold Lasswell, influenciado pelos feitos da mídia durante a guerra. Ele defendia que “a audiência é visada como um alvo amorfo que obedece cegamente ao estímulo-resposta” (MATTELART, 1999).

Há teorias e estudos para todos os gostos. Há autores e pesquisadores que defendem cegamente o poder da mídia de influenciar o público, seja diretamente, seja em dois passos: em primeiro lugar, um grupo que tem maior acesso às informações. Esse grupo passa a influenciar os demais num segundo momento. Outros dizem que o efeito é limitado. Para ambos os casos, podem ser encontrados ensaios, livros e pesquisas corroborando as teses.

Para demonstrar as tendências, o ideal é trazer um texto de Elihu Katz, em que é feita uma divisão das correntes teóricas que contestam os efeitos limitados. Inclui, no que chama de *paradigma institucional*, o grupo que constrói uma crítica explícita ao modelo dos efeitos limitados; no *paradigma crítico*, os que substituem os efeitos limitados por uma teoria de efeitos diretos e poderosos e, no *paradigma tecnológico*, o grupo que se julga capaz de traduzir esta teoria em um programa de investigação. O modelo institucional, ao qual pertence a *agenda-setting*, sustenta que a mídia nos diz quê temos que pensar. No paradigma crítico, a mídia tem o poder de nos dizer que não há o quê pensar. No paradigma tecnológico, a mídia talvez tenha o poder de dizer como devemos pensar e a que grupo pertencer (KATZ, 1998).

Dito isso, fica mais fácil entender porque existem posições opostas, como a de McCombs (afirmando os efeitos limitados da *agenda-setting*); e de Traquina (defendendo os efeitos poderosos da *agenda-setting* e da mídia). Na verdade, não há uma posição definitiva, e também não há como garantir uma corrente única e absoluta. A teoria ou função da *agenda-setting* ainda está em construção.

O que deve resultar como conclusão, para o leitor que não esteja familiarizado com o tema, é que o poder da mídia é inequívoco. Os estudos não estabeleceram, e talvez jamais venham a fazê-lo, dogmaticamente, o quão poderosa é a mídia no agendamento de assuntos e/ou posições junto ao público. Talvez a resposta não esteja somente na mídia, mas na diversidade do público, quando alguns indivíduos seriam mais influenciáveis do que outros. Ou a mídia mais competente. Outro fator a ser considerado é o grau de educação do público.

Quando se trata dessa matéria, pode passar ao o leitor a percepção que apenas a mídia tem o poder de influenciar, ou que os estudos sobre a capacidade de influenciar terceiros tenham surgido apenas com as teorias acerca da mídia. Na verdade, tanto o poder de exercer influência, quanto os estudos de sociologia, psicologia e filosofia sobre o tema já são conhecidos há muito mais tempo. Essa necessidade e prática de induzir terceiros, nasceu com o homem. E ele o faz com maestria, desde que aprendeu a falar. Na maioria das vezes, as pessoas, ao se comunicar, mais do que dar a informação, estão empenhados “em representar pequenas peças de teatro para uma platéia” (LITTLEJOHN, 1982). O homem, no desejo de encantar, de ser o centro das atenções, de cativar a audiência, seja ela composta por um único ouvinte, seja uma grande platéia, consome grande parte de seu tempo empenhado em dar um *show*, fazer um espetáculo e não em dar a informação objetiva. Talvez um excelente exemplo disso sejam os programas de comentários esportivos. Provavelmente a informação, objeto desses programas, pudesse ser dada num quadro de 5 minutos, logo após o encerramento da partida de futebol, mas o público é levado a assistir um “espetáculo” de horas onde a única preocupação dos comentaristas é oferecer seu próprio show. A teatralidade é inerente à comunicação humana, seja ela pessoa a pessoa, seja midiática.

A teoria do agendamento passou a estudar a influência desse discurso feito pela mídia. É desnecessário dizer que veículos como a televisão têm um fantástico poder de influência sobre as pessoas. A televisão criou uma nova percepção de ver o mundo através de sua capacidade de ensinar (não se está questionando se ensinar bem ou mal, para o bem ou para o mal, apenas a capacidade de ensinar).

É importante ressaltar que a hipótese da *agenda setting* não pretende dizer que haja uma intenção deliberada de persuadir. A influência praticada, muitas vezes, vem do simples ato de enviar a informação, de ela ser recebida pelo indivíduo e, ao ser decupada, ser entendida de uma determinada maneira, e não de outra. As pessoas, na maioria das vezes, de acordo com sua cultura, sua história de vida e suas crenças, têm a capacidade de incluir ou excluir informações a partir daquilo que a mídia inclui ou exclui do seu conteúdo. No caso do agendamento, ele ocorre pela simples exposição à mídia.

A temática da teoria do agendamento também representa a evolução de uma perspectiva quantitativa para uma abordagem representativa dos efeitos. O que vale é o significado daquilo a que as pessoas estão expostas e, também, o impacto cumulativo dessa exposição, cuja freqüência continuada e cotidiana influencia na cognição” (PENA, 2005, p.145).

A ação da mídia, no dia a dia, na sua obra sobre o conjunto de conhecimentos e sobre a realidade do cotidiano, influi e forma a cultura coloquial, tendo responsabilidade sobre seu resultado.

O início da pesquisa sobre teoria do agendamento deu-se em razão de estudos feitos para descobrir a influência da mídia em assuntos político-eleitorais. No caso dessas teorias, quando examinadas à luz da política, isto é, da relação da mídia com eleitores, candidatos, propostas, eventos e votos, há que se considerar que o agendamento, efetivamente, tem o poder de influenciar no julgamento dos eleitores. Para isso ocorrer, segundo Tamir Sheafer (2007), da Universidade Hebraica de Jerusalém, há que ser alcançada a combinação de dois fatores: força e direção, de acordo com estudos formulados em Israel, pelo citado pesquisador, usando o mote da economia como questão central para determinar o grau de influência da mídia em 16 eleições para o governo daquele país.

Ele comprova, através de longa pesquisa que, na medida em que a economia era tratada com maior assiduidade e relevo pela imprensa, o público encarava o tema como o mais importante para as eleições daquele ano. Nos anos em que a cobertura de imprensa incrementava o trato de assuntos e problemas de economia e lhe dava o pior tratamento, maior era o relevo reconhecido pelos eleitores às questões econômicas. O elaborado estudo demonstra que atributos afetivos (positivos ou negativos sobre determinado assunto) têm importante efeito sobre todos os estágios da *agenda setting*. O mais interessante é que a abordagem negativa de determinado assunto, nesse caso, a economia, produz significativo efeito. Como esses estudos foram calcados no binômio mídia *versus* pesquisas eleitorais, há que ser levado em conta que, ao fazer uma

pergunta aos entrevistados, nunca será dada uma resposta sobre pontos positivos do país. A tendência sempre é de se responder sobre um problema, seja ele economia, segurança, saúde, habitação, etc. Isso, no entanto, não invalida o estudo, porque é sabido que as respostas dos questionários abordariam problemas nacionais. O tema-chave ou controle, porque estava sendo observado na mídia, no mesmo período das pesquisas, era a economia.

Vale o trabalho científico, principalmente por conclusões como as que são relatadas a seguir:

1. Quanto mais negativa a cobertura da mídia, mais baixas são as avaliações desse quesito pelos entrevistados;
2. Há uma interação direta entre o tom da mídia e o grau de exposição a ela. Quanto mais os indivíduos forem expostos a uma apresentação negativa da economia, pior será a avaliação dos respondentes sobre o partido responsável, o partido no governo;
3. Quanto mais a economia aparecer no noticiário (maior a saliência do assunto), maior será o efeito sobre o tom de avaliação do partido no governo (SHEAFER, 2007, p. 24 e 25).\*

O mais interessante sobre essas conclusões, e sobre o que já foi anteriormente dito neste trabalho, é que é sabido que cada pessoa tem uma única e pré-estabelecida constelação de conhecimentos, credos, experiências e expectativas em relação a qualquer assunto, como a economia, por exemplo. Mesmo assim, fica comprovado que a alta exposição à mídia e ao modo como esta trata um determinado assunto (de forma positiva ou negativa) vai impactar a quase todos os membros de uma comunidade. Isso se deve, provavelmente, à combinação de dois fatores: o conteúdo da mensagem e a estrutura sócio-intelectual dos processos cognitivos de um receptor. “Significa que os efeitos vão depender da extensão de como o conteúdo de uma determinada mensagem

---

\* Tradução do autor

vai combinar (com razoabilidade), com o esquema intelectual do indivíduo” (HWANG, 2007, p. 44).\*

As revistas usadas neste trabalho, assim como as pesquisas e o ambiente político, têm por palco o Brasil, país onde, segundo o INAF (Instituto Nacional do Alfabetismo Funcional), apenas 26% da população de 15 a 64 anos é plenamente alfabetizada. Isso significa dizer: ter capacidade de ler e compreender o texto das revistas Veja e Época aqui referidas. Essa capacidade, simples e mínima de ler e compreender um texto (que infelizmente está decaindo ano a ano, desde 1995, segundo a mesma pesquisa do INAF), é básica para o entendimento das funções e da influência da *agenda-setting*. Como esperar ou pesquisar resultados profundos, numa população onde os alunos terminam o segundo grau com uma das piores capacidades de leitura entre 40 países pesquisados (o Brasil ficou com a 37ª colocação entre os países pesquisados). E onde apenas 20% desses que conseguem a façanha de concluir o II grau, matriculam-se numa Universidade (enquanto o percentual na Coreia e na Finlândia é de 90%, e na vizinha Argentina, é de 61 %) (PNAD, 2006 e IBGE, 2007).

Esses dados são fundamentais para a exploração da *agenda-setting* junto à população brasileira, porque há uma estratificação cultural e social muito grande quando se trata da influência da mídia. A imensa maioria da população, ignorante e iletrada, tem acesso à informação via rádio e TV. Informação esta, na maioria das vezes, de má qualidade. Portanto, a influência exercida pelas revistas-alvo do presente trabalho tem que ser relativizada. Isto é, entendidas apenas dentro do contexto de seus leitores. E quando da análise das pesquisas que servem de suporte para demonstrar os efeitos do agendamento sobre a população, mais uma vez é preciso que sejam observadas dentro do contexto público leitor em relação ao público pesquisado, porque as pesquisas em tela refletem o pensamento do brasileiro como um todo, enquanto as revistas, não. Elas são uma estratificação da população, porque o somatório de tiragem de ambas as publicações não atinge 1% da população brasileira, se considerarmos que as duas revistas, somadas alcançam uma tiragem de 1.520.000 exemplares. Ainda há que se levar em conta que cada exemplar dessas revistas é lido em média por 4 pessoas, elevando, portanto, o número de impactos a aproximadamente 6,1 milhões de leitores. E este percentual mínimo encontra-se situado entre a parcela com melhor grau de instrução, melhor poder econômico e melhor acesso à informação. O poder de

---

\* Tradução do autor

influência da mídia sobre a população, nesse caso, teria que ser avaliado sob a perspectiva dos estudiosos que dizem que a mídia influencia uma pequena parcela de formadores de opinião, e esses influenciariam os demais.

Finalmente, fazem-se necessárias as seguintes indagações:

O leitor busca a informação para reforçar sua opinião?

Quem não tem opinião formada busca, nos meios de comunicação, uma *muleta* que o auxilie na formação de opinião?

Quem não tem qualquer juízo formado busca, nos meios de comunicação, a informação mais próxima, mais fácil, e se deixa levar pela opinião alheia na construção da sua?

O leitor quer pertencer a um determinado grupo, e assim busca o veículo e a informação harmônica com sua forma de pensar, reforçando sua convicção sobre determinado assunto?

As atitudes, desejos, comportamentos e respostas a esses *insights* são muitas vezes resultados, não apenas do que a pessoa é, mas daquilo que ela sente e acredita. Talvez a mídia não tenha o poder de influência imediata, num determinado momento, caso ou fato. Mas, certamente, ela deve influenciar, ao longo da vida, na formação de uma consciência que vai levar a uma decisão no momento oportuno.

## 2.5. ESPIRAL DO SILÊNCIO

Le don d'observation à lui seul ne suffit pas à saisir la réalité sociale. De même que l'observation de la nature se fait depuis longtemps à l'aide d'instruments de même nous devons dans ce domaine nous munir d'outils qui renforcent nos facultés naturelles\* (NOELLE-NEUMANN, 1966).

---

\* O dom da observação não é suficiente para perceber a realidade social. Mesmo que a observação da natureza se faça depois de um longo período é preciso que nos munamos de instrumentos que reforcem nossas faculdades naturais (Tradução do autor).

Embora o foco central do trabalho sejam as teorias sobre *agenda setting* e *framing*, a compreensão da espiral do silêncio, como teoria assessória, torna-se importante na análise da confluência da mídia com as pesquisas. O trabalho vai buscar identificar eventos de silenciamento, no momento da análise dos movimentos da mídia e da opinião pública. Isso ocorre, principalmente, quando uma das duas revistas cobre ou prioriza um determinado assunto, enquanto a outra lhe dá um pequeno espaço ou literalmente nenhum.

A Espiral do Silêncio, hipótese desenvolvida pela alemã Elisabeth Noelle-Neumann, foi apresentada pela primeira vez em 1972. Faz parte da mesma série de estudos que trata da *agenda setting* e *news making*. Com base no seu conhecimento sobre pesquisas, especialmente sobre pesquisas de opinião pública, hoje tão difundida entre nós, ela elaborou a hipótese da Espiral do Silêncio.

Noelle-Neumann dava-se conta de que, na verdade, a influência da mídia dependia, sobretudo, da característica da audiência ou do receptor, na medida em que a consonância provocada, consciente ou inconscientemente, pela mídia, acabava por dificultar a prática de tal seleção. A pesquisadora terminava, então, por relativizar o conceito mais clássico de opinião pública, enquanto a mídia de opiniões veiculadas num determinado grupo social, buscando historiar a evolução desse conceito e re-situá-lo diante de suas pesquisas (HOHLFELDT, 2005).

O homem moderno, mais do que em qualquer outro tempo, está sujeito a uma tempestade diária de informações. Consta que um homem de cultura mediana recebia ao longo da vida, no final do século XIX, o equivalente às informações contidas, hoje em dia, numa edição dominical de um jornal como o New York Times.

A concorrência pelo emprego, o incremento dos contatos sociais e do número de pessoas com quem o homem lida (real ou digitalmente) todos os dias; a necessidade de estar atualizado para se relacionar com o mundo moderno, faz com que se busquem

infinitas informações. Infelizmente, a aptidão humana de buscar, reter, compreender e processar esses dados é imensamente menor do que sua capacidade física. Isso leva o homem a selecionar aquilo que mais lhe convém; seja do ponto de vista pragmático, como, por exemplo – o novo preço da passagem de ônibus – até os artigos de certos autores sobre política, comportamento ou assuntos técnicos de seu interesse, como arte, medicina ou economia.

No momento em que ocorre essa escolha, quando o indivíduo opta por este ou aquele veículo; por um autor de esquerda ou de direita; pelo editorial que defende o direito de ter armas em casa ou pelo editorial que prega banimento de armas nas mãos de cidadãos, dá-se um fenômeno previsto pelos estudiosos da comunicação. O homem, como ser social que é, dá uma grande importância ao grupo e à opinião deste grupo. Fazer parte de um segmento é fundamental para a espécie. Isso ocorre desde os tempos pré-históricos (naquela época, por razões de segurança e de sobrevivência; hoje, por inclusão social e todos os significados inerentes à expressão).

O mesmo ocorre quando se trata de opiniões e de conceitos. Os indivíduos temem o isolamento. Não apenas fisicamente, como no caso do castigo supremo que um apenado pode sofrer com o confinamento à cela solitária, mas o isolamento de opinião. Salvo casos que são a exceção da regra (no caso de Noelle-Neuman, essa quebra restringe-se a 20% das pessoas nas experiências usadas quando da elaboração da teoria), a maior parte das pessoas prefere ater-se à opinião da maioria, mesmo quando ela suspeita ou entende que essa opinião está errada.

A Espiral do Silêncio, em última análise, descreve o silenciamento de um grupo ou de uma pessoa ao perceber que a maioria das pessoas tem opinião diversa da sua. Nesses casos, a minoria tende a reprimir sua opinião com receio de ser mal-vista, julgada ou ironizada pela maioria.

O que Noelle-Neuman percebeu foi o desejo de pertencimento de uma pessoa ou grupo de pessoas, em contrapartida ao isolamento. Ela soube, dentro de sua experiência

como estudiosa e profissional do ramo de pesquisas de opinião pública, traduzir, transportar para este mundo (da opinião pública) o que Freud, Klein e Winnicott já estudavam como distúrbios psíquicos. Quando Platão, Locke, Tarde e Tocqueville, entre outros, perceberam, conceituaram ou descreveram *opinião pública*, eles o faziam do ponto de vista filosófico, ou sociológico. Freud dá a esta sensação de isolamento um caráter mais profundo, e dotado de particularidades que influenciarão os seres humanos pelo resto de suas vidas.

As fases precoces do desenvolvimento infantil, fundamentais para sua formação como adulto, estão amplamente relacionadas com as sensações de abandono e isolamento. “A angústia da separação surge durante o desenvolvimento infantil normal no fim do período simbiótico, isto é, em um período relativamente tardio, quando começa a luta pela individualização, por volta dos 12 aos 18 meses” (QUINODOZ, 2007, p. 247). Transtornos ocorridos nessa fase, seja pelo abandono dos pais, seja pela repulsa da mãe, podem resultar em doenças psíquicas que podem levar o indivíduo ao isolamento na idade adulta ou, a temer, de forma exagerada, ao não pertencimento. O que se está buscando explicar aqui é que o conceito de isolamento, amplamente utilizado por Noelle-Neumann, do ponto de vista sócio-filosófico, é mais profundo do que isso. Ele está entranhado na *psiqué* humana. A necessidade de fazer parte de grupos, de sentir-se seguro ou confortável entre iguais, deve-se à necessidade da criança de ser aceita, ser querida, ser amada e fazer parte do mundo da mãe, antes de mais nada. Todo o pertencimento posterior, que vai gerar o silêncio, ou a opinião aberta e eloqüente, é uma consequência da formação da primeira infância da criança.

Quando Freud tentava compreender melhor o funcionamento dos grupos ele comentou numa carta enviada a Romain Rolland. “Não que eu considere esse escrito particularmente bem-sucedido, mas ele mostra o caminho que conduz da análise do indivíduo à compreensão da sociedade” (VERMOREL, 1993, p. 219, apud QUINODOZ, 2007, p. 216). Freud busca compreender a sociedade, o comportamento de grupos à luz da psicanálise “quando eles perdem sua capacidade de julgar e sua liberdade de pensamento” (FREUD apud QUINODOZ, 2007, p. 216). Eis aí a questão da “espiral do silêncio” sob a ótica do indivíduo e não mais do grupo aferido em

pesquisa. Primeiro há que entender o indivíduo. Depois sua participação e comportamento no grupo.

O medo do isolamento, e o desejo de estar junto ao lado vencedor movem o eleitor. As pessoas de baixa auto-estima são mais propensas a este tipo de comportamento, isto é, de engajamento. A fim de se identificarem com colegas de trabalho, com colegas da faculdade ou com amigos, eles mudam o voto para sentirem-se parte do grupo. É, justamente, esse receio de isolamento que “*sets the spiral of silence in motion*”<sup>\*</sup> (NOELLE-NEUMANN, 1993, p.6).

É importante dizer que hoje já há meios de perceber e de estudar esses movimentos que induzem milhares de votos a migrar de um candidato para outro, ou de um partido para outro. Um dos meios de buscar informações sobre esses movimentos é de agregar aos questionários dos entrevistadores perguntas como: “Quem vai vencer a eleição?, o que a maioria das pessoas pensa? E, você acredita que a maioria das pessoas gostem mais do partido X?” (NOELLE-NEUMANN, 1993, p.11). Observe-se a sutileza das perguntas. Elas permitem ao entrevistado dar a sua opinião; lhe permite dizer o que ele acha que vai acontecer, a despeito de sua opinião; e, expressar seu pensamento sobre o quanto lhe agrada determinado partido; ou o quanto esse partido agrada a maioria das pessoas. A chance dessas respostas serem diferentes é muito grande. O resultado dessas pesquisas permite aos institutos de opinião identificar tendências. Além de identificar votos do tipo *vou votar nele porque não quero ficar com o grupo que vai perder a eleição*. Como se aquele indivíduo pesquisado tivesse receio de ser excluído do grupo de vencedores.

Às vezes as pesquisas de intenção de voto prevêm um resultado. Após a escrutinação dos votos, percebe-se que o resultado é outro. Isso se deve, sobremaneira, a simplicidade da pesquisa que aborda simplesmente o eleitor com a pergunta: em quem você vai votar. Deixando de captar, nesta mesma pesquisa a chance de viés de resultado.

---

<sup>\*</sup> Que coloca a espiral do silêncio em movimento (Tradução do autor).

De acordo com a hipótese da espiral do silêncio, isso é explicado pela diferença do desejo, ou melhor, da necessidade – daqueles nos dois campos de expressar suas opiniões em público, de expor sua visão abertamente, onde os sinais podem ser percebidos. A hipótese só pode ser sustentada se encontrarmos evidências empíricas para duas suposições. A primeira é de que as pessoas têm um palpite intuitivo sobre os partidos contendores. A segunda suposição é se as pessoas de fato adaptam seu comportamento a aparente força ou fraqueza dos dois competidores” (NOELLE-NEUMANN, 1993, p.16).

A segunda suposição parece ser a mais correta, porque as percepções de mudança de atitude, de clima de vitória penetram, se espraiaem por toda parte. Chega um momento em que as pessoas que acreditam que seus candidatos vão vencer falam (comprovadamente) mais do que aqueles que tendem a perder. Cria-se uma espécie de euforia do *já ganhou*, que influencia os votos não apenas de indecisos, mas daqueles que querem apenas estar entre os vencedores.

Quando se diz que as pessoas falam mais, isso não significa apenas expressão oral. O fala, neste caso, significa mais do que isso. Denota toda forma de expressão que demonstre adesão a uma idéia. Significa suporte ao partido ou candidato. Em Porto Alegre, por exemplo, ficaram célebres os *bandeirões*, que o PT tão bem soube implementar nas esquinas. Em época de campanha eles passavam a idéia de que todos eleitores apoiavam o partido e seus candidatos na cidade. Era quase incorreto, em Porto Alegre, em certas campanhas recentes, dizer que não iria votar no PT. O mesmo vale para os adesivos nos carros e as bandeirolas nas janelas das casas. O importante é passar a idéia de que há uma corrente majoritária. E estar com outra corrente qualquer, significa estar isolado. Significa não fazer parte da maioria.

Outro movimento, tão ou mais importante do que os demais, para o desenvolvimento da “espiral do silêncio” numa campanha política (ou num referendo, como no recentemente ocorrido pela proibição das armas, para não ficar apenas em

campanhas eleitorais), é o de grupos formadores de opinião. Pessoas que são importantes dentro de grandes grupos ou comunidades, e onde sua palavra será ouvida. Mais uma vez criando a impressão, através da manifestação desses formadores de opinião, que uma corrente é mais poderosa do que as outras.

O eleitor ao perceber esses movimentos de pessoas falando em prol de um candidato (usemos um candidato como exemplo, no lugar de partido ou qualquer outra situação que envolva votação), ao ver as bandeiras pela rua, os botões nas lapelas, os adesivos nos carros, etc. tende a imitar e se associar ao movimento. Mais uma vez, segundo Noelle-Neumann, ele o faz por imitação. E isso se dá por dois motivos: para apreender ou por medo de isolamento. O medo do isolamento já foi abordado. Vamos ver o que leva um indivíduo a votar baseado na aprendizagem. “As pessoas observam o comportamento de terceiros, apreendem que esta ou aquela possibilidade comportamental existe, e dão a ela uma oportunidade apropriada, provando o comportamento por elas próprias” (NOELLE-NEUMANN, 1993, p.39).

Elisabeth Noelle-Neuman, ao fazer seus estudos buscou, além das pesquisas de campo, uma larga pesquisa no trabalho de filósofos e pensadores. Muito mais do que para encontrar referências sobre o tema em si, como para entender o homem no contexto social, na aversão ao isolamento e na necessidade de fazer de parte de grupos. Para isso, ela faz uso das idéias de Locke, Joseph Glanvill, Hume, Rousseau, Madison e Tocqueville. De Glanvill, ela inclui uma idéia que faz do fenômeno *opinião pública* um elemento ainda mais interessante e forte. Glanvill cunhou o termo *clima de opinião*. O sentido, o significado de *clima de opinião* é mais o menos o mesmo de *opinião pública*. Mas a esse termo se agrega uma volatilidade que o *clima de opinião* expressa melhor. Ao cunhar o termo o filósofo inglês evidenciou que a *opinião pública* muda sempre. Não há consistência nela.

Com base no *clima de opinião*, Noelle Neuman explica que as mudanças de opinião entre pessoas que têm contato com a mídia, especialmente a televisão, são mais rápidas do que entre aquelas pessoas que não são atingidas pelos programas de notícias. Entre aqueles que assistem televisão com frequência, haveria um maior sentimento de

entendimento de grupo e de *opinião pública*. As pessoas teriam mais facilidade de fazerem parte de um grande grupo, por estarem compartilhando as mesmas opiniões que os âncoras e suas equipes de jornalismo.

A autora conclui seu livro fazendo a seguinte conexão: "Quanto mais nós entendemos a opinião pública, melhor nós entendemos a natureza social dos seres humanos" (NOELLE-NEUMANN, 1966, p.30). Essa citação tenta explicar a volatilidade do pensamento, da opinião dos homens que, vivendo em sociedade, estão aptos e ao mesmo tempo propensos a alterar seu juízo sobre todo e qualquer assunto que seja objeto da vida em sociedade e digno de que se tenha opinião sobre ele.

Um dos grandes méritos de Noelle-Neumann foi ter sistematizado e testado com diferentes métodos de pesquisa suas teorias. O fenômeno da espiral do silêncio não era novidade entre pesquisadores. Hoje em dia, mesmo não sabendo a nomenclatura correta, os jornalistas políticos que cobrem campanhas eleitorais usam o conceito e tentam explicar, à sua maneira, eventos dessa natureza.

## 2.6. GATEKEEPING

Lorenzo Gomis inaugura o capítulo do livro sobre teoria do jornalismo (GOMIS, 1997, p. 81), em que trata de *gatekeeping*, com a seguinte pergunta: "Quem escolhe a notícia que ouvimos e joga no lixo as nove informações restantes?" O personagem que tem essa tarefa, dentro de um jornal ou outro veículo qualquer, é chamado de *gatekeeper* (filtro). Esse sujeito, que varia de posição, de veículo para veículo, é o personagem que vai decidir se uma notícia será transmitida ou não.

Quem primeiro utilizou a expressão *gatekeeper* foi Kurt Lewin, um dos grandes cientistas sociais do nosso tempo, segundo Nelson Traquina. Lewin salientou que "a passagem de uma notícia por determinados canais de comunicação estava dependente do fato de certas áreas, dentro dos canais, funcionarem como *gates*" (TRAQUINA, 1993, p. 142). Lewin explica ainda que "certos setores dos *gates* são regidos ou por

regras imparciais ou por um grupo com o poder de tomar a decisão de deixar entrar ou rejeitar uma informação” (TRAQUINA, 1993, p. 142).

Mas o que leva um profissional a escolher, dentre tantas informações que chegam às redações, aquela que será veiculada e aquelas que serão jogadas no lixo? A resposta desavisada e superficial provavelmente tenderia a dizer algo como: é uma determinação da diretoria. Mas não é somente isso. As razões e as influências são extremamente diversas. Elas compreendem fatores como, efetivamente, decisões de diretoria (nós presenciamos isso de forma veemente no Correio do Povo, em Porto Alegre, durante as décadas de 1980 e 1990, até 2007). Mas a complexidade é muito maior. Envolve normas de costumes (como a tradição de não noticiar suicídios, por exemplo), normas éticas, influência de colegas e amigos, valores pessoais, antecedentes familiares, de educação, regionais, experiências de vida, pressões populares, influência social e econômica, e até política.

Não existe, no entanto, nas redações, um só profissional com a função declarada de *gatekeeper*. Essa função pode ser realizada pelo chefe de redação, pelo editor chefe, pelo diretor de redação ou mesmo pelo *publisher*. O mais interessante é que essa função, que vai levar em consideração, além das influências sócio-culturais referidas no parágrafo anterior, o tempo e o espaço disponíveis, não se altera muito se exercida por um ou outro profissional do veículo. É como se o jornal ou o rádio, por exemplo, adquirissem uma personalidade própria, que segue dia após dia uma linha editorial independente de quem esteja exercendo a função: se o editor chefe ou seu substituto, porque aquele saiu de férias. Essa prática muda muito de veículo para veículo. Um pequeno jornal do interior não dispõe de um *staff* que lhe permita distribuir funções, cabendo muitas vezes a incumbência de escolher as notícias que serão veiculadas ao proprietário, que seguidamente acumula as funções de diretor de redação. Em veículos maiores, essa função cabe normalmente ao editor-chefe. Noutros, esse poder é exercido por um grupo, na reunião de editores, que definem muitas das matérias que serão veiculadas e dão pesos a elas, considerando espaço e prioridade na abertura, meio ou fechamento do noticiário, direito a chamada de capa ou uma simples nota de rodapé.

O *gatekeeping* constituir-se-ia, portanto, em uma distorção involuntária – na medida em que não se trata de uma intervenção

consciente, censorial – da informação, devida ao modo pelo qual se organiza, institucionaliza e desenvolve a função jornalística, as chamadas estruturas inferenciais, que não significam manipulação, pura e simplesmente, eis que não são distorções deliberadas, mas involuntárias, inconscientes, que podem chegar, por isso mesmo a níveis bem mais radicais e perigosos, na medida em que omitem ou marginalizam acontecimentos que, por vezes, poderiam ser efetivamente importantes e significativos para determinadas coletividades (HOHLFELDT, 2001, p. 206).

Antônio Hohlfeldt faz um discreto alerta no texto acima. Ele chama a atenção do leitor para a sutileza da diferença entre *gatekeeping* e manipulação de notícia. O primeiro é uma atividade involuntária, fruto de uma série de perspectivas e situações, pessoais e profissionais, que levam o editor (na maioria das vezes) a escolher se um determinado fato será transformado em notícia, em detrimento de muitos outros. A manipulação, por sua vez, é intencional, é assertiva, proposital. Ela é fruto de um desejo, de uma necessidade, de uma deliberação com escopo determinado. E este comportamento não se enquadra na boa prática do jornalismo, porque se concretiza como censura.

Gomis faz referência a uma pesquisa da Stanford University, de 1976, onde 10 editores de grandes jornais foram convidados a visitar vários países latino-americanos. Após seu regresso, a proporção de notícias sobre a América Latina cresceu consideravelmente. Cresceu 75,9%, para ser exato, nos veículos cujos editores visitaram a América Latina. Isso comprova que o moto individual da pessoa encarregada influencia o produto final.

Traquina afirma que o importante, e o fundamental é o enorme número de escolhas e rejeições que um profissional tem que fazer “entre a formação do símbolo na mente do comunicador e o aspecto de um símbolo afim na mente do receptor” (SCHRAMM, apud TRAQUINA, 1993, p. 142).

O primeiro estudo organizado sobre *gatekeeping* foi feito por David Manning White, em 1950. Ele estudou o fluxo de notícias dentro de um jornal, com o objetivo de

individualizar os pontos que funcionam como filtros. Seu objeto de estudo foi um editor de meia-idade, com 40 anos de vida e 25 anos de experiência como jornalista, redator e editor. Ele o chamou de *Mr. Gates*. Ele trabalhava num jornal editado numa cidade de 100.000 habitantes. Sua função era determinar as informações que deveriam ser publicadas, ou não, entre centenas que chegavam todos os dias à redação. O método utilizado por David White para entender o processo foi metódico. Ao invés de analisar as notícias que eram publicadas, ele pediu que *Mr. Gates*, após o expediente, anotasse, uma a uma, as razões que o levaram a não publicar as informações rejeitadas. Isso foi feito durante uma semana, e acompanhado por David White.

“White concluiu que as decisões de *Mr. Gates* foram subjetivas e arbitrárias, dependentes de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*” (PENA, 2005, p.135). Isso comprovava que a história pessoal e profissional do editor encarregado tinha grande influência na escolha das notícias que seriam ou não publicadas. De cada dez despachos recebidos, nove foram rejeitados.

A teoria do *gatekeeper* perdeu prestígio com o tempo. Estudos mais recentes concluíram que as decisões do *gatekeeper* estavam mais influenciadas por critérios profissionais ligados à rotina de produção da notícia e à eficiência e velocidade do que por uma avaliação individual de noticiabilidade (PENA, 2005, p. 135).

A escolha de um acontecimento ou de outro depende de conceitos difusos. Hoje, sabe-se, não há uma regra determinante de qual acontecimento deve virar notícia no dia seguinte. Pesquisas feitas entre jornalistas e editores demonstraram que o conceito do que é e do que deixa de ser informação está afeito a critérios culturais, momentâneos e pessoais dos profissionais encarregados de escolher uma notícia em detrimento da outra.

As referências implícitas dos profissionais pesquisados aos grupos de colegas e aos sistema de fontes foram dois dos elementos presentes nestas pesquisas, ultrapassando em muito qualquer preocupação ou referência ao público, ao leitor que seria, em última instância, enquanto receptor, o verdadeiro motivo daquela atividade profissional (HOHLFELDT, 2001, p. 205).

Se a última instância na escolha das notícias não era o público final, o leitor, por excelência, então quem exerceria o *gatekeeping*? Ficou demonstrado, através dessas pesquisas que “os processos de comunicação têm em si mesmos uma função de controle social desenvolvido a partir do estabelecimento de práticas socializadas entre seus profissionais, os jornalistas” (HOHLFELDT, 2001, p. 205).

O *gatekeeper*, para exercer suas funções, dependeria de uma série de situações, conjunturas e influências (pessoais, profissionais e do veículo de comunicação onde exercia suas funções), tais como:

- autoridade institucional e suas sanções;
- sentimentos de fidelidade e estima para com seus superiores;
- aspirações à mobilidade social da parte do profissional;
- ausência de fidelidade de grupo contrapostas;
- caráter agradável do trabalho;
- o fato da notícia ter se transformado em *valor* (HOHLFELDT, 2001, p. 206).

Há, portanto, “uma lógica específica dos meios de comunicação de massa” (HOHLFELDT, 2001, p. 206), no processo de escolha das informações, que ultrapassa a compreensão, as expectativas

e os interesses do receptor, que se expressam nas exigências de produção e expressão informacional, graças à criação de uma atmosfera e um conjunto de interexpectativas profissionais que predetermina o contexto de interpretação e valorização dos fatos (HOHLFELDT, 2001, p. 206).

O mérito desses estudos, das pesquisas, e dos que seguiram aquele realizado por White, foi o de determinar que existiam critérios de escolha para as notícias. Como eles eram exercitados e por quem. E que, na maioria das vezes, o público estava exposto às escolhas feitas por esses profissionais. Independente do interesse do público em receber ou não essas notícias e não aquelas.

## 2.7. FRAMING (ENQUADRAMENTO)

A mídia de massa produz efeitos sobre aqueles que a recebem – o público. Esses efeitos produzem diferentes resultados, seja em razão do conteúdo, seja em função da cultura e da bagagem de vida do indivíduo que o está recebendo, e muito em razão da forma com que esses conteúdos são apresentados ao público. Existe uma explicação cabal de qual dessas fórmulas é mais importante, na equação que determina se o receptor é mais suscetível a ser influenciado por determinada mídia? Ou, o modo como a notícia é apresentada seja mais forte na modelagem de como o receptor vai interpretá-la ao receber a notícia? Ou nenhuma das hipóteses anteriores?

Existem três modelos que, em conjunto, ou isoladamente, tentam explicar como se dá a influência da mídia sobre os receptores. Esses modelos são a *agenda setting*, o *framing* (enquadramento) e o *priming* (saliência). Os dois últimos são teorias da década de 1970, que buscaram explicar como, e em que circunstâncias, as mídias de massa têm efeito sobre atitudes do público. E como esse mesmo público processa as mensagens enviadas pelos veículos de mídia de massa. Nesse item do trabalho, vamos nos deter sobre o *framing*. É importante que seja feito um esclarecimento desde o início. O termo *framing*, numa tradução literal, seria melhor interpretado, em português, como *emolduramento*. Mas para uma compreensão mais adequada, vamos adotar a expressão *enquadramento*, já consagrada.

*Framing* é baseado na assunção de que o modo como um assunto é caracterizado nos noticiários influirá sobre os receptores. Assim como ele vai influenciar o público, de acordo como o modo em que for entendido por esses mesmos indivíduos. Ele é um processo seletivo desencadeado pela mídia, com o intuito de exercer um controle seletivo de conteúdo a que o público será exposto. O *framing* define como uma notícia (ou assunto) será embalada, de forma a resultar numa determinada interpretação. Essa embalagem do assunto é feita através de seleção, exclusão, ênfase ou elaboração da entrevista, da matéria ou da reportagem. Essa definição de enquadramento, simples e de fácil compreensão, na verdade, deixa muito a desejar, embora seja válida. A priori, o público sempre está exposto a notícias de toda ordem. E essas notícias vão afetar cada indivíduo de forma diferente. Ao longo deste texto, vai-se examinar até que ponto as

peças são efetivamente influenciadas, e o quanto se deixam influenciar pela mídia. Da mesma forma que as pessoas vêem o mundo de forma diferente, em razão de sua cultura e história de vida, a mídia age diferentemente sobre cada um desses indivíduos. O público, ou cada sujeito, individualmente, interpreta as mensagens através de quadros, de molduras próprias, de situações vividas, apreendidas e memorizadas, consciente ou inconscientemente. A forma primária dessa interpretação é a base do *framing*, que vai utilizar termos, expressões, fotos, palavras ou textos completos que, ao chegarem ao receptor, deverão ser interpretados de uma forma tal que passem a ele, público-receptor, a idéia gestada na redação do veículo emissor. Isso significa dizer que a maneira como uma notícia é caracterizada, ou enquadrada, pode fazer uma sensível diferença sobre como os receptores vão entendê-la.

A corrente sociológica do *framing* fundamenta-se, segundo Erving Goffman, (um dos primeiros autores a escrever sobre o tema), no conceito de que as pessoas não podem e não conseguem entender o mundo completa e constantemente. Assim, de modo a processar novas informações, os indivíduos fazem uso de esquemas mentais primários que vão classificar essas informações, de modo a ajudá-los a entendê-las e interpretá-las de acordo com esses conhecimentos e cultura pré-instalada ou pré-estabelecida.

O excepcional exemplo de como as pessoas percebem os fatos de forma diferente vem de uma referência feita por Walter Lippmann, no livro Public Opinion (1922), sobre um experimento realizado no Congresso de Psicologia de Göttingen, feito sob os olhares de pessoas treinadas e acostumadas à observação.

Segue o relato resumido da experiência:

De um lugar próximo da sala em que acontecia o congresso, havia uma festa, um baile de máscaras. Repentinamente, uma porta da sala do congresso abre-se abruptamente e um palhaço entra correndo perseguido, loucamente, por um negro com um revólver na mão. Eles param no meio da sala brigando. O palhaço cai. O negro pula sobre ele e dispara a arma. Ambos saem rapidamente da sala. Todo o incidente dura cerca de 20 segundos.

O presidente do congresso pede aos presentes que façam um depoimento sobre o fato, uma vez que aquilo certamente seria alvo de inquérito judicial e testemunhos seriam necessários. Quarenta depoimentos lhe chegam às mãos. Apenas um tinha menos de 20% de erros em relação aos fatos ocorridos. Quatorze tinham de 20 a 40 por cento de erros, doze tinham de 40 a 50 por cento de erros e treze tinham mais de 50 por cento de erros. Em 24 dos *reports*, 10% dos fatos relatados eram pura invenção. Cerca de ¼ dos testemunhos eram falsos.

Não é necessário dizer que toda cena fora arranjada à guisa de experimento. Toda ela foi fotografada. Dos falsos *reports*, 10 poderiam ser classificados como lendas ou contos, 24 poderiam ser considerados como meio lendários e apenas 6 tinham um valor aproximado a provas. (LIPPMANN, 1922, p. 45).\*

Esse notável experimento demonstra que, mesmo mentes treinadas para observar e entender o objeto observado, reporta fatos, em sua maioria, discrepantes da realidade. Por que? Porque eles escreveram sobre suas próprias experiências vividas. A partir de seus estereótipos.

“Quem tem poder de quebrar um novo padrão de visão e, mantendo-se fora do caos, selecionar formas mais definitivas e expressivas do que as talhadas pelo gênio do homem? Ninguém tem este poder.” (LIPPMANN, 1922, p. 46).\*

A *teoria dos estereótipos* de Lippmann é excepcional para auxiliar na compreensão, não apenas do enquadramento, como também do agendamento, da saliência e até mesmo do *gatekeeping*. Porque, ao demonstrar que qualquer um está sujeito a flexionar a realidade ou os acontecimentos de acordo com seu estereótipo psicológico, social, geográfico, econômico, etc., evidencia o jornalista que também está afeito a essa pressão estereotípica. O que resultará num trabalho que trará reflexos de sua cultura (tomando cultura, neste caso, como a resultante de todas suas experiências).

Se não pudermos entender completamente os atos das pessoas, até sabermos o que eles pensam, o que eles sabem, então a fim de

---

\* Tradução do autor.

fazer justiça, nós temos que apreciar não somente as informações que estavam a sua disposição, mas as mentes através das quais elas filtraram isso. (LIPPMANN, 1922, p. 46). \*

Conhecer, portanto, o viés, a linha editorial do veículo e do jornalista, facilita a leitura e a compreensão da notícia, pois assim nós temos mais condições de interpretar corretamente a informação que nos foi transmitida por olhos cujas lentes estavam embaçadas por uma cultura diferente da nossa.

De que forma o enquadramento interfere junto à mente do receptor? A literatura evidencia dois efeitos possíveis: a acessibilidade e a saliência. Qual das duas teria mais peso? Aquela que traz a repetição, o acesso frequente à notícia ou a relevância dada dentro do texto? Segundo a maioria dos autores, a frequência não é nem de longe tão importante quanto o peso dado aos assuntos que são o objeto do enquadramento. Isso não significa que apenas a repetição dos termos não gere, ou provoque resultados.

Ao enaltecer, assinalar, dar maior peso a certos aspectos de uma mensagem, o enquadramento contido na mensagem vai fazer com que esse aspecto se torne mais influente na interpretação e julgamento do indivíduo.

É importante ressaltar que esse enquadramento só produzirá efeito quando for bem acolhido pelo intelecto, previamente formado, do receptor, em relação àquele assunto.

No caso de Veja e Época, por exemplo, onde os enquadramentos se mostrarão, ao final do trabalho, muito diferentes no que se refere à imagem do Presidente Lula e de seu governo, é necessário um casamento com o modo de pensar do leitor. Por outro lado, há uma grande chance de leitores pró-Lula escolherem apenas uma das revistas, em detrimento da outra. E leitores anti-Lula escolherem aquela não eleita pelos primeiros. O enquadramento das matérias deverá ter olhos receptivos às suas mensagens.

---

\* Tradução do Autor

Isso significa dizer que há uma identificação entre os atributos intelectuais do veículo e o esquema intelectual do indivíduo que a lê.

Domke, citado por H. Hwang (2007, p. 44), ilustra esta noção, “postulando que assuntos enquadrados de forma que atendam seus princípios morais e éticos levam leitores a: (1) atribuir aos candidatos caráter e, particularmente integridade; e/ou (2) avaliar outros assuntos políticos em termos éticos”.\*

Desta forma, a teoria do enquadramento reconhece a importância da interação da mensagem e a formação moral e cultural previamente existente por parte do receptor. O indivíduo não é um mero leitor ou ouvinte, que recebe a mensagem induzida pelo veículo e a acolhe passivamente. Ele tem um papel ativo na interpretação, entendimento e aceitação da informação relevante da mensagem, de modo a fazer um julgamento pertinente do processo.

Fica evidenciado, pelo que já foi aqui exposto, que o *framing* não é uma característica exclusiva da área da comunicação. Ele tem sido explorado pela ciência da comunicação, mas a gênese está ligada à psicologia cognitiva, à sociologia e à antropologia. Seu uso difundido na área da comunicação deu-se em razão de ser este, juntamente com o *priming*, um dos melhores métodos de estudo e análise da influência da mídia sobre fenômenos políticos. Mais tarde, a teoria do enquadramento passou a ser objeto de estudo e de uso de outras disciplinas, como economia, lingüística e comunicação política, dentre outras.

Quando se fala em *framing*, há a percepção, por parte dos não iniciados, de que o processo de formatação, de emolduramento, é escancarado. O que nem sempre é verdade. O *Framing* é praticado e percebido em diversas instâncias e graus. Alguns francamente perceptíveis. Outros, nem tanto. Há casos em que mesmo pesquisadores atentos não encontram sinais de enquadramento nos textos. O leitor comum, bombardeado por toda sorte de enquadramento, principalmente no que tange aos textos sobre política e políticos, raramente os percebe conscientemente. Mas, no inconsciente, a mensagem exerce sua missão.

---

\* Tradução do autor

Uma vez feita a conceituação teórica de *framing*, busca-se definir as características de enquadramento no contexto da produção e da interpretação de notícias, de modo a dar ao conceito uma aparência mais palpável. Como a cultura é vista como a base primeira para a constituição do conhecimento, significando a compreensão do mundo exterior, vai-se discutir a forma como um repertório de *frames*, de quadros, que compõe a cultura, provêm a ligação entre a produção e o consumo de notícias.

*Framing* se refere, de um lado, à típica forma pela qual os jornalistas tratam o conteúdo das notícias dentro de um quadro familiar e particular, e de acordo com alguma estrutura latente de significados. E de outro lado, pelo público que adota esses *frames* e vê o mundo de forma semelhante a desses jornalistas (VAN GORP, 2007, p.61).

Conseqüentemente, *frames* podem ser definidos como “elementos conceituais nos quais, tanto a mídia, quanto os indivíduos, confiam de modo a transmitir, interpretar e avaliar informações” (VAN GORP, 2007, p.62). Este conceito pragmático de *frame* evidencia a necessidade de interação entre as duas partes: o jornalista, que transmite; e o público, que recebe a mensagem. Mas ambos, num processo integrado, devem ser cúmplices para que o *frame* transmitido seja adequadamente recebido e interpretado.

### **2.7.1. Frames (Quadros)**

Quando o assunto *framing* é abordado, os leitores imaginam que vão encontrar os *frames* plenamente identificados dentro do texto, fotos, manchetes, chamadas do noticiário da noite, e assim por diante. Também há a noção de que eles estão identificados na mente dos *mediamakers* e do público. Na verdade, não é assim que ocorre. Os *frames* estão em todos os lugares, mesmo que às vezes nem o emissor nem o receptor saibam com exatidão onde eles terminam ou começam. A razão para isso é simples. Como o *frame*, seu significado depende do processo cultural de ambas as partes. Dificilmente vai ocorrer um caso em que o emissor ou o receptor tenha a mesma visão, a mesma cultura sobre aquele texto, fato ou, mais especificamente, sobre o *frame*.

Buscamos na revista Veja (22/03/2006, p.66) um exemplo que ilustre o conceito. Na mesma página, há duas situações: primeira – *frame* explícito que prescinde de grande interação cultural entre emissor e receptor: “Antonio Palocci Filho, 45 anos, está cada vez menos ocupado com os destinos da economia brasileira – e cada vez mais atolado em acusações e suspeitas de que tem algo a esconder”.

A expressão “cada vez mais atolado em acusações e suspeitas” é facilmente compreendida pelo receptor. O jornalista diz explicitamente que pesam acusações e suspeitas sobre o ministro, levando o leitor a formar um entendimento de que Palocci é corrupto.

Já em outro trecho, na mesma página 66 (buscamos as duas situações na mesma página para evidenciar as sutilezas do *framing*) temos: “depois do motorista, um caseiro desmente Palocci”. O *frame* não é explícito, mas para alguém cuja cultura faz remissão ao episódio do caseiro, no caso Collor, que foi fundamental para a queda do então Presidente da República, a ligação é imediata. A leitura deste receptor fará a conexão com o outro fato e poderá pensar: aí vai outro pequeno que vai derrubar um figurão da república.

Nesta mesma página, seria possível identificar outros exemplos de *frames*, mais ou menos perceptíveis. A própria foto que ilustra a matéria mostra um Palocci preocupado. Mais do que isso, com a expressão que denota “me dei mal”. E para fazer essa observação e chegar a esse entendimento, a cultura de ambas as partes é essencial. “Cultura se refere a uma série de crenças, códigos, mitos, estereótipos, valores, normas, quadros, e assim por diante, que são compartilhados pela memória coletiva de um grupo ou sociedade” (ZALD, apud VAN GORP, 2007, p. 61).

A partir desta noção, Van Gorp diz que há um “repertório de *frames*” situados fora dos indivíduos. Eles estão no ar, para quem quiser e puder compreendê-los.

Com base nesse “repertório de *frames*”, Van Gorp formula seis premissas que instruem e dão corpo à teoria dos *frames*.

A primeira diz que a noção cultural de um estoque de *frames* leva à idéia de que existem mais *frames* do que aqueles normalmente aplicados.

A segunda premissa é muito interessante. “Ela prega que, em razão dos *frames* serem parte de uma cultura, o *frame* real não está enquadrado no conteúdo da mídia. O texto e o quadro têm que ser vistos independentemente um do outro. Tanto a atribuição de significado para o conteúdo da mídia, quanto a conexão com certos *frames* são partes do processo de leitura” (VAN GORP, 2007, p.63). Foi por esta razão que, na página anterior, fizemos questão de mostrar dois exemplos diferentes, no mesmo texto, de como o leitor pode atribuir um significado diferente para o quadro (ou nem atribuir), independentemente do texto.

A terceira premissa avisa que o *frame* está tão atrelado ao fenômeno cultural que seu processo de construção social fica invisível. Muitas vezes, portanto, esse processo é tão difuso que, para a maioria das pessoas, é como se ele não existisse. “Contudo, se os *frames* provocam ou não efeitos sobre os indivíduos, essas conseqüências dependem de vários fatores, tais como o grau de atenção, de interesse, credo, experiências, desejos e atitudes” (VAN GORP, 2007, p. 63). Permitimo-nos acrescentar mais um motivo à lista de fatores que influem sobre a captação dos *frames* pelos indivíduos: a cumplicidade de idéias. O leitor vai captar, com maior facilidade, os *frames*, ao longo do texto, à medida em que ele se identificar com o mote. E essa identificação atua como um provocador, uma isca, um chamariz para o texto.

Na quarta premissa, Van Gorp (2007, p. 63) refere o impacto cultural de uma macroestrutura no processo de enquadramento. Esta premissa é bastante técnica e usa conceitos da psicologia como meio de explicar a diferença entre a cultura geral e a cultura particular de cada indivíduo. Como os *frames* são parte da cultura, eles estão no mesmo diapasão da estrutura mental dos indivíduos. A fim de evitar mal entendidos, é recomendado que se refira à estrutura mental da pessoa como “*schemata*”, e esta se torna cada vez mais complexa, em razão do acréscimo permanente de novos sentimentos e experiências. Os *frames* são praticamente estáveis, porque eles são parte da cultura. “Eles se constituem de amplas definições interpretativas da realidade social e são altamente interativos com a dinâmica da ‘*schemata*’” (BENFORD & SNOW, 2006, apud VAN GORP, 2007, p 63).

A quinta premissa prega que “o caráter persistente dos *frames* significa, primeiro, e acima de tudo, que um *frame* muda muito pouco ou gradualmente através do tempo” (VAN GORP, 2007, p. 63).

E, finalmente, a sexta premissa explicita que a essência do *framing* está na interação social. Os atores e os personagens da mídia interagem com suas fontes, seus colegas e com o cenário público. Os receptores interagem com o conteúdo da mídia e com seus pares na sociedade (VAN GORP, 2007, p.64).

Van Gorp (2007, p.64) conclui sua teoria sobre *frames* dizendo que “*framing* envolve a interação entre o nível do texto, o nível cognitivo (“schemata” entre a audiência e os produtores de notícias), o nível além da mídia (o discurso daqueles que detém o poder sobre os *frames*) e, finalmente, o estoque de *frames* à disposição do público numa determinada cultura”.

A noção de *framing* pode levar o leitor a concluir que os *frames* inibem o receptor de usar seu esquema cultural pré-instalado, que seja contrário ao *frame* na sua interpretação da mensagem. Por outro lado, alguns elementos do texto, não coadunados com o espírito dos *frames*, podem ser simplesmente descartados pelo receptor. Melhor explicando, quando há material no texto que não confira com o que o receptor espera dos *frames*, ele descarta esse conteúdo, permanecendo fiel ao *framing* esperado e em harmonia com seu esquema mental.

Isso significa que todo material externo à estrutura de *frames* é descartado pelos receptores? Não. O receptor pode ou não acolher, como em qualquer leitura, aquilo que não lhe convém. O *framing* pode gerar inclusive efeitos não desejados ou não programados pela mídia. “A principal função das ferramentas, manifestamente declaradas, do processo de *framing*, é acionar o esquema cognitivo. E para tanto, a saliência é essencial” (VAN GORP, 2007, p.64).

Por ser a saliência fundamental, entende-se que alguém torne um determinado fato saliente, acentuado. Esse alguém, o jornalista, faz isso propositalmente, na grande maioria das vezes, ou, em outras ocasiões, sem intenção de fazê-lo. Ele o faz porque a

saliência, ou a defesa de uma idéia, é-lhe tão definitiva dentro do seu esquema mental e tão sedimentado na sua cultura, que ele acaba por dar ênfase a um *frame*, mesmo sem perceber. Essa categoria é, no entanto, aquela com a qual nos preocupamos desde o início do texto. O *framing* que permeia o texto jornalístico, que conduz a linha da matéria, é intencional. Nesse caso, o jornalista deve seguir a linha estabelecida da maneira mais acurada possível.

A interação entre o processo de *framing* do veículo, e o jornalista encarregado do texto ou reportagem, muitas vezes influencia o jornalista, fazendo-o crer que o entendimento do veículo sobre determinado tema também é seu.

## 2.8. PRIMING (SALIÊNCIA)

Lá pelos anos cinquenta, os cientistas de política tomaram emprestadas da psicologia social as técnicas e definições operativas válidas para medir atitudes e tentaram explicar os efeitos dos meios de comunicação sobre a opinião pública, como se fossem efeitos sobre as atitudes. O exemplo mais claro ... citado no livro de Klapper, *The Effects of Mass Communication*, que ao falar do efeito de reforço (o realce é nosso), questiona se o efeito é social ou individual (MONZÓN, 1996, p. 207). \*

Os estudos sobre cada uma das teorias, seja ela a do agendamento, do enquadramento ou do *priming* (saliência), surgiram de estudos cruzados da psicologia social, da sociologia e do jornalismo. Os estudiosos, ao perceberem o poder de influência dos meios de comunicação social, se interessaram em buscar explicações sobre como, de fato, esses processos ocorriam. Se a sua influência era sobre o público como um todo, ou sobre indivíduos em particular. É de se ressaltar que esses estudos iniciaram num período em que a televisão não tinha o poder de penetração e influência que tem nos dias de hoje. Outros meios de disseminação de informação e influência como a internet nem faziam parte do imaginário. Portanto, esses avanços tecnológicos

---

\* Tradução do autor.

têm que ser levados em consideração ao examinar as teorias sob a ótica de estudiosos e autores de 30, 40 ou 50 anos atrás.

Outra questão a ser levada em conta é em que nível é estudada a influência dos meios de comunicação nos indivíduos; se puramente intelectual ou emocional. Se adotarmos a corrente que separa esses dois conceitos como água e azeite, há que se buscar as influências das mídias somente no nível intelectual. Nós, por outro lado, acreditamos na corrente que diz ter o “intelecto uma ligação íntima com a emoção” (LANGER, apud YOUNG, 1939, p.95) e, portanto, alvo de interação e de influência de informações e, assim, dos meios de comunicação.

Uma das características de sociedades, como a brasileira, é ser *media-centered*. Isso não significa que a mídia está no centro do mundo, mas que há uma centralização de mídias. Isso ocorre principalmente em duas áreas: televisão e rádio. No caso brasileiro, ainda de forma mais notada, a predominância da televisão. Esse fenômeno incentiva e fortalece a ocorrência de agendamento e de saliência. De que forma? Num país de dimensões continentais não haveria como um jornal ser distribuído por todo território diariamente. Seja pela infra-estrutura, seja pelos custos. O mesmo ocorre com a revista que somado ao problema da distribuição soma-se o custo de aquisição dos exemplares numa sociedade onde o dinheiro para revista está fora das prioridades do orçamento doméstico. O natural, num país de 8,5 milhões de km<sup>2</sup>, é que o meio eletrônico predomine, seja pela facilidade de acesso físico, seja econômico. E essa dominância, de emissoras de caráter nacional, com uma só face, uma voz, uma linha editorial, naturalmente, leva ao agendamento e à saliência. Isso não significa que esses processos só ocorram na presença de meios eletrônicos de abrangência nacional e hegemônicos. Apenas é mais fácil fazer o agendamento via canais de grande expressão e audiência do que em veículos de menor público. *Priming*, por sua vez, ocorre em qualquer veículo, mas quanto menor seu impacto de circulação ou audiência menor será sua repercussão junto ao público como um todo.

É preciso entender que a gramática expressiva dominante no sistema informativo tende crescentemente a se adequar à forma lógica mais geral da cultura da comunicação de massa, que encontra na televisão a sua completa realização. Não importa se os agentes que

geram e elaboram a informação são do campo jornalístico, como é o caso do grande jornalismo impresso, ou se são “produtores” da indústria do entretenimento, como acontece em grande parte da programação televisiva ou dos materiais de determinados setores editoriais, o fato é que os parâmetros de seleção, de organização e de apresentação da informação tendem a responder aos mesmo princípios que há um tempo vêm sendo identificados como estruturadores da comunicação de massas: o entretenimento, como base de referência, a ruptura, a diversão e a dramaticidade como seus subsistemas (GOMES, 2004, p.313).

Há vários estudos da influência da *agenda setting* da mídia sobre a opinião pública e as políticas de governo, como os efetuados desde Weaver, McCombs e Spellman. Esses efeitos foram comprovados por Iyengar e Kinder quando demonstraram que “a avaliação de presidentes americanos estava relacionada aos atributos mais salientes e mais fáceis de serem acessados para a formação de opiniões” (WEAVER, 2007, p. 145).

Uma vez demonstrado porque há um ambiente propício para o agendamento e para a saliência no Brasil, via veículos eletrônicos, e em razão do *media centered*, vamos ao conceito de *priming*.

Os estudos sobre a influência e os meios da mídia para influenciar o público, depois das teorias da *agenda setting* e espiral do silêncio evoluíram para o *framing* e *priming*. Alguns autores dão ao *priming* o status de uma extensão evolutiva da *agenda setting*. Uma tradução literal diria que *prime* é tanto “a primeira das horas canônicas”, como “início”, “primórdio”, segundo o dicionário Michaelis. Já o Websters acrescenta *prime time*, como o horário em que os veículos de comunicação eletrônica têm seu maior público, sua maior audiência. É este enfoque, este significado que serviu de base para a expressão *priming*; ou seja: ao colocar uma determinada notícia no *prime time*, o jornalista estava dando a ela saliência, mais relevância, maior destaque, tornando-a mais importante para o público. Independentemente da importância do assunto, uma matéria pode ser destacada dentro dos espaços jornalísticos a uma instância que talvez não

merecesse. Esse destaque através do realce dado pelo profissional, e pelo veículo de comunicação, é o que convencionaram chamar de *priming*.

Essa teoria tem uma forte ligação com estudos sobre influência da mídia no comportamento de eleitores, uma vez que ela influi em mudanças de padrões que as pessoas usam para fazer avaliações políticas. Sejam esses padrões, atos, fatos, problemas ou os próprios políticos. “*Priming* acontece quando o conteúdo dos noticiários sugere aos públicos desses noticiários que eles devem usar assuntos específicos como *benchmarks* para avaliar a performance de líderes e governos” (SCHEUFELE, 2007). O fato de realçar determinados assuntos faz que os estudiosos entendam *priming* como uma extensão da *agenda setting*.

Existem duas razões para se pensar assim: (a) Ambos efeitos são formados a partir de modelos baseados nos processos de informação. Esses modelos entendem que as pessoas formam entendimentos fundamentadas nas considerações que fazem por determinados assuntos serem mais salientes que outros, (i.é., mais acessíveis) na hora de tomar decisões. Em outras palavras, julgamentos e formação de atitudes estão diretamente relacionadas com a facilidade com que vêm à mente.; (b) baseados no alicerce comum da teoria, alguns pesquisadores argumentam que *priming* é uma extensão temporal da *agenda setting*. Ao fazer alguns assuntos mais vivos, mais salientes na mente das pessoas (*agenda setting*), a mídia de massas pode também formar, formatar a consideração que as pessoas levarão em conta no momento de fazerem julgamentos sobre candidatos ou assuntos políticos (*priming*) (SCHEUFELE, 2007).\*

Esta teoria, ou processo de análise de influência da mídia sobre o público e a opinião pública serve a vários propósitos: entre eles:

- análise de resultados e compreensão de resposta da mídia e do público à propaganda política;
- análise de debates políticos;
- imagem e reputação de políticos, artistas e empresários;

---

\* Tradução do autor

- influência de corporações sobre decisões políticas ou governamentais;
- comportamento em relação a julgamentos, e
- instrumento de análise de opinião com o fim de relações públicas.

A ligação entre as teorias de agendamento, enquadramento e saliência são muito fortes. Há autores, no entanto, que refutam a ligação estreita entre agendamento e opinião pública. “Contudo, a aliança entre priming e agenda setting reforçou a base teórica dos efeitos do agendamento oferecendo um melhor entendimento de como a mídia de massa não apenas nos diz o que pensar sobre um assunto como também o que pensar” (WEAVER, 2007, p. 145).

O entendimento é que a hipótese de *priming* afeta os critérios pelos quais a população usa para avaliar a performance de políticos. Os indivíduos usam aqueles assuntos que são mais salientes na sua memória para usá-los como base de interpretação e de crítica sobre os governos e governantes. Se o assunto *primed* fosse economia, por exemplo, os governantes seriam apreciados de acordo com a performance da economia. O Presidente Lula, por exemplo, está sendo incensado aos píncaros em razão da boa performance econômica do país.

Na verdade *priming* é um processo cognitivo. E essa ação está no centro do estudo e da razão do *priming* midiático. Ele é um processo cognitivo no qual as características do conteúdo de uma mensagem incrementam a acessibilidade de esquemas relacionados, fortalecendo sua influência em julgamentos relevantes. Segundo H. Hwang (2007), esse processo pode ser dividido em três sub-processos inter-relacionados.

1. “Um indivíduo tem que ter os esquemas relevantes em relação à mensagem objeto de *priming* para que o efeito ocorra.”
2. “A mensagem *priming* ativa esses esquemas permitindo-lhe mais chances de recuperação para futuras tarefas cognitivas.”

3. “Esquemas particulares ativados através de aplicabilidade e de acessibilidade devem ser relevantes ou apropriados para o uso subsequente em julgamentos ou tarefas cognitivas (HWANG, 2007).”\*

Finalmente, é preciso considerar que o processo de *priming* tende a confiar em modelos de acessibilidade dirigida como os grandes responsáveis pela ativação automática da informação com a mensagem relacionada e sua aplicação em subsequentes tarefas cognitivas. Os estudos falham em considerar o papel mais ativo da disponibilidade, aplicabilidade e uso. “No entanto, se o processo de *priming* for conceitualizado como um componente num processo cognitivo muito maior, ele pode ser levado além de um simples modelo de acessibilidade, que incluirá a interação entre a mensagem da mídia e o indivíduo (HWANG, 2007).”\*

Desse modo os efeitos de *priming* podem ser modulados por ambos; a inter-relação entre características específicas da mensagem *priming* e esquemas culturais pré-existentes na mente do receptor e sua relevância para a tarefa cognitiva subsequente. Para isso é preciso reconhecer que as características de uma mensagem *priming* implicam que essas mensagens difiram umas das outras, ativando, assim, diferentes esquemas individuais. Nesse sentido, *priming* pode sobrepor-se ao conceito de *framing*. Dessa maneira, mensagens *priming* podem ser enquadradas de diferentes maneiras, sugerindo, portanto, uma íntima relação entre os efeitos de *priming* e *framing* (HWANG, 2007).\*

Saliência, é necessário enfatizar, é uma palavra de dois significados. “O primeiro é o de idéia de importância percebida, enquanto que o segundo é mais próxima de idéia de acessibilidade (*top of mind*)” (WEAVER, 2007, p. 146).

Um ponto importante e para o qual não encontramos discordância entre os autores pesquisados é de que a combinação de *agenda setting* com *priming* cria um instrumento de influência sobre o público, principalmente política, muito mais

---

\* Tradução do autor.

poderoso. Essa combinação facilita a compreensão dos efeitos no momento em que nos oferece “a better understanding of how the mass media not only tell us what to think about but also what to think” (Cohen, 1963, apud WEAVER, 2007, p 145).\*\*

## **2.9. APROXIMAÇÃO ENTRE *AGENDA SETTING*, *FRAMING* E *PRIMING***

Alguns autores apontavam o *framing* como, apenas, uma extensão da *agenda setting*. Outros têm dificuldades em diferenciá-lo do *priming*.

Esse sub-item do trabalho tem por fim esclarecer a independência do *framing* em relação aos outros processos, e destacá-lo como tema distinto e autônomo.

Em primeiro lugar, tanto *agenda setting* como *priming* são causais. O primeiro estuda a extensão, a medida em que as pessoas observam assuntos como sendo importantes, como resultado da ênfase dada a esses termos pela mídia. *Priming*, por sua vez, “demonstra a influência desses proeminentes assuntos nos critérios de seleção que as pessoas usam para avaliar atores políticos ou no comportamento eleitoral”. (IYENGAR & KINDER, apud VAN GORP, 2007, p.70).\*

O conteúdo da mídia é o resultado da rotina jornalística e de pressões extra-mídia, e ele é ativamente processado pelo público. Assim, o conceito de *framing* “combina elementos que podem gerar fortes efeitos na mídia com atores que limitam esse impacto” (MCQUAIL, 2005, apud VAN GORP, 2007 p.61). Os *frames* se referem aos diferentes modos que os veículos noticiosos podem cobrir um assunto. Além disso, não se pode esquecer que os *frames* estão indelevelmente associados à cultura e à estrutura social como um todo. Isso significa que o caráter do *framing* é muito mais abrangente e de efeitos mais significativos que os de *agenda setting* e/ou de *priming*.

---

\*\* “Um melhor entendimento de como a mídia de massa não somente nos diz o que pensar sobre determinado assunto, como o que pensar”

\* Tradução do autor

Em segundo lugar, os defensores da independência e da importância do *framing* sobre os outros dois processos relacionados alegam que “*agenda setting* e *priming* estão preocupados apenas com determinados assuntos, com o invólucro, com a casca do tópico” (PAN & KOSICK, 1993, apud VAN GORP, 2007, p. 62). Enquanto os *frames* atuam junto ao esquema cultural que ativa um processo cognitivo.

A concepção de *framing* faz distinção entre assuntos e *frames*: um assunto pode ser abordado de infinitas maneiras ou *frames*, assim como o mesmo *frame* pode ser aplicado para cobrir diferentes assuntos.

Para arrematar, existem similaridades e conexões entre agendamento, saliência e enquadramento, mas não são enfoques idênticos. Os estudos sobre *framing* ultrapassam de longe, tanto *agenda setting* como *priming* em popularidade na década passada, mas *framing* parece ser ao que cabe a definição menos exata dos três, conceitualmente ou operacionalmente. Estudos futuros deveriam fazer esforços renovados para definir *frames* e *framing* de forma mais clara, e para esclarecer as similaridades e diferenças – e explorar as relações – entre *framing* e *agenda setting*, e entre *framing* e *priming*. (WEAVER, 2007, p. 146).\*

Qual das três teorias é a mais importante? Não se pode dizer, pois não há um *ranking* que possa ser estabelecido. Se agendamento é mais importante do que as demais por ter sido estudada antes, ou se são as outras duas, por serem consideradas um segundo nível da *agenda setting*, o que importa é que esses mecanismos de estudo dos meios de comunicação, e seu poder de influência sobre o que o público vai ler, ver ou ouvir, em termos de informação, e o quanto isso será manipulado de modo mais efetivo, continuam a ser estudados. O termo *framing*, por exemplo, apareceu, pela primeira vez, numa revista especializada de comunicação, no ano de 1980 (na Journalism Quarterly). O termo *priming*, por sua vez, só apareceu em 1986 (na Discourse Processes). A boa notícia é que, desde o aparecimento da expressão *agenda setting*, pela primeira vez, no início da década de 1970, para cá, o número de publicações de artigos especializados,

---

\* Tradução do autor

nos Estados Unidos, foi de aproximadamente 513 peças. O que mais impressiona é que o número de artigos sobre o agendamento manteve-se estável nesses cerca de 35 anos (de 1971 a 2005). Enquanto o número de artigos sobre *framing* equivaleu, no quinquênio de 2001 a 2005, a quase três vezes o número de artigos publicados sobre *priming* e *agenda setting* somados. (WEAVER, 2007, p. 144). Esses 165 artigos especializados, publicados sobre enquadramento, podem não dar a esta teoria uma supremacia sobre as demais, mas destacam a atenção de estudiosos sobre o tema e sobre sua capacidade de explicar um dos caminhos pelos quais os meios de comunicação influenciam o público e a opinião pública. Se enquadrar é selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-la mais saliente num texto de informação, de forma que pareça promover uma definição particular de um problema, de fazer uma interpretação causal ou avaliação moral, então ele, o enquadramento, tem um poder muito grande. O que importa, é manter em mente que, raramente, um instituto vem desacompanhado dos demais. Um texto, normalmente, traz elementos de agendamento, enquadramento e saliência. Mesmo que não haja a intenção explícita do jornalista em exercer ou praticar influência através de seus textos, ele o fará porque seu texto é produto de sua cultura, de sua formação moral e intelectual e, portanto, ele, ou seu veículo de comunicação, deixarão perpassar essa opinião nas linhas, palavras, fotos ou títulos que compõem a matéria.

## **2.10. A POLÍTICA E O ESTADO-ESPETÁCULO**

A razão da inclusão de um capítulo sobre a política espetáculo é porque esse conceito está muito mais introjetado na sociedade, nos meios políticos e nos meios de comunicação do que a maioria das pessoas percebe. Escrever e comentar sobre realidade política universal e, especialmente, sobre a realidade política brasileira atual, sem falar na espetacularização do sistema, deixaria um vazio no texto.

Guy Debord, em 1967, escreveu uma importante obra através do que ele chamou de 221 sofismas sobre a sociedade espetáculo. Um livro que alguns autores consideram hermético e pouco explicativo, ou conceitual, porque a meta de Debord era justamente

criar elementos de cunho intelectualizado que não pudessem ser totalmente explicados, instituindo assim, a imagem de um pensador acima de seus pares. Debord desenvolveu conceitos efetivamente singulares, mas referindo-se sempre à sociedade espetáculo, sociedade esta fruto de um movimento contemporâneo, atrelado às novas mídias e aos novos tempos. A sociedade alvo da obra de Debord não era mais a sociedade em si, mas uma representação dela. Nós não vivemos mais uma realidade, mas criamos uma nova realidade que melhor se enquadra dentro da nossa percepção de uma sociedade midiática. “Tudo o que era vivido tornou-se uma representação” (DEBORD, 2006).

Debord, entre as mais de 200 teses de sua obra maior, diz, na de número 12: “O espetáculo se apresenta como uma enorme positividade, indiscutível e inacessível. Não diz nada além de “o que aparece é bom, o que é bom aparece” (DEBORD, 2006). Nessa tese, dentre muitas outras, confunde-se com o que a percepção dos políticos, e da mídia que cobre a política, pratica no dia a dia e espera da cobertura jornalística.

Hoje, há uma maior preocupação em fazer com que o ato político tenha uma conotação que vá interessar mais meios de comunicação do que o resultado do ato em si. Vale mais para o Ministro a fita de inauguração da estrada do que a estrada mesma que liga uma pequena cidade à outra menor ainda. Esta estrada atende os interesses dos poucos milhares de habitantes da cidadezinha, enquanto a cobertura jornalística fará com que a imagem do Ministro, cortando a fita inaugural, alcance milhões de pessoas.

Os jornalistas são agentes da sociedade, trabalhando para que o cidadão médio tenha acesso à verdadeira informação. Isso significaria, portanto, que ele deveria desmistificar as manobras dos políticos e mostrar o engodo de determinadas situações. Não é isso o que ocorre. Embora o jornalismo político mantenha uma certa hostilidade aos políticos, e às vezes tente mostrar ao público sua desconfiança em relação a eles, no fim, o que ocorre, é uma maciça adesão dos meios ao espetáculo.

Assim, na esfera pública expositiva da comunicação de massa, não há propriamente um espetáculo político. Há dois, ou, pelo menos, a combinação de dois espetáculos produzidos por dois sistemas de agentes e com propósitos quase sempre divergentes. De um lado, a codificação em cifra espetacular, dos atos, feitos, relações, pessoas e

circunstâncias do campo político, conduzidos pelas consultorias políticas e pelos políticos profissionais para conseguir superar os bloqueadores da esfera da comunicação. De outro lado, os atos, feitos, relações, pessoas e circunstâncias da esfera política espetacularizados pela cobertura e pelos agentes do campo do jornalismo (GOMES, 2004).

Por que então, se os jornalistas sabem que estão sendo usados por uma manobra ou sistema político que visa levar essa imagem ao público, eles aceitam? Provavelmente, pelas mesmas razões pelas quais os políticos fazem uso desses métodos. Porque há um entendimento da maioria da população de que tanto o ato político como as coberturas jornalísticas precisam de *fumus* de entretenimento.

Isso não é novo. Não é um procedimento, ou uso ou costume da sociedade midiática contemporânea. Há, sim, uma maior exploração de canais para a encenação do poder. Até bem pouco tempo atrás, o político, ou mandatário que desejasse expor seus atos, dependia da aquiescência dos veículos de comunicação, de sua boa relação com editores e jornalistas ou da sua capacidade financeira de comprar emissoras de rádio ou televisão, ou de editar “jornaizinhos”. Hoje, ele pode ter seu *blog*, enviar milhares de mensagens por correio eletrônico a eleitores, formadores de opinião e até para desconhecidos (via aquisição de *mailing-lists*) com custo quase zero.

Com a mudança da imagem do poder de uma entidade abstrata para “a do dirigente que o exerce” (SCHWARTZENBERG, 1977, p.2), o poder passou a ser figurativo. A estar ligado a uma figura.

Na medida em que os governantes passam a entender que sua figura representa o poder, que esse poder não é mais um conceito abstrato, mas uma entidade com rosto, eles passam a se aproveitar, e incentivar esse conflito entre a figura do governante e do poder por ele exercido.

Charles De Gaulle soube fazer uso dessa identificação tornando-se uma figura mítica para o franceses. Em 1958, ele fez a seguinte declaração: “ A França está aqui [...] Está aqui minha pessoa, que dela recebeu mandato para conduzi-la.”

(SCHWARTZENBERG, 1977, p.2). Em diversos momentos e, principalmente nas campanhas eleitorais De Gaulle abusou do conflito de imagem entre sua figura e o estado francês de modo a fazer com que a população o percebesse como a encarnação da França e do Estado.

No Brasil esse fenômeno é cultuado desde sempre, com maior ou menor ênfase. O costume de jornalistas, e do povo em geral, de se referirem aos governos pelo nome do ocupante do palácio é uma prova disso. As referências são, por exemplo, ao governo Collor, ao governo FHC ou ao governo Lula. Isto é uma forma de mitificação do poder, como se apenas uma figura simbolizasse o Estado e dele emanasse o domínio sobre tudo e sobre todos. Há aqui uma constatação. Esse conflito de apropriação, ou representação do estado numa única figura não é um fenômeno midiático moderno. É, sim, um processo iniciado, há séculos, por reis e monarcas e mesmo pelas religiões. Essa representação do Estado, ou do poder temporal, numa figura a quem é conferido um grande poder, permitia ao povo identificar o estado ou a divindade representada. Essa representação se fazia por meio de uma pessoa com face e voz que lhes levava a mensagem, lhes dava ordens, impunha respeito e exigia obediência.

As pesquisas e as matérias jornalísticas que são o cerne deste trabalho demonstrarão que, a figura que encarna o poder, o novo Getúlio Vargas, o novo “pai dos pobres”, o presidente Lula, fez-se, transformou-se numa figura mítica, no poder e no Estado. Esse caso diz mais do que a simples personalização. Ele diz respeito à psicologia coletiva. “Um personagem simboliza a nação, o Estado ou o partido. Representa o poder do grupo que nele se encarna. Afirma-se desta maneira “o poder em face”, o poder dotado de uma fisionomia – e por vezes de uma máscara - , o poder representado por um detentor localizável e visível para todos” (SCHWARTZENBERG, 1977, p.2).

Talvez a verdade já não mais importe. Se ela foi puxada, esticada, manipulada, modificada, o que importa é que o resultado apresentado – do ponto de vista do governante – atinja seu objetivo. A personificação na figura de um ator-político que encarne os anseios do povo.

Os atos públicos preparados por Goebbels, para o partido nazista, eram soberbos na conquista de todas as audiências, fossem os membros do próprio partido, encantados ante a perspectiva de fazerem parte de uma encenação quase divina; fosse o público em geral, que tinha acesso aos *shows* de imagem, luz, fogo, discursos e encenações; fossem os meios jornalísticos, que cobriam esses atos. Os produtores dos desfiles de 1º de Maio, em Moscou, durante o regime socialista, foram, por sua vez, especialistas que conseguiam criar e mostrar ao mundo um espetáculo grandioso, que encantava aos seus protagonistas e enchia de receios o resto do mundo, com a capacidade bélica e de organização dos líderes soviéticos. Mesmo que para isso tivessem que colocar no desfile *mísseis-intercontinentais* feitos de canos de saneamento. O que importava, para esta assertiva, é que todos os atores e participantes se deixassem encantar e cooptar pelo espetáculo. Nada disso é novo. De Roma às conferências de imprensa da Casa Branca. De Berlin aos *showmícios* pelas Diretas-Já, em São Paulo de 1984. A diferença é que, hoje, a cooperação e a necessidade de simbiose entre política e jornalismo-espetáculo estão mais acirradas do que nunca. Weber disse que “a principal marca distintiva da política contemporânea é a sua semelhança com o espetáculo”(WEBER, 2000). Em outras palavras, se entendermos que política-espetáculo é um conceito, há que sustentar que a idéia de espetáculo é apropriada para caracterizar a transformação política. Aristóteles, num momento de A poética dizia que “o espetáculo separa os homens em duas condições: de um lado os homens que representam, os agentes. De outro os assistentes, passivos, espectadores da ação representada”.

Considerando a validade e contemporaneidade do conceito, nós temos, hoje, portanto, de um lado o ator e a exibição e, de outro, a passividade, a audiência. O perigoso da total instalação e petrificação desse binômio é a gestação de uma geração cada vez mais receptiva a esse tipo de relação entre a política e o jornalismo-espetáculo, agindo de forma passiva ante os acontecimentos e sujeitando-se a eles.

O crescimento desse formato de fazer política vai-se consubstanciando na medida em que as pessoas percebem a política como uma arte dramática com cenografias, maquiadores, *tele-prompters*, incorporação de papéis, figurinos, etc. O resultado disso é a percepção desse modelo como *arte e artifício* (GOMES, 2004).

A audiência, no caso, os eleitores, cada vez mais terão dificuldade de diferenciar a cena real, o ato político real, da cena dramatizada na televisão ou no cinema. O

aprimoramento das técnicas de glamourização da política-espetáculo aproximam-na das séries televisivas, dos filmes *hollywoodianos*, criando uma expectativa, nesse sentido, por parte do público-eleitor-espectador.

“A autoglorificação é, entretanto, uma arte tão velha quanto o mundo. O que fez César ao redigir *De bello Gálico* se não assumir uma pose diante de seus concidadãos?” (SCHWARTZENBERG, 1977, p.4).

Qual o sentido de trabalhar a própria imagem? Qual a razão de criar um personagem?

Em primeiro lugar, a imagem faz conhecer ou reconhecer. Ela cria ou consolida a notoriedade ao servir de símbolo visível e tangível. Quando suficientemente caracterizada e individualizada, a imagem capta o interesse do público. O perfil, suficientemente trabalhado prende sua atenção (SCHWARTZENBERG, 1977, p.4).

Prendendo, assim a atenção do eleitor, do público e do povo em geral, com os efeitos previsíveis captados de ações desse tipo.

Mais uma vez há que se fazer referência ao presidente Lula, cuja complexidade da imagem elaborada é extremamente complexa. Primeiro há que se lembrar da necessidade de transformação do candidato metalúrgico, encarnando o ideal petista, em presidente do Brasil e de todos os brasileiros; E não mais apenas nos eleitores dispostos a ter um presidente com aquele perfil. Pra isso foi necessária desde a mudança do guarda-roupas e do barbeiro, até a troca do *botton* da lapela, daquele com o símbolo do partido, por outro, desta vez com a bandeira nacional. Já eleito presidente a assessoria tinha que conviver com o futebol de domingos regados a cerveja (ótima imagem para os noticiários populares), e no dia seguinte com a necessidade de uma imagem de estadista que pleiteava uma vaga no Conselho de Segurança da ONU. Qual desses personagens é o verdadeiro presidente Lula? Talvez, hoje, ele mesmo tenha dificuldade em reconhecer a personalidade encarnada. Hannah Arendt escreveu em Da mentira em política: “A política é feita, em parte, da fabricação de uma certa ‘imagem’ e, em parte, da arte de

levar a acreditar na realidade dessa imagem” (ARENDDT, apud SCHWARTZENBERG, 1977, p.6).

“O ator espera que o espectador aceite o faz-de-conta, qual criança que se submete ao faz-de-conta do jogo para poder se divertir com os outros, caso contrário não verá Édipo na praça de Tebas, mas o filho do padeiro num palco escavado na rocha [...]” (GOMES, 2004). É essa política-espetáculo que assume um quê de arte dramática muito intensa, ao ser feita principalmente para a TV, e se transforma numa peça teatral, num drama pleno de artificialidade. Infelizmente, essa é a política que o grande público quer ver. Cabe aqui uma ilação: durante os anos da ditadura militar, era dito que a queda da qualificação do ensino atendia a um projeto maior. A sugestão de que a população inculta seria mais facilmente controlada. O período militar acabou e aproveitou-se a desqualificação, incrementando-se e fazendo-se uso da falta de ensino e de cultura com maior maestria ainda, de forma a promover uma extensão do controle de boa parte da população, via encenação dramática. Enquanto as pessoas viverem nesse faz-de-conta, aceitando-o e insuflando a mídia e os políticos a persistirem nesse caminho, a política-espetáculo vai continuar a imperar.

A política contemporânea seria espetacular, nesse sentido, porque se dedica com especial cuidado à tarefa de providenciar eventos, fatos, situações e textos dotados dessas características de visualidade plena, que se impõem na esfera da visibilidade da comunicação de massa superando todas as barreiras, os filtros e as trincheiras dos selecionadores da indústria do jornalismo e do entretenimento televisivo (GOMES, 2004).

Em 1998, no Governo Britto (ex-governador do Rio Grande do Sul, de 1994 a 1998), foram produzidos alguns espetáculos desse feitio, com todo os cuidados relacionados neste texto. O *show*, por exemplo, de José Carreras, em São Miguel das Missões, foi montado para um público de 10.000 espectadores. No entanto, a cenografia, a escolha do local, do repertório, do horário, data e todos os recursos cênicos, foram em função da possibilidade do espetáculo ser veiculado pela TV Globo para todo Brasil, como de fato o foi. Se fosse realizado num estádio, em Porto Alegre, (um segundo evento de mesmas proporções ocorreu no Estádio Beira-Rio, com o tenor

Luciano Pavarotti e o cantor Roberto Carlos, cantando juntos) não alcançaria a grandiosidade cênica das ruínas de São Miguel (assim como ocorreu com o concerto de Caracala na história dos Três Tenores). Esse é um exemplo de política-espetáculo levado ao rigor do manual. “Hoje o espetáculo está no poder” (SCHWARTZENBERG, 1977).

Ainda segundo Schwartzberg,

a política, em outros tempos, eram idéias. A política, hoje, são pessoas. Ou melhor, personagens. Pois cada dirigente parece escolher uma função e desempenhar um papel. Como num espetáculo. Agora, o próprio Estado se transforma, então, numa empresa de espetáculos, em produtos de espetáculo. Agora, a política se transforma em encenação (SCHWARTZENBERG, 1977).

O que parece ser difícil para a maioria das pessoas entender é por que o poder precisa de encenação? A resposta é simples. O poder não teria prestígio, força, legitimação, sem a encenação. Essa constatação não é de agora, e tampouco um privilégio da sociedade de comunicação de massa. Já era assim no Egito antigo, em Roma e na igreja. Os templos e as encenações da Igreja Católica são ícones dessa constatação. A própria definição de religião (ao contrário de filosofia, por exemplo) estipula que, para um movimento ser entendido como religião, ele necessita de três requisitos básicos: codificação (Bíblia, Tora ou Alcorão, por exemplo), um deus único e um rito próprio. A religião católica, depois do Concílio Vaticano Segundo, quando aboliu uma série de ritos (como a missa em latim e o padre voltado para o público, e não mais para a figura de Cristo, representando a divindade) perdeu representatividade. Porque a encenação perdeu espaço, perdeu grandiloquência. Antes, o padre se comunicava numa língua própria; como se ele e somente ele fosse capaz de interpretar os ensinamentos e o pensamento de Deus, e repassá-los ao povo. Além disso, quando ele rezava a missa voltado para Cristo e para Deus, ele se colocava num pedestal superior. Quando ambos os ritos foram substituídos, o espetáculo perdeu força e a igreja também.

Este fazedor de espetáculo é igualmente um provedor de sonhos. Como se ao poder coubesse desempenhar uma função onírica.”Sem a

visão o povo perece”, garante a Bíblia. E Chateaubriand aconselha a “dirigir os franceses por meios de sonhos”. O guia se ergue então acima do prosaico cotidiano a fim de traçar uma nobre perspectiva. Com sua cota de mito e de sonho, de maravilhoso e de irracional. Com isso, o herói se faz profeta, se não visionário (SCHWARTZENBERG, 1977, p.15).

Os ritos de Estado, desde o ato de carregar a rainha do Egito sobre os ombros, para que ela não tocasse o mesmo chão dos simples mortais, ou as limusines com bandeirolas cravadas no capô, para conduzir os presidentes, são atos semelhantes de uma mesma peça dramática que tem por fim realçar o poder e distinguir o governante da massa. Porque a hierarquia é sagrada. Sem ela, e sem sua demonstração de força viva, não há poder.

Numa sociedade onde essas operações são necessárias, não há poder sem teatro, não há Estado que não seja, de algum modo e necessariamente, Estado-espetáculo. Dito de outro modo, a força do espetáculo, a força das aparências, é uma parte, não pequena, da força dos governantes (BALANDIER, 1999).

Todos esses ritos têm por fim realçar o poder dos governantes. E nas democracias eles são mais complicados do que nos sistemas monárquicos, como estudou Burke (1994), onde a rainha ou o rei, a exemplo de Luiz XIV, gozavam de um elemento cênico e uma teatralidade que lhes conferia, por si só, grande poder. Tudo em torno de Luiz XIV era sopesadamente avaliado de forma a enaltecer a figura do rei. Os artistas, pintores, tapeceiros, escultores, poetas, historiadores e juristas eram instruídos, sem muita cerimônia, a enaltecer as habilidades e os predicados do monarca. Quanto melhor isso fosse feito, melhor seria a remuneração. E por *melhor* entenda-se não aquele que mais louvasse a figura de Luiz XIV, mas aquele que o fizesse com a maior habilidade, para que não parecesse encomendado. Esses artistas eram regamente pagos por seus serviços. O ministro Colbert, membro do Conselho de Estado (*Conseil Royal des Finances*), homem de total confiança do rei, era encarregado de distribuir valores aos artistas, porque isso contribuía para a glória do rei e, portanto, fortalecia o império. Chapelain, o conselheiro encarregado de peças literárias, instruiu, sem meias palavras, a um escritor sobre como deveria proceder: “Sa majesté gratifie lês gens de mérite par lê

seul motif d'agir en toutes choses royalement et point du tout dans la vue d'en attirer dès louanges” (BURKE, 1994). A gratificação dada por sua majestade era feita com o único motivo de receber elogios. E esses elogios “parecerão tanto mais nobres quanto mais pareçam desinteressados” (BURKE, 1994).

Mesmo dentro da alienação que deveria imperar em Versailles, o rei tinha a noção de que os elogios, para torná-lo mais importante, respeitável, poderoso e generoso, não poderiam soar falsos. Do contrário, não produziriam o efeito desejado. E o maior efeito almejado por sua majestade, e pela corte, é o de que ele parecesse poderoso. O maior esforço para enaltecer a figura do rei aconteceu na segunda metade do reinado. Naquela época, o número de medalhas, estátuas equestres, tapeçarias e pinturas foi muito maior do que na primeira metade do reinado. Isso foi feito em resposta a uma série de crises que se abateram sobre o reino. Desde insucessos militares, crises financeiras e a crise política dos anos de Fronde. Esses problemas, na França, coincidiram com outras crises na Europa. O ano de 1648, foi particularmente traumático para a Europa e para a França. A representação heróica do rei, com uma maior espetacularização dramática de sua figura guarda uma certa relação com a crise de representações. Harold Lasswell defende um conceito que se adapta perfeitamente a esta situação: “Uma ideologia bem estabelecida [.../ perpetua-se com pouca propaganda planejada [...] Quando se começa a pensar sobre maneiras e meios de disseminar a convicção, é que ela já definiu” (BURKE, 1994). Esse conceito de Lasswell reforça, por vias transversas, a relação da encenação dramática com o poder. Quanto mais se encena, quanto mais necessária se faz a espetacularização, maiores são os sinais de que o reino, o governo está em decadência. Encena-se para criar, estabelecer e cultivar o poder. Mas se a encenação espetacular for excessiva, pode ser sinal de que o poder está ruindo. Ou seja, dada a decadência da segunda metade do reinado de Luiz XIV, houve uma operação de espetacularização ainda maior da figura do rei. Com esta manobra, a corte tentava dissimular a crise econômica e a queda de prestígio do monarca.

Esta necessidade de conferir ao monarca, ao soberano, uma posição superior, de quase divindade e inacessibilidade era executada com maior ou menor esmero por cortes de outros países europeus. Isso não é uma invenção ou prática francesa apenas. Talvez os franceses, no reinado de Luiz XIV, tenham atingido o requinte máximo.) Os doges de Veneza, por exemplo, escolhiam seu governante máximo – o Doge – entre

nobres da corte. Todos os domingos esses nobres se reuniam no Palácio dos Doges, numa sala com capacidade para mais de mil pessoas, ricamente decorada, para decidir assuntos de interesse da cidade-estado. Somente alguns desses nobres tinham acesso a outras dependências do palácio. E esse acesso era somente por deterem algum tipo de cargo ou função na corte. Aliás, uma delas era justamente o controle dos livros onde estavam assentados os nomes das famílias nobres. E, portanto, daqueles que tinham direito a participar das decisões de estado. Ora, o interessante é que o nobre que substituiria o doge, na morte desse, era escolhido dentre um dos mais de mil nobres que participavam dessas assembléias dominicais. Aquele, que até então era apenas um dentre mil, passava a deter, além do poder, a quase inacessibilidade. O acesso a presença do doge, do dia para noite, requeria a peregrinação por salas e mais salas, a fim de que membros da corte julgassem se aquela pessoa (mesmo sendo outro nobre, ou até um embaixador estrangeiro) teria acesso ao doge. Essa era uma das principais formas de valorização do poder e da encarnação do mesmo. Findo seu reinado ele recebia a honraria de um quadro, nesta mesma sala onde ocorriam as assembléias, junto com seus pares já falecidos. Mas sem direito a hereditariedade no cargo por parte de um familiar.

A democracia tem mais dificuldade na montagem dessa teatralidade, razão pela qual os governos dão tanta importância à televisão, a ponto de marcarem atos, lançamentos ou discursos, de acordo com os horários em que esses eventos entrarão na pauta do Jornal Nacional ou não.

Finalmente, cabe tentar explicar o porquê da inclusão de um capítulo sobre política-espetáculo nesse trabalho em que a *agenda setting* é o tema principal em estudo. É que, no momento histórico brasileiro, a espetacularização da política vem suprindo, em grande parte, o conteúdo. Porque ela vem servindo como elemento de dissimulação para atrair a atenção sobre elementos que não são tão importantes como outros, para os quais se deveria dar toda a atenção. O espetáculo é fundamental para o encantamento da mídia. E a mídia, conduzida nesse sentido, é parte operante da *agenda setting* e da condução da opinião pública.

### 3. PANORAMA POLÍTICO NACIONAL

Roberto Da Matta escreveu na Veja:

O intolerável no Brasil atual é a manutenção de uma ética dúplice no campo político. A coisa chegou a tal ponto que a palavra *política* passou a designar um jogo amoral no qual a igualdade é ultrapassada por pessoas que controlam as leis, em vez de zelar por elas (VEJA, 15/10/2007).

A análise da mídia e da relação dos políticos com a comunicação de massa passa pelo entendimento do momento político e social brasileiro do início do século XXI.

A realidade nacional mudou muito, do início dos anos 1960 para cá. Tanto no que se refere à política, como no que se refere à comunicação de massa. Não por mera coincidência, o avanço das comunicações eletrônicas, com a transformação da televisão no grande veículo de comunicação social, confunde-se com um novo meio de fazer política. Um jeito mais espetaculoso. Os políticos tiveram que apreender a fazer política dentro dos novos parâmetros; principalmente em dois setores: a capacidade da mídia em descobrir toda sorte de *esqueletos nos armários* e transformar esses fatos em escândalos de amplitude nacional; e a necessidade de um novo formato de encenação midiática, para atender às expectativas dos meios e dos eleitores. A política-espetáculo não é nova, conforme foi tratado no capítulo referente a este assunto. As incursões pelo mundo das artes cênicas e o uso de toda sorte de recursos são antigos e ficaram ainda mais incisivos no século XVII, durante o reinado na França, de Luiz XIV, sendo potencializados pelos nazistas nas décadas de 1930 e 1940. O que mudou recentemente foi a forma que esses atos cênicos tiveram que criar para se adaptar aos recursos e às exigências da mídia; e a expectativa do público, que passou a demandar uma encenação de *vídeo-clip*.

A mudança do palanque instalado num caminhão equipado com microfones e dois alto-falantes ou num vagão do trem, da época da campanha de Getúlio Vargas, para a comunicação espetacular de Fernando Collor, no final dos anos 1980, e início dos anos 1990, não se refere apenas a um novo formato de difusão de idéias e mensagens, ou a um novo meio de se fazer publicidade. Essas mudanças interferiram no jeito de

fazer política e na forma de administrar. A publicidade dos fatos e a transparência hipotética deveriam ter agido como grandes fatores de consciência política e social, tornando a administração pública mais honesta. Não foi o que ocorreu. A explicação sociológica para que o ganho de transparência proporcionado pela mídia não tenha dotado a administração de uma maior probidade não se explica simplesmente nesse contexto. As razões transcendem os aspectos da mídia e da política.

No que se refere ao cerne deste trabalho, é preciso se ater aos tópicos aqui relacionados. A realidade mudou de forma mais evidente, da campanha presidencial de Collor para cá. Com Fernando Collor, iniciaram-se as campanhas ao estilo americano, com consultores de *marketing* e imagem contratados nos Estados Unidos, que encantavam aos espectadores, ou melhor, aos eleitores. Foi a primeira campanha feita especialmente para a TV e para o rádio. A candidatura à Presidência da República, repleta de encenações midiáticas, espalhou-se em seguida para as campanhas a governador, prefeito e cargos não-majoritários. Muitas dessas campanhas, que não tinham acesso a consultores de primeira linha, equivocaram-se. Mas o que importa é que a mudança foi sentida e implementada de ponta a ponta. No período Itamar Franco, houve um leve arrefecimento do modelo Collor, por duas razões. Primeiro, porque Itamar não tinha a juventude, a impetuosidade, a aparência apolínea e a grandiloquência cênica de Collor. Segundo, porque a imagem de Collor, pilotando motos, aviões ou lutando caratê, ficaram ligadas a um momento negativo da política brasileira. No governo Itamar, portanto, a representação e a encenação deixam de estar centradas no presidente. O mundo da mídia, por sua vez, cria um universo que não se expande a partir do presidente, mas em torno dele. “O próprio mundo do espetáculo, nos sistemas de informação e do entretenimento, constrói personagens, cenários, enredos, textos e figurinos para o Presidente e para os agentes do mundo da política” (GOMES, 2.004). Basta lembrar um dos piores momentos de Itamar, quando ele é surpreendido com uma modelo pouco vestida, num camarote do carnaval carioca.

No período Fernando Henrique Cardoso, o processo é aperfeiçoado e as consultorias de imagem passam a ser ainda mais competentes. As duas campanhas que elegeriam Fernando Henrique para a presidência tomam ares de grandes produções. Cada um dos eventos era supervisionado em todo o Brasil pela mesma equipe que se deslocava em jatinhos, à frente do candidato. Produtores de eventos, como Bia Aydar e

sua irmã Fernanda Nigri, comandavam uma equipe que cuidava de detalhes nunca antes observados numa campanha política no Brasil. Por outro lado os veículos de comunicação passaram a perceber, durante os oito anos de governo, a encenação em torno das principais figuras do governo, e passaram a criar seu próprio espetáculo, com a desconstituição de alguns desses personagens, criando um novo drama político para jornais e revistas, seguidos a reboque pelas televisões.

Finalmente, inicia-se o grande espetáculo da mídia.

O espetáculo da sucessão presidencial na disputa eleitoral que conduz Lula ao poder, *show* de profissionalização de campanha onde o público freqüentemente teve dificuldade de distinguir se tratava de uma competição cujo resultado decidia quem era o candidato preferido pela esfera civil ou se, diversamente, o que o resultado permitiria mesmo era aferir qual teria sido o melhor consultor político (GOMES, 2004).

O traço comum das duas últimas décadas, pós-restauração democrática, foi a efetivação de o drama político ser constituído “pela comunicação que se dá através da televisão” (GOMES, 2004).

Enquanto a encenação subverte a compreensão e a falta de cultura da imensa maioria da população, essa é vilipendiada pelo teatro político. E o país submerge concomitantemente na corrupção. Nesse mesmo tempo, cerca de 25 milhões de pessoas são cooptadas por meio de programas de assistencialismo social (e em troca cedem seus votos e seu apreço ao presidente) e o país fica à mercê de figuras dignas de paródias ou de filmes de comédia de segunda linha.

O atual governo, ao assumir, tinha em mãos as melhores condições já encontradas por um governante para fazer o país avançar. O Governo Lula começou dentro de um mar de prosperidade internacional. O fluxo de capitais internacionais buscava oportunidades, fazendo girar economias pelo mundo afora. Havia dinheiro em abundância no mundo. O risco Brasil caiu de cerca de 700 pontos para 160 pontos, de 2.002 para 2.007, fazendo com que o ingresso de capitais, no Brasil, atingisse níveis

jamais igualados na história do país. A coligação que elegeu Lula, mais os opositores que foram cooptados, logo no início do primeiro governo, deu um poder ao Presidente como há muito não se via. Isso lhe permitiria fazer todas as reformas que quisesse, tais como a previdenciária, a tributária e a eleitoral. Essa maioria governista associada à alegada incompetência dos dois principais partidos de oposição, o PFL (atual DEM) e o PSDB (que nunca souberam ser oposição, porque nunca tinham exercido essa função), daria ao presidente a carta branca necessária para fazer as transformações estruturais tão necessárias. Mas isso não foi feito.

O período compreendido pelo presente trabalho, assim como as revistas e as pesquisas de opinião pública, neste lapso de tempo que inicia em março de 2.006, e termina em setembro de 2.007, apresentam farto material de *fait divers* e escândalos políticos. Material este que vem ao encontro do objeto do trabalho por duas razões principais: primeiro porque dá às revistas e seus jornalistas assunto de relevo (no caso dos escândalos), para escrever. Segundo, porque essas situações devem influenciar na percepção da população quando questionada pelos institutos de pesquisa. Diz-se “deve” porque o resultado só será averiguado na análise de conteúdo.

Neste período pode-se observar o final do primeiro mandato do Presidente Lula, e o início do segundo mandato, com espaços de tempo similares. Ou seja, com dez meses de análise sobre o final de um mandato e outro tanto sobre o segundo termo.

O mês de abril de 2.006 inicia ainda sob a tensão das revelações de Marcos Valério e o escândalo do “mensalão”. As manchetes giram em torno de quem recebeu os valores distribuídos pela agência de publicidade SMP&B; e a que título. Além das questões ligadas às agências de publicidade oficiais, também aflora o pagamento de contas particulares de Lula e de Lurian (filha de Lula) por Paulo Okamoto, amigo do presidente Lula e presidente-executivo do Sebrae. De outro lado começam as matérias sobre os candidatos que enfrentarão Lula no final do ano. Geraldo Alckmin e Anthony Garotinho são unguídos pela mídia como os eventuais pretendentes a cadeira de Presidente da República com chances de derrotar o PT.

O Governo Lula enfrenta um momento de dificuldade de imagem com novas denúncias sendo feitas contra pessoas relacionadas a José Dirceu, e ao mesmo tempo crescendo o número de indícios contra Antônio Palocci.

Mesmo o período do trabalho iniciando em abril, há um momento no final de março que é muito ilustrativo para que se compreenda o tempo em que as pesquisas vão se realizar. E este episódio referido trata-se do momento em que deputados petistas comemoram, no plenário da Câmara, a absolvição de colegas da base aliada. O acontecimento fica conhecido como a *dança da pizza*, e leva a deputada Ângela Guadagnin (PT/SC) ao reconhecimento nacional por dançar em frente às câmeras de TV. Ao mesmo tempo as denúncias contra o Ministro da Fazenda tomam proporções cada vez maiores e com dados mais contundentes sobre sua participação em negócios escusos. Esses episódios acabam por derrubar o ministro, se transformando na maior crise do Governo Lula até então.

Abril tem início com rumores de impeachment do Presidente da República. Pela primeira vez essa palavra passa a ser usada com consistência. Lula é tratado como o chefe de um bando que tinha por objetivo usar os cofres públicos com o intuito de manter o PT no poder. O procurador-geral da República denuncia 40 pessoas, desde altos cargos da administração federal até amigos próximos do presidente Lula.

Os escândalos não cedem. A cada semana surgem novos fatos e indícios sobre personagens que freqüentam o Palácio do Planalto ou os churrascos de fim de semana no Torto.

Um ministro passa a ser o centro das atenções depois dos noticiários terem ido a fundo sobre personagens como José Dirceu, Antônio Palocci, Marcos Valério, Silvinho Pereira e Duda Mendonça. Esse notável personagem é o então Ministro da Justiça. Márcio Thomaz Bastos, que além de sua função no governo se transforma no advogado estrategista das altas figuras do governo envolvidas nos escândalos.

A manchete de Veja (28/06/2006, p.50), é por demais eloqüente: “Morre o petismo, nasce o Lulismo”. Embora a torrente de denúncias que assola o governo, assim

como sua administração, seja infundável, a intenção de voto no Presidente não para de crescer.

A Copa do Mundo alivia pressão sobre o governo. Durante aproximadamente 30 dias há um arrefecimento no tom das denúncias. Quando retornam, as críticas são centradas em Delúbio Gonçalves e na “máfia dos sanguessugas”. Concomitantemente, pesquisa do Ibope mostra que o Brasil está “vivendo a corrida eleitoral mais desanimada dos últimos tempos” (VEJA, 30/08/2006, p. 56).

Mesmo com o “desinteresse” nas eleições apontado pelo IBOPE, jornais e revistas passam a dedicar sessões inteiras de acompanhamento do processo eleitoral e dos candidatos. Interessante perceber que as matérias sobre corrupção, escândalos de governantes e parlamentares, são editadas em seqüência nos jornais e revistas.

Em setembro eclode nova crise política. É descoberta trama do PT para produzir e divulgar um dossiê montado com o fim de prejudicar as eleições no Estado de São Paulo. No mesmo mês surgem evidências contra o Secretário de Imprensa do Governo, Luiz Gushiken, que teria mandado imprimir 5 milhões de cartilhas com propaganda do governo.

Os brasileiros dão sinais evidentes que dissociam a imagem do presidente Lula, de seu governo e mais ainda de seu partido. Consequentemente é criada em torno dele uma espécie de blindagem que lhe permite angariar votos em vários segmentos da sociedade. A imprensa reflete essa tendência da população; ou a população leva a imprensa a adotar essa postura de reconhecimento?

O primeiro turno das eleições classifica Lula, com 48,6% dos votos válidos, e Alckmin, com 41.6%. Alckmin vence no sul e nas cidades de melhor poder aquisitivo e Lula vence em 93,2% das cidades nordestinas (TSE – Eleições 2.006).

Novo escândalo é descoberto. O filho do Presidente Lula, Fábio Luís vende parte das ações de sua pequena empresa para a Telemar, por 5,2 milhões de reais, numa operação com ares de tráfico de influência. Apesar deste fato e de novas revelações

sobre a operação que tinha por fim prejudicar a eleição de Alckmin, Lula vê crescer as intenções de voto em sua candidatura.

Inicia uma série de transtornos nos aeroportos, atrasos e cancelamentos de vôos, incredulidade da população em relação a administração e controle dos vôos que ficam conhecidos como o “caos aéreo”.

Lula é reeleito, e 20 dos 27 governadores eleitos lhe são simpáticos. E, ao iniciar o governo em janeiro, dá demonstrações de que o segundo mandato será uma continuidade do primeiro. Em seguida o governo consegue a eleição da presidência das duas casas: Câmara e Senado.

Em março o caos aéreo atinge limites inaceitáveis em qualquer país medianamente desenvolvido.

Um novo escândalo abala o país. Desta vez a raiz não está nem no Executivo, nem no Legislativo, mas no Judiciário. A Polícia Federal faz uma devassa numa operação chamada de “Furacão” e desmantela uma quadrilha que vendia sentenças judiciais. Esse evento não é exatamente um problema ligado à imagem do governo Lula. Mas, contribui de alguma forma, para o descrédito das instituições. Além disso, a maioria da população sequer distingue um poder do outro. O que significa que na hora da resposta à pesquisa de opinião, ele infere que este fato pode ser parte da falta de seriedade do governo ou das instituições democráticas.

O país convive com duas realidades. No campo econômico, com o excesso de liquidez internacional, entram dólares em abundância, a bolsa sobe, o valor do Real cresce e começa a faltar mão de obra especializada e máquinas para a construção civil. No plano judicial e político as crises se sucedem. A Polícia Federal monta, de forma espetacular, uma nova operação de tempos em tempos na busca de demonstração de eficiência do departamento e do governo federal.

A “Operação Navalha”, da Polícia Federal, encontra evidências de danos de até 1 bilhão de reais ao erário público. Neste mesmo momento começam a surgir as primeiras notícias sobre o escândalo que acabará por envolver a imagem do Senado. O

caso das contas do presidente do Senado Federal pagas por um executivo de uma grande empreiteira.

O caso do Senador Renan Calheiros vai dominar a mídia por muitas semanas. Detalhes sobre, como as contas eram pagas pela empreiteira à jornalista Mônica Veloso, e sobre a proporção do patrimônio do Presidente do Senado ganham as capas das revistas e dos jornais. O desejo de que o senador abandone a presidência do Senado alcança as ruas.

Uma tragédia muda o foco das notícias e da atenção nacional. A queda do avião da TAM, que fazia o vôo 3054, no aeroporto de Congonhas transfere, temporariamente, os debates para o caos aéreo. Até que o Senado, em sessão secreta, não acata a denúncia contra o Senador, e Renan Calheiros continua na Presidência do Senado Federal.

Essas são as notícias, os eventos, os escândalos que a grande mídia cobriu no Brasil neste período. Acontecimentos esses que devem, de alguma forma, se ver refletidos nas pesquisas de opinião pública.

Um país, no entanto, não pode ser visto e analisado apenas sob a perspectiva política. A imagem de um país é o reflexo de seu povo, sua cultura, seu crescimento ou involução econômica. A política interfere muito sobre a estrutura do país, sobre os investimentos em questões fundamentais como segurança, educação e saúde. A função deste trabalho não é julgar quem investiu, quem deixou de investir, ou quais investimentos foram feitos em segmentos errados. Mas, se faz necessário dar uma idéia das carências e problemas estruturais da nação, a fim de que o leitor compreenda a situação, e o momento em que os fatos relacionados acima ocorreram. E a partir daí estudar as reações (se houveram), da opinião pública.

Enquanto as reformas não vêm, a infra-estrutura nacional sofre como nunca. Se a infra-estrutura fosse modernizada, o país teria um acréscimo à economia da ordem de 250 bilhões de dólares ano. O equivalente à economia do Chile somada à do Brasil. Até o início dos anos 1980, o Brasil investia 6% do PIB em infra-estrutura. Hoje, esse investimento é de apenas 3% do PIB (VEJA, 08/08/2007).

Cada uma das áreas vitais para o desenvolvimento sofre suas mazelas. Portos e aeroportos, estradas, pontes, viação férrea e principalmente portos, se modernizados poderiam acrescentar 50% de crescimento do PIB (de 4% para 6%) em poucos anos. A delegação de muitos desses investimentos poderia ser feita ao setor privado, a exemplo do que foi feito com a telefonia, há 10 anos atrás (VEJA, 08/08/2007). Apenas para registro o número de telefones celulares de 1998, para 2.008, cresceu de seis milhões de linhas para 120 milhões nesse período (ANATEL, 2008).

No setor aéreo, o número de passageiros cresceu de 13 milhões, em 1997, para 36,5 milhões, em 2.006, sem que nenhum novo aeroporto importante fosse incorporado à malha aeroviária. Enquanto o número de passageiros cresceu 180%, nesse período, a frota de aeronaves cresceu apenas 19%. Dos 4.276 aeroportos do país, apenas oito têm pistas em condições de receber aeronaves de grande porte (ANAC). Isso significa que uma carga para exportação de Santa Catarina, por exemplo, tem que ser levada para outro estado, via estradas de rodagem, para ser embarcada num avião. A Espanha, com seu território menor do que vários estados brasileiros, tem 16 pistas com mais de 3.000m (tamanho mínimo para aviões de carga de grande porte). A Índia tem 17 (VEJA, 08/08/2007).

O sistema ferroviário, um dos elementos mais importantes para o crescimento econômico de um país, uma vez que transporta grandes quantidades de carga a baixo custo, e evita a destruição das estradas de rodagem, é dos piores do mundo. Na França, a velocidade média das composições de carga (não se refere a transporte de passageiros, porque no Brasil ele é praticamente inexistente) é de 300 km/h. Nos Estados Unidos, é de 64km/h. Na Rússia, a velocidade média oscila entre 40 e 46 km/h. No Brasil, é de apenas 25km/h. Pior do que a velocidade, é a involução do sistema. Em 1958 existiam 37.967 km de estradas de ferro no país. Hoje, são apenas 28.604 km. Além disso, o uso é baixo, e a quantidade de carga transportada por quilômetro de ferrovia é de 221 bilhões de toneladas, enquanto na Índia é de 407 bilhões e nos EUA é de 2,7 trilhões. Em 1930, os Estados Unidos já transportavam 230 bilhões de toneladas, ou seja, mais do que o Brasil de 2.006 (VEJA, 08/08/2007).

Quando um leitor estrangeiro lê os dados do parágrafo acima sobre o sistema ferroviário, deve imaginar que o sistema rodoviário deva ser ótimo para compensar esse descalabro. Ao contrário. As rodovias estão em condições piores. Todos os indicadores, desde velocidade média nas estradas até a vida útil de peças (como pneus e amortecedores) e dos veículos é dos piores do mundo. E os custos que esse transporte caríssimo agrega ao valor final dos produtos, seja a soja para exportação, seja um computador comprado na loja da esquina é imenso.

Se o Brasil tem o espírito de um país exportador (infelizmente, de produtos de baixo valor agregado), os portos são ferramentas fundamentais para se obter sucesso no mercado internacional. No entanto, a realidade é oposta. Desde o tempo para liberação de uma mercadoria num porto, onde no Brasil necessita-se de 10 dias, enquanto no Chile é de 3 dias e na Suécia é de 2 dias. Ao mesmo tempo, o valor da taxa portuária por contêiner é das maiores do mundo. No Brasil, custa US\$ 328,00, por contêiner de mercadoria que passa pelo porto. Nos EUA o valor é de US\$ 259,00, e na China é de 110 dólares. Como consequência o número de contêineres que passam pelos portos brasileiros é reduzido. Pelo porto de Santos, por exemplo (o maior do Brasil), passam 2,3 milhões de contêineres por ano, enquanto pelo porto de Cingapura (o país é do tamanho de Sergipe), passam 23,2 milhões (ANTF, 2006 e *Cia World Factbook*, 2006).

Os mesmos indicadores servem para a geração e distribuição de energia e tantos outros fatores básicos para a promoção de riqueza.

Mas talvez um dos pontos mais importantes, quando se fala em crescimento e desenvolvimento, seja a baixa qualidade de ensino e a pouca escolaridade da população. É nesse quesito que o Brasil mais deixa a desejar. A série de dados a seguir foi extraída do “Indicador Nacional de Alfabetismo Funcional”, um trabalho realizado pela ONG Ação Educativa e pela Fundação Paulo Montenegro. Essa pesquisa identifica e mede a capacidade de leitura, escrita e habilidade de cálculo da população brasileira.

Os dados são preocupantes e o resultado da pesquisa, assim como de pesquisa semelhante desenvolvida pelo IBGE, demonstram que, enquanto o país não atacar seriamente esse setor, qualquer chance de desenvolvimento permanente e sustentável está afastado do cenário nacional. Mesmo que haja ilhas de incremento de crescimento

e prosperidade, elas não passarão disso, de segmentos isolados onde os menos capacitados ficarão, mais uma vez, aliados de uma vida mais próspera.

No Brasil, apenas “25% da população adulta domina habilidade de leitura e escrita, e 8% dos brasileiros são analfabetos absolutos” (INAF, 2003). Além desses 8% de brasileiros completamente analfabetos, outros “30% tem um nível de habilidade muito baixo” (INAF, 2003). Esses têm a capacidade mínima requerida para identificar e localizar, por exemplo, o nome de um bairro no letreiro de um ônibus. Nada mais do que isso. Outros “37% conseguem localizar uma informação em textos curtos” (INAF, 2003). O chamado nível dois de alfabetismo. Esse dado é interessante porque ele explica que este cidadão pode localizar uma informação num texto de até duas linhas. Ele sabe, por exemplo, se o *outdoor* trata de uma promoção, e em qual loja. Mas não chega a compreender o quê, efetivamente, aquela promoção quer anunciar sobre o percentual da oferta ou taxa de juros. Isso significa dizer que 75% da população não tem capacidade de ler e entender uma mensagem completa num *outdoor*. O que dizer, então, de jornais e revistas? As cifras do IBGE são muito similares a estas do INAF. Existe, sim, uma certa discrepância entre os resultados nas pesquisas do IBGE e do INAF por uma simples razão: no primeiro, a pessoa entrevistada se declara analfabeta, semi-alfabetizada (até quatro anos de estudo formal) e alfabetizada aquela que tem mais de quatro anos de ensino completo. No caso da pesquisa do INAF, as pessoas são testadas e pelo resultado do teste é determinado seu grau de alfabetização.

Por que esse dado é tão importante para este trabalho? Porque as pesquisas, as tendências das pesquisas, ao serem relacionadas com os leitores de Veja e de Época, refletirão apenas uma pequena parcela da população que tem condições de ler, analisar, compreender e discutir as matérias sobre as quais o trabalho se debruça.

Este é o quadro sócio-político-econômico do Brasil de hoje. São dados e percepções importantes para que se entenda, no momento da análise das pesquisas, como eles afetam os resultados e como a política-espetáculo tem um papel importante para a geração de índices muito altos entre as classes favorecidas por programas sociais, e não tão altos entre as pessoas da chamada classe média, subjugada por altos impostos e conseqüentemente, financiadora da política de *welfare state*.

#### 4. AS REVISTAS VEJA E ÉPOCA

Antes de abordar as duas publicações que servem de tema para o presente trabalho, vamos focar o meio “revista” no Brasil. A primeira revista editada no Brasil, segundo Nascimento (2002), foi em 1812, com o título Variedades ou Ensaio de literatura.

Até aquele momento, o que hoje se entende por revista, eram, na verdade folhetos ou folhetins. Não havia sequer o termo revista, entre nós, no início do século XIX.

Esta revista, a Variedades, teve apenas duas edições. O interessante sobre o conteúdo dessa publicação, assim como de outras semelhantes da época, é que elas não tinham caráter noticioso. Assim como centenas de outros títulos, ao longo da história nacional das publicações de revistas e ou de jornais, não houve uma preocupação básica sobre o que o produto oferecia, e sobre o que o mercado desejava, ou comportava. Nesse caso específico, a publicação abordava “discursos, extratos de história antiga e moderna, viagens, trechos de autores clássicos” (NASCIMENTO, 2002, p.16). O mesmo perfil desta publicação foi o de outras revistas que surgiram nos anos seguintes; institucionais e eruditas.

O termo “revista” já existia desde 1704, quando Daniel Defoe, autor de Robinson Crusoé, lançou em Londres a Weekly review of the affairs of France” (NASCIMENTO, 2002, p. 15). Essa data é de alguma forma contestada, sem que isso seja feito expressamente, por Georges Weill. Segundo ele o termo “revista” nasceu de uma manobra de um escritor que impedido de relatar tudo o que acontecia nas sessões da Câmara dos Lordes. Como esse jornalista, Edward Cave, insistiu em continuar a publicar, não mais o texto completo, mas informes bem detalhados do que ocorria nas sessões, lhe foi imposta uma repreensão pública, em 1727. A maneira que ele encontrou para driblar essa proibição, se dá com a edição de um periódico, que trazia informações, não somente sobre as sessões e decisões da câmara, como também sobre todas as coisas interessantes que aconteciam no mundo; como se fora um “armazém”, uma “loja” de produtos variados, ou seja um “magazine” Assim nascia a “magazine” ou “revista”, em sua tradução adotada em português. “A revista recreativa destinada a completar o

periódico” (WEILL, 1962, p 50). Foi assim que nasceu a Gentleman’s Magazine, em 1731, com 42 páginas, em duas colunas. Cave, dado o sucesso de seu empreendimento, se sente à vontade para fazer relatos mais extensos do que ocorria na câmara. Outra publicação segue o exemplo. Mas em 1738, o Presidente da Câmara dos Lordes denuncia, em plenário, essa quebra de privilégios. Um deputado afirma que essas publicações depreciavam a casa e seus ocupantes. Mais uma vez são proibidas de circular a Gentleman’s Magazine e sua concorrente. Mas, Edward Cave encontra, mais uma vez, um método para superar a proibição. No ano anterior Swift havia publicado As viagens de Guliver. O que faz Cave então? Ele publica as resenhas das sessões do parlamento dando nomes aos deputados parecidos com os dos personagens de Lilibut. E, como se estivesse escrevendo sobre sessões da Câmara desse país imaginário segue com os relatos. Com isso escapando da censura imposta pelos Lordes. A Câmara fica com receio do ridículo de proibir esses textos e o editor segue fazendo sua revista até 1752.

“É somente no início do século XX, no Brasil, que as revistas começam a ganhar definição e espaço diferenciado em relação aos jornais” (NASCIMENTO, 2002, p.16). Nelson Werneck Sodré tenta trazer alguma luz sobre este período explicando que há uma transformação do próprio jornal, no Brasil, com o surgimento das revistas no início do século XX. As revistas buscam seu caminho tratando de assuntos mais eruditos, mais herméticos em relação a população em geral. Enquanto os jornais firmam-se como veículos noticiosos. Por outro lado. Os jornais também sofrem alguma alteração quando iniciam a separar, dentro de seu corpo, artigos literários, caindo por terra a pretensão dessa mídia de ser toda ela literária. Aliás, como permanece até hoje na maioria dos grandes jornais, onde a regra é separar grandes assuntos em cadernos.

As primeiras e marcantes revistas publicadas no Brasil foram: A Rua do Ouvidor (1900), Revista da Semana (1901), Ilustração Brasileira (1901), O Minarete (1903), Kosmos (1904), revista essa de excelente apresentação, com separação de fotos de ilustrações. A crônica de abertura era escrita por Olavo Bilac. Seguem Renascença (1904), A Vida Moderna (1907), Fon-Fon (1907), A Cigarra (1913) e Selecta (1915), dentre outras.

Segundo Nascimento, o marco histórico do "jornalismo em revistas, daria-se, no entanto, apenas em 1928, com a criação de O Cruzeiro, por Carlos Malheiros Dias e que passaria a integrar, juntamente com A Cigarra, o grupo de Assis Chateaubriand, Os Diários Associados" (NASCIMENTO, 2002, p 17).

O Cruzeiro foi um marco porque soube associar novas técnicas de fotografia, com textos de interesse geral e reportagens sobre acontecimentos do momento. A dupla composta por David Nasser e Jean Manzon (um ícone da fotografia brasileira) mostrava um novo Brasil. Como suas reportagens tratavam de temas locais com um enfoque nacional, suas matérias interessavam a toda população que, através de O Cruzeiro, começava a conhecer a nação continente.

Ainda no gênero reportagem, a revista Diretrizes, criada em 1938, por Samuel Wainer, destacou-se na produção jornalística com textos investigativos e críticos. Com as atividades limitadas, em virtude da censura vigente durante o Estado-novo, de Getúlio Vargas, a revista circulou até 1944 (NASCIMENTO, 2002, p. 17)

Jorge Amado escreveu sobre Samuel Wainer, na abertura do livro biográfico deste, Minha razão de viver, uma carta com o seguinte título: "O Brasileiro Samuel Wainer". Neste texto ele comenta sobre a personalidade, as virtudes, a teimosia e tenacidade de Wainer. Mas nos interessa particularmente o que ele diz sobre a revista Diretrizes, da qual foi colaborador. Amado lembra que a revista era vendida como se fosse mensal, mas "de fato saia quando Deus ou o Diabo dava bom tempo" (WAINER, 1987, p.7). A revista era uma publicação marcadamente contra o regime de Getúlio Vargas. Por isso enfrentava, além dos problemas econômicos, a censura do DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda. A redação funcionava no apartamento onde Samuel Wainer morava com sua primeira mulher, Bluma.

Continua Jorge Amado, em seu testemunho, sobre Samuel Wainer falando das dificuldades que enfrentavam, não somente os dois, mas muitos escritores e jornalistas naquele período de ditadura. Sobre a revista ele diz:

Colaboraram em Diretrizes, naquela primeira fase, os maiores nomes da literatura brasileira, e a redação se compunha de jornalistas de grande talento. Com o correr do tempo e as inevitáveis discórdias, vários se afastaram, alguns se transformaram em adversários de Samuel, um deles, Carlos Lacerda, em feroz inimigo. Um núcleo central, porém, permaneceu unido desde então, solidário com a proposta da revista e com seu diretor. Esse grupo de amigos acompanhou Samuel até o fim, esteve ao seu lado em todos os momentos, nos bons e nos maus, nos dias de poder e nos dias de tormenta, homens da qualidade de Otávio Malta, de Noel Nutels, de Moacir Werneck de Castro (WAINER, 1987, p.9).

Outro marco da história da revista no Brasil foi o lançamento de Manchete, em 1952. Adolfo Bloch das Organizações Bloch, começa nesse ano de 1952 a editar uma revista mais moderna, e “um amplo espaço dedicado às fotos”. Manchete alcança grande popularidade e contou com subsídio oficial para alcançar uma grande distribuição e tiragem. A relação de Adolfo Bloch com o Presidente Juscelino Kubistchek dá impulso à publicação. “... a revista conquistou popularidade com reportagens históricas, como a dedicada à inauguração de Brasília, em 1960.” (NASCIMENTO, 2005, p.17). Manchete desaparece juntamente com todos os títulos da editora em razão de maus negócios feitos pela empresa, principalmente na área de televisão. A revista ressurgiu numa ação empreendedora de Marcos Dvoskin, empresário gaúcho de mídia, em 2004, que resgata a imagem de Manchete com grandes reportagens especiais, como sobre o carnaval carioca. Mesmo assim a revista não retoma uma periodicidade definida. Sendo editada em razão de acontecimentos especiais e não de um calendário mensal ou semanal como a maioria das publicações.

A revista Realidade, da Editora Abril, lançada em 1966, é outro marco da história das revistas no Brasil. Ela teve uma vida curta não chegando a completar 10 anos de existência. Em 1975 ela deixou de circular, depois de haver alcançado tiragens de 500.000 exemplares mensais. “A revista tornou-se conhecida pela abordagem investigativa dos fatos e foi considerada exemplo de qualidade jornalística: Realidade somou ousadia dos temas, investigação aprofundada, texto elaborado e ensaios fotográficos antológicos” (NASCIMENTO, 2005, p.17).

Logo em seguida surgiria, em 1968, a Veja. E trinta anos depois seria lançada Época.

Ao analisar as duas publicações, há que se iniciar por uma caracterização de cada uma. Não apenas as revistas em si, mas seu papel dentro do mundo editorial brasileiro, assim como suas casas editoras. Antes, porém, é preciso fazer uma rápida reflexão sobre o mercado editorial e de comunicação de massas no Brasil, para que o leitor saiba como situar essas publicações, o poder dos meios de comunicação em geral e a importância das empresas que editam ambas as revistas. Talvez alguns puristas entendam que a inclusão de aspectos de mercado e econômicos do meio de comunicação de massas não seja adequada num trabalho desta ordem. Ao contrário: situar o leitor no contexto de mercado faz com que ele perceba não apenas o poder (ou falta de) dos meios (rádio, jornal, revista, TV, etc.), como dos veículos em questão. Os números são por demais eloqüentes e muitos deles falam por si só.

Do total de verba publicitária arrecadada no Brasil, no ano de 2.006, 59,8% foi dirigido à televisão aberta. Os jornais arrecadaram 15,7% e as revistas apenas 7,8%. No entanto, existem apenas 386 emissoras de TV no país e 3.651 títulos de revistas, ou seja, enquanto a verba investida no meio revista é de apenas 13% do montante investido na televisão, existem quase 10 vezes mais títulos de revistas do que emissoras de TV (Mídia Dados 2006 e Estudos Marplan e IVC 2005).

A televisão, e esse dado explica muito do parágrafo anterior, é consumida por 97% da população brasileira, enquanto jornais e revistas são lidos ou acessados por apenas 47% dos brasileiros. Estranhamente, esse número de leitores de revistas é muito diferente no Rio Grande do Sul, onde atinge somente 36% da população (Estudos Marplan – Consolidado 2005).

A televisão tem, nas classes C, D e E, 68% do seu público consumidor, enquanto os jornais reúnem uma massa de 54% de leitores instalados nas classes A e B. Há que se ressaltar que o crescimento dos jornais populares, nas grandes capitais, fez com que crescesse o bolo de leitores de classe C e D. O percentual de leitores das classes A e B

era maior há alguns anos atrás. Já as revistas têm seu público composto por 52% de classes A e B. E 48%, de leitores das classes C (33%), D (15%) e E (1%) (Mídia Dados 2006 e Estudos Marplan e IVC 2005).

A ascensão desse estilo de revista informativa se deu principalmente no período militar, quando as revistas ilustradas do tipo Cruzeiro e Manchete passaram a perder espaço para a televisão. Aliás, a TV passou a ocupar deliberadamente parte desse espaço, até porque não sabia exatamente seu papel no mundo da mídia. Mesmo nos idos de 1964, sendo a televisão um veículo incipiente, e não gozando do prestígio que detém hoje, ela também era objeto de controle de parte do governo federal. A televisão, que no Brasil existia há menos de 10 anos, quando do golpe militar, engatinhava sob um véu de censura. O discurso do Presidente Ernesto Geisel, em 1º de agosto de 1975, mostra como a imprensa era vista e, em especial, a televisão. Esta foi alvo de comentários específicos do Presidente Geisel no referido discurso.

Vocês, jornalistas, podem notar que, logo depois que a televisão deu destaque à greve de motoristas na Inglaterra, houve a greve dos motoristas de ônibus no Rio. Se só temos desgraça na televisão, consegue-se trazer a desgraça dos outros países para cá. Por isso, acho que deve haver um equilíbrio na divulgação das notícias. Os jornais e televisão deveriam mostrar tudo o que há de bom no Brasil. Por que vocês não mostram? Depois que saem das escolas, dão impacto só para a desgraça. É por isso que as manchetes dos jornais e do noticiário da televisão só dão destaque às desgraças. Vocês não estão informando [...] (MARCONI, 1980, p.23).

A fim de não deixar dúvidas sobre a filosofia instaurada pelo regime, o Presidente Geisel diz explicitamente que os jornalistas estavam permanentemente sobre o crivo das autoridades a fim de que se coibisse qualquer ameaça à segurança nacional por parte dos profissionais e dos veículos de comunicação de massa.

“Os serviços de segurança acompanham atentamente a infiltração comunista em órgãos de comunicação, órgãos de classe, na administração pública e nos partidos políticos” (Discurso proferido em 1º de agosto de 1975) (MARCONI, 1980, p.25).

A primeira dessas revistas do novo formato, estilo Time e Newsweek, foi a Veja. (Realidade já havia deixado de circular). Ao mesmo tempo, havia uma forte demanda por informação de qualidade. Os jornais, com o advento do AI-5, não podiam se expor ou noticiar todos os desmandos do poder. Os jornais independentes e de circulação instável eram nesse tempo os órgãos de imprensa que melhor cobriam os fatos que os grandes jornais e mesmo as revistas não podiam noticiar.

A censura teve responsabilidade sobre muito do que ocorreu, na mídia, em vários momentos da história brasileira. Em tempos recentes, há que se destacar dois episódios mais marcantes. O Estado Novo, iniciado em 1937, e a ditadura militar, depois de 1964.

A censura influenciou no fechamento de veículos de comunicação, na falência de outros, no apequenamento de muitos e até na prosperidade de alguns mais alinhados com a doutrina dominante na época.

A cada episódio, a cada temporada sob censura, ficava o gosto amargo na boca de muitos jornalistas que diziam que, uma vez reconquistada a liberdade de expressão, a censura não encontraria mais terra fértil para brotar. Lamentavelmente, isso não é verdade. Seja pela imposição das baionetas, seja através do uso do poder econômico, ela se fez, se faz e estará presente em diversos outros momentos.

Antônio Callado, na apresentação do livro de Paolo Marconi – A censura política na imprensa brasileira – diz que a diferença entre a censura de 1937, e a de 1964, é que a de 1964, “desta vez não será esquecida” (MARCONI, 1980, p. 8). O que talvez tenha sido esquecido, pelos poucos jornalistas importantes, daquela época, que ainda estão em atividade, é a censura tipificada pelo regime militar. Aquela exercida pelo censor de arma na cintura e poder para chamar o Batalhão de Choque, quando não fosse atendida sua ordem. Hoje, a censura econômica é praticada por governos federais, estaduais e municipais, sem constrangimento. E não há um só insurgente de expressão contra isso.

Paolo Marconi reforça essa tese, ao se referir ao período da ditadura e aos anos posteriores, dizendo:

Quem foi, por exemplo, que denunciou com veemência a censura a que esteve submetido por muitos anos? Qual o órgão que ousou publicar algumas – não todas – violências cometidas ou os escândalos que vicejaram à sombra do poder? Quantos desses órgãos vêm, atualmente, exercendo o seu dever jornalístico? (MARCONI, 1980, p. 12).

A censura controlava todos os meios de comunicação. Alguns eram mais controlados do que outros. Para alguns, foi instituída a censura prévia. As matérias eram submetidas a um censor antes da publicação para aprovação, recebendo cortes parciais ou mesmo a não publicação *in totum*.

Com a desculpa de verificar atentados contra a moral e os bons costumes, a Polícia Federal também colocou sob censura prévia seis (sic) revistas: Inéditos, Paralelo (esta de Porto Alegre), Status, Homem (hoje Playboy) e Ele e Ela. Não escaparam dessa censura prévia, nem mesmo as revistas Nova – abordando assuntos femininos – e Pais e Filhos [...] (MARCONI, 1980, p. 61).

Jornais como o Estado de São Paulo e o Jornal da Tarde sofreram com a censura prévia desde 1968, com a promulgação do AI-5. Durante quatro anos a censura prévia foi relevada, mas em 1972, “a polícia, armada de metralhadoras, cercou o prédio e passou a censurar edições” (MARCONI, 1980, p. 64), sob o pretexto de que os jornais pretendiam publicar matérias cujos conteúdos poderiam abalar o regime.

Veja, fundada em 1968, nasceu sem censura. Com o tempo passou a ser obrigada a acatar os famigerados bilhetinhos contendo as proibições. Esteve sob censura prévia algumas vezes, e só se viu livre dela com a saída compulsória de seu diretor e fundador, Mino Carta. (MARCONI, 1980, p.84).

Durante o tempo em que foi censurada, Veja deixou de publicar 10.352 linhas, 44 fotografias, além de charges e artigos. Até mesmo anúncios publicitários tiveram que ser deixados de lado, como o do tecido Terbrim, e do absorvente feminino O.B. No lugar das matérias, Veja publicava a arvorezinha que a logomarca da Editora Abril.

Importante frisar que a censura, durante o Estado Novo, e, durante o regime militar iniciado em 1964, não se limitava, como muitos que não viveram naquela época podem pensar, a típica censura da tesoura que obrigava os veículos a não publicar, ou não transmitir isto ou aquilo. Ou alterando textos e matérias de acordo com a conveniência do censor ou de acordo com ordens superiores. Muito da censura era econômica. E este tipo de censura continua a ser praticado atualmente.

[...] também lançaram mão de não menos condenáveis pressões econômicas e administrativas, capazes de re-enquadrar os meios de comunicação na dócil linha mestra traçada pelo governo. Essas represálias contra a independência de certos órgãos de imprensa se materializaram na maior ou menor dificuldade de conceder empréstimos vitais, na concessão ou não de publicidade oficial, nas pressões sobre anunciantes particulares e, em relação às rádios e televisões, cassar ou conceder concessões ou então nas manobras para asfixiá-las operacionalmente (MARCONI, 1980, p.127).

A seguir alguns dados sobre cada uma das publicações.

A revista Veja circula desde o ano de 1968, lançada, portanto em plena vigência do regime militar e sob a influência dos movimentos estudantis que assolavam a França e que influíam na cultura de todo jornalista atento para com os movimentos sociais e culturais que grassavam pela Europa, naquele momento histórico. Sua tiragem supera 1,1 milhão de exemplares semanais (Estudos Marplan – Consolidado 2005), e tem uma média de 3.890.000 (Mídia Dados 2006 e Estudos Marplan e IVC 2005), leitores, transformando-a na quarta publicação mundial em tiragem. Sua essência jornalística é a cobertura de fatos do Brasil e do mundo, abrangendo desde política e economia, até cinema, cotidiano, arte, moda e tendências. Com sede em São Paulo ela é o principal veículo impresso do Grupo Abril, casa editora fundada por Victor Civita. Seu primeiro exemplar circulou com uma foice e um martelo sob fundo vermelho com a seguinte

chamada: “O grande duelo do mundo comunista”. Sua primeira edição atingiu o expressivo número, para a época, de 700.000 exemplares. A tiragem nunca foi inferior a 500.000 exemplares em quase quatro décadas de existência. Veja é, de alguma forma, encarada como a sucessora da revista Realidade, que deixou de circular durante a ditadura militar. Ambas, cada uma no seu tempo tiveram o fardo e o privilégio de serem as revistas semanais de maior estofamento, profundidade e credibilidade. Hoje os modelos, se colocados lado a lado, teriam diferenças gritantes, principalmente no que tange ao *lay-out* e design e também ao número de matérias por edição. Realidade costumava cobrir dez ou doze matérias. Veja, além de um número muito maior de temas, também traz dezenas de pequenas notas de cunho mais para o entretenimento do que propriamente notícias de informações relevantes. Essas notas obedecem a critérios de mercado e de preferência dos leitores, cada vez mais receptivos a notas curtas do que a longas matérias.

Veja, se baseássemos uma análise, exclusivamente pelo tema abordado em suas capas, concluiríamos que se trata de uma revista sobre política ou economia. Mais de 50% de suas capas foram sobre esses dois temas. A personalidade mais entrevistada nas “páginas amarelas”, em sua existência, foi Fernando Henrique Cardoso – 10 vezes. Lula foi entrevistado somente 3 vezes. No entanto Lula foi capa da revista 37 vezes, enquanto Fernando Henrique foi apenas 18 (VEJA, 21/03.2007, p. 48).

A revista Época circulou pela primeira vez em 25 de maio de 1998. Mantém uma circulação média de 420.000 exemplares (Fonte: Estudos Marplan – Consolidado 2006). O número médio de leitores é de 1.905.000 (Fonte: Estudos Marplan – Consolidado 2006). Publicada pela Editora Globo, parte integrante das Organizações Globo, ultrapassou a revista que ocupava o segundo lugar neste segmento (Isto é) e firmou-se, graças à mídia nos veículos de comunicação eletrônica do conglomerado na segunda posição em circulação e tiragem no país. Seu estilo é baseado na revista alemã Focus, que valoriza a qualidade da imagem e *design* gráfico na apresentação das matérias e reportagens. Se a análise se estender pelos demais veículos das Organizações Globo, seria fácil perceber que a tônica predominante é a da qualidade das imagens em detrimento da profundidade no conteúdo. Não se pode escrever sobre Época e deixar de lado a casa matriz, ou a Rede Globo, melhor dizendo. Para entender a publicação, há

que se entender o contexto em que ela foi criada e desenvolvida. Não fazer isso, seria o mesmo que falar de um Rockefeller sem contextualizá-lo dentro da família de banqueiros, relações de poder, etc.

É inegável que os dois maiores empresários do setor de *mass-media* do Brasil foram personagens que souberam aproveitar os momentos e as relações políticas. Tanto Assis Chateaubriand como Roberto Marinho ocuparam espaços abertos por circunstâncias políticas. Roberto Marinho, por exemplo, soube muito bem aproveitar a brecha deixada pelas emissoras de rádio, na década de 1960. Quando artistas da Rádio Nacional (Rio de Janeiro), que apoiaram o movimento da legalidade (1961), foram suspensos ou perderam espaço por razões políticas, abriu-se um espaço que, logo em seguida, com o movimento de 1964, fortaleceu a televisão. Claro que a Globo, de Roberto Marinho, soube explorar não só o momento político-histórico como também as relações que lhe permitiram, com o apoio dos militares, expandir-se e tornar-se uma rede. Poucos anos depois, em 1982, a Rede Globo já era capaz de atingir 99% do território nacional. Essa hegemonia e essa capacidade de levar mensagens para praticamente toda a população brasileira fez com que a publicidade oficial tivesse a justificativa para preferir a Globo a outras emissoras. Como um Tribunal de Contas poderia refutar o argumento de que grande parte da verba publicitária alocada na Globo que era a única rede com 99% de cobertura do país? Concomitantemente, na década de 1960, os jornais perdiam espaço porque eram os mais castigados pela censura. O impedimento da circulação ou o atraso ou os versos de Camões na capa de O Estado de São Paulo prejudicaram seriamente o poder econômico desse veículo, abrindo ainda mais espaço para a TV. Prova disso é que a televisão sai de um patamar zerado, no início da década de 1960 para, em 1990, já deter 52% da verba publicitária nacional. E, no ano de 2.006, teve em média 51% da audiência de televisão no país. No Rio Grande do Sul, a média é de 56%. Mais do que o somatório de SBT, Record, Bandeirantes e outras menos votadas reunidas. (Fonte: Estudos Marplan – Consolidado 2006). Esse foi o contexto em que a revista Época foi lançada. Nos trilhos de uma organização de sucesso absoluto e com relações impecáveis no setor político e empresarial.

Ambas as publicações operam sob o fino fio de uma lâmina. Porque seu intuito, seu dever precípuo, seria o de informar. Afinal, é para isso que uma revista desse escopo

é editada. Isto é, publicar notícias e análises mais profundas e elaboradas sobre os acontecimentos da semana (no caso dos títulos escolhidos).

Ao mesmo tempo, elas não são independentes. Elas fazem parte de grandes empresas comerciais, cujos acionistas têm interesses diversos e muitas vezes interligados com o poder público. Em ambos os casos, por exemplo, as empresas são detentoras de conexões públicas para exploração de canais de televisão. Desta forma, as publicações, ambas detentoras de vasto poder, precisam exercê-lo com parcimônia. Talvez o estilo, a forma e o escopo do exercício do poder, neste caso, correspondam mais à noção de Max Weber do que à noção mais complexa de Barthes. Weber entende por poder “a possibilidade de que um homem, ou grupo de homens, realize sua vontade própria numa ação comunitária, até mesmo contra a resistência de outros que participam da ação” (WEBER, 1982, p. 211). Barthes, no entanto, quando se refere ao poder o traduz para a realidade do dia a dia, para os usos e costumes, para o poder experienciado pelo discurso.

Adivinhamos então que o poder está presente nos mais finos mecanismos do intercâmbio social: não somente no Estado, nas classes, nos grupos, mas ainda nas modas, nas opiniões correntes, nos espetáculos, nos jogos, nos esportes, nas informações, nas relações familiares e privadas, e até mesmo nos impulsos liberadores que tentam contesta-lo; chamo discurso do poder todo discurso que engendra o erro e, por conseguinte, a culpabilidade daquele que o recebe (BARTHES, 1997).

Uma vez que ambas as publicações atingem, somadas, não mais de 1.550.000 exemplares (e uma média de 6.200.000 de leitores todas as semanas), elas cobrem uma minoria letrada da população; mas, ao mesmo tempo, atingem justamente os formadores de opinião.

Por outro lado, não se pode esquecer que ambas são instrumentos ou braços de empresas cujo poder transcende ao das publicações semanais. Além do interesse

econômico, também há que se considerar uma forma mais basal, mais tribal, mais freudiana de poder. Esse, menos visível, mas igualmente importante para a formulação do texto final: o poder como energia prazerosa do jornalista e do editor.

Ao escrever matérias cujo resultado pode abalar as estruturas do país, é impossível não considerar o ato prazeroso, o ato de poder consciente ou inconsciente daquele que coloca em linguagem escrita o relato de fatos. Os textos das matérias de Veja e, muitas vezes, também em matérias de Época estão impregnados de expressões que denotam o exercício do poder pelos jornalistas e editores. Caso as matérias se consubstanciassem na peça de ignição da queda de ministros, como José Dirceu ou o Presidente do Senado, Renan Calheiros, a sensação de poder de seus autores ultrapassaria os conceitos de Weber e se alargariam pelo campo de Barthes, com espaço para Freud e Lacan, segundo os quais a dominação e o exercício do poder não são automáticos ou mecânicos. Não é a dominação pela força, pelo uso do freio ou do chicote. É a dominação pela disseminação de conceitos, via linguagem que, ao atingir seu objetivo, proporciona enorme prazer a quem o exerceu. Só o próprio jornalista ou *insider* de importantes órgãos de comunicação percebe e entende a sensação de poder derivada das conseqüências de uma matéria. Seja a nível nacional, como no caso das revistas em questão, seja no âmbito estadual (como, por exemplo, o poder da jornalista política de Zero Hora durante o governo Germano Rigotto, quando ela tinha maior influência sobre as atitudes do Governador que seus principais secretários reunidos), seja no âmbito municipal (Porto Alegre), onde uma simples revista quase desconhecida como a Voto, por exemplo, ao publicar uma matéria mostrando que mais de 30% da população da capital desconhecia quem era o Prefeito, deslanchou por parte da prefeitura uma campanha de mídia. O poder dá prazer ao jornalista. O desencadeamento de fatos, a partir de reportagens, desperta sensores compensatórios de libido.

O exemplo mais loquaz deve ser o do caso Watergate, quando dois jornalistas do The Washington Post revelaram os meandros de uma conspiração nascida e nutrida dentro do Partido Republicano, que acabaria por levar à renúncia o presidente dos EUA, Richard Nixon. Desde então, esse caso tornou-se um emblema; um ícone para jornalistas do mundo todo. A partir desse fato, qualquer caso rumoroso passou a ser

sufixado com a expressão *gate*. Como em “Renagate”, forma de identificar um caso ruidoso de corrupção governamental.

Almejar sensações de poder semelhante, às vezes transcende a razão, as normas e a ética.

Todavia, ainda que se entenda que a predominância do poder seja aquele retratado por Barthes, por parte das casas editoras (Abril e Globo), subsiste um esgar positivista segundo o qual o comportamento é determinado pela consciência. O uso e a estrutura do poder, neste caso, são absolutamente pragmáticos e conscientes. Cada uma delas com suas razões e objetivos particulares; e por particulares, não se entendem aqueles de seus leitores.

## **5. A CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA E AS PESQUISAS CNI/IBOPE**

Existem no Brasil uma série de entidades representativas que defendem os interesses de determinados segmentos da sociedade. Sejam entidades que congregam categorias profissionais, como a OAB ou o CREA; ou entidades que representam setores da economia, como a Confederação Nacional da Agricultura, Confederação Nacional do Comércio e a Confederação Nacional da Indústria, entre outras. Essas entidades têm em Brasília suas sedes principais com o escopo de congregar o pensamento, a filosofia e os interesses das federações e seus capítulos ou seccionais estaduais. O texto que descreve essas entidades, seja em seus sites, seja em brochuras onde se encontram os propósitos e escopos das mesmas são muito parecidos. Elas omitem, no entanto, uma das razões precípua de ser dessas entidades: o lobby. O lobby é um instrumento legítimo de influência sobre o governo e/ou sobre a imprensa no sentido de esclarecer pontos de interesse de um grupo, empresa, ou setor. Todos os grandes setores mantêm, em Brasília, representações com o escopo de informar-se sobre as atividades dos poderes Executivo e Legislativo. Informar-se, nesse caso, significa estarem atualizados com qualquer atividade, desses dois poderes, que possam influenciar a vida de segmentos econômicos, institucionais e até religiosos. Assim como a CNI exerce lobby junto aos poderes da república, entidades profissionais como

o Conselho Federal de Medicina, religiosas como a Confederação Nacional dos Bispos do Brasil, econômicas como a Associação Nacional dos Jornais ou a Associação Nacional de Editores de Revistas também o fazem. Esse é um instituto legítimo e saudável, uma vez que o governo e o legislativo não podem saber tudo o que se passa em cada um desses setores, razão pela qual essas entidades assessoram ministérios, senadores e deputados com informações e dados.

A CNI, sigla de Confederação Nacional da Indústria, (a partir desse momento a referência será apenas pela sigla) interessa este trabalho porque ela realiza há muitos anos uma pesquisa nacional em conjunto com o IBOPE, cuja intenção é a de monitorar a opinião pública brasileira, numa série de quesitos, como será visto a seguir. Para entender o intento da CNI, é importante conhecer a entidade.

A CNI é a entidade máxima de representação da indústria nacional. Ela reúne 27 federações de todos os estados brasileiros, além do Distrito Federal. A essas federações estão ligados mais de 1000 sindicatos patronais. São os representantes desses sindicatos patronais que elegem as direções das federações estaduais. E essas, por sua vez, elegem a direção da CNI. Ela foi criada em 12 de agosto de 1938, “por iniciativa das federações das indústrias de São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro (na época Distrito Federal) e sucedeu a Confederação Industrial do Brasil, que havia sido fundada em 1933, pelas mesmas federações”. (CNI, Brasília, 2004, p.8).

Sua missão é “representar e liderar a indústria na busca da competitividade e do desenvolvimento nacional” (CNI, Relatório anual, 2007).

A CNI age em diversos segmentos de forma a buscar atingir seus objetivos, entre eles: Infra-estrutura, que tem por responsabilidade avaliar a estrutura nacional e sugerir ações ao governo e ao empresariado no que se refere, principalmente, às áreas de energia, transportes, portos, saneamento básico e telecomunicações. No campo da integração internacional a CNI mantém uma permanente análise da política de comércio exterior e de negociações internacionais. Ela ainda acompanha e tenta influenciar a legislação de comércio exterior de forma a tornar o país mais competitivo e integrado aos mercados e negócios internacionais.

Na área de integração nacional a CNI estuda e mapeia os desníveis regionais e os recursos naturais para propor alternativas, a fim de que o desenvolvimento seja mais equilibrado, diminuindo as desigualdades regionais sócio-econômicas.

No campo do meio ambiente a entidade está alerta não somente no que se refere à legislação como também para o desenvolvimento de práticas e políticas que estimulem o desenvolvimento sustentável e a ecoeficiência.

Além dessas áreas a CNI tem comitês e técnicos preparados para atuar nas áreas de micro e pequenas de empresas de forma a incrementar sua competitividade e desenvolvimento, e também junto aos órgãos da administração federal que interferem na política nacional.

A estrutura organizacional da CNI é composta de oito unidades ligadas a uma diretoria executiva. As diretorias são: gestão de defesa de interesses, assuntos legislativos, competitividade industrial, comércio exterior, política econômica, relações do trabalho e desenvolvimento associativo, negociações internacionais e pesquisa e desenvolvimento.

Talvez uma das áreas mais importantes na atuação da CNI seja sua permanente ação junto ao congresso nacional. A entidade mantém sistemas de monitoramento das atividades legislativas na Câmara e no Senado Federal, “identificando proposições de interesse da indústria, divulgando-as e formulando alternativas mais convergentes com a agenda do setor” (CNI, Brasília, 2004, p.13).

A CNI tem dois órgãos altamente importantes para o país, que são o SESI (Serviço Social da Indústria) e o SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial). Ambas as instituições prestam um grande serviço ao país, embora raramente sejam reconhecidos pela população como instrumentos privados e mantidos, como tal, pela iniciativa privada.

O SESI atua em mais de 1.500 municípios brasileiros, com mais de 2.200 unidades de atendimento fixas e móveis. Já o SENAI, criado em 1942, está presente em

todos os estados com cerca de 770 unidades que prestam serviço de aprendizagem industrial, habilitação profissional, qualificação e formação de técnicos (CNI, Brasília, 2004, p.15-17).

A CNI busca, na medida do possível, subsidiar e influenciar a política de desenvolvimento do país, fornecendo dados e planejamento estratégico para o Governo Federal. Esses trabalhos são realizados e disponibilizados pela CNI, independentemente do partido ou grupo político que esteja na presidência ou nos ministérios federais.

Com esse escopo a entidade tem um trabalho permanente de identificação de problemas conjunturais, assim como de alternativas para a solução desses problemas. O projeto em vigor neste momento é o “Mapa Estratégico da Indústria – 2007/2015”

O Mapa define objetivos, metas e programas capazes de consolidar o Brasil como uma economia competitiva, inserida na sociedade do conhecimento e base de uma das principais plataformas da indústria mundial: inovadora, como capacidade de crescer de forma sustentável, com mais e melhores empregos (Mapa Estratégico da Indústria, 2006, p. 11).

As preocupações do grupo, que trabalha na formatação desta agenda estratégica, são pertinentes, uma vez que se baseiam em dados, pesquisas e estatísticas de primeira ordem. Debruçados sobre mapas que mostram os gargalos de produção e as falhas de infra-estrutura, esse grupo busca demonstrar ao governo de que forma superar barreiras para alcançar novos patamares de desenvolvimento. Com base nos atuais índices de crescimento do PIB, e da renda *per capita* nacional, o Brasil levará “cem anos para dobrar sua renda, ou seja, um século para atingir a atual renda *per capita* de Portugal” (Mapa Estratégico da Indústria, 2006, p. 11).

A agenda estratégica contempla 10 grandes setores que requerem prioridade para que o Brasil mude seus patamares de crescimento. Os setores, segundo a CNI e seu Mapa Estratégico são:

“Redução do gasto público  
“Tributação  
“Infra-estrutura  
“Financiamento  
“Relações de trabalho  
“Desburocratização  
“Inovação  
“Educação  
“Política comercial e de acesso aos mercados  
“Meio ambiente” (Mapa Estratégico da Indústria, 2006, p. 30).

Cada um desses temas recebeu um profundo tratamento que permite, tanto as entidades representativas de seus segmentos, assim como o governo federal e os governos estaduais, disporem de informações que os auxiliem na tomada de decisões para o crescimento do país.

A sede da CNI fica em Brasília, não Setor Bancário Norte, quadra 1, Bloco C, e o site, para outras informações é [www.cni.org.br](http://www.cni.org.br).

O presente trabalho necessitava de um contraponto para ilustrar, se há ou não, uma correspondência entre *agenda setting* e *framing* detectados em ambas as publicações no período estipulado, vis a vis a opinião pública.

Isto é, se o agendamento e o enquadramento das maiores publicações nacionais do gênero têm, ou não, o poder de influir na opinião pública dos brasileiros. É muito importante frisar que as pesquisas utilizadas são muito abrangentes. Elas não foram desenvolvidas à moda do alfaiate. Elas buscam a opinião pública nacional sobre vários temas e não especificamente daqueles tratados neste trabalho. Isso equivale dizer que seu intuito não foi o de detectar os *frames* de cada uma das duas revistas, ou tampouco o agendamento tema do trabalho. Por outro lado, nós entendemos que a busca de um contraponto, de um elemento palpável de ligação com o público e, portanto, com a opinião pública era necessário. Para demonstrar a influência ou demonstrar que publicações dessa natureza, mesmo que eivadas de agendamento e enquadramento não têm poder de influência sobre a população em geral.

A escolha do IBOPE como instituto de pesquisas responsável para coleta e análise das informações deveu-se à experiência e a capacidade desta instituição e pelo fato dela estar, normalmente, presente em todo território nacional, ao contrário de outros institutos que só atuam nacionalmente em tempos de pesquisa política-eleitoral.

O IBOPE é uma multinacional brasileira com sede em 16 países, e um total de 52 empresas, que empregam mais de 2.800 pessoas permanentemente, além de milhares de pesquisadores e coletores de informações que variam de acordo com os trabalhos em que a empresa estiver envolvida a cada momento.

O texto institucional, da própria empresa, divulgado no site em 23 de março de 2004, dizia que o “Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística - IBOPE - fornece o maior conjunto de informações sobre o mercado brasileiro e latino-americano. Para apoiar a tomada de decisões de seus clientes, o Grupo IBOPE realiza pesquisas sobre os mais variados temas: mídia, opinião pública, política, consumo, comportamento, mercado, marca, propaganda, Internet, entre outros.” (Site do Ibope).

Seus clientes são das mais variadas gamas, sejam partidos políticos, governos, empresas de todos os segmentos, agência de publicidade e veículos de comunicação que buscam e contam com variadas pesquisas de opinião pública.

Na área que mais interessa este trabalho que é a “opinião pública” o IBOPE tem uma série de trabalhos à disposição de seus clientes. Os maiores usuários desse tipo de pesquisa são, em primeiro lugar, os veículos de comunicação, os partidos políticos, e os governos e as agências de publicidade. O site do IBOPE relaciona alguns exemplos de trabalhos nesse campo:

“coleta e distribui informações em tempo real;

“desenvolveu *peoplemeters* - aparelhos de medição automática de audiência de TV - de última geração;

“criou um sistema pioneiro para automação e integração de agências de propaganda, veículos e anunciantes;

“possui uma central de desenvolvimento de softwares com soluções para automação de pesquisas;

“utiliza tecnologia de ponta para coleta de informações via *palmtop*, com transmissão direta para processamento” (Site IBOPE)

No Brasil o IBOPE tem sedes regionais nas cidades de São Paulo e no Rio de Janeiro, além de filiais instaladas em Belo Horizonte, Brasília, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Porto Alegre, Recife e Salvador. Fora do Brasil o IBOPE tem escritórios nos seguintes países: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, Estados Unidos, Guatemala, México, Panamá, Paraguai, Peru, Portugal, Uruguai e Venezuela..

O IBOPE tem uma percepção muito positiva sobre o que as pessoas pensam das pesquisas. Em estudo preparado pelos pesquisadores Nelson Marangoni e Ney Silva, intitulado *Percepção da pesquisa no Brasil*, texto esse que venceu o Prêmio Prêmio Alfredo Carmo, e que foi apresentado durante o Congresso Brasileiro de Pesquisa de Mercado, Opinião e Mídia, realizado em São Paulo entre os dias 22 e 24 de março, de 2004, demonstram os pesquisadores que a população considera “a pesquisa importante pela população por proporcionar às pessoas a oportunidade de exprimir opiniões e serem ouvidas, por ser uma experiência interessante e também por ser útil.” (Percepção da pesquisa no Brasil, Site IBOPE Solution, 2004).

Se por um lado a atividade de pesquisa tem evoluído, as empresas de pesquisa, de uma forma homogênea, ainda não atingiram seu ápice. Há uma percepção de evolução, tanto do mercado, quanto da população. Quando empresas de pesquisa, como o instituto do jornal Correio do Povo, de Porto Alegre, nas eleições para o Governo do estado do RS, em 2.002, e para a Prefeitura de Porto Alegre, em 2.004, acertou as cifras quase precisamente, faz com que a imagem das pesquisas cresça. A percepção pública é de que eles realmente conseguem prever os resultados com dias de antecedência. De acordo com o *paper*, (dos autores citados no parágrafo anterior) "embora haja a percepção de evolução, claramente há necessidade de melhorar o que se entrega aos clientes". Poucas empresas de pesquisa são percebidas pelos contratantes entrevistados

como detentoras de características fundamentais para promover as mudanças necessárias e desejadas pelos clientes.

Mais da metade dos profissionais entrevistados crêem que a grande maioria das empresas de pesquisa "entendem o que estão fazendo" e que são confiáveis. Mesmo sendo consideradas possuidoras de *know how* e *expertise* na atividade que realizam, as empresas de pesquisa também são percebidas como meros fornecedores de dados, o que não atende às necessidades atuais dos clientes, que desejam receber conhecimento ou, no mínimo, relatórios analíticos com conclusões e recomendações (Percepção da pesquisa no Brasil, Site IBOPE Solution,2004).

O mercado das pesquisas qualitativas e quantitativas vem sofrendo pressão no Brasil nos últimos tempos. Erros cometidos por alguns institutos em recentes pesquisas para o governo de estados colocou em cheque a credibilidade não somente das empresas que os cometeram, como das próprias pesquisas em si. Quem contrata espera o resultado o mais próximo possível da desses.

As pesquisas que foram utilizadas neste trabalho são da época contemporânea a das revistas objeto da análise de conteúdo sobre os temas *agenda setting* e *framing*. A correlação entre as pesquisas e a análise de conteúdo, através da qual foram identificados agendamentos e enquadramentos, faz parte das conclusões.

## **6. ANÁLISE DOS MATERIAIS**

A análise de 70 exemplares de revistas Época e Veja, no período compreendido entre as primeiras semanas de março até a última semana de novembro de 2006, na busca da identificação de exemplos de agendamento e de enquadramento foi muito rico. Seja no sentido de contemplação da riqueza de ambos os casos, como na possibilidade de entendimento de como duas revistas de estilos tão próximos (aos olhos do grande público) são tão díspares no trato dos assuntos aqui relacionados.

A análise de conteúdo dos textos, seções de cartas, capas, colunas assinadas, editoriais e fotos necessitaram (como ensina Bardin) de uma grande dose de inferência. Nenhum texto traz explícita uma bula com as características editoriais que serão usadas nas matérias. Nenhuma revista se expõe, ou expõe seus profissionais, com uma carta aberta aos leitores onde diz: “nossa linha de agendamento é tal” ou “nosso enquadramento observa a posição alfa”. Cabe ao analista ler, inferir, diagnosticar, perceber, deduzir, decifrar o caminho escolhido pela publicação. Às vezes mais explícito. Muitas vezes dissimulado. No caso da dissimulação, inúmeras vezes até pela ausência da matéria ou pela ausência do personagem. Casos esses em que a análise fica mais difícil, mas que deve ser igualmente considerada. A análise do vazio, neste caso. Do não citado, do não fotografado.

A análise observou alguns critérios, cujo escopo era o de tornar o resultado mais fácil de ser entendido e avaliado, fosse pelo autor, fosse pelos leitores. A composição de categorias tinha por objetivo um enquadramento prático de resultados que levassem, ao final, a gráficos que pudessem ser percebidos e entendidos.

I. O objeto da pesquisa será verificado através das seguintes hipóteses:

## MATÉRIAS POLÍTICAS SOBRE A PERCEPÇÃO/IMAGEM DO GOVERNO LULA

1. Número de matérias:

1.1. De capa

1.2. Quando é matéria principal

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

2. Análise das matérias quanto à percepção do pesquisador, se elas se apresentam:

2.1. Positiva

2.2. Neutra

2.3. Negativa

3. Número de cartas de leitores, por edição, e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

4. Quanto aos aspectos dessas cartas, se:

4.1. Positivas

4.2. Neutras

4.3. Negativas

5. Quando as capas dizem respeito ao Presidente Lula, ao candidato Lula e/ ou ao Governo Lula, se

5.1. Positivas

5.2. Neutras

5.3. Negativas

6. Quando as fotos do Presidente Lula, do candidato Lula, seu governo e integrantes do governo são:

6.1. Positivas

6.2. Neutras

6.3. Negativas

7. Quanto aos colunistas e notas em colunas, se esses textos dizem respeito ao Presidente Lula, ao candidato Lula, seu governo e integrantes desse mesmo governo, se:

7.1. Positivas

7.2. Neutras

7.3. Negativas

8. Qual o número de páginas de anúncios da administração direta e de estatais do governo federal em cada uma dessas edições.

9. Análise de conteúdo de matérias nas semanas anteriores e posteriores às pesquisas e interpretação quanto à percepção dessas matérias, se:

9.1. Positivas

9.2. Neutras

9.3. Negativas

II. A amostra em questão é formada pelas duas revistas semanais, Veja e Época, e as pesquisas de opinião pública do mesmo período.

III. A unidade de análise será o percentual de matérias que se enquadra em cada uma das categorias elencadas acima.

Conforme foi dito no item sobre análise de conteúdo (item 1.2), mas é importante aqui ressaltar, neste momento em que a análise é efetivamente realizada, a proposta *técnica* é de utilizar as análises *de avaliação, de enunciação, de contingência, de estrutura e de discurso*. Essa conjugação de técnicas permite ao trabalho ir além do texto frio, onde a análise é feita através da contagem de verbos e adjetivos qualitativos. O uso da *análise de contingência* ou *associativa*, por exemplo, “considera que o mais importante não é o número de vezes que certas palavras, temas ou tipos de personagens aparecem numa mensagem, mas sim como eles estão organizados entre si, ou seja: o que está associado a quê?” (DUARTE et BARROS, 2006, p.303). Tanto no caso do agendamento, como no caso do enquadramento, há um tanto de inferência por parte do autor na identificação desses traços. Mesmo havendo essa dose de inferência, onde a cultura, a história e o momento vivido pelo autor e pesquisador tendem a influenciar a avaliação final, nós nos ativemos à busca permanente da independência e da isenção. O autor buscou desvincular-se de toda e qualquer preferência ou crítica política, a fim de enxergar os personagens; governo e governantes, como simples objetos de análise. O objetivo de identificar os pontos que denotavam a presença ou a ausência de termos, palavras, expressões, fotos, cores, justaposição de fotos ou escolha de cartas para publicação, entre outros elementos, permitiu ao autor perceber a diferença entre ambas as publicações no trato dos assuntos ligados ao governo e seus principais personagens. Esses elementos serão observados pelos leitores em seguida.

Não é demais trazer à luz um princípio de B. Van Gorp:

O verdadeiro cerne do mecanismo de *framing* é que, ao nível cognitivo, as ferramentas de enquadramento incorporadas nas notícias ativam um esquema cerebral que hipoteticamente corresponde com o quadro preferido pelos jornalistas. Posteriormente, o pacote de quadros ativa um esquema, na base do

qual, o receptor preenche com outros componentes que não estão implicitamente incorporados à mensagem (VAN GORP, 2007. p. 65).

Uma questão difícil de ser engendrada nessa análise é a unidade com base em conceitos subjetivos, ou seja: se as matérias são positivas, negativas ou neutras. Em face da experiência política do autor, assim como a experiência em veículos de comunicação, é possível dizer que as matérias, as reportagens ou textos são sempre lidos de forma diversa pelos autores, pelos leitores e pelos personagens. O autor da matéria - o jornalista - pretende (ou deveria) estar fazendo um texto isento. O leitor comum, aquele que recebe o jornal ou revista em casa, faz a leitura de acordo com suas convicções, entendimentos, história pessoal e familiar. Ele avalia de acordo com seus interesses sociais e econômicos, nível cultural e acesso a outras fontes de informação, que não apenas da leitura específica. Já o leitor-personagem raramente faz a leitura desapassionada. A tendência de ler uma matéria e entendê-la, percebê-la, encará-la de forma isenta, é rara. Ele normalmente se entende perseguido pelo jornalista (ou veículo), ou achincalhado e muito raramente elogiado.

Essa subjetividade do que é positivo e do que é negativo será um dos nós górdios do trabalho. Um dos alertas dos especialistas em análise de conteúdo é justamente elaborar categorias bem formuladas, de modo que uma seja claramente diferente da outra e não permita a permeabilidade de problemas e conteúdos de uma para a outra.

A análise de matérias será apresentada por temas. E em seqüência de cada uma das publicações, independentemente da outra. A escolha por este procedimento, ou seja, fazer constar toda a análise de agendamento de uma das revistas, e só depois elencar a outra, propicia um acompanhamento editorial da publicação. A outra forma seria colocar lado a lado, semana a semana, as duas publicações de forma a demonstrar o tratamento diferenciado dado por uma em relação à outra. Mas como o propósito deste trabalho é desvendar nas revistas as hipóteses de *agenda setting* e de *framing*, a comparação editorial poderia pesar demais na leitura. Assim, em primeiro lugar será encontrada a análise da presença de agendamento em todas as edições da revista Veja e posteriormente, da revista Época. Em seguida, serão analisadas, na mesma ordem, as duas revistas, quanto ao quesito de enquadramento.

Ao final da análise de cada edição das revistas, podem vir comentários explicativos sobre o que foi encontrado em termos de agendamento ou de enquadramento, de forma a tornar mais explícito, para os leitores, o porquê de determinadas palavras, expressões ou fotos serem definidas como *agenda setting* ou *framing*.

Na conclusão do trabalho, serão apresentados quadros e gráficos analíticos sobre o material analisado neste capítulo.

## **6.1. ANÁLISE PERSCRUTATÓRIA DE *AGENDA SETTING* EM VEJA**

**Veja 08/03/06**

**Edição N°1946**

126 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

“Mensalão II” Novas denúncias de Marcos Valério.

“Valério ameaça falar”, cinco páginas, por Alexandre Oltramari e Otávio Cabral.

Abre com foto de Marcos Valério, manchete em preto. Detalhes em vermelho.

Matéria com declarações que ameaçam PT e PMDB. Mostra afinidades entre o deputado José Borba, cassado.

Envolvimento do apresentador Carlos Massa, o Ratinho, que teria sido pago para falar bem do presidente. Quadro com a degravação das escutas telefônicas entre o advogado Roberto Bertholdo e seu sócio Sérgio Renato Costa Filho.

Lula estaria envolvido por laços de amizade com o diretor da usina de Itapuí.

Busca diversas fontes para provar a ligação do presidente ao esquema. A partir de denúncias de alguns senadores, Veja confirma com as escutas de Costa Filho. Negativa.

1.2 Quando é matéria principal

A matéria principal da presente edição é a matéria de capa, já citada acima.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“E os outros 70%?”, duas páginas, por Marcos Aith e Fábio Portela.

Quadro com trechos do depoimento de Rogério Buratti, ex-assessor de Palocci.

Abre com foto debochada do ministro.

A matéria faz uma série de acusações a Palocci, com base no depoimento de Buratti à polícia. Negativa.

“O paradoxo de Okamoto”, duas páginas e uma coluna. Assinada por Juliana Linhares.

Foto de Paulo Okamoto, sorridente, ao lado de Lula. Negativa.

Envolve o presidente diretamente no escândalo por ser amigo pessoal de Okamoto, e em função dos favores pessoais que esse fez a Lula.

“Uma mesada de 800 bilhões de reais para o governo”

Compara o crescimento do PIB entre os últimos governos. Neutra.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

As cartas desta edição não foram analisadas por se tratarem de cartas referentes a matérias de um período anterior ao da pesquisa, já que esta edição é a primeira a ser lida. E sabemos que, para uma leitura eficiente das correspondências dos leitores, é importante que conheçamos o texto original. Portanto, a análise das cartas só irá ser feita a partir da segunda edição pesquisada, tanto de Época como de Veja.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Carta ao leitor

Editorial Veja

Bispo Dom Odilo Scherer, secretário-geral da CNBB, condenando a situação atual do país e culpando o governo Lula. Acusa-o de fazer do país um “paraíso financeiro”. O editorial dá razão ao bispo, condenando o sistema econômico brasileiro, e não exatamente o governo Lula, mas fica a crítica.

Holofote – por Felipe Patury

Cartão fidelidade da reeleição. O Bolsa Família como estratégia eleitoreira. Negativo.

### Millôr

Humor sobre o irmão lobista de Lula e seu problema com a bebida. Negativa.  
Fala também de Alckmin, mas não em tom tão pejorativo.

### Radar – por Lauro Jardim

Seis notas sobre o governo, neutras. Três sobre campanha publicitária do governo, a primeira neutra e duas outras negativas para o presidente. Abuso da publicidade da Petrobrás. E uma nota sobre dna. Marisa e sua indecisão quanto ao traje para ir ao jantar no Palácio de Buckingham. Nota desnecessária.

### Veja Essa

Duas frases do presidente, em entrevista ao The Economist, de caráter neutro no contexto.

### André Petry

“Surto de Autismo”

Indignação do colunista pela indicação de Palocci como coordenador da campanha de Lula. Negativa.

### Diogo Mainardi

“A *omertá* brasileira”

“Continuo na mesma. Continuo tentando derrubar o Lula”.

Não mostra nenhuma nova denúncia, mas pede ao leitor que procure por documentos que possam incriminar o presidente. Negativa.

## 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – duas páginas

### **Veja 15/03/06**

**Edição N°1947**

134 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

Chamada de capa: “Mensalão II: A testemunha fala a Veja.” No topo da página.

“Apareceu uma testemunha”, seis páginas (com a coluna de André Petry), assinada por Alexandre Oltramari.

Não há foto de Lula.

Tony Garcia, sócio de Roberto Bertholdo, ex-conselheiro de Itaipu, corrobora as informações da reportagem da semana anterior, envolvendo o ex-ministro José Dirceu. Negativa.

1.2. Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal é a mesma com a chamada de capa, comentada acima.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“Okamoto, o tipo ‘O’. Uma página, por Juliana Linhares.

Dá tom de descrédito ao orçamento do presidente do Sebrae, denunciando suas doações suspeitas a Lula. “A generosidade do presidente do Sebrae, Paulo Okamoto, parece não ter fim” e “desde que suas ‘doações’ vieram a público, Okamoto tem sido obrigado a usar de muita imaginação para explicá-las. Se quisesse mesmo esclarecer as suspeitas que pesam sobre ele, bastaria que autorizasse a quebra de seu sigilo bancário – até agora trancafiado a sete chaves”(VEJA, 15/03/06, p.58).

Negativa.

“Palocci de novo na mira”, duas páginas, sem assinatura.

Depoimentos dados à CPI que contradizem o ministro. A matéria não cita Lula, mas lembra, na abertura, e no fim, a ligação do presidente com Palocci, coordenador da campanha presidencial. Uso freqüente de conjunções adversativas para destacar as contradições. Negativa.

“O achaque de Mary Corner”, duas páginas, por Fábio Portela e Juliana Linhares

Faz questão de citar o nome do presidente Lula na cabeça da matéria.

A “empresária” confirma os esquemas da “turma de Ribeirão”.

Veja justifica o uso de Jeany Mary Córner como fonte das denúncias: “é sempre bom lembrar que personagens inqualificáveis como Jeany Corner vieram à luz trazidas, não pela imprensa ou pela oposição, mas pelos petistas e seus satélites. Nesses casos em que a mensagem fere, não adianta muito culpar o mensageiro” (VEJA, 15/03/06, p.63).

Negativa, envolve Palocci, homem de confiança de Lula.

“Vexame Duplo”, uma página

Sobre a absolvição de dois deputados “mensaleiros”.

“Lula e a Rainha”, duas páginas, por Diogo Schelp

Abre com foto do presidente e Dona Marisa, ao lado da rainha Elizabeth e do príncipe Phillip. Mostra o presidente com o semblante de constrangimento. Mais duas fotos de Lula ao lado de Jacques Chirac e George Bush, em viagens anteriores.

Matéria sobre a política externa, neutra.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

De um total de 1930 correspondências, 76 falavam sobre o “mensalão” II, e 40 sobre a coluna de Diogo Mainardi.

“Mensalão II”

Sete cartas, todas apoiando a matéria e a caça aos corruptos. Destas, quatro ligam diretamente as denúncias ao governo. Todas são críticas.

“Paulo Okamoto”

Três cartas, satirizando a amizade de Lula e Okamoto. Críticas.

“Diogo Mainardi”

Três cartas, todas concordam e reforçam a coluna da semana anterior, mas nenhuma refere diretamente o nome do presidente. Críticas.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Ponto de Vista – Stephen Kanitz

“A onda antintelectual”

O texto questiona o abandono das elites intelectuais por Lula, os pensadores do PT. Mas justifica esse antintelectualismo, que afirma estar crescendo na América Latina, ao dizer que os intelectuais são incompetentes e abusam da soberba, nunca tendo pisado “num chão de fábrica”, como Lula fez. Positivo.

#### Millor

“Revelado: Lula descobriu seu código de ética na caverna de Ali Babá”(VEJA, 15/03/06, p.25).

#### Holofote – Felipe Patury

Quadro, “Dinheiro nasce em árvore”.

Apreensões de madeira e multas recolhidas pelo Ibama. Apenas 10% das multas vai para o fundo do meio ambiente, e 90% vai para o Tesouro Nacional, para cobrir os gastos do governo. Crítica.

#### Radar – Lauro Jardim

Duas notas sobre a campanha presidencial.

#### Veja Essa

Senador César Borges, falando sobre a “cleptomania administrativa” do atual governo. Crítica.

Mais duas frases sobre Lula, todas são críticas.

Uma frase do próprio presidente, cometendo uma gafe. Negativa.

#### Diogo Mainardi

“O retrato do nosso fracasso”

Sobre a absolvição do Deputado Federal Professor Luizinho. Cita Lula apenas uma vez. Crítica.

#### Roberto Pompeu de Toledo

“O efêmero e a eternidade na carruagem da rainha”

Ensaio sobre a visita de Lula à Inglaterra. Fala sobre a impecável recepção, com requintes de espetáculo, o impacto, a tensão gerada pela magnitude e o possível desconforto do presidente.

Na mesma coluna Toledo refere a uma ligação que Lula teria feito a Parreira “pedindo” a escalção de Ronaldinho. Teme pela seleçõ e compara a Médici, que pediu a escalção de Dario, na copa de 1970.

Neutra.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Não há anúncios do Governo Federal nesta edição.

**Veja 22/03/06**

**Ediçõ N°1948**

134 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepçõ quanto ao conteúdo:

##### 1.1. De capa

“FHC explica FHC e o Brasil”

“A arte de ser FHC”, nove páginas, por Mario Sabino.

Sobre o novo livro do ex-presidente e sua carreira política. “O lançamento mais esperado do ano”, com trechos do livro, e muitos elogios a Fernando Henrique Cardoso.

Entrevista: “Me considero de esquerda”, sete páginas de entrevista com FHC, também de Mario Sabino.

Fala na falta de preparo intelectual do presidente Lula, mas FHC não condena.

O repórter tenta criar certa tensõ ao falar de Lula, mas FHC responde com muita neutralidade, superestimando seu governo.

Cita o mensalão para se defender das acusações de compra de votos para aprovaçõ da emenda da reeleiçõ.

Chama Lula, ironicamente, de ingênuo.

##### 1.2 Quando é matéria principal

A matéria principal da presente edição é a matéria de capa, já citada acima.

##### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“Aposta Tucana”

Matéria de oito páginas, assinada por Fabio Portela e Camila Pereira, sobre Alckmin. Quadro com os “Acertos em SP”, mostrando uma tendência a preferir o candidato tucano.

“Está cada vez mais complicado”, cinco páginas (divide a última com a coluna de André Petry), por Julia Dualibi e Otávio Cabral.

Acusações de envolvimento com a turma de Ribeirão Preto, lobistas e freqüentadores da casa do Lago Sul.

O texto fica entre as negações do ministro e as declarações do caseiro.

Fala do dinheiro na conta do caseiro, colocando em dúvida o depoimento. Indícios de que ele falou por dinheiro.

Desgaste e a situação do ministro.

Quadro: “Desmentidos em série”. Informações publicadas pela Veja, desmentidas pelos ministros e confirmadas depois.

Quadro: “A crise e os mercados”

Comparativo da reação do mercado de investimentos com os escândalos de corrupção. Mostra que os índices melhoraram depois dos depoimentos de Palocci e Francenildo.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Assuntos mais comentados: de 2.222 correspondências recebidas, 61 falavam sobre Diogo Mainardi e 57 sobre os deputados absolvidos.

“Paulo Okamoto”

Duas cartas, criticando.

“Mary Corner”

Duas cartas, uma do Procurador-Geral de São Paulo dando explicações sobre o envolvimento de um promotor no caso Palocci. E uma criticando o silêncio da empresária esse tempo todo. Neutras

“Antonio Palocci”

Duas cartas, uma criticando sua gestão como ministro. Negativas.

“Absolvidos na câmara”

Quatro cartas, todas lamentando a absolvição dos deputados “mensaleiros”. Negativas.

“Diogo Mainardi”

Quatro cartas, concordando com a coluna. Negativa para Lula.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Carta ao leitor

Editorial Veja

Texto sobre os compromissos com a economia durante a campanha eleitoral.

Radar – Lauro Jardim

ELEIÇÕES 2006: “Lula em viés de alta”. Previsão de crescimento na popularidade do presidente.

Sobe e Desce

Sobe: Lula, aprovação do seu governo na pesquisa Ibope, entre dezembro e março.

Veja Essa

Frases de Lula: duas, sobre manifestantes do PSTU. Agressivas, mas neutras. E quatro frases do depoimento do caseiro Francenildo, negativas.

André Petry

“A ironia da História”

Compara Francenildo ao faxineiro do aeroporto de Brasília que, há dois anos, havia encontrado uma carteira com mil dólares e a devolveu, virando herói nacional, recebido no Palácio do Planalto por Lula. Ironiza, comparando o caseiro a Lula, pela origem nordestina dos dois. Fecha o texto com a afirmação de que o caseiro vai votar em Lula nessas eleições, porque não conhece os outros. Mas acaba desdenhando esse voto. Negativa.

Diogo Mainardi

“Atear fogo no Brasil?”

Comenta e condena a escolha de Alckmin à eleição contra Lula, por mostrar nas pesquisas que Serra estava em vantagem.

## Roberto Pompeu de Toledo

“A casa e a bola”

Parafrazeando Roberto DaMatta, Toledo condena o comportamento da “turma de Ribeirão”, e associa a decisão do STF, de suspender o depoimento do caseiro Francenildo Santos Costa, aos interesses do governo. Para Lula, a presidência seria uma festa. Negativa.

### 4. Anúncios do Governo Federal

Caixa Federal – duas páginas

## **VEJA 29/30/06**

**Edição N°1949**

134 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

“Moral Torta. O governo PT perde a bússola ética e o senso do ridículo”.

Deputada Ângela Guadagnin e a “dança da pizza”, com montagem de foto de Palocci ao fundo.

“O ‘Paloccigate’ e a morte da ética”, oito páginas, com a coluna de Diogo Mainardi. Por Julia Dualibi e Otávio Cabral.

Na primeira frase, Veja deixa bem claro sua posição contra Palocci: “a quebra do sigilo bancário do caseiro, praticada com o intuito de defender Palocci e desqualificar seu acusador, é um estupro constitucional como poucas vezes os governantes ousaram cometer no Brasil” (VEJA, 29/03/06, p. 52).

Na matéria mostra a implicância com Época, que publicou os extratos bancários do caseiro Francenildo Costa.

Quadro “Eles queriam fechar a casa”, sobre a casa do Lago Sul.

Foto do presidente nas últimas páginas, trajando um cocar de índio. Negativa, assim como toda a matéria.

“40 questões do dia-a-dia sobre o que é certo ou errado”, 10 páginas (com a coluna de André Petry), por Jerônimo Teixeira.

Atos de corrupção inclusos na nossa sociedade. Condena a corrupção e a manifestação da deputada em plenário, mas fala da sociedade como um todo, nas pequenas desonestidades. Neutra.

## 1.2. Quando é matéria principal

A matéria principal da presente edição é a matéria de capa, já citada acima.

## 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“E agora, Petrobrás?” Uma página, por Camila Pereira.

Silvinho Pereira, secretário do PT, defendia interesses de empresas privadas junto à Petrobrás, em 2005. A empresa teria dito, na época, que “a revista Veja mentiu sobre o caso”. Agora, o TCU confirma o benefício. Não cita Lula. Negativa.

ELEIÇÕES 2006: “Quem será o vice de Alckmin?” duas páginas.

“Era fraude mesmo” uma página, por Marcelo Carneiro.

Sobre Furnas, e doações irregulares a campanhas de oposição a Lula. A lista era fraudada, e Veja cobra explicações do lobista responsável pela lista dos partidos envolvidos, e questiona quem teria ordenado a ação. Não envolve o governo.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Das 2324 cartas, 126 eram sobre FHC, 53 sobre Diogo Mainardi, e 39 sobre Geraldo Alckmin. Enfim, todas comentam sobre os tucanos (a coluna de Diogo Mainardi era sobre Geraldo Alckmin).

“FHC” - 14 cartas

Apenas duas contra “ego inflado e soberba”

“Alckmin” - Seis cartas

Cinco a favor do governador, e uma resposta à reportagem sobre o presidente, da Associação dos delegados de polícia.

“Palocci”

Duas cartas, questionando as atitudes contra o caseiro. Negativas.

### 3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Veja Essa

Frase de Lula, não adequada para a ocasião, e a foto incluída, completa o tom de deboche.

Seis frases sobre o caso Palocci, todas negativas.

#### André Petry

Critica a posição que o “governo operário” teve com o caseiro. Negativa.

#### Diogo Mainardi

“Marcelo Netto, Marcelo Netto”

Denuncia o nome do assessor de Palocci que divulgou os extratos bancários.  
Negativa.

#### Roberto Pompeu de Toledo

Ensaio se passa em janeiro de 2007, com uma previsão do futuro eleitoral brasileiro. Lula reeleito, mais maduro, e os “mensaleiros” não eleitos. Acaba sendo favorável a Lula.

### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – oito páginas

Agência Nacional de Saúde – duas páginas

#### **Veja 05/04/06**

**Edição N°1950**

134 páginas

### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### 1.1. De capa

“GOLPE SUJO. A história secreta da mais grave crise do governo Lula.”

“O riso virou choro”, Matéria assinada por Marcelo Carneiro, com nove páginas (incluindo coluna de André Petry)

Abre com foto de Palocci e Matosso, ex-presidente da Caixa Federal, sorrindo e exibindo um extrato. A foto é de 2005, demonstração das facilidades dos novos terminais.

Matéria com os bastidores da demissão de Palocci, desde a abertura do sigilo do caseiro aos alertas dos advogados sobre a ilegalidade da operação, e o desfecho sem festa para o ex-ministro.

Na parte inferior da página, abaixo das fotos e do texto, uma faixa em preto e branco apresenta, nas oito páginas espelhadas, frase contendo uma denúncia sobre o ministro.

Gráfico informativo sobre o “Legado na Economia”, comparado ao seu antecessor no cargo, Pedro Malan.

Fotos: Advogado Arnaldo Malheiros; Secretário de Direito Econômico, Daniel Goldberg, ao lado do ministro Thomaz Bastos; consultor da presidência, Ricardo Schumann; o suposto pai de Francenildo e o caseiro; o assessor de imprensa do Ministério da Fazenda, Marcelo Netto; o Ministro (dentro do quadro sobre economia); e do secretário o presidente, Gilberto Carvalho.

Finaliza com mais uma denúncia, a quebra do sigilo do pai de Francenildo, e afirma como sendo uma tragédia ter um governo com esse tipo de gente.

## 1.2. Quando é matéria principal

A matéria principal da presente edição é a matéria de capa, já citada acima.

## 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“Cresce a solidão do presidente”

Matéria de quatro páginas sobre o isolamento do presidente no poder, já que perdeu seus maiores aliados para a corrupção, assinada por Otávio Cabral e Leandra Peres.

Duas primeiras páginas com uma ilustração do presidente comandando um barco a remo, com Dilma e Mantega na outra ponta; Delubio, Dirceu e Palocci aparecem afogados. Duda Mendonça ganha foto num quadro, ao canto, mas “no fundo do mar”.

Abre a matéria com dados sobre a reforma do Palácio do Planalto, que custou 18 milhões, que teria um baile para a reinauguração, baile este cancelado pela crise Palocci.

Fotos: Jânio Quadros e Getúlio Vargas, que também se isolaram no poder e não acabaram bem. E foto de Dirceu e Palocci.

Faz uma comparação histórica quanto ao isolamento, deixando bem claras as diferenças entre os presidentes JK, Jânio e Getúlio e o atual.

Últimas páginas mais sérias, com as fotos dos presidentes em p&b, e o fundo em branco, com a linha preta em cima, assim como nas demais reportagens de política.

“O Greenspan dos pobres”, assinada por Giuliano Guandalini, duas páginas.

Fortalecimento do BC e da figura de Henrique Meirelles no governo.

Quadro sobre os gastos do governo, mostrando o déficit orçamentário do último ano.

“Dicionário de falcatruas”, João Gabriel de Lima e Ronaldo Soares, com duas páginas.

Verbetes retirados do relatório da CPI dos Correios.

#### ELEIÇÕES 2006:

“Dois Tucanos versus Lula” – Alckmin e Serra – três páginas

“Não existe vestido grátis”- Lu Alckmin – uma página

Diferente do tom usado por Petry, a matéria no corpo da revista tem declarações de Dona Lu Alckmin, apresenta contradições nas doações, mas sem forçar, e encerra com a alegação, feita pelo advogado da primeira dama de São Paulo, afirmando que ela não é parlamentar e não entra na cota de apenas 100 reais em presentes. Não teria feito, portanto, nada de errado.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

De 2677 cartas enviadas, 673 foram sobre a matéria de capa da edição anterior (Moral Torta), 52 sobre a coluna de Diogo Mainardi, 29 sobre a coluna do Toledo e 25 sobre a coluna de Petry.

“Paloccigate”

Cinco cartas, todas negativas em relação ao governo, criticando a quebra do sigilo do caseiro, ligando diretamente ao presidente Lula, e não tanto ao ministro.

“Deputada bailarina “

Nove cartas, todas condenando a atitude da deputada, mas sem envolver o governo.

“Diogo Mainardi”

Cinco cartas, todas elogiando o jornalista pela coragem ao revelar o nome do jornalista que entregou os extratos de Fracênildo. A última carta, em especial, faz um elogio ao fato da coluna ter sido deslocada, naquela edição, para o meio da matéria sobre o “Palocciogate”, tendo ficado ao lado de uma foto do presidente, trajando um cocar, e olhando para a direita, onde estava a coluna de Diogo Mainardi. O leitor faz a observação e comenta que o olhar apreensivo do presidente era, na verdade, para Diogo Mainardi, e não para o Deputado Alberto Goldman, que estava ao lado.

“Petrobrás”

Três cartas, uma envolve diretamente o presidente, questionando o quanto ele sabia sobre o assunto. As outras duas falam do PT e do montante de dinheiro envolvido na Petrobrás.

“Roberto Pompeu Toledo”

Duas cartas, elogiando a ironia do texto, e reclamando das projeções de reeleição para Lula

“André Petry”

Duas cartas corroboram a opinião do colunista e reforçam com críticas diretas ao governo.

Quadro – Deputada Bailarina (6cm por 3col.)

Relatando algumas das denúncias encontradas em 566 cartas que chegaram à redação de Veja sobre a deputada Ângela Guadagnin.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Carta ao leitor Editorial VEJA

“O fiador da estabilidade”

Tenta provocar o leitor com o título, referindo-se a Lula. Fala da troca do Ministro da Fazenda em prol da estabilidade, sem mencionar os escândalos.

Holofote – Fábio Portela

Nota sobre troca de favores entre o Planalto e o senador Augusto Botelho(PDT-RR). Em troca de apoio na CPI dos Correios, o senador nomeou o presidente do INCRA de Roraima.

“E o filho do presidente”

Quadro ocupando uma coluna, ao lado da coluna “Holofote”, com entrevista com o presidente da OAB, Roberto Busatto, que diz ter achado decepcionante o relatório da CPI dos Correios, afirmando que a CPI atuou para poupar o presidente Lula e seus familiares,

Radar – Lauro Jardim

Grupo Cutrale, financiando a mansão do *lobby*, que deflagrou a crise Palocci.

Licitação para a manutenção dos carros que assistem a Lurian (filha do presidente) e seus dois filhos

Mais uma lista com nomes indiciados pela CPI dos correios. Daniel Dantas. Pressão do PT.

Negociações entre a Petrobrás e a GDK, que dá um utilitário Land Rover a Silvinho.

Publicidade em torno da auto-suficiência em petróleo.

Sobe e Desce

Governo aparece duas vezes no “desce”: 122 “mensaleiros” indiciados pela CPI dos Correios e a queda de Palocci. Aparece uma no “sobe”, com a manutenção da calma no mercado financeiro, graças ao presidente do BC, Henrique Meirelles, fortalecido por Lula.

Veja Essa

Duas frases de Lula, uma com um erro (“trotiquista” ao invés de trotskista), ao elogiar Palocci, e a outra, logo após o depoimento do presidente da Caixa, entregando o ministro. A mesma frase for proferida por FHC, em Nova York, ao saber da mesma notícia.

Frase de Francenildo, com foto.

Frase de Lima Duarte, com foto, afirmando odiar o presidente Lula pela “glamourização da ignorância”.

Reprodução do cordel lido por Gilberto Gil, falando mal do Ministro das Comunicações.

Frase de Hélio da Costa, em resposta a Gilberto Gil, falando sobre a deselegância do ministro.

Frase de Gil justificando-se, afirmando ter sido um descuido. Veja assina como: “Gil, o Ministro da Cultura que não sabe o que lê”.

### André Petry

“Lula, Lulinha e Lu”

Compara as 400 peças de Alta-Costura ganhas por Lu Alckimin aos escândalos do “mensalão” e até mesmo dos tailleurs ganhos por Dona Marisa.

### Diogo Mainardi

Carta encaminhada à senadora Heloísa Helena, com perguntas sobre o encontro dela com Jeany Mary Córner. Mais negativa para o PSOL do que para o PT, pelo tom irônico do jornalista, apesar da senadora falar mal do presidente.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Escola de Fábrica – Ministério da Educação – uma página

Suframa – duas páginas

Farmácia Popular - duas páginas

### **Veja 12/04/06**

#### **Edição N°1951**

142 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

Chamada de capa: “Golpe sujo II. O ministro da justiça ajudou a planejar a defesa de Palocci”.

“O ministro foi cúmplice”, seis páginas, por Marcelo Carneiro.

Abre com foto do ministro, de página inteira, no momento em que se refresca depois de uma corrida. A foto desfaz a imponência da figura do ministro.

Associa o ministro ao caso Palocci, por ter prestado assessoria jurídica ao defender um crime de violação dos direitos do cidadão.

“PT em um estado civilizatório rudimentar”. Mais uma leva de denúncias envolvendo indicações pessoais do presidente, inclusive seu chefe de gabinete. E tudo continua a ser feito para que não chegue a Lula.

A matéria acaba condenando Thomaz Bastos com suas contradições: “se o ministro da justiça estiver falando a verdade, é de presumir que o advogado e o ex-presidente da CEF [Caixa Econômica Federal] conversem por telepatia. Sim, por telepatia, já que, embora nunca tivessem se encontrado, combinaram um novo compromisso na frente do ministro da Justiça sem que este percebesse” (VEJA, 12/04/06, p. 51).

Quadro: “Crime de estado” um calendário datando os principais acontecimentos do caso, desde a primeira declaração de Francenildo.

## 1.2. Quando é matéria principal

“O efeito estufa de Lula”, cinco páginas (mais coluna de André Petry), por Otávio Cabral.

Ilustração de Lula, em pé, em cima de um pedaço de *iceberg*, em meio a uma geleira derretendo.

A matéria dá a idéia da dissolução do governo Lula, mesmo que este esteja vivendo “uma eterna primavera”, e “rondado pela ameaça do *impeachment*”.

Apresenta o problema de manter a máquina governamental e a campanha. Crítica.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

De 2434 cartas, 110 foram sobre “a maior crise do governo Lula”, 18 sobre André Petry e 16 sobre Diogo Mainardi.

“Golpe Sujo”

Oito cartas – Seis cartas sobre a falta de ética do governo Lula. Negativas

Uma condena os erros de Palocci

Uma resposta do advogado Arnaldo Malheiros, defendendo-se.

Neutra.

“A solidão do presidente”

Uma carta, resposta de Gushiken. Neutra.

“Mansão do Lobby”

Uma resposta da Abecitrus, dizendo que não está envolvida no escândalo.

“André Petry”

Duas, resposta da Nossa Caixa, e repúdio ao comentário e comparação de Lu Alckmin a Lula.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Radar – Lauro Jardim

Uma nota sobre a Copa do Mundo e o presidente, neutra.

Duas sobre o silêncio de Palocci, negativas.

Sobe e Desce

Sobe: Delcídio Amaral, que enfrentou a pressão do governo e aprovou o relatório final da CPI.

Desce: João Paulo Cunha e a Câmara de Deputados, pela não cassação.

Veja Essa

Frase do ministro Tarso Genro defendendo o governo, que Veja contextualiza de forma negativa.

Três frases de senadores e deputados sobre o relatório da CPI, como uma imposição do governo. Negativas.

André Petry

“De ratos e homens”

Compara a situação atual do governo à de 1994, em que o ministro Rubens Ricupero caiu por que declarações suas foram gravadas, acidentalmente, por um microfone da Rede Globo. Crítica ao governo Lula.

Diogo Mainardi

“Festa na Granja”

Sobre uma festa que teria sido planejada na Granja do Torto com a presença das meninas de Mary Corner.

#### Roberto Pompeu de Toledo

“Flutua, astronauta, flutua”

Jogada de *marketing* do governo ao enviar o astronauta para o espaço, gastando R\$10 milhões. Crítica.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Não há anúncios do governo nesta edição.

### **Veja 19/04/06**

#### **Edição Nº1952**

126 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1. De capa

“O BANDO DOS 40”

Reportagem: “O Sujeito Oculto”. Nove páginas (incluindo coluna de André Petry), sem assinatura.

Abre com foto do presidente ocupando mais de uma página, e fotos de José Dirceu, Luiz Gushiken, Delúbio Soares, José Genoíno, Marcos Valério e Silvinho Pereira como peças de um quebra-cabeça.

O texto inicia com o julgamento de Lula como conivente com as ações corruptas, ou como um presidente desinformado: “antes a questão era: sabia e é conivente ou não sabia e é um presidente apalermado, vagando em um palácio em que seus íntimos planejam as mais criativas formas de assalto ao dinheiro do povo” (VEJA, 19/04/06, p. 48).

Usa termos como “quadrilha”. Compara com os mecanismos utilizados pelos soviéticos para manterem-se no poder. Afirma que, de acordo com o bom senso, pode-se enxergar que é a figura de Lula que completa o quebra-cabeça.

Matéria: “Todos os homens do presidente”

Lula como principal beneficiado pela ação criminosa de seus companheiros.

Quadro: “A quadrilha do PT”. Ocupa sete páginas, com os nomes e fotos dos 40 indiciados.

Comparativo entre os relatórios da CPI e do MPF.

“O implacável Antônio”

Texto suplementar sobre o Procurador-Geral da República.

Fotos: Roberto Jefferson depondo à CPI e Maurício Marinho, dos Correios, no vídeo em que recebe propina.

Negativa

## 1.2. Quando é matéria principal

A matéria principal da presente edição é a matéria de capa, já citada acima.

## 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“O Ministro-Advogado”, três páginas, assinadas por Marcelo Carneiro.

Foto da sombra do ministro, em fundo preto, com letras em vermelho. Mantém a faixa azul que caracteriza a matéria anterior, principal da revista.

Envolvimento do Ministro da Justiça, responsável pelas teses jurídicas e pela indicação do advogado de figuras como Delúbio, Silvinho, Henrique Meirelles e Antônio Palocci. Negativa, por mostrar uma série de situações envolvendo atos de corrupção em que Bastos respondia, como consultor, ou indicava o amigo, advogado criminalista, Arnaldo Malheiros.

“É impossível que o presidente não soubesse”, duas páginas, assinada por Thaís Oyama.

Entrevista com o jurista Miguel Reale Júnior, ex-Ministro da Justiça no governo FHC.

De cunho negativo, porque, entre outras críticas e opiniões contundentes, condena as atitudes do governo Lula, chamando-as de “fascistas”.

#### ELEIÇÕES 2006: A lenta arrancada de Alckmin

Duas páginas sobre o começo da corrida eleitoral para o candidato tucano. Em um tom mais leve, com fundo branco, e ilustração do candidato em amarelo e azul.

#### 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

De um total de 1893 cartas recebidas pela redação, o ensaio de Roberto Pompeu Toledo foi a segunda página mais comentada, com 71 cartas, e a matéria de Márcio Thomaz Bastos teve 41 comentários.

“Mudança entre as mais comentadas”, quadro informando que a reportagem de capa da edição nº. 1949, “MORAL TORTA”, está entre as 10 mais comentadas da história de Veja, ocupando a quarta posição, com 673 cartas.

#### “Márcio Thomaz Bastos”

Seis cartas publicadas. Todas negativas para o ministro. Duas citando o presidente, também de modo negativo. Uma resposta da assessoria de imprensa da receita federal, negando envolvimento na quebra do sigilo de Francenildo.

#### “Governo Lula”

Uma carta, elogiando Veja pela publicação das informações contra o governo.

#### “André Petry”

Uma carta, cumprimentando a revista e o articulista pelo último artigo publicado, alertando para “uma peste bubônica moral sem precedentes”.

#### “Roberto Pompeu Toledo”

Três cartas. Duas em consenso com o colunista, e uma defendendo o astronauta Marcos Pontes, mas lamenta que o fato tenha ocorrido durante este “governo medíocre”.

“Diogo Mainardi”

Três cartas parabenizando o jornalista. Negativas para o governo.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Holofote – Felipe Patury

Uma nota sobre a atuação de José Dirceu, ainda como homem de confiança de Lula. Negativa, o título é “O subchefe da quadrilha”.

Radar – Lauro Jardim

Três notas sobre José Dirceu, atuando como articulador da campanha do presidente Lula. Duas negativas, por tratar de troca de favores pessoais, e de relações com os presidentes da Bolívia e do Venezuela, e a outra falando de Itamar Fraco. Neutra.

Uma nota sobre o excesso de gastos na Presidência da República. Negativa.

Sobe e Desce

Sobe: Antonio Fernando de Souza, Procurador-Geral da República

Lula, por não dispor do governo para ajudar a Varig falida

Lulinha, por assumir parte da programação diária da rede 21, sem ter sido investigado.

Desce: Caixa Econômica Federal, por ter inocentado os servidores envolvidos na quebra do sigilo do caseiro.

André Petry

“Tudo Desigual”

Sobre a diferença nas decisões judiciais em relação ao caseiro Francenildo e Paulo Okamoto e Lulinha, e as denúncias envolvendo a cúpula do PT. É negativa, por sugerir a investigação dos companheiros do presidente e ironizar com as decisões judiciais tomadas para proteger Palocci e o presidente.

Diogo Mainardi

“Jornalistas são brasileiros”

Sobre a “frouxidão moral” dos brasileiros, denunciando esquemas de troca de cargos entre jornalistas e parentes, apoiados pelo governo, citando Lula como

responsável pela nomeação de Victor Martins, irmão do jornalista Franklin Martins, para a Agência Nacional do Petróleo, sendo que este é do PC do B.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – Uma página.

### **Veja 26/04/06**

#### **Edição N°1953**

134 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1. De capa

Não há na capa chamadas para as matérias de política.

##### 1.2. Quando é matéria principal:

“Eles invadem, o governo apóia” quatro páginas, assinadas por Juliana Linhares e Marcelo Carneiro.

Primeiras duas páginas: Foto, ocupando mais de uma página, dos manifestantes sem-terra, exibindo suas foices na mão. Quadro “Não é mera coincidência”, com um gráfico comparando o número de invasões com o repasse de dinheiro pelo governo.

Últimas duas páginas: quadro “Terra de Ninguém”, com número de invasões, e detalhes dos líderes do movimento, foto de dois deles, com o número de processos judiciais contra eles. E duas fotos, de um saque a mercadorias em Pernambuco, e dos caixões das vítimas de Carajás.

A matéria é claramente contra a posição de Lula de financiar o MST. Chama os integrantes de “facínoras”.

Fecha a matéria com dados do TCU , afirmando que, em vistoria a relatórios de gastos com o MST, foram encontradas irregularidades, como a falta de comprovação dos serviços pagos pelo governo. Relembra o aumento no número de invasões em comparação com o governo FHC e interpreta como uma jogada eleitoral o fato do presidente fazer vista grossa às invasões.

Negativa para o presidente e o governo, por mostrar o vandalismo do MST apoiado por dinheiro público.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal “Líder no fio da navalha”, de Otávio Cabral.

Foto de Lula sorrindo, de boné. Quadro “O que faz o chefe da quadrilha?”, com texto suplementar e foto de José Dirceu.

Ameaça de *impeachment* pela oposição, impossibilitado pela alta popularidade do presidente.

Negativa para o presidente, mas também não contribui para a oposição, por alegar uma incompetência da mesma ao não concretizar o pedido de *impeachment* ao Congresso.

“Quanta coincidência”, por Julia Duailibi.

Fotos de João Paulo Cunha, Castello Branco (como sombra, Marcos Valério), e Paulo Okamoto.

A matéria denuncia as coincidências entre os donos de agências publicitárias que trabalham para o Sebrae. Uma agência, que pode ser ligada a Marcos Valério, vem ganhando as contas que antes pertenciam a SMPB. Não fala do presidente, mas situa a posição do Sebrae e de seu presidente, Paulo Okamoto, chamado pela reportagem de “amigão do presidente Lula”.

“Na mira da justiça”, de Policarpo Junior.

Mais uma denúncia contra participantes do esquema de quebra do sigilo bancário do caseiro. O secretário da Receita Federal, Jorge Rachid, é investigado por improbidade administrativa, pela redução de uma multa de um bilhão para 25 milhões, com suspeitas de ter recebido (ele e mais seu grupo), 18 milhões como prêmio pela redução da multa, em 1993.

Não fala do presidente, mas provoca efeito negativo, por se tratar de mais um membro do governo envolvido em esquemas fraudulentos.

“Rumo a um horizonte artificial”, por Leandra Peres.

Nas primeiras duas páginas, ilustração de uma cabine de avião, mirando o Congresso Nacional, com gráficos dos gastos do governo, da arrecadação de impostos e dos investimentos. Na terceira página, um quadro, “Como o orçamento é feito”, em sete etapas.

Devido à aprovação do Orçamento da União para 2006, Veja apresenta a matéria analisando os aumentos nos gastos do Estado, como o reajuste do salário mínimo em ano eleitoral, como estratégia de campanha.

Não fala no presidente, mas deixa bem claro o grande aumento nos gastos desde o começo da administração Lula, sendo que, em 2006, deveria atingir o recorde da última década, assim como o aumento na carga tributária, em contra partida à queda nos investimentos, que tiveram ápice em 2001. Agora, estão semelhantes aos números de 10 anos atrás. É negativa para o governo e para o Congresso também.

As quatro matérias estão com a mesma cartola, Brasil, e têm a mesma disposição gráfica: fundo em branco, letra preta, títulos com pouca diferença no tamanho da fonte.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

De um total de 2103 cartas e *e-mails* enviados à redação, 277 comentam a reportagem de capa anterior “Lula e os 40 ladrões”, e 42, a coluna de Diogo Mainardi.

“Lula e os quarenta ladrões” – 10 cartas

De 10 cartas, cinco ligam o presidente diretamente ao bando e ao apelido de Ali Babá, sendo que, entre essas, uma elogia a atuação do Procurador-Geral. Outra carta elogia a atuação do Ministério Público e a peça publicada pelo Procurador-Geral. Mais uma carta elogia a peça, e indica Lula como o 41º criminoso da quadrilha. Uma compara a quadrilha de Al Capone, e mais uma faz referência à história de Ali Babá. A última carta instiga os estudantes a fazerem um movimento como os caras-pintadas, “a propósito de todo esse lamaçal que inunda o governo”.

“Márcio Thomaz Bastos” - duas cartas

Uma carta condena a conduta do ministro, afirmando que espera seu afastamento nos próximos dias. Outra é resposta à declaração de que o ministro teria indicado o advogado de defesa do ex-deputado José Dirceu, vinda do próprio advogado.

“Miguel Reale Junior”- cinco cartas

Duas elogiam a entrevista com o jurista, suas posições a respeito do governo Lula, e suas preocupações quanto a uma reeleição. Uma confirma uma idéia, passada

pelo entrevistado, mas torna-se negativa para o presidente, por usar o termo “vilão”, ao comparar uma carta em apoio ao *impeachment* e a última, pedindo uma manifestação do presidente, pela verdade.

Diogo Mainardi – três cartas.

Todas elogiam a coluna, as duas primeiras dizendo, que a partir do texto, passaram a desconsiderar os comentários do jornalista Franklin Martins. A última dá uma resposta quanto ao trabalho do Sr. Victor Martins, irmão de Franklin, mas condena igualmente o governo do PT. As duas primeiras não falam no presidente Lula, mas são ligadas a ações do governo e relembram depoimentos e declarações sobre a CPI dos Correios, o que as torna negativas em relação à imagem do governo.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Millôr

“Especulando um pouco”, Compara Lula a Ali Babá.

Holofote – Felipe Patury

Nota “A tropa de Lula”, sobre a campanha.

Radar – Lauro Jardim

Notas sobre as eleições: Sobre as articulações políticas para a campanha de Lula, positiva para o presidente, e outra sobre a pesquisa do Ibope, sobre as intenções de voto. Neutra.

Sobe e Desce

Desce: Antonio Palocci, indiciado pela PF

Veja Essa

Frase de Okamoto, justificando e explicando como pagou as contas de Lula.

Frase de Lula, defendendo o uso das medidas provisórias, que tanto condenava antes de chegar à presidência.

## Diogo Mainardi

Assim como na coluna da semana anterior, Mainardi fala a respeito do jornalista Franklin Martins e suas relações com o governo Lula. No primeiro parágrafo, já deixa bem claro que o alvo das denúncias contra Martins é o presidente Lula, para desmoralizar seu governo, que vem comprando jornalistas através de cargos para a família. Resulta em uma imagem negativa para Lula.

### 4. Anúncios do Governo Federal

Não há anúncios do governo nesta edição.

## **Veja 03/05/06**

### **Edição N°1954**

142 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1 De capa

Chamada de capa, linha superior: “Bolsa Família: Moeda Eleitoral ou ajuda?”, com ilustração de uma moeda de um real estampada, com o rosto do presidente Lula.

“A moeda eleitoral de Lula” seis páginas, por Leandra Peres

Dentro da Editoria Economia e Negócios

Quadro explicando o programa Bolsa Família ocupa a metade das duas primeiras páginas.

Opinião favorável, de economistas e sociólogos, entrevistados pela revista: duas fazem críticas ao programa, mas primeiramente elogiam. Os outros três só tecem elogios.

Apenas no final do texto há crítica pelo uso eleitoreiro, pago com milhões dos contribuintes, devido à falta de fiscalização.

Texto suplementar (uma página e meia) “A força eleitoral e o uso eleitoreiro”

Reconhece o potencial eleitoral do programa, mas defende que não foi concebido como tal.

Neutra ao presidente, por exaltar a idéia do programa, mas ressaltar o lado eleitoreiro.

##### 1.2. Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal é a mesma com a chamada de capa, comentada acima.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“Começou o ataque ao caixa” duas páginas, por Leandra Peres.

Governo prioriza programas sociais em ano de eleições.

Título sem muito destaque. Foto principal: Farmácia Popular. Foto: casa popular. Quadro “Farra no Cofre” com o aumento dos gastos do governo.

Neutra, não possui tom de ataque ao presidente, com o anúncio dos programas sociais acaba neutralizando as críticas eleitoreiras.

“ELEIÇÕES 2006:” A Face Oculta de Garotinho”, oito páginas (com coluna de André Petry). Assinada por Ronaldo França e Ronaldo Soares

“Para entender Alckmin”, por Marcelo Carneiro, três páginas.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Os números: de 2370 *e-mails*, *faxes* e cartas, 99 foram sobre a coluna de Diogo Mainardi e 72 sobre a matéria do MST.

“Hiran Castello Branco”

Carta-resposta do próprio Castello Branco, esclarecendo suas relações com a SMPB. Neutra.

Carta de Pedro Bial em defesa de Castello Branco. Neutra.

“Jorge Rachid”

Resposta do próprio, esclarecendo que a Receita Federal não tem nenhum envolvimento com o caso Francenildo. Neutra.

E uma resposta do Corregedor-Geral da RF, também afirmando que não houve envolvimento da Receita com o caso. Neutra.

“Diogo Mainardi”

Duas cartas. Concordando com e elogiando a coluna que fala de Franklin Martins.

“MST”

Elogio à revista pela matéria e crítica ao governo pelo financiamento dos trabalhadores sem-terra.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Carta ao leitor

“Um avanço institucional”

Elogiando a atitude do Senador José Jorge, do PFL, que propôs um projeto de lei que regulamenta uma maior independência entre os poderes, impedindo manobras assinadas por apenas um ministro do STF, como aconteceu no caso do caseiro Francenildo.

Holofote – Felipe Patury

“Isso é que é buraco”

Fraudes na “operação tapa buraco” do governo federal.

Radar – Lauro Jardim

Nota sobre a campanha eleitoral de Lula, gravada nos jardins do Palácio da Alvorada. Negativo, por denunciar abuso de poder público.

Mais duas notas sobre a pesquisa eleitoral em que Alckmin e Garotinho não se mexem nas intenções de voto e Lula aumenta em 3%, mas justifica o fato por ser uma pesquisa de entressafra, sendo que só importam as que começarem a ser feitas naquela semana.

Quadro “O fim da desnutrição em dez anos”

Mostra o Fome Zero como uma jogada de *marketing*, que seria um programa desnecessário, pela queda da taxa de desnutrição das crianças brasileiras.

Sobe e Desce

Sobe: José Dirceu, abordando empresários, oferecendo negócios multimilionários na Venezuela.

Desce: José Dirceu, abordando empresários, oferecendo negócios multimilionários na Venezuela.

Diogo Mainardi

“Pedi o *impeachment* de Lula”

Sobre o pedido de *impeachment* que o jornalista deu entrada na Câmara dos Deputados, contra o presidente.

Roberto Pompeu Toledo

“Os brasileiros, uma nova interpretação”

A partir de uma declaração do presidente do INSS de que os brasileiros gostam de fila por questões culturais, Toledo ironiza, em seu ensaio, criticando a falta de senso e a prepotência de mais um membro do governo do PT.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Não há anúncios do Governo Federal nesta edição.

**Veja 10/05/06**

**Edição N°1955**

142 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1. De capa

“O ataque à Petrobrás: essa doeu!”

Foto do presidente de costas, com uma marca de um pé sujo com petróleo na região glútea.

“Os líderes e o liderado”, nove páginas, por Diogo Schelp.

Abre com foto (página inteira) de Chavez, Morales, e Fidel Castro ao fundo. Foto pequena de Lula, sentado, assistindo com jeito de quem não entendeu nada do que aconteceu.

Fundo em cinza e letras em vermelho, branco, e amarelo. O mesmo pé sujo de petróleo como marca nas nove páginas.

Ilustração de Lula com as mãos sujas de petróleo, como na cena que fez durante a promoção da auto-suficiência brasileira em petróleo, com uma faixa que diz “Propriedade da Bolívia”. Foto da nacionalização do gás na Bolívia e de Morales, ao lado de Lula, em visita a Brasília.

Fotos: soldados bolivianos na refinaria da Petrobrás, um deles com uma figura de Che Guevara no capacete. Comemoração da população em La Paz.

Quadro: “Só um deu bom resultado”, com vários modelos de desenvolvimento econômico experimentados na América Latina: o populismo de Chavez, a substituição de importações no governo Geisel, o modelo econômico da Cuba de Fidel, e o modelo Bachelet, no Chile, o único apontado como de sucesso.

Fotos: Kirchner, Morales, Lula e Chavez, em reunião na Argentina para discutir a nacionalização da Bolívia.

Quadro: “Auto-suficiência? Não no caso do gás”, com os números da indústria de combustíveis.

“A conta da dependência”, com os estados que dependem totalmente do gás boliviano, e informações sobre a qualidade do gás.

“Quem usa gás boliviano?” com o mapa do consumo no Brasil.

Foto: Soliz, ministro de hidrocarbonetos da Bolívia.

Quadro: “Cenários para a crise do gás”

Explica a situação do gás boliviano e as consequências, não só na política, como na economia do Brasil. Trata Lula como um fraco, ingênuo, enganado pelos supostos amigos da esquerda latino-americana.

“Ingenuidade e ideologia”, duas páginas, por Camila Pereira.

Foto de Lula, vestindo roupas típicas do Peru.

Quadro: “A diplomacia de Lula”

Todos os projetos citados não tiveram resultado, com a exceção da redução das barreiras comerciais impostas pela Europa sobre os produtos agrícolas brasileiros, que a União Européia se comprometeu a cumprir até 2013.

Fotos: “Trio Calafrio”, o triunvirato do Itamaraty: Marco Aurélio Garcia, Celso Amorim e Samuel Pinheiro Guimarães.

A matéria é sobre o engano cometido pelo presidente Lula ao se considerar o líder da América Latina, e seus desenganos com as demais nações do Mercosul, algumas que já vêm fazendo acordos com os EUA, como o Uruguai. Critica Lula e espera que não aconteça como no “mensalão”, em que o presidente fingia que tudo ia bem.

1.2. Quando é matéria principal:

A matéria principal desta edição é a mesma da capa, registrada acima.

### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“A tecla *replay* do mensalão” quatro páginas, Otávio Cabral.

Título ocupando as duas páginas de abertura, foto ocupando metade de cada, uma montagem de personagens do “mensalão” numa tela de TV, e um controle remoto com a tecla *replay*. Quadro “O PT, agora, tem outra versão”, com foto de Delúbio e Marcos Valério em depoimento à CPI. Mais um quadro, este sobre José Dirceu, assinado por Fábio Portela, com foto de Dirceu, sobre relações com um banco suíço.

No corpo da matéria, fotos de Michel Temer e Tarso Genro.

Matéria negativa, porque condena, o tempo todo, a prática de coligações com os demais partidos envolvidos no mensalão e passa a idéia de um novo mensalão para manter a governabilidade em 2007.

Alianças que o PT fará para a campanha de 2006, com os partidos que participaram do mensalão.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Das 2197 cartas, 33 comentam a coluna do Roberto Pompeu Toledo, 31 comentam a coluna de Diogo Mainardi, e 19 matéria sobre o Bolsa Família.

Quadro “E o Ali Babá”, com as sugestões de chamada de capa para a edição do dia 19 de Abril (O bando dos 40). Mais da metade dos 277 comentários, sobre a matéria, troca o título por referências a Ali Babá.

“Bolsa Família”, quatro cartas.

Três criticando o programa, considerando-o eleitoreiro, mas apenas uma cita o presidente. Negativo. Uma resposta do chefe da assessoria de imprensa do Ministério do Desenvolvimento Social e combate à fome, sobre a fiscalização do programa. Neutra, justifica, mas não defende os pontos.

“Roberto Pompeu Toledo”, quatro cartas.

Três cartas ligando o presidente do INSS com o governo PT. Imagem negativa.

Uma carta de resposta da parte do presidente do INSS, refazendo seu comentário, mas sem esclarecer, e com a promessa vaga de melhorias. Neutra.

“Diogo Mainardi”

Duas cartas concordando com o jornalista e acusando o presidente. Negativas.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Carta ao leitor

“O eixo do bom senso”

Sugere que Brasil, Chile, Uruguai e México se alinhassem para contrabalançar o avanço do populismo na América Latina. Neutro.

Holofote – Felipe Patury

Nota sobre o uso do Bolsa Família como prática eleitoreira por dois deputados do PSDB. Positiva para Lula.

Nota sobre uma forma de controlar a corrupção na subsecretaria da comunicação, medidas tomadas pelo secretário geral da presidência, Luiz Dulci. Não fala em Lula, mas relembra os nomes de Luiz Gushiken e Marcos Valério como parte dos esquemas da subsecretaria. Neutra.

Radar – Lauro Jardim

“Em defesa de Evo”. Sobre Marco Aurélio Garcia, assessor de Lula no Itamaraty, que vem declarando que a política de Evo Morales, ao estatizar os campos de gás da Petrobrás na Bolívia, não está errada. Tido como traidor. Negativa, porque o envolve diretamente com o presidente.

Duas notas sobre as eleições de Lula.

Quadro: “A imprensa ganha do governo”

Comparação da credibilidade da mídia e do governo em diferentes países, sendo que no Brasil se confia mais na mídia. Foto da deputada Ângela Guadagnin.

“Passeio sobre suspeita” com foto de Lula e Marcos Pontes. Sobre irregularidades no pagamento de 10 milhões para a agência espacial russa. Negativa.

Veja Essa

Duas frases de Lula, uma metáfora não muito bem aplicada no contexto, e a outra deselegante, por se tratar de um discurso para jornalistas, ao assinar o tratado de Chapultepec.

André Petry

“Do mensalão à censura”

Uma exposição que já havia circulado em São Paulo e no Rio de Janeiro foi impedida de ir à Brasília por pressão de um grupo religioso que considerava uma das peças obscena. O apoio da exposição era do Banco do Brasil, que cedeu à pressão e censurou a liberdade artística. O autor, aqui, compara a situação da censura com o desvio de dinheiro público para pagar o “mensalão”, em referência à diretoria do Banco do Brasil, nomeada pelo governo Lula. Negativo para o banco, mas não chega a atingir o governo de forma clara.

#### Diogo Mainardi

‘O mensalão da imprensa’

Mostra a revista Carta Capital como aliada de Lula, com 70% dos anúncios pagos pelo governo federal. A revista teria ajudado a amenizar o escândalo do “mensalão”. Negativa.

#### Roberto Pompeu Toledo

“Do fracasso à humilhação”

A ocupação dos campos de gás da Petrobrás pelas tropas bolivianas. Negativo, mostra Lula como um fraco.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil - duas páginas.

#### **Veja 17/05/06**

#### **Edição N°1956**

138 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1 De capa

Chamada de capa, linha superior: “Daniel Dantas, o banqueiro-bomba: O seu arsenal tem até número de suposta conta de Lula no exterior”.

Com foto do banqueiro.

“A guerra nos porões”, matéria de Márcio Aith, com seis páginas, com coluna de Diogo Mainardi.

Título ocupando as duas páginas, em branco, sobre ¼ do fundo em preto. Foto de Dantas, ocupando quase uma página inteira, com ilustração com fotos de homens ligados ao presidente Lula, e que têm negócios com o banqueiro, inclusive Marcos Valério.

Quadro com a lista das possíveis contas secretas, e seus saldos em 2004. Veja afirma que tentou averiguar a veracidade da lista, mas não chegou a nenhuma conclusão.

Foto dos homens que chegaram às listas das contas do PT.

Reprodução do ofício enviado pelos advogados de Dantas à Justiça. Foto de Delúbio e foto da fachada do Citibank.

Uma lista de possíveis contas no exterior dos grandes nomes do PT, incluindo Lula, e mais denúncias graves que podem vir a ser feitas por Daniel Dantas. Mostra também o envolvimento do banqueiro com o PT, como motivo para não falar.

Muitas denúncias ao longo de toda a matéria, mas sem muitas confirmações. Negativa. Envolve o presidente diretamente no esquema, com seu nome entre os saldos milionários no exterior.

## 1.2 Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal é a mesma com a chamada de capa, comentada acima.

## 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“O Crime compensou”, por Alexandre Oltramari. Duas páginas, mais coluna de André Petry.

Sobre acordos feitos com a Justiça para três dirigentes petistas do RS. Negativa, crítica a decisão da Justiça, que resulta em impunidade.

“Revolta no Conselhão”, duas páginas, por Julia Dualib.

Foto de Lula no Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social. Ocupa mais da metade da primeira página, e parte da segunda. Fotos de dois membros do conselho, 1/3 da página.

Fracasso da reunião. Palanque eleitoral para Lula. Negativa

“De doido ele não tem nada”, por Marcos Aith e Felipe Patury. Três páginas.

Entrevista de Silvinho Pereira ao jornal O Globo.

Foto de Silvinho, mais de meia página. Título em preto, fundo branco. Foto do Procurador-Geral do Banco Central.

Foto de Lula, sorridente. E foto de Marcos Valério, cansado, durante depoimento. Mais denúncias de desvios de dinheiro contra o PT. Envolve Lula. Negativo

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

“O gás da Bolívia”, 10 cartas.

Todas criticando a atitude do presidente. Negativas.

“Essa doe!” sobre a reportagem de capa, a respeito do gás boliviano.

Cinco cartas. Elogiando Veja pela capa, quatro negativas para o presidente, e uma neutra.

“José Dirceu”

Resposta do banco suíço que convidou o ex-ministro para palestra, e o evento acabou sendo cancelado. Neutra.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Carta ao leitor Editorial Veja

“Liberdade Atropelada”

Foto do presidente assinando a declaração de Chapultepec. Critica decisões da Justiça quanto ao direito de resposta de Antony Garotinho, em razão de algumas matérias publicadas por Veja e O Globo. Neutra

Ponto de Vista – Lya Luft

“A república dos alucinados”

Crítica à declaração de Lula de que o sistema de saúde no Brasil estaria próximo da perfeição. Não cita diretamente o presidente, mas comenta a situação do SUS e da Petrobrás. Negativa.

### Millôr

Crítica à tomada dos campos de petróleo. Negativa para o presidente.

### Radar – Lauro Jardim

“Uma nova turma”, política externa. Neutra

“Frota Presidencial”, carros à disposição da família de Lula. Negativa

### Sobe e Desce

Desce: Petrobrás.

### Veja Essa

Cinco frases de Silvinho Pereira em entrevista ao jornal O Globo e na CPI dos Bingos, onde colocou em contradição suas declarações. Negativas

Frase do líder da minoria na câmara, José Carlos Aleluia. Negativa

Frase do senador João Batista Mota, negativa.

### André Petry

“O código dos 20”

Fala dos mensaleiros e das candidaturas para as próximas eleições. Falta de ética. Não cita o presidente. Neutro.

### Diogo Mainardi

“Entrevista com Dantas”

Mais acusações contra Lula e seus companheiros, mas o entrevistado não citou o presidente. Negativa

## 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – duas páginas

### Veja 24/05/06

Edição N°1957

138 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1 De capa

Chamada de capa: Daniel Dantas: novos documentos e as provas da chantagem.

“Dantas fez, entregou e continua operando”, seis páginas, por Marcos Aith.

Abre com título de duas linhas, ocupando quase 1/4 das duas páginas. Com foto de Dantas, e outra menor, de Thomaz Bastos.

Quadro: “A lista das supostas contas” com um resumo e uma linha do tempo das denúncias de Dantas feitas a Veja, que se estende por seis páginas.

Fala sobre o envolvimento do ministro Márcio Thomaz Bastos, que teria tido uma reunião com Dantas depois das denúncias, e sobre as acusações feitas a Veja pelo governo.

Quadro: “A prova da chantagem”, com reproduções de documentos comprometedores que Dantas enviou ao governo.

O quadro “A notícia é com ele”, defende a carreira e o empenho do jornalista Marcos Aith.

A matéria ressalta o fato da revista Veja ter sido atacada pelo presidente Lula no transcorrer daquela semana, em função da matéria em que denunciava a suposta conta no exterior. Negativa.

1.2. Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal é a mesma com a chamada de capa, comentada acima.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“Banditismo e podridão”, três páginas. Sem assinatura.

A matéria exhibe capas e resumo de reportagens que denunciaram escândalos de corrupção durante o governo Lula. São nove capas de Veja com denúncias graves, em resposta às ofensas proferidas por Lula à revista, após a publicação da matéria de Daniel Dantas. Negativa.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Dos 2917 *e-mails* e cartas enviados, 121 são sobre a reportagem com Daniel Dantas, e 28 sobre o texto de Lya Luft.

“Daniel Dantas”, seis cartas.

Resposta de Gushiken, negando a existência de contas no exterior, e acusando Veja. Três contra a posição de Lula ao acusar Veja. Duas criticando o silêncio de Dantas.

“Lya Luft”

Uma carta, elogiando o artigo. Negativa, por concordar com o artigo já classificado negativamente.

“Valerioduto”

Uma carta, resposta do Ministério da Educação sobre denúncias de fraudes em contratos com gráficas gaúchas, noticiadas na edição anterior. Neutra.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Carta ao leitor Editorial VEJA

“A promoção a povo”

Crítica ao ataque feito por Lula à reportagem de Veja sobre sua suposta conta no exterior. Mostra lições dadas por Thomas Jefferson na independência americana, para assegurar-se de que o presidente não viria a se tornar um novo rei. Negativa, mostra Lula como prepotente.

Holofote – Felipe Patury

“E daí, se o partido é ruim?” Nota sobre uma pesquisa encomendada entre metalúrgicos paulistas para avaliar o impacto do “mensalão”. Mostra que Lula continua sendo o favorito entre eles. Neutra.

Sobe e Desce

Desce: Fome Zero, e o fracasso do programa.

Veja Essa

Frase de Carlos Rodenburg, ex-sócio do Opportunity, confirmando que Delúbio Soares pediu dinheiro ao banco para saldar uma dívida de 50 milhões de dólares, depois das eleições de Lula, confirmando reportagem de Veja. Negativa.

Frase de Lula, contradizendo suas opiniões do tempo de sindicalista. Negativa.

### André Petry

“De tucano a avestruz”

Critica a falta de solidariedade do presidente Lula ao se esconder ante os atentados do PCC em São Paulo. Critica também Alckmin, FCH e Serra pelo mesmo motivo. Prende-se mais ao PSDB, por isso fica mais a favor de Lula, e considera o comportamento dos “tucanos” como pior.

### Diogo Mainardi

“Os xingamentos de Lula”

O presidente insultou Veja e o jornalista responsável pela reportagem com o banqueiro Daniel Dantas. Mainardi esclarece alguns fatos e informa que vai processar o presidente. Negativo.

## 4. Anúncios do Governo Federal

Caixa Federal - duas páginas.

Banco do Brasil, uma página.

### **Veja 31/05/06**

**Edição N°1958**

126 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

“O Guerreiro de Lula”

Márcio Thomaz Bastos, em ilustração com um elmo de guerreiro.

“O escudo de Lula”, oito páginas, por Policarpo Junior e Otávio Cabral.

Abre com foto de Lula enxugando o rosto, abatido, e Thomaz Bastos conversando com ele, ao fundo, montagem com foto de Daniel Dantas, ocupando toda a página.

Montagem com foto de Thomaz Bastos vestido como um guerreiro medieval, ridicularizando-o, em quadro com os casos onde o ministro usou de suas relações com advogados criminalistas. Negativa.

## 1.2. Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal é a da chamada de capa, comentada acima.

## 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“Votando com a barriga”, três páginas, por Julia Duailibi (mais coluna de André Petry).

Quadro “Nas Alturas”, com o aumento nas intenções de voto. Foto do presidente. Positiva.

Mais um quadro ocupando a metade inferior das duas páginas, comparando o poder de compra de um salário mínimo em 1996, 2001, e 2006, registrando aumento na quantidade de alimentos comprados.

Exibe os números desse aumento favorável ao presidente, com a queda do preço de alguns alimentos este ano, em comparação aos números das pesquisas à reeleição, associando o consumo dos mais pobres, favorecidos pelo Bolsa Família. No fim da matéria, credita a FHC as bases da estabilidade monetária que possibilitou o crescimento do poder de consumo dos brasileiros, e critica o presidente Lula por utilizar de forma eleitoreira esse crescimento.

“Foi só um tranco e o trem fica nos trilhos” Economia e Negócios. Três páginas. Sem assinatura

Foto ocupando a página inteira, o presidente sorrindo e abanando dentro de um trem, promovendo a ferrovia.

Lula como defensor da estabilidade. Positiva.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Das 2393 correspondências recebidas, 51 falavam sobre Daniel Dantas, 34 sobre o ataque de Lula a Veja, e 24 sobre a coluna de Diogo Mainardi.

“Carta ao leitor”, duas cartas.

Uma negativa, uma neutra.

“Veja, Daniel Dantas e Lula” Sete cartas.

Todas negativas, mas apenas quatro falam no nome do presidente Lula; as demais citam o governo como instituição.

“Diogo Mainardi”

Três cartas. Duas elogiando o jornalista e a coluna. Uma negativa, sobre o PT.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Contexto

“A seleção do mensalão”

Quadro com deputados envolvidos no esquema, formando um time de futebol. Negativo para a Câmara de Deputados. Dos membros do governo, só envolve José Dirceu.

#### Radar – Felipe Patury

Nota: “Efeito Bolsa Família”

Estudo da ONU, que identificou uma aparente contradição no crescimento da renda dos mais pobres, mesmo com a queda da massa salarial. Perda compensada pelo aumento dos gastos públicos e programas assistenciais. Não fala do governo Lula. A nota, que poderia ser positiva, se torna neutra, por lembrar o aumento dos gastos públicos em função desse aumento da renda.

#### Veja Essa

Duas frases sobre o bom desempenho do presidente nas pesquisas eleitorais. Uma do secretário-geral da presidência da república, Luiz Dulci, e outra de Anthony Garotinho. Ambas negativas, a primeira pela conotação dada pela revista, a outra pela frase em si.

Uma frase de Lula, elogiando o governador de São Paulo, Cláudio Lembo.

Uma de Alckmin, ironizando o elogio a Lembo. Negativa

Uma de Cesar Maia, criticando declarações do presidente. Negativa

Mais uma frase de Lula, negativa, porque mostra o presidente em contradição.

#### Diogo Mainardi

“Gabeira para presidente”

Mostra Fernando Gabeira como opção para candidato “antilulista”, sem chances de ganhar. Negativa

4. Anúncios do Governo Federal

Furnas – duas páginas

**Veja 07/06/06**

**Edição N°1959**

170 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1 De capa

A matéria de capa e reportagem especial da semana é sobre a Índia, deixando pouco espaço para destaque às matérias de política.

1.2. Quando é matéria principal

“Oposição de faz-de-conta”, cinco páginas. Marcelo Carneiro e Camila Pereira.

Abre com foto do presidente rindo, e abaixo a oposição, como bonecos de papelão. Página com fundo branco, mas as linhas e quadro em amarelo e vermelho, as cores do PT. Título em corpo grande, preto.

Quadro “Adversários, mas nem tanto”, que ocupa o terço inferior de quatro páginas, com as ações da oposição em cada caso do governo Lula.

Quadro: “Aqui o PT era profissional”

Compara o PT oposição e o PSDB e PFL, agora opositores. “São sempre os penúltimos a saber dos escândalos (o último é o Lula)”.

Quadro-entrevista com Bóris Fausto, historiador, sobre a queda nos percentuais de brasileiros que acompanham notícias de política.

A matéria fixa sua visão nos erros da oposição atual, compara com o PT oposição de anos atrás. Crítica.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

ELEIÇÕES 2006- duas páginas para a senadora Heloísa Helena, candidata à presidência. Assinada por Camila Pereira

“Crescer sempre é bom, mas...” Economia e Negócios. Duas páginas, por Giuliano Guandalini

Fotos: construção civil, petrolífera, protesto de agricultores. Quadro “A força do PIB” e “Abaixo da média”, com gráficos da economia brasileira.

Texto neutro, fala do crescimento da economia brasileira, salientando as verbas do Bolsa Família como propulsoras do aumento do PIB, mas sem contribuir para que o país se torne mais competitivo.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Das 2431 correspondências recebidas, 51 foram sobre o ministro Thomaz Bastos.

“Ministro Thomaz Bastos”, oito cartas.

Todas negativas, apenas uma não cita o governo ou Lula, mas critica a postura ética de Bastos.

“Votando com a Barriga”

Duas cartas, negativas.

“Seleção do Mensalão”

Uma carta. Negativa.

“Daniel Dantas”

Duas cartas em resposta às declarações de Veja. Uma, do senador Arthur Virgílio, do PSDB, negando seu envolvimento com o banqueiro Daniel Dantas, mas em sua resposta acaba por ser neutro em relação ao governo Lula, A outra carta, do Deputado José Eduardo Martins Cardozo, também nega envolvimento.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Páginas Amarelas – Geraldo Alckmin

“Lula é cara-de-pau”, três páginas, por Thaís Oyama.

A entrevista é conduzida por Veja centrando-se nos erros do governo Lula, e não na campanha de Alckmin. Critica fortemente o presidente, mas com elegância.

Diogo Mainardi

“Quem sabe disso é a CIA”

Sobre uma declaração de Delfim Netto que, agora, para Mainardi, em função do envolvimento da CIA, agência de inteligência americana, com as investigações sobre a empresa contratada por Daniel Dantas para descobrir contas o exterior de dirigentes do PT, faz sentido. Crítica.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Petrobrás – duas páginas

Banco do Brasil – duas páginas

#### **Veja 14/06/06**

#### **Edição N°1960**

142 páginas

##### 1. Número de matérias:

##### 1.1. De capa

##### “Os PTbulls”

Foto da depredação do Congresso Nacional, agitada por um dirigente do partido, em ilustração com uma coleira ao redor.

“Insulto à democracia”, dez páginas, por Julia Dualibi e Otávio Cabral.

Foto ocupando as duas páginas que abrem a matéria com a invasão do Congresso. Manifestantes destruindo um carro, com pedaços de madeira na mão. Na parte interna, foto dos manifestantes detidos num ginásio. Bruno Maranhão sendo levado para a delegacia e imagens de um vídeo onde os sem-terra organizam a ocupação. Foto de Lula, sorrindo, reunido com a cúpula do MLST. Fotos da invasão à fazenda do filho de FHC, em 2002, e da invasão à sala de um ministro, em 1997.

A matéria condena os manifestantes com veemência. “No mais violento ataque ao Congresso Nacional desde a ditadura militar, 500 sem-terra mostram todo o seu desprezo pelo símbolo da democracia – e colhem uma crítica pífia, apenas protocolar, do PT e do presidente Lula” (VEJA, 14/06/06, p.45).

Mostra a relação do grupo com o governo, sendo financiado pela União. “Ao aceitar repassar dinheiro por meio de subterfúgios, o governo compactua com essa quase-clandestinidade dos movimentos dos sem-terra” (VEJA, 14/06/06, p. 47). Crítica.

Quadro-entrevista: “Surrada e ameaçada de morte pelo MST”. Com ex-militante do movimento.

##### 1.2 Quando é matéria principal

A matéria principal da presente edição é a matéria de capa, já citada acima.

##### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“A CPI terminou”, duas páginas, com espaço para a coluna de André Petry.

Foto de Okamoto e Lula, na mesma mesa, mas separados por uma cadeira vazia.

A matéria cobra o resultado das investigações sobre o presidente do Sebrae, mostra novos dados que confirmam o esquema, e levanta novas suspeitas. Negativa.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Das 2411 correspondências recebidas, 57 comentam a entrevista com Alckmin nas páginas amarelas.

“Geraldo Alckmin” cinco cartas.

Das cinco cartas, três mencionam Lula, sendo duas críticas e uma neutra.

“Oposição light”, quatro cartas.

As quatro cartas relembram os problemas éticos da atual gestão e a falta de competência da oposição. Neutras.

“Millôr”

Uma carta elogiando a frase “Coitado do Lula, é dependente da ignorância!”. Crítica.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Carta ao leitor Editorial Veja

“O boné é a carapuça”

Era de se esperar que, como a mais alta figura na hierarquia política do país, o presidente Lula fosse eloqüente na condenação do episódio [a invasão do Congresso pelo MLST]. Outro erro. Sua assessoria se limitou a emitir uma nota sem convicção. [...] o presidente e seu partido são os tratadores dos pit bulls ideológicos que lideraram a agressão ao Congresso” (VEJA, 14/06/06, p. 09).

Negativa.

Radar – Lauro Jardim

“Ele joga nas onze”, negativo.

### Sobe e Desce

Sobe: Luiz Dulci, coordenador da campanha de Lula

Desce: Paulo Okamoto, CPI recomendou que fosse indiciado por lavagem de dinheiro.

### Veja Essa

Frase de Marina Silva, a que Veja dá um tom negativo.

Augusto Nunes, jornalista. Negativo

Frase de Roberto Busato, presidente da OAB. Negativo

Frase de Lula em conferência com o técnico da seleção, Parreira, sobre o peso de Ronaldinho, que responde com uma frase questionando o gosto do presidente pela bebida. Negativo.

### Diogo Mainardi

Lula envolvido em esquema para captação de dinheiro para a campanha, com Dantas e a Brasil Telecom. Negativo.

### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil - duas páginas

Furnas – duas páginas

### **Veja 21/06/06**

#### **Edição N°1961**

126 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1 De capa

Não há chamada de capa para nenhuma das matérias de política.

##### 1.2. Quando é matéria principal

“Os Vãos da reeleição”, três páginas, por Otávio Cabral.

Abre com foto de Lula em inauguração no estado do Rio de Janeiro. Quadro comparando as campanhas para reeleição de Lula e Fernando Henrique Cardoso. Lula

aparece com maior uso da máquina pública. Foto de *outdoor* de campanha pela alfabetização, do governo, apontando a ampliação nos gastos com publicidade em 2006. E foto de FHC durante seu mandato, que participou de menos inaugurações durante a campanha de 1998. Fecha com uma espécie de intimação a Alckmin: “Alguém tem de ganhar dele – ouviu, Geraldo Alckmin?”.

Uso da máquina pública para a campanha, excesso de inaugurações. “Diante de 4.000 pessoas, Lula disse que a obra será ‘o maior pólo de inteligência da América Latina’. O que a platéia não ficou sabendo é que a Petrobrás ainda nem sequer comprou o terreno onde o complexo deverá ser erguido”. Negativa.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal “A copa de Lula”, duas páginas (divide com a coluna de André Petry), por Otávio Cabral.

Mostra a relação do presidente com o futebol, e o uso que este faz do esporte como ferramenta eleitoral. Compara com Médici, e o controle que o ditador militar tinha inclusive sobre o técnico da seleção. Negativa.

“Nem Lula dá bola pra eles”, duas páginas.

Sobre a política econômica que o PT quer adotar para a campanha do presidente Lula, criticando as idéias de Ricardo Berzoini e de Marco Aurélio Garcia para a economia do Brasil, num segundo mandato de Lula. Neutra para o presidente, por elogiar suas ações à frente da economia e colocar que “quem diria, Berzoini e Garcia contra Lula!”.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Das 1859 cartas recebidas, 151 tratavam da violência dos sem-terra.

“A violência dos sem-terra”, 12 cartas.

Manifestações contra o MLST: 10, destas, cinco culpam o governo. Uma é neutra, e a outra justifica a invasão à Câmara, pois esta é terra improdutiva. Neutra, fala em barbárie da política nacional.

Millôr

“Sylogismo”

Sobre as frases ditas por Ronaldo e Lula. Negativo.

Holofote – Felipe Patury

“O preferido de Marisa”

Sessões de cinema oferecidas no Palácio da Alvorada. Negativo.

Radar – Lauro Jardim

“Conexão Chávez-MLST preocupa PT”

Quadro com notícia informando sobre a preocupação de setores do governo e do PT com o envolvimento do MLST e Hugo Chaves. Negativo.

“...e Bush não ligou”

Nota sobre a conversa por telefone entre o presidente Lula e Bush, que não ocorreu. Neutra.

“A megalicitação 1” e “A megalicitação 2”

Licitação na contratação de estaleiros, anúncio feito pelo presidente, aproveitando a condição de candidato-presidente. Negativo.

Sobe e Desce

Sobe: Lula. Aumenta a diferença entre ele e Alckmin.

Veja Essa

Frase do presidente sobre estratégia de vitória, comparando com o futebol.  
Neutra

Diogo Mainardi

“Teodoro e Teodorino”

Compara o presidente Lula e seu filho, Lulinha, ao ditador da Guiné Equatorial, Teodoro, e seu filho Teodorino, dono de um canal de TV. Negativa.

4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – duas páginas

Veja 28/06/06

## **Edição N°1962**

126 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

A matéria de capa da presente edição não trata sobre o Governo Federal.

1.2. Quando é matéria principal

“Morre o petismo, nasce o Lulismo”, quatro páginas, por Marcelo Carneiro e José Eduardo.

Abre com foto de Lula acenando; embaixo fotos de Hugo Chávez, Juan Domingo Perón, Jânio Quadros, e Getúlio Vargas, todos fazendo o mesmo movimento. Foto de Lula e dna. Marisa, com Aécio Neves. Positiva.

Quadro com as correntes políticas do Brasil e da América Latina, comparando-os a Lula: getulismo, peronismo, janismo e chavismo. Positivo para Lula, pois não remete à atitudes que obtiveram fracasso no passado.

Lula como fenômeno no cenário político:

Foi necessário que uma crise política eclodisse para mostrar que as coisas não eram bem assim. Ao soterrar o petismo, desmoralizar parte do legislativo e expor a fragilidade das oposições, o escândalo do mensalão ajudou a abrir espaço para o surgimento de um novo fenômeno no cenário político brasileiro: o lulismo (VEJA, 28/06/06, p. 50).

A matéria em seu conteúdo é positiva para o presidente, por tratá-lo como um fenômeno político, comparável a Perón e Getúlio Vargas, mas em alguns momentos exprime a opinião da linha editorial de Veja contra o presidente, debochando de declarações chamadas de ingênuas, e pelo excesso de escândalos.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

ELEIÇÕES 2006: “Favorito, mas sem aliados”. Três páginas, por Otávio Cabral.

“Choque de Realidade”, duas páginas, por Julia Duailibi.

Fracasso nos programas sociais. Abre com foto de um bar no litoral de São Paulo à espera do programa Luz para Todos, que a reportagem aponta com o único que se manteve fiel à sua concepção. Negativa.

ELEIÇÕES 2006: “Ele quer fazer escola” duas páginas (divide com André Petry), sobre Cristóvão Buarque.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

1686 cartas recebidas. Cartas sobre o governo Lula não estão entre as mais comentadas.

“Os vãos da reeleição”, duas cartas.

Uma neutra e uma negativa.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Carta ao leitor Editorial VEJA

“O juiz está de olho”

Sobre decisão do TSE contra o aumento de salário dos servidores públicos, tido como manobra eleitoral de Lula. Negativo.

Sobe e Desce

Desce: Paulo Okamoto teve seu indiciamento pedido pela CPI

Veja Essa

Frase de Carlos Alberto Montaner, jornalista cubano, criticando a política externa de Lula. Negativa.

Frase de Cristóvam Buarque, comparando Lula a Chaves e Fujimori, Negativa.

Frase de ACM contra Lula, chamando-o de ladrão, negativa.

Frase de Gabeira criticando o excesso de inaugurações no governo Lula. Negativa.

André Petry

“Moralismo de araque”

Condena a oposição por acusar Lula de beber demais. Compara-o a Winston Churchill, que bebia declaradamente, e livrou a Inglaterra do nazismo. Positivo.

#### Diogo Mainardi

“Minha vida de coitote”

Compara-se ao personagem Coiote, e Lula ao Papa-légua. Inclusive, a usual foto do jornalista foi trocada por uma imagem do personagem. Negativo.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – duas páginas

Caixa Federal – duas páginas

Ministério da Educação – duas páginas

#### **Veja 05/07/06**

#### **Edição N°1963**

126 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1. De capa

Chamada de capa: “Escândalo: A conexão do PT com a máfia dos vampiros.”

“O Vampiroduto do PT”, quatro páginas, por Diego Escosteguy.

Delúbio Soares envolvido com o esquema das ambulâncias. Abre com foto grande de Delúbio. Cópia do depoimento de Sérgio Noschang, empresário que denunciou o esquema, e foto do empresário. Degravação de conversa telefônica entre o lobista Laerte Corrêa e o empresário Jaisler Jabour, negociando propina. O dinheiro seria para o caixa dois do PT. Não envolve Lula; do PT, só Silvinho Pereira. Sem falar no governo federal. A matéria fica mais preocupada em afirmar a história da denúncia do que fazer barulho ao redor do governo. Neutra;

##### 1.2. Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal é a mesma com a chamada de capa, comentada acima.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal “Supersafra de Derrotas”, duas páginas, por Alexandre Oltramari.

Matéria sobre a renúncia ao cargo do Ministro da Agricultura, feita por Roberto Rodrigues.

Ministro não filiado a nenhum partido, poderia estar se sentindo pressionado a trabalhar pela reeleição de Lula. Crítica.

“Aposta Arriscada”, quatro páginas (com coluna de André Petry), Ronaldo Soares.

Incentivo à indústria naval feito pelo governo brasileiro. A matéria aponta como possível fracasso, se comparar com projetos semelhantes feitos no Brasil. Crítica à falta de incentivo do governo, que agora resolve investir e escolhe um setor delicado, com retorno duvidoso.

“Devastação Financeira”, uma página, por Leonardo Coutinho.

Erro no regimento interno do Ibama, desde 2002, compromete as multas aplicadas e a função de fiscal. Neutra, a culpa é atribuída ao governo FHC.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Das 1840 correspondências, 76 comentavam a coluna de Diogo Mainardi, 21 a matéria sobre o ‘Lulismo’.

“Lulismo”, quatro cartas.

Três criticando, uma neutra, por creditar ao Congresso o descrédito dos brasileiros na política e apego à figura de Lula.

“Diogo Mainardi”, cinco cartas.

Todas elogiando a coluna “Minha vida de coioote” e a analogia de Lula com o Papa-léguas, do desenho. Críticas.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Páginas Amarelas

Entrevista: Maria Sylvia de Carvalho Franco. “Ideologia emburrece”

Professora de filosofia na USP e Unicamp, critica o presidente Lula e suas atitudes perante os últimos acontecimentos no governo.

Radar – Lauro Jardim

“Notas frias do Planalto”

Auditoria nos gastos dos cartões de crédito do Planalto. Crítica, fala em pressão da Casa Civil para não repetir a auditoria.

“O teto vai cair”

Sobre a queda da taxa de juros, prometida pelos Ministros do Trabalho e Previdência Social. Neutra.

Veja Essa

Frase de Lula sobre suas realizações no governo, neutralizada por três críticas ao redor. De FHC, Rosinha Matheus, e Francenildo, o caseiro do caso Palocci.

Diogo Mainardi

“Vou embora”

Manifestação do jornalista que pensa em sair do Brasil. Fala de Lula logo no começo da coluna, mas o texto em si não trata do governo.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Não há anúncios do governo nesta edição.

**Veja 12/07/06**

**Edição N°1964**

130 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1 De capa

A matéria de capa da presente edição não trata sobre o Governo Federal.

1.2 Quando é matéria principal

“O elefante virou formiga”, duas páginas, Giuliano Guandalini.

Matéria sobre a inflação no Brasil, comparando os valores desde o período militar. Dá os créditos da diminuição dos altos números da inflação ao Plano Real, e

fecha a matéria com uma frase de FHC sobre a estabilidade financeira. O que reforça a idéia de que, mesmo Lula tendo os menores índices de inflação da história do Brasil, os responsáveis são os criadores do Plano Real. Registra o aumento do poder de consumo da população em função do Bolsa Família, mas com ressalvas. “Os benefícios sociais, é preciso reconhecer, têm dado um forte impulso eleitoral ao presidente Lula. Mas, se a inflação não estivesse sob controle, seus valores seriam corroídos da noite para o dia” (VEJA, 12/07/06, p. 61).

Neutra.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal “De volta ao início?”, uma página, por Otávio Cabral.

Nomeação para os correios preenchida com nomes do PMDB. Relembra o escândalo do mensalão que estourou nos correios, critica Lula ao dar os Correios para o controle do PMDB. Crítica.

“Cresceu 98,5%”, duas colunas de página, por Julia Duailibi.

Sobre o aumento do patrimônio de Lula em três anos e meio de mandato. Termina a matéria com uma declaração favorável ao presidente, considerando-o um exemplo a ser seguido pelos brasileiros por gastar menos do que ganha e ainda investir. A favor.

“Êta bancão bom, sô!”, uma página e uma coluna, por Julia Duailibi.

Texto com denúncias sobre envolvimento do governo e do ex-Ministro Chefe da Casa Civil, José Dirceu, com favorecimento ao banco BMG. Crítica.

Negociata do governo com o banco BMG, o caixa do “mensalão”.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Das 1917 correspondências recebidas, 143 eram sobre a coluna de Diogo Mainardi e três comentavam as páginas amarelas.

“Ibama”

Duas cartas. Uma do presidente do Ibama, defendendo o órgão e desmentindo alguns dados da reportagem (Positiva). E uma criticando o descaso do Ibama com a legislação ambiental.

“Agricultura”

Condenando a dispensa do Ministro da Agricultura. Crítica.

“Maria Sylvia de Carvalho Franco”

Seis cartas comentam a entrevista das páginas amarelas, todas concordando e parabenizando a filósofa. Apenas duas reforçam a crítica a Lula.

“Sanguessugas”

Uma carta cujo autor se diz envergonhado pelo escândalo do “vampiroduto”, afirmando que o esquema persiste desde o governo Collor, colocando a culpa no eleitorado. Neutra.

“Pão e Circo”

Uma carta ligando o fato de o Brasil estar lutando pelo hexacampeonato à eleição de Lula. Crítica.

“Diogo Mainardi”

Seu artigo “Vou embora” rendeu 143 correspondências à redação de Veja, merecendo um quadro em destaque entre as cartas. Destas, 73% pediam para que o colunista ficasse no Brasil.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Radar – Lauro Jardim

Duas notas sobre a campanha , neutras.

Nota sobre o avanço de Alckmin nas pesquisas. O colunista mostra que os assessores de campanha até consideram melhor porque impede Lula de ficar de salto alto e falar de improviso. Crítica.

Nota sobre Nelson Jobim e as negociações para o cargo de vice-presidente. Neutro.

Crítica ao incentivo do governo e do Banco do Brasil à agricultura.

Sobe e Desce

Desce: Correios, presidência dada ao PMDB novamente.

Veja Essa

Frase de José Filippi Júnior, tesoureiro do PT, justificando 183.000 reais doados à campanha de Lula. Crítica.

Parte de nota do PT explicando a origem do patrimônio de Lula. Crítica.

André Petry

“Arrozita e Feijó”

Coluna comentando a lei que proíbe campanhas publicitárias do governo três meses antes da eleição, a menos que seja de “grave e urgente necessidade pública”. Debocha da “urgência” do presidente Lula ao tentar passar uma campanha sobre o consumo de arroz e feijão. Crítica.

Diogo Mainardi

“O lulismo-lelé”

Mainardi fala de pedaços da biografia do presidente Lula, mencionadas por esse em discurso, por meio de metáforas em comparação ao Brasil.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Não há anúncios do governo nesta edição.

**Veja 06/09/06**

**Edição Nº 1972**

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1. De capa

Não há chamada de capa para as matérias de política.

##### 1.2. Quando é matéria principal

“Uma nova carta aos brasileiros”, cinco páginas, por Otávio Cabral.

A matéria principal de política “Uma nova carta aos Brasileiros” é também a motivação do editorial, a “Carta ao leitor”. No texto, do jornalista Otávio Cabral, Veja compara o programa de governo para o possível segundo mandato com os discursos de Lula e conclui: “Se Lula se reeleger e rasgar o cartapácio petista, dando prioridade a suas idéias, o país ganhará”. Comenta a diferença entre os discursos e o programa em diferentes áreas, como a redução de impostos, corte de gastos e a liberdade de imprensa, em quadros explicativos (ao todo são cinco), mostrando sempre uma posição favorável ao que o presidente afirma. “Fica claro que Lula tem idéias mais claras e mais sensatas

do que as expressas no programa elaborado pela cúpula do PT”. Mas ressalva, no final do texto, o único ponto em comum nos dois discursos: “o texto do programa, tal como Lula tem feito, ignora a existência dos escândalos”, em referência à tentativa de minimizar as responsabilidades pela corrupção no governo. A matéria critica veementemente o programa do PT nas diversas áreas: “é uma peça anódina, vaga e genérica”.

1.3 Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal:

“Dividir para governar”, três páginas.

Sobre a manipulação da campanha eleitoral em um Brasil dividido cada vez mais por classes sociais.

“As verdades de Vedoin” e “Vou explodir”, cada uma com uma página.

Sobre a máfia dos sanguessugas e a relação do Congresso.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula:

Das 2122 cartas encaminhadas para a redação de Veja, 64 comentavam a coluna de Diogo Mainardi, e 22 as viagens presidenciais de Lula.

“Campanha Fria”, duas cartas.

Há quatro cartas publicadas sobre a matéria, mas apenas duas citam o presidente Lula, sendo as duas críticas, ao relembrar os esquemas de corrupção.

“Briga de Sangue”, uma carta.

A respeito da máfia dos sanguessugas, o leitor observa o uso das fotos de Delúbio Soares e do ministro Humberto Costa, fazendo uma leitura crítica destas e sugerindo um tom de deboche da parte dos editores na escolha.

“Viagens presidenciais”, duas cartas.

As duas cartas são de eleitores indignados com os relatos trazidos na reportagem da semana anterior, sobre o livro escrito por jornalistas que acompanharam o presidente em suas viagens internacionais.

### “Diogo Mainardi”

Em quarto cartas publicadas sobre a coluna “O mensalão das artes”, todas concordam com o jornalista e debocham do presidente, o que é comum nos comentários sobre Mainardi. “A propósito da coluna do senhor Mainardi, vamos e venhamos, houve certa injustiça. O ilustre cantor e compositor Zeca Pagodinho poderia apoiar outro candidato que não fosse colega de confraria?” Afirma uma das cartas, em alusão ao hábito do presidente de consumir bebidas alcoólicas.

### 3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Carta ao leitor

“Lula é melhor do que o PT”

A presente edição de Veja conta com uma “carta ao leitor” favorável ao presidente Lula. A revista afirma que “Lula sabe onde o país acertou e reafirma a intenção de mantê-lo no rumo certo”; comparando as diretrizes do PT divulgadas na semana anterior, mostra que Lula “vai direto ao ponto, colocando-se na defesa da democracia e de seus instrumentos clássicos”. Veja passa ao leitor a idéia da estagnação do PT e o repúdio ao partido, e não ao presidente. Na última frase, lembra ao eleitor de cobrar as tantas promessas feitas até o momento, mas não o faz tratando-as como se fossem demagogas, como seria de praxe de Veja.

#### Páginas Amarelas

Com três páginas, entrevista de Arnaldo Jabor inicia com uma série de perguntas sobre o presidente Lula, demonstrando que o foco da entrevista seria esse, e já sabendo da opinião do entrevistado, já que cita uma frase crítica de Jabor a respeito da eleição para o primeiro mandato de Lula.

#### Holofote

Nota “Brasil de alguns” sobre a proibição do uso do logotipo do Governo Federal durante a campanha, que não está sendo cumprida. Crítica.

#### Radar

Cinco notas sobre a campanha eleitoral de Lula, o candidato com mais espaço nas duas páginas ocupadas pelo jornalista. A tendência é passar ao leitor o clima de “já ganhou” que tomava conta do planalto à época, criticando, assim, o comportamento do

presidente. Das cinco notas publicadas, duas eram sobre planos para o segundo mandato. “A um mês do primeiro turno, Lula, como se vê, já age como presidente reeleito”.

Apenas uma nota tratando do governo. Neutra.

### Sobe e Desce

Desce: os três itens são relacionados ao governo federal.

Apointa a queda do PIB, o ministro Humberto Costa, e a Petrobrás, sendo que a última é devido a uma suspeita do TCU de esquema com a mesma empresa que presenteou Silvinho Pereira, do PT, e foi descoberta durante o mensalão.

### Veja Essa

Duas frases atribuídas a Lula, uma delas acompanhada de foto do presidente, vestido de operário da Petrobrás, acenando. As duas frases vêm acompanhadas de contrapontos da oposição. A primeira frase é uma gafe de Lula ao afirmar que “teve fatores extraterrestres que não permitiram que nós cumpríssemos”, e Veja completa, indicando o lugar onde foi feito o discurso, “mas que poderia ter sido feito em Varginha”.

A outra frase é neutra, a resposta da oposição, que é negativa. Há também uma frase de Fernando Henrique Cardoso, contra Lula.

Ainda há uma frase de Maílson Nóbrega, ex-ministro da Fazenda, sobre o programa do PT para o próximo mandato, negativa.

Quadro com algumas frases retiradas do livro “Viajando com o presidente”, de Eduardo Scolese e Leonencio Nossa. Crítico.

### André Petry

“No fazendão Brasil”

Sobre a emenda da reeleição, combatida agora por governistas e oposição. Neutra.

### Artigo – Reinaldo Azevedo

“Urna não é tribunal. Não absolve ninguém”, duas páginas.

Reinaldo Azevedo levanta a questão da reeleição de Lula, e o sentimento de que assim os petistas estariam absolvidos de todos os seus crimes. “As urnas fariam pelo PT o que o ditador soviético Josef Stalin fez por si mesmo: apagar a história”. Logo o articulista desmente a afirmação, no que diz que a vantagem de Lula “se deve à economia, à inépcia e inapetência das oposições, às políticas assistencialistas tornadas uma eficiente máquina eleitoral, e à ignorância [...]”. Com base nos dados da pesquisa que aponta uma notável diferença entre os votos da classe média e dos mais pobres, pela primeira vez desde a redemocratização, Azevedo afirma que o povo nem sempre tem razão, se colocando do lado das “formadores de opinião”, contrário ao “neo-iluminismo petista”, que tem “em uma das mãos a miséria tornada cativa da caridade oficial e, na outra, a desinformação, a ignorância”, criticando os defensores do PT e do presidente Lula.

#### Diogo Mainardi

“A voz do PT”

Sobre a relação do PT com os órgãos de imprensa, dando a entender que haveria manipulação do governo em alguns setores. Crítica.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Não há anúncios do governo brasileiro nesta edição.

#### Veja 13/09/06

#### **Edição N° 1973**

##### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

###### 1.1. De capa

Não há destaque na capa para as matérias sobre o governo.

###### 1.2. Quando é matéria principal

“Foi o PT que pegou”, três páginas, de Marcos Aith.

A reportagem denuncia um esquema ofuscado há mais de um ano pelo mensalão, envolvendo a Secretaria de Comunicação (Secom), subordinada à presidência. Uma auditoria do Tribunal de Contas observou a falta de comprovação de 11 milhões de reais

gastos em materiais gráficos, e levanta a hipótese de superfaturamento. Os documentos enviados ao TCU pela Secom foram insuficientes, e levantou-se mais uma questão, de acordo com respostas do governo, do uso da máquina pública para campanha eleitoral, ao serem encomendadas revistas e encartes do governo. A matéria é claramente crítica, com foto do presidente, ligando-o diretamente ao escândalo, e de Duda Mendonça, acompanhado de Luiz Gushiken, respectivamente, publicitário dono de uma das contas da Secom, e o ex-ministro da Secom.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal:

“Lula está cada vez mais lá”, duas páginas, pelo jornalista Julia Duailibi.

Escreve sobre o crescimento de Lula nas pesquisas, principalmente na região sul, a três semanas da eleição. Mostra a influência dos segmentos mais baixos no voto das camadas mais ricas, com rendimentos acima de 10 salários mínimos, e entre os mais escolarizados. A matéria tem duas páginas, e é ilustrada com foguetes, onde os três principais candidatos (Lula, Alckmin e Heloísa Helena) estão se segurando, caracterizados por uma foto apenas de suas cabeças, encaixados no corpo junto à ilustração. Lula é o mais sorridente, com seu foguete acima de todos os outros. O texto é neutro, centrando-se nos resultados positivos para Lula nas pesquisas, e buscando respostas para esses resultados.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Das 1837 correspondências recebidas, 53 comentam as páginas amarelas com Arnaldo Jabor; 39 comentam a coluna de Diogo Mainardi; 29 o artigo de Reinaldo Azevedo; e 27 a matéria “Uma nova carta aos brasileiros”.

“Arnaldo Jabor”, uma carta.

Das cinco cartas publicadas por Veja, apenas uma fala no PT e no governo, sendo ela crítica.

“Lula e o PT”, quatro cartas.

Das quatro cartas publicadas, todas com críticas ao governo, uma ressalva que a matéria que dissocia Lula de seu partido prejudica o entendimento do leitor:

A defesa feita pelo autor da matéria, de que as propostas de Lula são melhores do que as do programa de seu partido, demonstra ingenuidade ou intenção de confundir

o que está muito claro. Desde o seu primeiro governo, Lula não tem programa com metas para o país. O único programa, tanto de Lula quanto do PT, é o de permanência no poder (VEJA, 13/09/06, p. 28).

### 3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Radar

“Cabo-de-guerra na Petrobrás”, nota sobre desentendimentos entre a ministra Dilma Rousseff e o grupo sindicalista que está no comando da Petrobrás. Neutra.

“Programa da carochinha”, critica o programa de governo lançado pelo PT para o segundo mandato.

“Relações indestrutíveis”, sobre a relação de Lula com Delúbio Soares. Crítica.

#### Veja Essa

Frase do Senador Pedro Simon em que afirma ser “estarecedor” o atual momento político, com tamanha aceitação do povo a Lula. Crítica.

#### Diogo Mainardi

“Podem atirar. Ui! Ai!”

Mais uma vez criticando Lula e o “lulismo”, incrédulo com o segundo mandato do petista e indignado com as retaliações à imprensa feitas pelo governo.

### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – uma página

#### **Veja 20/09/06**

#### **Edição N° 1974**

### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### 1.1. De capa

A matéria de capa da edição n°. 1974 de Veja é sobre o deputado federal Fernando Gabeira, do PV, fundador do PT. Aparece em foto ao lado do presidente Lula e do senador Eduardo Suplicy, e traz duas declarações de Gabeira sobre Lula, as duas

críticas, a respeito do mensalão e da sua atitude com Lula, quando ainda eram companheiros de partido.

### 1.2. Quando é matéria principal

“A cartilha de irregularidades do PT”, duas páginas, por Fábio Portela.

A matéria é sobre o processo que o Tribunal de Contas da União abriu contra o governo para investigar o sumiço de cartilhas feitas pela Secretaria de Comunicação, intimando Gushiken a devolver quatro milhões de reais aos cofres públicos. Envolve diretamente o presidente Lula, pelo fato de Luiz Gushiken ser subordinado direto a Lula e das cartilhas terem beneficiado o PT, falando inclusive em *impeachment*, assunto que teria sido levantado pelo presidente do PSDB, Tasso Jereissati. Crítica.

### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal:

“O *show* dos números”, três páginas, por Daniela Pinheiro.

A jornalista escreve sobre a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), feita pelo IBGE, afirmando que “ficou patente que a vida dos brasileiros melhorou nos últimos anos”. Mostra que, comparados com os resultados do começo do governo Lula, os brasileiros estão mais alfabetizados e há mais casas com luz elétrica, esgoto, coleta de lixo e água canalizada. Contrapõe com o excesso de gastos públicos do governo Lula, mas encerra a matéria se mostrando favorável à reeleição do presidente: “Melhoramos muito, como o próprio resultado da Pnad comprova. Não é hora, portanto, de desviar da rota correta”. Favorável.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Das 1805 cartas recebidas, 49 falavam na corrida presidencial, 25 comentam a coluna de Mainardi, e 20 a reportagem sobre a carta ao eleitor de FHC.

“TCU”, quatro cartas.

As quatro cartas são referentes à investigação do Tribunal de Contas da União sobre as cartilhas impressas em nome da presidência e distribuídas em nome do PT. Críticas.

“Corrida presidencial”, quatro cartas.

Todas críticas em relação à Lula.

“Diogo Mainardi”, uma carta.

Crítica.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Carta ao leitor

“Crescer? Claro. Mas como?”

Crítica ao baixo crescimento da economia brasileira, em contraponto à matéria desta edição, que fala que a vida do brasileiro melhorou ano a ano, no decorrer da última década.

#### Holofote

“Lula pensa no futuro”, sobre possíveis ministros do segundo mandato. Neutra.

“Namoro com o PFL”, aliados para o segundo mandato. Neutra.

“Reformas da gaveta”, critica a posição de Ricardo Berzoini, falando pelo governo Lula, que afirmou que as reformas da previdência e a trabalhista não deverão ser feitas no próximo mandato.

#### Radar

“GDK, a favorita”, sobre concorrência para a construção de um complexo de tratamento de gás da Petrobrás, destacando que a empresa favorita é a mesma que presenteou Silvinho Pereira, do PT com a camionete Land Rover. Crítica.

“Um ministério reformulado”, “Último ato” e “os planos de Marta”, são notas neutras sobre as ações dos ministros Márcio Thomaz Bastos e Marta Suplicy.

“Reabilitado pelas mãos de Lula”, nota sobre o deputado Jader Barbalho, atuando no governo Lula, com foto. Crítica.

#### Sobe e Desce

Desce: Antônio Palocci, indiciado pela Polícia Federal

Luiz Gushiken, suspeito de superfaturamento pelo Tribunal de Contas da União.

#### Veja Essa

Frase de Guido Mantega, justificando uma promoção eleitoreira do governo. Crítica.

Duas frases de Lula, uma neutra, falando sobre FHC, e outra em que Veja interpreta como se Lula estivesse se comparando a Cristo, e portanto, crítica.

Frase de Tarso Jairessati sobre as cartilhas do PT. Crítica.

Frase de Gal Costa, com foto, comparando os escândalos da Era Collor e os de agora, incrédula com o desfecho de hoje. Crítica.

### André Petry

“O voto envergonhado”

Coluna sobre o eleitor que vota em Lula mas não conta para ninguém, o “eleitor envergonhado”. Neutra.

### Livros

Veja apresenta uma obra divulgada na internet sobre o presidente Lula, que compila os escândalos petistas do mensalão. Sem editora, o autor recorreu à internet para divulgar “O Chefe”, título de seu livro. A matéria traz a imagem da capa do livro, reserva pouco espaço, um coluna da página, mas incentiva o leitor a procurar pelo texto, que incrimina Lula.

### Diogo Mainardi

“Sem Lula, o mundo é melhor”

Sobre as pesquisas eleitorais, “em minhas análises do Datafolha e do Ibope, Lula sempre perde. É um mundo melhor, o meu. Um mundo mais limpo” (VEJA, 20/09/06, p. 109).

## 4. Anúncios do Governo Federal

Não há anúncios do governo nesta edição.

### Veja 27/09/06

#### **Edição Nº 1975**

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1 De capa

A revista traz uma ilustração do presidente Lula na capa, uma caricatura com os olhos vendados pela faixa presidencial verde e amarela. Sem nenhum texto, nem chamada de capa, apenas a ilustração do presidente, de terno preto e gravata vermelha, sob fundo azul claro.

A editoria “Brasil” é toda sobre o caso do dossiê comprado pelo PT para prejudicar José Serra, com 26 páginas, sete matérias e uma entrevista. A abertura da editoria, sob o título “Um tiro no pé às portas da eleição”, tem foto de Lula apreensivo, ocupando uma página inteira, sob fundo preto. Na página seguinte, há um índice para as matérias seguintes sobre o escândalo, fazendo daquelas páginas uma espécie de caderno especial. As demais páginas têm o fundo em branco, mas seguem com a faixa vermelha na parte superior. A série de matérias inicia acusando seriamente o Partido dos Trabalhadores, e também o presidente Lula. “Com seus métodos criminosos, o PT lançou o país em uma grave crise política. Às vésperas da eleição presidencial, o partido cometeu uma violência ao tentar influir nos resultados do pleito estadual paulista pela compra e divulgação de um dossiê falso sobre adversários. [...] Lula é o patrono da desastrada compra com dinheiro sujo do falso dossiê”(VEJA, 27/09/06, p. 59).

## 1.2 Quando é matéria principal

“O vôo cego do petismo”, sete páginas, de Alexandre Oltramari.

Mostra a relação direta dos petistas envolvidos com o presidente Lula. É ilustrada com uma foto no interior de um avião, em 2002, onde Lula encontra-se acompanhado de Aloísio Mercadante, José Dirceu, Antônio Palocci, Freud Godoy, Bob Marques e Gilberto Carvalho, todos acusados de envolvimento em algum escândalo do governo Lula. Em montagem nas duas páginas seguintes, “Os buracos negros do sistema Lula”, Veja identifica assessores e pessoas próximas ao presidente, suspeitos de integrarem ações de corrupção. São fotos só do rosto dos acusados, ao redor da imagem de Lula, remetendo ao sistema solar. A reportagem faz uma cronologia a partir da prisão de Valdebran Padilha e Geldimar Passos, o que levou a Polícia Federal a descobrir que petistas do alto escalão estariam ligados ao dossiê, chegando às demissões de Freud Godoy, assessor especial de Lula, na segunda-feira, até o auge das demissões na quarta, quando caiu Ricardo Berzoini, coordenador da campanha de Lula. Um quadro, “Os grampos da negociata”, mostra transcrições de ligações telefônicas de Luiz Antônio Vedoin sobre as negociações do dossiê, em que fala com Valdebran Padilha, petista que

fez a intermediação da compra, e Expedito Afonso Veloso, diretor do Banco do Brasil, que negociou o material. As conversas ocupam a metade inferior de três páginas da matéria, confirmando as informações passadas para o leitor pela reportagem.

1.3 Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal:

“O guarda-malas do Planalto”, duas páginas, do jornalista Policarpo Junior.

Mostra o envolvimento de Freud Godoy, assessor especial de Lula e ex-segurança, com o esquema de Delúbio Soares, em mais uma denúncia ao redor de homens de confiança de Lula. Fala das atividades de Godoy no PT e de sua empresa de segurança, que prestava serviços ao partido, como a proteção do tesoureiro em uma série de movimentações e transporte de valores. A reportagem sugere uma descrença da seriedade dos dois homens em questão, Godoy e Soares, e até mesmo os ofende.

O esquema de segurança de Delúbio foi desativado por Freud depois do escândalo que revelou que ‘nosso Delúbio’, como a ele ainda se refere o presidente Lula, era um trambiqueiro. Ele, suas malas e seu guarda-malas (VEJA, 27/09/06, p. 71).

“A costela de Lula”, matéria de Fábio Portela, de duas páginas.

Revela a ligação entre Lula e Jorge Lorenzetti, que coordenava o Núcleo de Informações e Inteligência da sua campanha de reeleição. Coloca explicitamente que o governo Lula deu incentivo às *ongs* e sindicatos que Lorenzetti presidiu, e que este esteve ajudando a filha do presidente, Lurian. Revela detalhes da amizade dos dois, como os churrascos e festas de *reveillon* juntos.

“Um bom bode expiatório”, de Victor Martino e Heloisa Joly, uma página.

Investiga a relação do coordenador da campanha de Aloísio Mercadante ao governo do estado de São Paulo; não fala em Lula, mas explica o envolvimento criminoso de Lacerda com o dossiê.

“A PF finge que investiga...”, quatro páginas, por Marcos Aith e Giuliano Guandalini.

Os jornalistas desenvolvem a relação da polícia federal com o interesse em descobrir a origem do dinheiro com que seria pago o dossiê. Observam uma morosidade por parte do órgão, principalmente se comparado com o caso Francenildo Costa, em que a Coaf (órgão que fiscaliza as movimentações financeiras) liberou os extratos do caseiro em três dias, em benefício do ex-ministro Palocci. Associa essa demora com o desinteresse do governo Lula em que se descubra a origem desse dinheiro, que envolveria diretamente o presidente, fazendo uma alusão também ao caso Watergate, que derrubou o presidente Richard Nixon, nos Estados Unidos. A matéria, de quatro páginas, conta com um quadro “O 1,7 milhão que tira o sono de Lula”, com o total de cédulas de dinheiro encontradas com os membros do PT envolvidos no dossiê, e informando os meios que a PF tem de descobrir a origem desse montante. O texto desacredita o trabalho da polícia federal por estar muito envolvida com o governo, e denuncia que o grupo que iniciou as investigações foi afastado da operação depois de ter prendido um dos membros da PF por envolvimento.

“Pior do que Watergate”, Juliana Linhares e Camila Pereira, três páginas.

A frase do presidente do TSE, Marco Aurélio de Mello, serve de título da matéria seguinte e corrobora a avaliação da revista Veja na matéria anterior. Comparando com o caso americano, e mostrando a quantia muito inferior encontrada pelos policiais americanos, o leitor sente-se compelido a considerar o caso “pior do que Watergate”, tendo na página seguinte a confirmação, através da frase do ministro Marco Aurélio. Com quadro “Os riscos que Lula corre”, Veja explica para o leitor quais são as ameaças a Lula, como candidato e como presidente, juridicamente. Na página seguinte, um novo quadro “Sinal verde para a corrupção”, ilustra a facilidade com que pessoas próximas a Lula cometem atos de corrupção, como Palocci, José Dirceu e seu filho Lulinha.

“Bruxaria contra ministros do TSE”, duas páginas, de Diego Escosteguy.

O jornalista denuncia a colocação de grampos nos gabinetes do TSE. As escutas serviriam para que soubessem com antecedência sobre os votos dos ministros do Supremo, de interesse eleitoral. Não acusa o PT nem o núcleo envolvido com o presidente Lula, mas a reportagem cita o presidente do TSE, cujo telefone fora grampeado, como “crítico ferrenho da reeleição desde o início do processo, Marco Aurélio foi acusado de tendencioso pela coordenação da campanha do PT”. A matéria,

inclusive pela sua localização no corpo da revista, junto à reportagem especial sobre o dossiê, leva o leitor a associar Lula aos grampos, mas o conteúdo do texto é neutro, apenas cita o PT, mas não coloca mais nenhuma suspeita.

“Perdemos o sentido da civilização”, três páginas, Lucila Soares.

Entrevista com o jurista Célio Borja, em que este fala sobre a crise atual do dossiê, e mesmo quando indagado pela reportagem sobre a responsabilidade de Lula, prefere não avaliar o presidente: “Quando fui magistrado, aprendi que não temos o direito de transformar nossa indignação em insulto. Estamos discutindo e avaliando condutas à luz da constituição e das leis. Por isso não quero falar do presidente”(VEJA, 27/09/06, p.87).

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Das 2127 cartas recebidas pela redação de Veja, 70 comentam a coluna de Diogo Mainardi, “Sem Lula o mundo é melhor”, e 27 comentam o escândalo do dossiê contra José Serra.

“Sanguessugas”, quatro cartas.

Todas criticando o PT e o presidente, na tentativa de obter o dossiê contra José Serra.

“TCU”, duas cartas.

Sobre as cartilhas do PT. Críticas.

“Veja Essa”, uma carta.

Critica a frase de Lula publicada na semana anterior, em que o presidente se compara a Cristo.

“Diogo Mainardi”, quatro cartas.

As quatro cartas são críticas em relação a Lula, concordando que o mundo seria melhor sem o presidente.

## 3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Carta ao leitor

“Até quando?”

Crítica o PT devido à compra do dossiê para incriminar José Serra e lembra que a investigação do Tribunal Superior eleitoral pode levar à cassação do diploma do presidente.

#### Ponto de Vista – por Stephen Kanitz

“A derrota dos intelectuais”

Afirma que a classe dos intelectuais foi a que mais perdeu com essas eleições, perdeu espaço e poder. Neutra.

#### Radar

Cinco notas sobre o presidente, uma delas em destaque com foto, “Os planos de Lula – antes do escândalo”. Crítica. Das outras quatro notas, mais uma é crítica, sobre o “soterramento de escândalos”, e as outras três são neutras.

Na mesma página, ainda há um quadro, “Os tucanos ainda acham que dá”, comparando as últimas pesquisas eleitorais com pesquisas de anos anteriores. Neutra.

#### Sobe e Desce

Desce: PT, “envolvido em tenebrosas transações”. Crítica.

Lula, “o escândalo pode ter-lhe tirado uma vitória quase garantida no primeiro turno”. Crítica.

#### Veja Essa

As frases da seção “Veja Essa” desta semana têm, em sua maioria, relação com o caso do dossiê. São ao todo 16 frases em duas páginas, e sobre o dossiê e o presidente Lula há 10 frases, sendo uma do próprio Lula, com foto, e outra também ilustrada, do presidente Marco Aurélio Mello, do TSE, onde este afirma que o escândalo dos petistas é pior do que Watergate. Das 10 frases, apenas uma é neutra, proveniente do assessor especial de Lula, tranquilizando o presidente, ao afirmar que tem como provar que não teve nada a ver com a compra das informações sobre os tucanos. As demais frases são de opositores do presidente. Até mesmo a frase atribuída ao próprio Lula adquire caráter negativo, por ser acompanhada de uma explicação irônica da revista, e seguida de uma resposta crítica de FHC.

### André Petry

“Um domingo espanhol”

Abre abordando a situação ocorrida na Espanha, em março de 2004, dias antes das eleições, em que houve um terrível atentado ao metrô de Madri. O governo tentou manipular o episódio para que o atentado parecesse proveniente dos separatistas bascos, ligados à oposição. Os eleitores espanhóis descobriram a manobra governista e elegeram a oposição. Para Petry, “o episódio serve para mostrar a diferença entre um país e um bordel”.

### Diogo Mainardi

“Istoé, a mais vendida”

Acusa a revista IstoÉ de ter publicado uma matéria de capa com os Vedoin, incriminando a oposição de Lula. O jornalista teria tido acesso a informações sobre um encontro de Lula e o dono da IstoÉ, em que teriam acertado a publicação de encartes da Petrobrás no valor de R\$13 milhões. Através de mais essa denúncia sobre o governo Lula, Mainardi levante um debate sobre a imprensa brasileira, e o que ele chama de “imprensa lulista”.

### Roberto Pompeu Toledo

“A armadilha e o mito”

Chama o presidente Lula de armadilha, em função da série de escândalos em que o seu partido se envolve. Crítica.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Não há anúncios do governo nesta edição.

### **Veja 11/10/06**

#### **Edição N° 1977**

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

A capa é ilustrada com a foto do candidato Geraldo Alckmin, sob o título “O desafiante”, e a matéria principal, “O fenômeno Alckmin”, dedica oito páginas ao candidato. Em preto e branco, apenas com alguns gráficos em vermelho ou amarelo, a capa e a matéria dão destaque ao tucano, avaliando suas chances de vitória sobre Lula no segundo turno. Ainda há mais uma matéria, de três páginas, “Como seria a economia de Alckmin”, dando mais espaço favorável ao presidencialista.

### 1.2. Quando é matéria principal

“Agora é com a máquina”, três páginas, de Otávio Cabral.

A matéria é uma análise da estrutura de campanha de Lula para o segundo turno. Fala da festa pronta para a vitória no primeiro turno, e usa tom pejorativo ao tratar dos ministros de Lula e das futuras ações de campanha.

No dia seguinte, a primeira mudança provocada pelo segundo turno estava materializada: o presidente Lula, que quase ignorou sua agenda presidencial, fora engolido pelo presidente Lula – e o governo, com dezessete ministros arregaçando as mangas, fora engolido pela campanha (VEJA, 11/10/06, p. 56).

### 1.3 Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal:

“As duas faces de Lula”, duas páginas.

Levanta algumas questões sobre a divergência das opiniões de Lula. Usa imagens de Lula como diabo, na página esquerda, com fundo vermelho, e como Anjo, sob fundo azul. As declarações em contradição foram feitas pelo presidente durante entrevista coletiva no dia seguinte às eleições, depois de declarado o segundo turno. Veja publica frases retiradas de discursos e entrevistas durante a campanha, em que Lula afirma, entre outras coisas, que a eleição seria decidida em primeiro turno ainda, em contraponto às frases da entrevista coletiva, em que aparece um Lula mais tranquilo, reflexivo, e buscando agradar a imprensa e os eleitores. Duvida das crenças do presidente, e desacredita suas opiniões proferidas durante a campanha. Crítica.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Das 2115 correspondências recebidas, 39 comentavam as matérias sobre as eleições de 2006, e 37 abordavam a coluna de Diogo Mainardi, “Um golpista sem farda”, de 04 de outubro.

“Para voltar a crescer”

Uma carta, das nove publicadas sobre a matéria, fala em Lula, criticando o presidente.

“Eleições 2006”, sete cartas.

As sete são críticas em relação ao governo do PT e ao presidente Lula.

“Ceia nada santa”, seis cartas.

As seis cartas são contra Lula

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Holofote

“Segura a língua, ACM”

Sobre o pedido da ministra Dilma Rousseff para que o senador Antonio Carlos Magalhães não dê tantas declarações contra Lula. Crítica, mostra um lado do governo que deseja calar os opositores com chantagens e cargos.

Veja Essa

Frase de Paulo Maluf defendendo Lula, o que faz da frase uma crítica ao presidente devido ao autor, e ao comentário de Veja.

Frase do vice-presidente, José Alencar, que afirma que o segundo turno “é bom para o Brasil”. Neutra

Duas frases, trocas de elogios entre Lula e Collor. Críticas.

Frase de Antônio Carlos Magalhães sobre liberações no orçamento da União na véspera das eleições. Crítica.

Frase de Clodovil, mencionando o gosto do presidente pelas bebidas alcoólicas. Crítica.

Diogo Mainardi

“Notícias da Itália”

Falando do esquema de corrupção na Itália, envolvendo autoridades brasileiras: “[...]o lulismo realmente ganhou o mundo. Em sua forma mais autêntica: o dinheiro sujo”.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Caixa Federal – duas páginas.

### **Veja 18/10/06**

### **Edição N° 1978**

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1. De capa

“Dossiêgate. Limpeza de alto risco”.

Na capa, a ilustração é a marca de uma pegada de sapato masculino, composta por notas de dólares e reais, além de uma mão numa luva, segurando um pano para limpar a pegada. Abaixo da manchete, o texto: “A operação para encobrir a origem do dinheiro pode ser ainda mais devastadora para o governo”.

Em reportagem de oito páginas, do jornalista Marcos Aith, Veja anexa novos fatos ao escândalo do dossiê contra o PSDB. Tendo o assessor especial de Lula, Freud Godoy, como principal personagem, a matéria “Um enigma chamado Freud” confirma a ligação estreita entre Godoy e o presidente Lula, como assessor e segurança da família. Acusa o PT de realizar as negociatas criminosas e sugere mais crimes eleitorais.

A apuração dos repórteres de Veja mostra que a operação abafa seguiu um padrão mais ou menos constante na crônica policial do governo petista. Primeiro se comete um ilícito e depois se seguem outros ainda mais demolidores na tentativa de encobrir o primeiro (VEJA, 18/10/06, p. 45).

A matéria apresenta ainda quadro informativo “Por que a descoberta da origem do dinheiro do dossiê pode complicar a vida de Lula”, com as imagens das pilhas de dinheiro apreendidas com Freud Godoy, e destacando as informações que levam ao crime eleitoral. Veja aborda o caso justamente pelo viés do crime eleitoral, esperando a

cassação da candidatura ou até mesmo do diploma, se empossado no cargo. Em resposta à pergunta que dá título ao quadro, Veja afirma: “Porque todos os fatos e versões até agora apontam para o cometimento de crime eleitoral, cuja pena é a cassação do registro da candidatura do envolvido – neste caso, o presidente Lula – ou a perda do seu mandato” (VEJA, 18/10/06, p.47).

## 1.2. Quando é matéria principal

A matéria principal desta edição é a mesma da capa.

## 1.3 Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal:

“Ficou ainda pior”, duas páginas (incluindo a coluna de André Petry), de Julia Duailibi.

Com o relatório técnico do Tribunal de Contas da União em mãos, sobre os encartes produzidos pela Secretaria de Comunicação da presidência, Veja apresenta mais denúncias em relação ao ex-ministro Luiz Gushiken, e aborda a confusão entre os interesses do Estado e do partido político do governo.

Não é novidade que, para o PT, não há fronteira entre Estado e partido. Essa confusão foi atestada pelo próprio ministro Ubiratan Aguiar em seu voto. Esperava-se apenas que, após os escândalos que envolveram a Secom no ano passado, como os contratos superfaturados com as empresas do lobista Marcos Valério, o governo promovesse uma limpa nos quadros do órgão. [...] Esse é o governo da companheirada (VEJA, 18/10/06, p.53).

“Viva as privatizações”, duas páginas, de Giuliano Guadalini.

O repórter aborda os programas de governo dos dois candidatos à presidência, no que compete à diminuição dos gastos públicos e solução do problema da previdência social. Ilustra com a figura de elefantes o “esmagamento” das finanças públicas e o aumento crescente dos gastos do governo federal (de 1995 até 2005) em comparação ao rendimento médio dos trabalhadores, em reais.

Lula afirmou na semana passada, em entrevista ao jornal O Globo, que não teria privatizado a Telebrás nem a mineradora Vale

do Rio Doce. Miopia ideológica do presidente-candidato. Foi a privatização da Telebrás que levou o telefone às camadas mais pobres da população[...]” (VEJA, 18/10/06, p.54).

“O terrorismo do PT”, uma página.

Veja compara Marco Aurélio Garcia, coordenador da campanha de Lula, a Osama Bin Laden, “missão de espalhar o terror” (VEJA, 18/10/06, p.58). Com uma página de matéria, acusa o presidente de usar da mesma tática de qual foi vítima em tantas campanhas, prejudicando Alckmin, fazendo um “jogo sujo”.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Entre as mais comentadas, das 2498 cartas recebidas pela redação de Veja, 237 falam sobre a matéria de capa sobre Geraldo Alckmin e 36 sobre o segundo turno das eleições.

“Geraldo Alckmin”

Das cartas publicadas sobre Geraldo Alckmin, a maioria cita o governo Lula, comparando os dois candidatos. Nota-se que sete cartas foram publicadas na sessão, das 237 recebidas, sendo que destas, três são críticas ao presidente Lula, e duas são neutras. As duas restantes não comentam o presidente, apenas o candidato Alckmin.

“O verdadeiro Lula”

Uma carta publicada, agradecendo à revista por mostrar “a falsidade de quem está na presidência deste nosso sofrido país”. Crítica.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Carta ao leitor

“Sem medo de cortar”

Sobre a necessidade de corte de gastos da União para o crescimento da economia brasileira, criticando tanto Lula como o candidato Alckmin.

Holofote

Ao lado da coluna de Felipe Patury, há um quadro com uma curta entrevista com a mãe da Senadora Heloísa Helena: “Lula não terá o meu perdão”. Helena Moraes,

entrevistada pela repórter Camila Pereira, chama Lula de “sapo barbudo” e bandido. Crítica.

### Contexto

Veja publica uma das promessas de campanha de Alckmin, que afirma que irá vender o AeroLula para construir cinco hospitais. A revista compara o valor da aeronave com os gastos para a instalação de um hospital simples, no custo de 25 milhões cada um dos cinco. O quadro ainda faz uma comparação do Brasil com outros países de PIB bem maior que o nacional, e se há avião presidencial ou não. No caso, a comparação é feita com a Inglaterra, Canadá e Espanha: em nenhum dos três há avião exclusivo para líderes.

### Radar

Três notas com posições críticas em relação a Lula. A primeira “A farra da burocracia”, critica a demora da Receita Federal para investigar casos, gerando gastos à União. A outra coluna fala sobre a relação de Lula e José Dirceu, crítica. E a última é a declaração de um assessor do presidente Lula afirmando que o Palácio está parado em função das eleições. Crítica.

### Veja Essa

Frases de Lula e Alckmin durante o debate da Bandeirantes. Alckmin questiona a origem do dinheiro para a compra do dossiê, e Lula contrapõe sem responder. A tréplica do tucano critica ainda a relação de Lula com os envolvidos nos escândalos de corrupção do governo. As três frases são críticas.

Frase de Roberto Jefferson, criticando a atuação de Lula no debate.

Mais sete cartas críticas em relação a Lula, de membros da oposição, jornalistas, e até uma de um dos seus irmãos, que se declara eleitor de Alckmin.

### André Petry

“É da nossa conta, sim”

Defendendo a divulgação de assuntos envolvendo familiares de candidatos, como o caso dos vestidos de Lu Alckmin ou dos ternos da Primeira-dama Marisa Letícia, como assuntos de interesse do eleitor. Neutra.

## Diogo Mainardi

“Lula, Freud e dinheiro sujo: tudo a ver”

Ordena os fatos que envolvem o presidente Lula, seu assessor Freud Godoy, e a Telecom Itália, entre outros personagens da compra do dossiê contra o PSDB. Crítica.

### 4. Anúncios do Governo Federal

Não há anúncios do governo federal nesta edição.

## Veja 25/10/06

### Edição Nº 1979

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1. De capa

“O ‘Ronaldinho’ de Lula”.

Traz na capa a foto do filho do presidente Lula, Fábio Luís Lula da Silva, e atrás a imagem do presidente, olhando em direção à foto de Fábio Luís, ao fundo, em preto e branco, sendo a foto do filho colorida. Abaixo da manchete, a frase: “O presidente comparou o filho empresário ao craque de futebol. Mas os dons fenomenais de Fábio Luís, o Lulinha, só apareceram depois que o pai chegou ao Planalto” (VEJA, 25/10/06). “Por que não pode todo mundo ser o Ronaldinho”, oito páginas, de Alexandre Oltramari.

O título da matéria é em alusão à frase proferida pelo presidente Lula, em entrevista ao programa Roda Viva, da TV Cultura, ao falar sobre a carreira do seu filho. Na matéria, Veja faz questão de chamar Fábio Luís Lula da Silva, filho do presidente, de Lulinha, mesmo advertindo no início do texto que ele detesta ser chamado assim. A reportagem vai atrás de dados sobre a ascensão profissional de Lulinha, que coincidiu com a chegada do pai ao palácio do Planalto. Através de informações sigilosas, Veja chega a detalhes das transações com a Brasil Telecom e a Telemar, sobre o *lobby* que Lulinha fazia no palácio do Planalto para beneficiar as empresas que investiam na sua, como a Gamecorp. Traz detalhes da relação do filho do presidente com lobistas de Brasília, envolvidos em negociações criminosas, e empresários do setor de comunicação. Crítica direta ao presidente, porque mostra que as negociações de Lulinha chegaram ao

Palácio do Planalto e que este usou da sua relação como filho do presidente para obter benefícios próprios.

## 1.2. Quando é matéria principal

A matéria principal desta semana é a mesma da capa.

## 1.3 Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal:

“O fracasso da operação abafa”, duas páginas, de Marcos Aith.

A respeito das investigações sobre a origem do dinheiro e os culpados pelo dossiê contra o PSDB. Freud Godoy, assessor especial do presidente Lula, teve seu sigilo bancário quebrado, demonstrando o fracasso da tentativa que impedir as investigações da polícia federal. Ironiza as declarações de Lula a respeito do dossiê, e apresenta como fato novo a afirmação de Gilberto Carvalho, chefe-de-gabinete de Lula, que teria telefonado para o presidente, assim que soube da prisão dos membros do partido com os valores a serem pagos pelo dossiê. Envolveria também, em função de ligações telefônicas, o ex-ministro José Dirceu. Veja faz questão de citar cada vez mais companheiros muito próximos de Lula ao escândalo.

“Salto na reta final”, três páginas, do jornalista Otávio Cabral.

Aborda a vantagem de Lula no segundo turno, apontada pelos institutos de pesquisa. “Salto na reta final” procura os motivos para a migração de votos que no primeiro turno foram de Alckmin e agora passaram a ser de Lula. “O eleitor aparentemente está sublimando a ética em nome das questões mais ligadas ao seu dia-a-dia, como emprego e estabilidade econômica” (VEJA, 25/10/06, p.70). Mostra-se contra a arrancada de Lula, pelo uso de vocábulos pejorativos para se referir ao PT, como “boataria petista” e “terrorismo eleitoral”.

“Os coronéis de Lula”, matéria de duas páginas, de Otávio Cabral.

Destaca a vitória de aliados do governo federal no nordeste, região onde tradicionalmente o coronelismo era a política em que se destacava o PFL, partido de Antônio Carlos Magalhães. O jornalista faz uma comparação com esses antigos coronéis e os atuais eleitos do PT que, modernizando as antigas práticas do voto de cabresto, têm o Bolsa Família como uma espécie de compra de votos.

“Decolaram com milhões”, matéria de Júlia Duailibi, de duas páginas.

Sobre superfaturamento das obras no aeroporto de Congonhas, descoberto pelo Tribunal de Contas da União e pelo Ministério Público Federal, ligadas ao presidente da Infraero, órgão do governo federal. “Se o mesmo padrão de superfaturamento de Congonhas tiver ocorrido nas outras reformas, o Ministério Público acredita estar diante de um dos maiores desvios de recursos públicos deste governo” (VEJA, 25/10/06, p.77).

“Perdulário, gigantesco e ineficiente”, quatro páginas, Lucila Soares e Ronaldo França.

Na editoria de economia, Veja publica matéria sobre o Estado brasileiro, criticando o mau uso do dinheiro público pelo governo federal. Ilustra-a através de um quadro informativo, com 10 exemplos, o quanto o Estado gasta, pagando caro por produtos que se encontra por muito menos no mercado, e pelo descontrole nos gastos em projetos sociais ou de construção. Neutra, critica o Estado como instituição falida há muitos anos, não a associando ao governo Lula.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Das 2750 cartas recebidas durante a semana pela redação de Veja, 101 comentavam a matéria de capa da edição anterior “Limpeza de alto risco”, e 27 abordavam a matéria sobre as privatizações.

A respeito do segundo turno, Veja publica carta de uma eleitora capixaba contra Geraldo Alckmin, e a favor de Lula:

Sabemos que Alckmin abafou CPIs, deixou o PCC dominar o sistema prisional, a educação pública não levou seus alunos ao mesmo nível da particular e a saúde continua um caos. Tenho visto que praticamente só são publicadas cartas que falem mal da gestão Lula. Por favor, publiquem esta carta (VEJA, 25/10/06, p.40).

Em contrapartida, 17 cartas contra Lula são publicadas na mesma sessão, e duas são neutras.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

## Carta ao leitor

### “O estatal e o público”

Defende a privatização de alguns setores, em contrapartida ao tratamento dado por Lula à venda de estatais, que considera “um crime”. Crítica.

## Holofote

### “Dossiê Fruta”

Sobre o encerramento das atividades da empresa Amafrutas, de Jorge Lorenzetti, amigo de Lula e beneficiado com 20 milhões de reais do governo, para reabrir a fábrica há três anos. Crítica.

## Contexto

### “Uma comparação entre investimentos do PT e do PSDB”

Mostra os dados dos investimentos do período FHC em comparação ao período Lula, colocando que os gastos foram iguais, mas em diferentes setores. Neutra.

## Radar

### “Ele está muito inquieto”

Nota, com foto, do presidente, preocupado com o período pós-eleições e as investigações do caso do dossiê. Neutra.

Mais três notas sobre articulações do atual governo para o segundo mandato e sobre os gastos públicos. Duas críticas e uma neutra.

## Sobe e Desce

Sobe: Lula, aumentou a diferença percentual com Alckmin.

Desce: Freud Godoy, ex-assessor do presidente, teve seu sigilo bancário quebrado pela CPI das Sanguessugas.

## Veja Essa

Quatro frases do presidente Lula: duas neutras, sobre o dossiê, afirmando que os culpados devem ser punidos, e duas críticas, em que o presidente aparece se contradizendo ou negligenciando o caso.

Frase de Alckmin defendendo-se das declarações do PT, de que o candidato iria privatizar a Petrobrás, e acusando o governo pelos casos de corrupção.

Duas frases, de um historiador e de um jornalista, contra o PT, o presidente, e seu modo de governo, que “mobilizam o que o país tem de pior, de mais atrasado, provinciano e recalcado”.

E duas frases do deputado petista Antonio Carlos Biscaia, presidente da CPI dos sanguessugas, sobre a origem “criminosa” do dinheiro para a compra do dossiê”.

### Diogo Mainardi

“Lula é o PT”

Lembra os escândalos que rondam o presidente, em especial o dossiê e seu ex-assessor Freud Godoy. Faz menção a Watergate. Crítica.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – três páginas

### Veja 01/11/06

**Edição Nº 1980**

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

“Dois Brasis depois do voto?”

A matéria principal “O Desafio dos dois Brasis”, que vem destacada na capa, abre com a imagem de perfil dos dois candidatos, Lula e Alckmin. As feições dos presidenciáveis são compostas de pequenas fotos de eleitores entrevistados por Veja. São imagens neutras para os dois. O texto inicia ainda nas duas primeiras páginas, dividindo espaço de destaque com as fotos. Critica os candidatos pelo excesso de otimismo na campanha “limitaram-se a declamar o que suas assessorias diziam ser o que o eleitor de cada um gostaria de ouvir”. (VEJA, 01/11/06, p.66). É crítica quanto ao presidente Lula, quando menciona como erro da campanha de Alckmin o fato de não ter evidenciado corretamente a corrupção no governo:

Alckmin fez a denúncia sistemática da podridão do governo Lula, mas falhou miseravelmente ao não conseguir estabelecer a diferença essencial entre a corrupção que acontece por falhas no

sistema (e que pode aparecer em qualquer governo de qualquer país) e a corrupção endêmica (que virou marca registrada do governo petista) (VEJA, 01/11/06, p.68).

O texto abre a série de matérias que seguem sobre a divisão do país nas eleições, a campanha eleitoral e as realizações de governo. Sugere uma união da esquerda e da direita política no país, para que haja o crescimento. A seguinte frase encerra o texto: “a chave da prosperidade brasileira não é outra senão encontrar uma pauta comum entre os modernizadores e a esquerda conservadora”.

As matérias sobre os rumos do país, neste segundo turno estendem-se por 14 páginas, sendo a matéria “Entre o azul e o vermelho” a mais extensa, com nove páginas. Um mapa do Brasil ilustra as regiões onde cada um dos candidatos teve um melhor desempenho, sendo vermelho para Lula, e azul para Alckmin. Nas 12 páginas seguintes, um quadro com populares e celebridades, falando em quem votaram e porquê. A matéria traça um perfil do brasileiro, como ele vota, e de que forma gasta seu dinheiro.

#### 1.2. Quando é matéria principal

“Nem cassado, nem impune”, cinco páginas, de Otávio Cabral.

“Um segundo mandato de Lula vai se equilibrar entre a necessidade de apurar as denúncias e o respeito à vontade das urnas” (VEJA, 1º/11/06, p.81), é o que diz na linha de apoio.

A reportagem dá quase como certa a vitória de Lula nas urnas, pois discute sobre o segundo mandato e como Lula deve se comportar. Crítica, não perde a oportunidade de atacar o presidente, lembrando os problemas com a ética e os seus assessores e ministros.

#### 1.3 Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal:

“Melhor, mas pior que os demais”, três páginas, de Giuliano Guandlini.

A matéria fala no progresso do país nos últimos anos, mas inferior ao de países concorrentes, como China, Coréia do Sul e Cingapura. Coloca em números as comparações, mostra quadros com indicadores econômicos e sociais. Faz uma crítica

construtiva para o crescimento do Estado, mas é neutra em relação a Lula e ao governo brasileiro.

“O Fábio ficava mais ali”, duas páginas, por Alexandre Oltramari.

A frase do título é de Kalil Bittar, lobista e sócio de Fábio Luiz Lula da Silva, filho do presidente Lula, sobre a mesa que Lulinha ocupava no escritório do lobista. Veja ainda revela contradições nas declarações de Bittar, que ora diz conhecer Fábio Luiz, ora diz saber quem é apenas por fotos publicadas na imprensa. Cota Lula apenas como pai do empresário, e não menciona nenhum envolvimento ou facilidades de negócios por parte do governo.

Na mesma página, há notícia de uma coluna sobre o irmão do presidente, Genival Inácio da Silva, que estaria envolvido num esquema de *lobby* com a prefeitura de São Sebastião, em São Paulo.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Veja destaca um espaço aos comentários dos jovens leitores, entre nove e 18 anos, que vêm participando cada vez mais, enviando correspondências à redação. Dos comentários publicados, que ocupam duas colunas da página, quatro são sobre política, sendo críticos ao governo Lula: “Não sabemos mais o que é necessário para mostrar quanto Lula foi leviano com a confiança do povo”, afirma Alexandra Bruski, de 15 anos (VEJA 01/11/06, p.47).

A presente edição conta também com mais 22 cartas críticas a respeito do governo Lula e duas neutras. Somadas às quatro dos jovens leitores, totalizam 26 cartas que desfavorecem Lula, de um total de 60 cartas publicadas. A reportagem de capa da edição anterior, sobre os negócios do filho do presidente Lula, rendeu muitos comentários publicados, porém a revista não incluiu a tabela com as reportagens mais comentadas, como de costume.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Carta ao leitor

A “Carta ao leitor” da edição de número 1980 de Veja, intitulada “Do lado do Brasil”, responde a uma charge publicada no Jornal do Comércio, de Porto Alegre, que a revista entendeu como uma crítica à publicação: “[...] ao brincar com um ponto de

vista equivocado e difundido entre as hostes petistas – o de que Veja tem o objetivo de ‘perseguir’ o presidente Luiz Inácio Lula da Silva – fornece uma boa oportunidade a esta revista” (VEJA, 01/11/06, p.09). A publicação escreve que tem como tarefa fiscalizar o poder, “a partir de um ideário sólido, imune às vicissitudes, e sobejamente legitimado por seus leitores e anunciantes [...]. Imprensa livre não é imprensa neutra. O lado de Veja é o lado do Brasil” (VEJA 01/11/06, p.09).

### Holofote

Em uma coluna, ao lado da sessão “Holofote”, de Felipe Patury, em que há sempre entrevistas breves, feitas pela repórter Heloisa Joy, a entrevistada da semana é a atriz Carol Castro, a respeito da sua participação na novela “O Profeta”. Na legenda da foto, Veja ironiza as crenças da atriz sobre religião com uma crítica a Lula: “Carol: só falta acreditar que Lula não sabia” (VEJA, 01/11/06, p.50).

### Radar

O presidente Lula é citado em três notas, uma delas neutra e duas outras críticas. Em umas das notas de conteúdo crítico, “A ponte que encolheu”, o colunista revela uma licitação fraudulenta descoberta pelo Tribunal de Contas da União, que envolve o Departamento Nacional de Infra-Estrutura de Transportes. A ponte teria 160 metros de extensão, de acordo com a licitação, mas os técnicos do TCU registraram que a obra tinha apenas 120 metros, portanto, foram pagos 40 metros a mais de construção. O uso da expressão “o incrível episódio da ponte que encolheu”, que introduz a caso na nota, denota a tentativa do jornalista de ironizar a situação, projetando assim uma imagem ainda mais negativa para o episódio.

Há também um quadro, “O MST diminui o ritmo para reeleger Lula”, em que Veja compararam o número de invasões antes e durante o período eleitoral, afirmando que “o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) freou as invasões neste ano para não atrapalhar a campanha de reeleição do presidente Lula”(VEJA, 1º/11/06, p. 56).

### Sobe e Desce

Desce: Educação no Brasil, Brasil em 72º lugar no *ranking* da Unesco.

## Veja Essa

Frase de Geraldo Alckmin, mais uma vez, criticando o atual governo.

Frase de Lula, com foto ao lado de Fernando Henrique, em que fala em não fazer mais comparações com o ex-presidente. A conotação negativa da frase se dá pelo comentário de Veja que ironiza sua frase, assim como a outra frase do presidente Lula, na mesma página.

Duas frases de jornalistas criticando ferrenhamente o PT. Em uma chama-o de “chupa-cabra da democracia”.

Frase de Márcio Thomaz Bastos negando a compra do dossiê, o que Veja rebate, lembrando alguns fatos do escândalo. Crítica.

Frase crítica do Senador Heráclito Fortes, do PFL do Piauí, sobre o filho do presidente.

Frase do deputado Paulo Delgado, do PT de Minas Gerais, afirmando que o partido “[...]precisa assumir responsabilidades por ela [a democracia] e não apenas servir-se dela”(VEJA, 1º/11/06, p. 61).

Ainda há um quadro, “Blogueiro chapa branca”, a respeito de Marcelo Tas, jornalista que hoje defende, em seu *blog*, a empresa de Fábio Luiz Lula da Silva.

## Artigo – Reinaldo Azevedo

“É preciso civilizar os bárbaros do PT”

Compara os membros do partido aos índios brasileiros que o padre José de Anchieta civilizou, este que representa os “democratas”, ou “nós”, que temos a missão de catequizar.

## André Petry

“Tudo às escuras”

Contrapõe os projetos petista e tucano para o Brasil.Neutra.

## Diogo Mainardi

“Thoreau contra o lulismo”

“Lula é o chefe de uma junta de golpistas. Referendá-lo significa referendar o golpismo” (VEJA, 1º/11/06, p. 141). Crítica.

## Roberto Pompeu Toledo

“O Brasil continua”

Reflexões sobre o fim da temporada eleitoral. O colunista transmite uma certa morosidade quanto à situação política do Brasil, e explora um pouco a história recente das campanhas eleitorais brasileiras. Sem citar personagens por seus nomes, caracteriza-os criticamente em relação ao seu comportamento: “[...] tínhamos um candidato ébrio de soberba, prisioneiro do delírio de ter-se como o Predestinado, o Messias, contra o mestre-escola que aos domingos faz bico como sacristão” (VEJA, 01/11/06, p.150).

### 4. Anúncios do Governo Federal

Não há anúncios do governo Lula nesta edição.

## **Veja 08/11/06**

**Edição N° 1981**

154 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1 De capa

“A última chance”

Reportagem sobre o segundo mandato de Lula. “O primeiro mandato de Lula foi pífio... e agora ele tem mais quatro anos para deixar um legado de grandeza”.

Na capa, uma foto de Lula sério, olhando para o leitor. Uma montagem deixa com aspecto envelhecido parte da foto, que está como se estivesse por sobre a foto nova e colorida, e a velha está sendo removida. A foto da capa é neutra.

A matéria é intitulada “A Encruzilhada”, tem oito páginas, e abre com foto de Lula em seu gabinete, caminhando, em referência ao título da reportagem. A foto é neutra.

No texto, Veja sintetiza os sete principais compromissos assumidos por Lula, em declarações dadas durante pronunciamento à nação e entrevistas para a TV. Duas páginas com compromissos assumidos por Lula para o próximo mandato. Veja concorda com o presidente em todas as declarações, deixando a crítica apenas para a questão da ética, e mais direcionada ao partido do que à figura do presidente.

Deixa as críticas para o texto que segue nas próximas quatro páginas, mais direcionadas ao PT e às preocupações com o segundo mandato, mantendo a neutralidade da matéria.

## 1.2 Quando é matéria principal

A matéria principal da presente edição é a matéria de capa, já citada acima.

## 1.3 Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal:

“Uma bancada paralela”, duas páginas, de Marcelo Carneiro.

Sobre as eleições nos estados e a relação de Lula com os 27 governadores. “vinte são simpáticos ao presidente, que conta com eles para driblar o Congresso”. A revista mostra-se preocupada com a relação de Lula com os governadores, passando por cima do Legislativo em algumas questões, mas é neutra em relação ao presidente no seu conteúdo.

“Nuvens escuras no horizonte”, de Mário Sabino, com quatro páginas.

Depois de alguns repórteres agredidos em Brasília, Veja questiona: “fatos isolados ou política de governo?” Apresenta uma nota oficial da própria revista com alguns destaques sobre as investigações da Polícia Federal que convocaram os repórteres de Veja para testemunhar e acabaram sendo tratados como suspeitos, de acordo com os jornalistas. Compara atitudes de alguns membros do Partido dos Trabalhadores às ações do “camarada Stalin, que por várias vezes ‘reescreveu’ a história”.

Crítica.

“Era para dar um jeito”, uma página.

Delegado da Polícia Federal confirma que houve “operação abafa” no caso do dossiê contra José Serra.

Crítica.

“Vai sumir pelo ralo...” três páginas, de Giuliano Guandalini.

A matéria, da editoria de economia, fala do contraste entre o crescimento do PIB e o dos gastos públicos. Tece elogios a Lula no início da matéria, e principalmente a Palocci e sua equipe, mas critica alguns pontos da atual equipe econômica. Neutra.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Dentre as reportagens mais comentadas, estão a Coluna de Diogo Mainardi, com 156 correspondências, de um total de 2.954 recebidas pela redação, a reportagem de capa, com 111 cartas, e a Carta ao Leitor, com 53 comentários.

“Os dois Brasis” 17 cartas

Oito cartas críticas, oito neutras, e uma a favor.

“Lulinha” uma carta.

Resposta do Secretário de Direito Econômico do Ministério da Justiça, Daniel Goldberg, sobre seu suposto envolvimento nos negócios do filho do presidente, publicada na edição de 25 de outubro. Neutra

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Carta ao leitor

“Em 2006 como em 2002”.

O texto justifica a reportagem sobre o novo mandato de Lula, que assim como foi feito em 2002, “Veja deseja a ele uma presidência bem-sucedida, pois disso se beneficiarão todos os brasileiros”. Mas não esquece dos escândalos envolvendo desvios de dinheiro público, e promete manter-se na vigilância. Neutra.

Holofote

“Os venezuelanos ficarão de fora”

Sobre a construção de uma refinaria da Petrobrás em Pernambuco, que teria o auxílio da venezuelana PDVSA. A empresa brasileira constatou que a sociedade é desnecessária. Positiva.

“Dilma joga na zaga”

Sobre as negociações de cargos para o segundo mandato. Neutra.

Radar

“Ministério antes do Natal”

A principal nota da coluna, com foto de Lula sorridente, acenando, fala da reforma ministerial para o próximo mandato. Neutra.

“Palocci reclamou com o presidente”, enfoca desentendimentos entre Antonio Palocci e Tarso Genro. Neutra.

“Sonho (quase) impossível”

Sondagem sobre o novo presidente da Petrobrás. Neutra.

“Milhões que explicam”

Sobre os valores destinados ao Bolsa Família no ano eleitoral, que cresceram em relação a 2005. Crítica.

### Veja Essa

Frase de militantes do PT contra os jornais e se mostrando a favor de um regime ditatorial. Crítica.

“Cuidem de suas redações que nós cuidamos do PT. Se querem uma manchete dizendo que o presidente do PT diverge de Lula, não vou dar’. Marco Aurélio Gracia, presidente do PT e Beria (Lasvrenti Pavlovich Beria, chefe do comissariado do Povo para Assuntos Internos de Stalin) do lulismo, botando em prática a mão estendida do governo” (VEJA, 08/11/06, p. 36). Crítica.

Frase de Lula intimando a oposição, crítica.

Resposta de Jorge Bornhausen, presidente do PFL (hoje, Democratas), à declaração de Lula. Crítica.

Frase de Lula, em destaque, e ilustrada com uma foto negativa para o presidente, sobre o Mercosul. Na frase, Lula fala do Mercosul como representação de todos os países latino-americanos, “da Terra do Fogo à Patagônia”, cometendo um grave erro de geografia, já que a Terra do Fogo fica exatamente na Patagônia;

Frase de Hugo Chávez cumprimentando Lula pela vitória, crítica.

Frase de George Bush, também cumprimentando Lula, neutra.

Frase do ministro-chefe da Secretaria-Geral da Presidência da República, onde ele afirma que “foi a vitória de todos os que acalentam o sonho do socialismo”, e Veja o contrapõe, ao dar os créditos da frase “Luiz Dulci, descendo a Sierra Maestra”, em referência às montanhas cubanas onde os refugiados da ditadura de Fulgêncio Batista, que se preparavam para o ataque que colocou Fidel Castro no poder. Crítica.

Frase do jornalista Carlos Alberto Sardenberg, culpando o governo federal pelo “apagão aéreo” no Brasil.

### André Petry

“O uísque do governo”

O colunista comenta que, entre 50 idéias para o crescimento do país, os ministros de Lula só se interessariam por um, a prorrogação da CPMF. Crítica.

Diogo Mainardi

“O delegado Moysés não é isento”

Sobre a “perseguição” sofrida por Veja pelo delegado da Polícia Federal, Moysés Eduardo Ferreira. Crítica.

4. Anúncios do Governo Federal

Caixa Federal – duas páginas

## **6.2 ANÁLISE PERCRUSTATÓRIA DE *AGENDA SETTING* EM ÉPOCA**

**Época 06/03/06**

**Edição N°407**

106 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

“O que falta para o Brasil crescer?” oito páginas, sem assinatura.

A matéria critica o “espetáculo do crescimento”. Texto voltado para a economia. Justifica o não-crescimento através da palavra de economistas, em quadros separados, e no corpo da matéria os números do crescimento, comparando com a China, e tratando como um problema crônico do Brasil, e não exclusivo do governo Lula. Aponta o déficit do Estado como problema existente há muitos anos, sem comprometer o presidente. Cita ações prometidas por Lula na área econômica para o segundo mandato.

Mostra o crescimento como desafio para o próximo governo, sem condenar o de situação.

Nas últimas frases ironiza, utilizando uma frase de Lula contra FHC, ridicularizando o baixo crescimento do país no período, número igual ao apresentado por Lula. Mesmo assim, a matéria se mantém neutra, sem oferecer vantagem ou desvantagem para o governo.

## 1.2. Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal é a mesma de capa, registrada acima.

## 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“O pró-alcool não ensinou nada?” Três páginas escritas por Murilo Ramos.

A matéria centra o assunto nos usineiros e suas manobras para manter o lucro. Fala dos aumentos no preço do álcool, em relação à demanda de carros *flex*, e questiona se haverá problemas de distribuição como houve depois do pró-alcool.

Menciona a quantia de um R\$1 bilhão em empréstimos concedidos pelo BNDES para os usineiros, que doaram um milhão ao Programa Fome Zero. Na foto, doação ao programa do governo, legenda pequena, e texto de apoio ao lado, em letras maiores, chamando a atenção para o R\$1 bi em vermelho, ao lado do cheque da doação.

Foto das usinas, tentando fugir da imagem do governo.

“Vice não manda em nada” Entrevista com José Alencar. Duas páginas, Gustavo Krieger e Matheus Leitão.

Foto na sala de trabalho, com foto do presidente Lula ao fundo.

Mostra Alencar como um homem peculiar, crítico do governo. Mostra suas diferenças com o presidente, fala de sua cultura empresarial, em contrapartida, a de Lula, sindical. Menciona os escândalos como o “mensalão”, sem forçar nenhuma posição.

Positiva

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

As cartas desta edição não foram analisadas por se tratarem de cartas referentes a matérias de um período anterior ao da pesquisa, já que esta edição é a primeira a ser lida. Sabemos que, para uma leitura eficiente das correspondências dos leitores é importante que conheçamos o texto original. Portanto, a análise das cartas só irá ser feita a partir da segunda edição pesquisada, tanto de Época como de Veja.

## 3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Primeiro Plano

“FURNAS: Uma cascata de fraudes”. Ronald Freitas e Matheus Leitão.

Irregularidades na hidrelétrica, apontadas pelo TCU.

Matéria de três colunas com foto de Dimas Toledo e foto da hidrelétrica, fazendo fundo.

Faltam as fontes das denúncias. Difícil convencer o leitor.

Crítica ao governo.

### Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Reclamando da falta de oportunidade de conhecer as praias do país. Negativa.

### Bastidores

Alianças para as eleições.

“Osmar e a bomba”: relatório de Osmar Serraglio que mostra que Lula tinha condições de saber do mensalão.

“Osmar e a vítima”: chantagem feita com Serraglio, para não liberar esse relatório.

## 4. Anúncios do Governo Federal

Caixa Federal – duas páginas

## **Época 13/03/06**

**Edição N°408**

98 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

Chamada de capa, no rodapé: “Pizza na CPI: Ninguém agüenta mais os políticos”.

“São todos iguais?”

Matéria sobre o descrédito dos políticos brasileiros.

Quadro com percentuais sobre a má fama dos políticos. Cita os partidos, o Congresso, os senadores e deputados, mas não o Palácio do Planalto.

O mote da matéria é a absolvição dos deputados Roberto Brant (PFL) e Professor Luizinho(PT), envolvidos no “mensalão”.

Quadro sobre as CPIs: neutro, sem nenhuma crítica contundente à falta de resultados.

### 1.2. Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal é a mesma de capa, registrada acima.

### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“A CPI atrás de Palocci”

“A estratégia é concentrar as denúncias em Palocci”, afirma a revista, sem mostrar fontes que confirmem. Depois cita senadores do PFL e do PSDB, sem os nomes, como fontes sobre a reação de Lula nas pesquisas. Tenta mostrar Palocci como vítima, onde todas as frustrações da oposição recaem sobre ele.

“Só falta entrar na Opep”

Matéria com quatro páginas sobre a auto-suficiência em petróleo.

“O Brasil cresce nas mãos da Petrobrás”, mas a matéria admite o uso como símbolo da gestão Lula, o que a oposição vem afirmando que é um conjunto de esforços de diferentes governos. “O anúncio da auto-suficiência brasileira em petróleo é o resultado não da competência de um único governo, mas de 30 anos de investimento em uma tecnologia pioneira” (ÉPOCA 13/03/06, p.46).

Positiva.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o

Governo Lula. Caixa Postal

Reportagens mais comentadas

“O que falta para o Brasil crescer?” 33%

O pró-alcool não ensinou nada?” 7,7%

“Sem espetáculo”

Cinco cartas – Três contra Lula

Duas contra governos em geral.

“A alta do Álcool”

Duas cartas – críticas

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Matéria anunciando um programa do Ministério do Meio Ambiente, com ilustração que coloca o presidente em posição de vítima (representado como um sapo) diante de um tucano.

Bastidores

Nota sobre chantagem feita sobre o relator da CPI dos Bingos, Osmar Serraglio.

Crítica

“O sucatinha”, provocação feita em cima do Aerolula, que o presidente teria emprestado ao vice José Alencar, que teria preferido o antigo avião presidencial.

“Okamoto na corda bamba”

Nota sobre a possível saída da presidência do Sebrae para não comprometer Lula. Positiva

Quadro: “Eu quero ser FHC”

Táticas eleitorais para a reeleição de Lula, que se parecem com as usadas por Fernando Henrique, em 1998.

A voz rouca das ruas

Enquete sobre a política econômica de Palocci

Seis respostas publicadas:

Duas positivas: uma delas afirmava que “o Brasil nunca esteve tão bem”

Quatro criticando as medidas do governo.

Na mesma página, Época publica uma notícia mostrando que o índice de desigualdade diminuiu, de acordo com o Bird.

4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil, com logotipo do Governo Federal – 2col.x 9cm.

**Época 20/03/06**

**Edição N°409**

114 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

“Presidente Alckmin?” Foto simpática do candidato.

ELEIÇÕES 2006: “Enfim o Anti-Lula”

10 páginas, por David Friedlander, Guilherme Evelin e Leandro Loyola.

Mostra foto de Lula, apontado como alvo principal da campanha Alckmin. Foto boa para o presidente.

Chamada de capa: “Palocci e a casa suspeita. O que estará por trás do caso”

“Quem está dizendo a verdade?”

Matéria com quatro páginas, por Andrei Meirelles e Gustavo Krieger.

Abre com uma foto de Palocci, negativa.

O texto começa com uma exaltação à figura do ministro: “Ele foi, no primeiro momento, a solução da administração Lula”. O texto ainda fala que “sua imagem logo se associou à estabilidade econômica” (ÉPOCA, 20/03/06, p. 43). Nos últimos parágrafos, ainda destaca a gestão de Palocci, “cuja contribuição milionária para a calma nacional há de cavar um lugar de destaque para ele na história recente do Brasil” (ÉPOCA, 20/03/06, p.45).

Começa a fazer acusações, e logo desvia o foco da matéria para os depósitos suspeitos na conta do caseiro. Fala na sucessão do cargo de Ministro da Fazenda apenas no fim da matéria. Transparece que a situação atingirá Lula apenas se Palocci continuar envolvido, que poderia atrapalhar a reeleição.

Quadro com quatro personagens ligados a Palocci, freqüentadores da casa no Lago Sul.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

“Salário dos Juizes” 10 cartas

Apenas uma cita o governo Lula:

“Essa perseguição é mera demagogia e politicagem do governo Lula, pois os altos salários não são um privilégio da maioria dos magistrados, muito menos dos que estão iniciando a carreira”(ÉPOCA, 20/03/06, p. 09).

Crítica

“Ninguém agüenta os políticos” Cinco cartas

Uma compara Lula aos absolvidos do “mensalão”. Crítica

As demais comentam a instituição política como um todo.

“O petróleo é nosso”

Duas cartas – Uma critica Lula pela usurpação da publicidade da auto-suficiência.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula” - Afirmando que não saberia mais como lidar com os equipamentos modernos de torneiro mecânico. Neutra.

#### Bastidores

“Okamoto e o nó de Lula”

Pagamentos feitos pelo presidente do Sebrae, colocando a oposição como algoz, “pode ser a peça principal da CPI dos Bingos, em que a oposição faz o que quer” (ÉPOCA, 20/03/06, p. 48). Cita inclusive o presidente FHC. Mostra Lula como aquele que não sabia de nada.

“Mágoa Azul”

Mágoa do presidente Lula com Frei Betto e seu livro, sobre as decepções com o governo. Neutra.

“O longo caminho de volta”

Nota sobre José Dirceu e a investigação da CPI dos Correios que envolve o homônimo de seu assessor. Neutra.

Quadro: “O lado de cada um”

Mapa dos grupos sociais e onde devem estar seus votos, Lula ou Alckmin? O PT aparece em menos grupos.

#### A Voz Rouca das Ruas

“Você acha que o ministro Palocci está envolvido em corrupção?”

Cinco comentários – três dando certeza do envolvimento. Crítico ao governo

Um lamentando. Neutro.

Um negando e elogiando o ministro. Positivo.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – duas páginas

Banco do Brasil – 2col x 9cm.

### **Época 27/03/06**

#### **Edição N°410**

122 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1. De capa

Chamada de capa “Lula e o Anti-Lula. Quais são as chances reais de Alckmin”

“ELEIÇÕES 2006: Dará tempo para Alckmin?”

Matéria de três páginas.

##### 1.2. Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal é a que consta na chamada de capa, registrada acima.

##### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“O inferno de Palocci” Três páginas, por Gustavo Krieger.

“Alvo predileto da oposição”. Remete à revista a responsabilidade da publicação dos extratos do caseiro, o que teria complicado mais a vida do ministro. Justifica a publicação dos extratos por se tratar agora de uma figura pública.

“Operação abafa” para esconder a origem dos extratos, e que Palocci teria participado.

Com a queda de Palocci, Lula teme por ataques à sua pessoa, o que deixaria a economia instável.

Não há registros da oposição. Abre a matéria tratando Palocci como o “mocinho”: “em seus dias de fausto, no começo do governo Lula, Palocci brilhou como

uma espécie de símbolo da estabilidade econômica. Era o mocinho da história”. (ÉPOCA, 27/03/06, p.30).

Favorável ao governo.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

“As idéias de Alckmin”

Seis cartas – quatro mostrando-se contra ou questionando Alckmin.

duas apoiando: “exemplo de estadista, ao passo que o presidente Lula não passa de um protótipo de um pinóquio contemporâneo” (ÉPOCA, 27/03/06, p.08).

“Palocci e o Caseiro”

10 cartas e uma nota da redação esclarecendo o por quê da não-publicação das contas de Francenildo Costa –

Três cartas criticam a linha editorial da revista por ter exposto dramas pessoais. Críticas

Uma elogia a posição da revista.

Duas acreditam ser uma peça criada pela oposição. Positiva.

Quatro defendendo o caseiro. Críticas

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

A voz rouca das ruas

“Alckmin pode vencer Lula?”

10 depoimentos. Cinco apoiando Alckmin, e cinco apoiando Lula.

Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Promessa de energia elétrica até na *conchinchina* [sic] até 2008.

Bastidores

“A batalha dos filhos”

Filhos de Lula e José Alencar citados nas investigações da CPI do Correios por terem recebido dinheiro de “caixa dois”. Neutra, não acusa, apenas menciona.

Duas notas sobre a corrida presidencial.

Duas sobre a relação com José Dirceu. Neutras

Uma nota, envolvendo o presidente e uma situação particular com a Infraero.  
Crítica.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – quatro páginas e mais 2col x 9cm.

Suframa – duas páginas

ANS, Agencia Nacional de Saúde Suplementar – uma página

Caixa Federal (informe publicitário sobre Turismo no Brasil) – 12 páginas

### **Época 03/04/07**

#### **Edição N°411**

144 Páginas

#### 1. Número de matérias:

##### 1.1. De capa

Chamada de capa: “Depois do Furacão. Mantega traz riscos para a estabilidade econômica?”

“O terceiro governo de Lula” Três páginas, por Murilo Ramos

Matéria sobre Guido Mantega, que substitui Palocci no Ministério da Fazenda.  
Neutra.

Quadro de Andrei Meirelles, ocupando 1/3 da página, sobre o depoimento do ex-presidente da Caixa, “o novo homem-bomba”. Questiona o depoimento de Matosso. A favor do governo.

##### 1.2. Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal é a mesma da chamada de capa.

##### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

ELEIÇÕES 2006: “É tudo ou nada para os tucanos”. Matéria de duas páginas, de Leandro Loyola, sobre estratégias eleitorais do PSDB para derrubar Lula.

“O sonho acabou”, duas páginas, também de Leandro Loyola, mostrando que, pela primeira vez, não há nenhum candidato a presidente oriundo da luta pela democratização, contra a ditadura. Lula e Alckmin são produtos da geração de 70. Neutra. Com foto de Lula, sindicalista, ao lado de Miguel Arraes, Tancredo Neves, e Ulysses Guimarães. Foto a favor.

“Começou o tiroteio”, duas páginas sobre denúncias contra Alckmin. Abre com foto prejudicial ao candidato.

“Porque Lula ficou de fora”, uma página, abre com foto de Osmar Serraglio e Delcídio Amaral segurando o relatório da CPI dos Correios.

O relatório da CPI que indicou Dirceu e Gushikem, mas não o presidente, alegando que não há nenhum fato capaz de provar que Lula sabia.

Mostra a indecisão do relator, e a pressão dos governistas. Neutra.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

“O caseiro e Palocci”

Quatro cartas – todas condenando a quebra do sigilo do caseiro

Uma condena Época por “ajudar o governo a humilhar o pobre caseiro”

“A dança da Pizza”

Duas cartas condenando a atitude da Deputada Ângela Guadagnin

Reportagens mais comentadas:

25% O Inferno de Palocci

Nota da Redação, ocupando uma coluna da página, em que Época se defende das acusações de Veja de estar envolvida na divulgação dos extratos de Francenildo.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Primeiro Plano

Frase de Gilberto Gil, que fazia a leitura de um cordel da jornalista Luciana Robela, criticando o ministro Hélio Costa.

## Bastidores

Márcio Thomaz Bastos na mira da oposição. Neutra

Índices de Lula baixaram em pesquisa pós-Palocci. Nota a favor.

Lula pede que o nome de seu filho seja retirado do relatório da CPI dos Correios. Neutra, pois não faz uma crítica ao presidente, e deixa passar como uma atitude de pai preocupado com o filho.

Compara Lula a FHC, que declara em seu livro que não sabia de nada sobre o apagão 2001. A favor.

## Seu País – Paulo Guedes

“De olho no Mantega”

Coluna de economia sobre as mudanças que podem ocorrer com o novo ministro. Neutra.

## Dia-a-dia

Nota sobre o pedido de afastamento da deputada Ângela Guadagnin do Conselho de Ética da Câmara, assim como a abertura do processo por quebra de decoro parlamentar. Com fotos da “dança da pizza”.

### 4. Anúncios do Governo Federal

Escola de Fábrica (Ministério da Educação) – uma página

Banco do Brasil – 6 páginas e 2col x 9cm.

Ministério da Saúde – duas páginas

## **Época 10/04/06**

**Edição N°412**

130 páginas

1. Número de matérias:

1.1. De capa

“Ele agüenta? O impacto do caso Palocci sobre Lula”.

Foto do presidente na sombra, de perfil, com fundo em amarelo.

Matéria: “A segunda onda”, nove páginas, não assinadas.

Abre com foto de duas páginas, Lula à sombra, com o Congresso ao fundo.

Gráfico com altos e baixos da popularidade do presidente, desde o início da crise, que varia de 47% a 60%.

Nas fotos, compara o debate político atual, que deixa de lado as escolas públicas, para comentar os vestidos de Lu Alckmin, e a “dança da pizza” da deputada Ângela Guadagnin.

Ilustração do presidente “Flancos Abertos”: com os pontos fracos de Lula. Crítica, mas de forma muito amena.

Quadro: “Visões da crise”: especialistas falam sobre a crise política. Criticam a instituição política como um todo, em especial o governo brasileiro; apenas um especialista, a única mulher, tem posição neutra.

Quadro: “Muitas versões”, a mesma história (o caso Francenildo) contado sob diferentes versões. Parece duvidar mais da palavra do caseiro do que dos governistas envolvidos. Com foto grande de Thomaz Bastos.

Quadro “Impunidade a toda prova” notícia pequena sobre a absolvição de João Paulo Cunha, com foto do deputado sorrindo.

Quadro: “As contradições de Okamoto na CPI dos bingos”. Crítica.

Texto da matéria é neutro, tende a favorecer Lula, mesmo apresentando denúncias. Fecha comparando Lula a Maluf, que o presidente também estaria vacinado contra as acusações.

## 1.2. Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal é a de capa, registrada acima.

## 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

Eleições 2006: “Começam a abrir a torneira”, duas páginas, por Murilo Ramos.

Ano eleitoral e aumento nas despesas públicas. Infográfico com o aumento, mas não cita Lula.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

“Primeiro Plano: Um brasileiro em órbita”.

Duas cartas relacionando o astronauta e os políticos corruptos. Neutra.

“O terceiro governo Lula”

Uma carta, crítica à política monetária.

Reportagens mais comentadas:

Nenhuma do governo entre as 60% mais comentadas.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Primeiro Plano – Dois Pontos

Frase de César Maia, criticando o governo Lula, que “patina em uma lagoa de dejetos morais”.

“Assim falou Lula”

Comparando a campanha à Copa do Mundo. Neutra.

#### Bastidores

Notas sobre a campanha e as repercussões do caso Palocci. Neutro.

#### A voz rouca das ruas

“Você acha que a entrada de Mantega mudará de alguma forma a economia brasileira?”

Seis frases: Uma elogiando Palocci. Positiva

Três criticando diretamente o governo

Uma elogiando o governo e a política monetária

Uma neutra.

4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – seis páginas e mais 2col x 9cm.

Embraer – três páginas

Informe da Caixa Federal – 11 páginas

**Época 17/04/07**

**Edição N°413**

122 páginas

## 1. Número de matérias:

### 1.1. De capa.

Chamada de capa: “Lições do “mensalão”: como evitar que a corrupção domine a política” com foto de Lula.

Matéria: “Um bom começo”. Por Andrei Meirelles, quatro páginas.

Tem pouca identificação com a chamada de capa. É preciso ler com mais atenção para associar com a foto de Lula na capa da publicação.

A matéria é sobre o relatório do Ministério Público, indiciando 40 pessoas ligadas ao governo, mas procura não relacionar o presidente Lula. Na matéria não há mais fotos do presidente; os títulos não remetem à grave denúncia do MP, mas indicam como culpados José Dirceu e dirigentes do PT, assim como Marcos Valério, além dos dirigentes do Banco Rural. Dá exemplos europeus de casos semelhantes, onde a situação foi tratada com mais seriedade. Alega crise na sociedade. O esquema de Marcos Valério teria começado em 1988, na campanha do Senador Eduardo Azeredo (PSDB). E lembra, ao encerrar a matéria, que “o documento do MP era tudo com que a oposição sonhava”, mas não envolve o nome do presidente Lula, que continua com sua popularidade em alta e com seus índices de intenção de voto elevados, justificando que o importante, para o eleitorado, assim como nas eleições americanas de 1992, é a economia: “a maioria dos eleitores continua sob influência dos bons resultados da economia”.

Fotos: Procurador-Geral da República, Roberto Jefferson e o Senador Eduardo Azeredo. A reportagem divide espaço com duas propagandas da Vivo, que ocupam duas colunas por nove centímetros, em duas páginas. Há dois quadros que mostram os núcleos em que foram divididas as denúncias, e na outra página os parlamentares denunciados, com fotos de todos.

Neutra para o presidente.

### 1.2. Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal é a que consta na chamada de capa, registrada acima.

### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

ELEIÇÕES 2006: “Racha no eleitorado”, três páginas, assinadas por Matheus Leitão, sobre as diferenças no eleitorado de Lula e de Alckmin. Foto de Lula visitando o

nordeste com chapéu de cangaceiro, e de Alckmin em evento social ao lado da mulher. Nota-se que a foto do candidato do PSDB é menor em proporção, já que há mais ambiência e a figura de dona Lu Alckmin está presente. A foto foi tirada de baixo para cima, dando um ar de superioridade do candidato.

No fim da matéria, dá uma posição sobre o uso da propaganda de governo mais precisamente na população mais desinformada para conquistar votos, justificando como de uso comum e não exclusividade de Lula.

Em quadro no final da matéria, “Mais uma agulhada”, o jornalista Ricardo Mendonça faz denúncia de favorecimento de publicidade do governo de São Paulo.

Positiva para Lula.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

Época não publica o total de cartas enviadas, mas informa em um gráfico que 60% das cartas enviadas referiam-se à matéria “A Segunda Onda”, matéria de capa da última edição, sobre as denúncias e a pressão contra o governo Lula.

Das seis cartas publicadas sobre o assunto: há uma resposta de Paulo Okamoto às supostas contradições em seus depoimentos. Duas cartas confirmam o apoio popular ao presidente, e três repudiam a figura de Lula.

## 3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

### A Voz Rouca das Ruas

Época questiona: “O presidente Lula resiste a mais exata crise?”

Quatro respostas: três contra e uma a favor.

### Primeiro Plano. Dois pontos

“Assim falou Lula”.

Frase em discurso sobre a prevenção contra a gripe do frango, ilustrado por Época através de um grupo de raposas cercando o presidente, fazendo proteção ao tucano que tenta avançar. Positivo para Lula.

## Bastidores

Quadro ilustrando as demissões de ministros e auxiliares durante o governo Lula, assim como o tempo tomado desde a denúncia até a demissão pelo presidente, leva a revista a afirmar que ele estaria “menos lento” desde o caso Dirceu. Tom negativo.

Segue quadro com a série de erros que ocasionaram os afastamentos, como o da ex-Ministra Benedita da Silva, “denúncia: viagem particular com dinheiro público”.

Nota sobre Paulo Okamoto, amigo pessoal do presidente e financiador da campanha. Negativo

Duas notas sobre o excesso de propaganda que o presidente usa, como na campanha da auto-suficiência em petróleo e do astronauta Marcos Pontes, eventos transformados em *shows* eleitorais para o colunista, mesmo sem o comando de Duda Mendonça.

Nota sobre a popularidade do presidente, que estaria “blindado”, resistindo às denúncias.

Três notas sobre o Ministro da Justiça, Márcio Thomaz Bastos. Todas negativas.

## 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – Uma página e mais 2col x 9cm.

Petrobrás, Auto-suficiência em petróleo - duas páginas

## Época 24/04/06

**Edição N°414**

130 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

Chamada de capa: “Lula x FHC: O PT quer comparar os dois na campanha. Faz sentido?”

Matéria: “Herança maldita”, três páginas, de Ricardo Mendonça.

Estratégia de campanha do PT associando Alckmin a FHC. Ilustração de Alckmin olhando para um espelho, segurado por Lula, onde reflete a imagem de FHC.

Quadro com os números do crescimento do país, comparando os dois governos.  
Positivo para Lula.

Imagens de programa eleitoral do PT, foto de Aloísio Mercadante. Positivo.

A matéria acaba favorecendo o presidente Lula:

o desempenho de Lula na economia sé um copo meio cheio e meio vazio. Meio cheio porque, ao contrário dos prognósticos de muita gente, a economia não entrou em colapso. As maluquices temidas ficaram no plano da fantasia. Meio vazio porque o Brasil, sob Lula, ficou claramente para trás, entre os países emergentes, da China e da Índia (ÉPOCA, 24/04/06, p.26).

### 1.2. Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal é a que consta na chamada de capa.

### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

ELEIÇÕES 2006: “A política como um sabonete”, duas páginas, por Ronald Freitas.

Perda da credibilidade dos políticos devido às campanhas controladas por marqueteiros. Foto principal: Lula gravando em frente ao Palácio do Planalto, e Duda Mendonça dirigindo. Fotos secundárias: Serra e Collor.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

“A denúncia do MP”

Três cartas – Uma elogiando o procurador da república. Neutra

Uma criticando o Congresso. Neutra

Uma criticando o PT. Negativa.

“Okamoto se enrola mais”

Uma carta – resposta de Okamoto afirmando não ter pago nada à filha de Lula.

Neutra.

## 3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Frase dita em discurso do dia do índio, com erros de português. Negativa.

### Bastidores

Seis notas sobre a campanha de Lula, uma maior, em quadro separado, com foto.

Neutra.

O candidato Alckmin tem três notas publicadas, sendo que uma maior, com foto ao lado de Silvio Santos abre a coluna.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Caixa Federal - duas páginas

Banco do Brasil - 2col x 9cm.

Petrobrás – duas páginas

### **Época 1º/05/07**

#### **Edição N°415**

138 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1 De capa

Não há nenhuma chamada de capa para as matérias de política.

##### 1.2. Quando é matéria principal

“Quem precisa desse irmãozinho?” Três páginas, por Marcelo Musa Cavallari e Isabel Clemente

Abre a matéria dando a impressão que Lula está sofrendo devido às suas amizades que acabam estragando seu governo: “Foi o PT(incluindo seu colega José Dirceu e seu ministro preferido, Antônio Palocci) que provocou o desgaste político interno que ele enfrenta há dez meses” (ÉPOCA, 1º/05/03, p. 28).

A matéria pretende uma imagem positiva para o governo.

##### 1.3.Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

ELEIÇÕES 2006: “Tudo conforme o *script*?” Três páginas sobre Alckmin, com foto de Lula.

“Estamos doentes”. Matéria sobre a situação da saúde pública no Brasil, de seis páginas.

Quadro com as promessas de Lula e o que foi cumprido. Outro quadro comparando os sistemas de saúde de diversos países. Quadro com idéias para melhorar a saúde no Brasil.

Abre a matéria com uma declaração do presidente de que a saúde do país está próxima da perfeição. A matéria não desmente a frase, nos mostra as falhas no SUS, ainda que com uma melhoria do governo Lula em contra partida. Aponta como causas do caos na saúde fatores gerais e anteriores ao governo, como a falta de dinheiro e de investimentos, que vem desde anos muito anteriores. Neutra, por apontar defeitos e bons investimentos na saúde pública.

“Os Neopopulistas” matéria de três páginas, por Guilherme Evelin.

Sobre o avanço da esquerda na América Latina e a ameaça do populismo. Quadro “Teste do Populismo”, com os principais presidentes das nações latino-americanas e suas pontuações em uma escala de populismo. Lula estaria no padrão moderadamente populista, acima de Bachelet e Vázquez, e mais abaixo de Morales, Kirchner e Hugo Chávez. Na tabela, o item “gastança pública” aparece com a pontuação zerada para o brasileiro. A matéria afirma que o presidente tem tendências populistas, e mostra que algumas de suas atitudes não condizem com a tendência. Neutra para positiva.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Nada sobre o governo nas cartas do leitor, só um comentário sobre as eleições.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Primeiro Plano. Dois Pontos

“Assim falou Lula”.

Mais uma gafe do presidente, ao receber o astronauta Marcos Pontes em Brasília.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – 2col x 9cm.

Caixa Econômica Federal – duas páginas

Petrobrás – duas páginas

#### **Época 08/05/06**

#### **Edição N°416**

130 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1. De capa

Chamada de capa: “EVO, CHÁVEZ E NÓS: A liderança brasileira na América Latina é desafiada.”

Matéria: “Porque essa bofetada em nós?”

Quatro páginas, por Marcelo Musa Cavallari. Abre com foto de Morales e Chávez, e no canto direito, foto de Lula e Morales, em tom amigável. Fotos: Ministro de Hidrocarbonetos; exército fazendo a ocupação, e um quadro com o consumo do gás pelo Brasil, e outro quadro “Mapa do problema”, com a localização das usinas na Bolívia.

A matéria reforça o perfil de Evo Morales e seus motivos para a estatização dos campos de gás. Fala na tentativa de liderança de Lula como retórica, mas não chega a criticar. Neutra

##### 1.2. Quando é matéria principal

Nesta edição a matéria principal é a mesma matéria de capa.

##### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

#### **ELEIÇÕES 2006**

Série de matérias sobre os problemas brasileiros. Esta versa sobre a previdência social. Quatro páginas, por Murilo Ramos

Sobre o colapso do sistema previdenciário devido ao número de segurados, cita alguns nomes do governo, como o Ministro do Planejamento, que admitem a necessidade da reforma, mas não apontam para a questão central.

Quadro “Meia reforma” - promessas de Lula em matéria de previdência.

Quadro “idéias para a previdência”.

Quadro “Rombo Crescente”, sobre o *déficit* da previdência, e comparação com países de primeiro mundo.

Alguns elogios, críticas ao sistema como um todo. Neutra.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

“A saúde por um fio”

Quatro cartas. Duas concordando com a matéria, sendo que uma delas, apenas, torna-se negativa para o presidente por tratar do tema das eleições. As outras duas retificam informações dadas pela revista sobre o salário dos médicos e a farmácia popular, fazendo comentário negativo sobre o governo.

“Evo Morales”

Lamenta que o prejuízo pela expropriação das refinarias seja da Petrobrás, e não da cúpula petista e de Marcos Valério.

Reportagens mais comentadas:

9,2% “Estamos doentes”

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

A voz rouca das ruas

Quatro comentários sobre: “Qual o problema de saúde pública mais grave do Brasil?”

As quatro respostas afirmaram que é a má administração política, uma citando Lula e o PT.

Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Frase redundante e errada, usada em discurso no Palácio do Planalto.

Bastidores

ELEIÇÕES: Duas notas que citam Lula na disputa presidencial. Neutras.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – duas páginas e mais 2col x 9cm.

Caixa Econômica Federal – duas páginas

### **Época 15/05/06**

#### **Edição N°417**

122 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1. De capa

Nesta edição não há matérias de política com chamada de capa.

##### 1.2. Quando é matéria principal

A matéria principal de política nesta edição é sobre o Congresso apenas, sem citar o governo. Para fins da pesquisa, analisaremos a reportagem com maior destaque sobre o Governo Federal.

“Um país sem energia” três páginas, por Murilo Ramos.

Riscos do “apagão” devido à interrupção do fornecimento de gás boliviano.

Título em corpo maior do que na matéria anterior. Fotos de Celso Amorim, da usina de Angra, de um parque eólico, de uma manifestação contra as hidrelétricas, e de Evo Morales.

Quadros “Até onde vale a pena” e “Gás em alta”.

Não se detém nos erros ou acertos do governo em relação à política externa, e dá maior enfoque aos rumos da energia no Brasil. Neutra.

##### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“Ele voltou – e com estrondo”, por Matheus Leitão, com duas páginas.

Depois de entrevista concedida ao jornal O Globo, o ex-secretário geral do PT, Sílvio Pereira, volta a ser pauta ao denunciar um esquema para arrecadar R\$1 bilhão para a execução dos projetos eleitorais do partido. Convocado para depor novamente na CPI dos Bingos, Silvinho, como é conhecido, recuou algumas declarações da entrevista. A reportagem destaca o fato do ex-secretário ser conhecido dentro do partido por suas confusões, traças de palavras e nomes, e de ter sido afastado do governo Lula ao ser

colocado na secretaria-geral do partido e não em um cargo federal. “Silvinho se colocou num papel secundário diante desse quarteto [Lula, Dirceu, José Genoíno e Aloizio Mercadante]. Estaria ele insinuando que Lula tinha ciência do ‘mensalão’?”(ÉPOCA, 15/05/06, p. 39).

Apesar das denúncias contra a cúpula do PT, desmentidas no depoimento a CPI, a reportagem mostra que “no decorrer da semana essa hipótese [de que Lula saberia do mensalão] foi perdendo força”, e reforça a intenção da oposição de forçar a situação, prejudicando Lula.

Desvia o assunto para as eleições ao governo de São Paulo, fugindo do foco da matéria. “Para os planos de Lula, a escolha de Mercadante como candidato pode ter um impacto positivo muito maior que o eventual estrago provocado pelos destemperos de Silvinho”. Destaca frases do ex-secretário que desacreditam as denúncias feitas, “do que falei, não sei mais o que é fantasia, o que criei na minha cabeça e o que é ficção”.

A matéria tende a ser positiva porque, ao citar Lula, logo desvia a atenção para a campanha eleitoral, e mostra o fato como positivo para o presidente. E também porque desqualifica as denúncias de Silvinho.

Título pequeno, ocupando a primeira página. Fotos de Sílvio Pereira no depoimento, e de Marta Suplicy e Aloizio Mercadante.

ELEIÇÕES 2006: “A pobreza em debate”. Cinco páginas por Ricardo Mendonça.

Quadro “Perdeu no Fome Zero, ganhou no Bolsa Família” - promessas de campanha não cumpridas por Lula, mas compensadas pelo Bolsa Família e outros projetos que diminuiram a pobreza.

Abre com um relato de uma família que mudou de vida a partir do Bolsa Família. A favor do presidente, remete a culpa da pobreza à má-distribuição de renda e à concentração do dinheiro na mão das elites, excluindo a responsabilidade do governo.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

“Muy amigos” (Por que essa bofetada em nós?)

Nove cartas: Seis criticando o presidente pela falta de ação. Negativas

Três fazendo críticas ao presidente boliviano. Neutras

Reportagens mais comentadas:

“Sua aposentadoria em cheque” Matéria da série ELEIÇÕES 2006. 7.9% dos comentários.

“Por que essa bofetada em nós?” Gás boliviano. 19%

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Declaração do presidente afirmando que deveria ser mais carinhoso com a Bolívia, seis dias antes da invasão aos campos da Petrobrás. Negativa.

Bastidores – por Valéria Blanc (interina)

Quadro: “Pavimentação eleitoral”

Liga a operação tapa-buraco diretamente às táticas eleitoreiras, com os números do crescimento nas vendas de asfalto. E dá como efeito da operação a melhora na avaliação do governo.

4. Anúncios do Governo Federal

Caixa Federal – duas páginas

Banco do Brasil – uma página e mais 2col x 9cm.

**Época 22/05/06**

**Edição N°418**

122 páginas

1. Número de matérias:

1.1. De capa

“Até quando?” 26 páginas sobre o horror organizado pelo PCC em São Paulo. Há poucas matérias de política nesta edição, mais voltada para a política externa.

1.2. Quando é matéria principal

Assim como no item anterior, a matéria principal está relacionada aos ataques do PCC em São Paulo.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

## ELEIÇÕES 2006: “Quanto vale o PMDB”?

Sobre a importância que o PT e o PSDB vêm dando ao PMDB para angariar votos e decidir a eleição. Mostra um certo favoritismo em relação a Lula: “Numa disputa que caminha para a decisão logo no primeiro turno e em que Lula desponta como favorito, o apoio do PMDB se tornou a grande esperança de Alckmin para tentar virar o jogo”.

### 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

“Ele voltou - e com estrondo”

Uma carta, resposta dos advogados da GDK, empresa que teria dado o utilitário Land Rover a Silvinho Pereira, negando o fato. Neutra

“A pobreza do debate”

Uma carta, falando do Bolsa Família e lembrando que ainda faltam investimentos em educação. Neutra.

Reportagens mais comentadas: 4.1% “A pobreza do debate”

### 3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Mais uma frase mal expressa por Lula durante o discurso de inauguração de um hospital. Negativa.

Ainda há mais uma frase do humorista Cláudio Manuel:

“Lendo o livro do FHC, me deu saudade do tempo em que presidente sabia escrever” (ÉPOCA, 22/05/06, p.19).

#### Bastidores

Duas notas sobre a candidatura do presidente Lula. Neutras.

### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – Uma página e mais 2col x 9cm.

Caixa Federal – Duas páginas

Petrobrás – Duas páginas

**Época 29/05/06**

**Edição N°419**

186 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1 De capa

A matéria com destaque na capa desta edição é referente ao presidiário Marcos Camacho, comandante do PCC.

1.2 Quando é matéria principal

“Faltou um Palocci”, duas páginas.

Fala sobre a falta que o ministro Palocci fazia para o Ministério da Fazenda, alguém para transmitir tranquilidade. Positiva para o governo, porque mostra crescimento e bom desempenho do novo ministro, e aparentemente reiterando os erros de Palocci pelo bem da economia do país.

Quadro “A economia fortalecida” e “o dólar decolou”.

1.3 Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“Lula já ganhou?”, uma página, por Ronald Freitas.

Com os números das últimas pesquisas que indicam vitória do presidente no primeiro turno. Positiva.

ELEIÇÕES 2006: “A riqueza falsificada” Quatro páginas, por Leandro Loyola

Sobre a informalidade no mercado brasileiro, quadro “Pouco foi feito”, com as promessas de Lula na campanha eleitoral anterior. Reconhece as promessas não cumpridas, mas exalta as ações que foram realizadas: “O que foi prometido: fortalecer a Polícia Federal para combater a pirataria. E o que aconteceu: Foram contratados três mil homens e feitas grandes operações contra o crime organizado” (ÉPOCA, 29/05/03, p. 47).

2 Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

Nenhuma carta. O assunto mais amplamente comentado foi o terror em São Paulo, atribuído a governantes incompetentes, sem definir a esfera do poder.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Frase neutra, com o uso de palavras chulas como “aperreado”.

Época ainda cita uma frase publicada pela revista Veja, afirmando que não havia chegado a nenhuma conclusão positiva ou negativa sobre as contas no exterior dos dirigentes do PT. Positiva para Lula.

#### Bastidores

Nota “Sensação”

O Palácio do Planalto estimula que as investigações da PF sejam feitas uma vez por mês para coibir crimes de corrupção. A ação é bem vista pelas pesquisas.

4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – 2col x 9cm.

Petrobrás – Uma página

### **Época 05/06/06**

**Edição N°420**

146 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1 De capa

Nesta edição nenhuma matéria de política ganhou chamada na capa.

1.2 Quando é matéria principal

“Comemorar o quê?” Três páginas, por Leandro Loyola e Murilo Ramos.

Matéria sobre o baixo crescimento do PIB do país, comemorado pelo governo. Compara com outras economias mundiais, como a da Índia, em que o PIB cresceu quase três vezes mais. E classifica como “bondades caras” os reajustes de salários, isenção de impostos, Bolsa Família, e outras medidas que deveriam incentivar a

economia, e que consumiram 28 bilhões dos cofres públicos. Uma foto do presidente, pequena. Matéria crítica.

### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal “Por um partido lilás”

Matéria de quatro páginas, de João Gabriel de Lima e Andrei Meireles, sobre as semelhanças de PT e PSDB (vermelho+azul = lilás). De acordo com Época, o uso da palavra *lilás* foi cunhado pela revista americana New Yorker para designar a junção dos democratas e dos republicanos. Época sugere a junção da estrela petista com a plumagem dos tucanos, para o bem de um projeto nacional comum. Através da recente história brasileira, a revista reforça a idéia de unir os dois partidos, usando muitas fotos de Lula e FHC, juntos na luta pela democracia, nas eleições, e foto da posse de 2002.

O quadro “Namoro antigo” conta com fotos que marcam PT e PSDB, juntos pela mesma causa. Em todas as fotos encontra-se o presidente Lula; ao lado de Franco Montoro, fundador do PSDB, de Mário Covas, e de FHC.

O texto é neutro, pede pela junção dos dois partidos sem exaltar nenhum deles.

### 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

Nenhuma carta comentando o governo Lula.

### 3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Bastidores por Thomas Traumann

“A volta do Brasil Grande”

Sobre conversa do presidente com um empresário, onde fala sobre as cinco grandes obras que deseja entregar até 2010, se for reeleito. Neutra

“O lado chinês do Brasil”

Estudo da FGV que mostra algumas razões para a popularidade do presidente Lula. É mostrado que a renda dos pobres cresceu 14% em 2004, enquanto a renda média da população cresceu 3,6%. A população pobre, que teve a renda acrescida dos valores do Bolsa Família, viveu o crescimento econômico semelhante ao da China. E salienta que o crescimento foi devido à transferência de renda pública, e não de salários. Neutra

Quadro “Estilo Americano”

Faz um paralelo entre as semelhanças de Alckmin e o ex-presidente dos EUA, Jimmy Carter, e Lula com Ronald Reagan. Neutro

Na mesma coluna, há uma acusação contra Alckmin, de que seu filho dispunha da Mitsubishi L-200 do amigo Jou Eel Jia, o mesmo que teria recebido R\$60 mil em verbas publicitárias do governo de São Paulo. A nota, com foto de Thomaz Alckmin, ocupa ¼ da coluna “Bastidores”. Positivo para Lula, em termos eleitorais.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Caixa Federal - duas páginas

Banco do Brasil – duas páginas mais 2col x 9cm.

Petrobrás “Fórum Brasil Auto suficiência em Petróleo” – 26 páginas

24 páginas de Informe publicitário (revista dentro da revista). Patrocínio Petrobrás e apoio Época. Propaganda do governo, com foto de Lula com as mãos sujas de petróleo.

TVE Brasil, Patrocínio Petrobrás – Uma página.

### **Época 12/06/06**

#### **Edição N°421**

130 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1 De capa

Chamada de Capa: “DUPLA IDENTIDADE: o líder dos sem-terra e a casa com elevador panorâmico de sua família”.

“O aristocrata sem-terra”, quatro páginas por Matheus Machado e Marco Bahé.

Abre com fotos da depredação do Congresso; mais abaixo, na matéria, existe foto do presidente Lula reunido com o líder do MLST, Bruno Maranhão.

Revela a amizade do presidente Lula com Maranhão:

Bruno Maranhão e Lula são velhos amigos, desde a fundação do PT, da qual ambos participaram. Nos primeiros anos do partido, Lula costumava se hospedar na casa de Maranhão sempre que ia ao Recife. Maranhão também já dormiu na Granja do Torto,

residência oficial da Presidência da República, a convite de Lula (ÉPOCA, 12/06/06, p.38).

Expõe as barbáries cometidas no Congresso; o financiamento do MLST feito pelo governo; declarações de especialistas e deputados condenando o vandalismo; mostra, através de um quadro, “Invasão premeditada”, que tudo havia sido planejado com antecedência, e encerra lembrando da importância da reforma agrária, que os últimos governos democráticos tentam concretizar, sem sucesso. A reportagem tenta ser mais branda, mas a situação não permite que não seja feita a crítica.

### 1.2 Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal de política é a que tem chamada de capa, como consta no item acima.

### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal ELEIÇÕES 2006: “Ele ainda tem chance?” Três páginas sobre as chances de Alckmin se eleger.

Foto de Alckmin montado em um cavalo no nordeste, e Lula em um discurso. Ambas são fotos ruins.

Começa falando sobre as possibilidades do PSDB, diante do possível fim político de Lula com as denúncias do “mensalão”. Visto que o presidente não havia perdido popularidade, aponta os erros da Alckmin em sua campanha. Mostra a guerra de egos dentro do PSDB e suas falhas de campanha, enquanto aponta a campanha positiva de Lula, tornando-se favorável ao presidente.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

“Comemorar o quê?”

Uma carta - Neutra.

## 3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

### Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Frase do presidente sobre futebol. É interpretada negativamente, se vista pela visão política.

### Bastidores

“Sem rojões dos vencedores”. Positiva.

“Carisma e Bolsa Família”. Neutra.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil - duas páginas mais 2col x 9cm.

Furnas – uma página

Caixa Federal – quatro páginas

Fórum Brasil Auto-suficiência em Petróleo – Petrobrás - 24 páginas

Cresce Nordeste – duas páginas

### **Época 19/06/06**

#### **Edição N°422**

122 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1 De capa

Não há nenhuma chamada de capa para as matérias de política.

1.2 Quando é matéria principal

“R\$40 bi? Não, Obrigado”

Três páginas, por Murilo Ramos

Investimentos que o Brasil vem perdendo pelo descaso do governo com as agências reguladoras. Crítica à politicagem nas agências:

A presidência da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) é exercida interinamente desde o fim de 2005, porque virou moeda de barganha política do governo Lula com o PMDB. As diretorias de várias agências estão incompletas. Duas delas, sem o mínimo de gente para tomar decisões. Para piorar, a autonomia dos

órgãos presumidamente autônomos está comprometida pelos cortes de recursos feitos pelo governo federal (ÉPOCA, 19/06/06, p.32).

Compara com o que é feito nos EUA e na Europa. Críticas à atuação no setor de energia, estradas, portos, petróleo e telecomunicações.

Quadro “O custo do descaso”, somando o quanto o país deixou de investir em função das agências.

A matéria é crítica, expondo os problemas desses investimentos como culpa do governo Lula, já que deixa claro, no começo da matéria, que as agências reguladoras foram criadas por FHC, concebidas para controlar setores essenciais à economia.

Comentário para o bom entendimento: as matérias de Época, em geral, só tendem à crítica quando em relação à economia, ou à segurança.

### 3. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

Reportagens mais comentadas: O aristocrata sem-terra, 9,1%

“O aristocrata sem-terra”

Uma carta - Neutra

### 3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Frase sobre a auto-suficiência em petróleo. Neutra.

#### Bastidores

“O medo de Lula é a guerra total”

Em conversa com um ministro, Lula teria revelado seu receio com a atual situação do país e a reeleição, temendo um golpe. Positiva, mostra a preocupação do presidente.

### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – duas páginas mais 2col x 9cm.

Caixa Federal – quatro páginas

**Época 26/06/06**

**Edição N°423**

114 páginas

1. Número de matérias:

1.1. De capa

Não há nenhuma chamada de capa para as matérias de política.

1.2. Quando é matéria principal

A presente edição está repleta de matérias sobre a Copa do Mundo, restando à editoria de política poucas páginas, sem uma matéria que se poderia considerar “principal”.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“O PT aprendeu uma dura lição”

Entrevista com Tarso Genro. Duas páginas, por Andrei Meireles e Guilherme Evelin

Na entrevista, o repórter não se mostra muito duro com o ministro. As perguntas falam em projetos para o segundo mandato, a oposição no Congresso, governo de coalizão. Só as últimas duas mencionam o “valerioduto” e o “caixa dois”, com respostas simples, e com pouco embasamento. Favorável ao presidente,

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

“R\$40 bi? Não, obrigado”

Uma carta. Condena as ações políticas do governo em termos de investimentos. Negativa, mas sem citar o presidente.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Da redação

“É um fenômeno”

Compara Lula a Ronaldo, durante a Copa do Mundo, que todos achavam estar acabado e ressurgiu com força. Positiva

Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Frase dita no Rio Grande do Sul sobre a aparência saudável das crianças. Negativa, por não ter nada a ver com o contexto.

### Palavra Final

Uma página, por Matheus Machado.

A seção “Palavra Final” desta edição traz a senadora Heloísa Helena, candidata à presidência pelo P-SOL. Faz um perfil da candidata, com mais declarações pessoais do que políticas, como suas características, suas lembranças e etc. Como maior arrependimento, afirma ter sido a “dedicação de quase 20 preciosos anos da minha vida para fazer Lula presidente”, na sua única resposta em que cita o cenário político nacional.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil - duas páginas mais 2col x 9cm

Caixa Federal - quatro páginas

Ministério da Educação - duas páginas

### **Época 03/07/06**

**Edição N°424**

106 páginas

#### 1. Número de matérias:

##### 1.1. De capa

Chamada de capa “...E o time dos pesadelos. Porque este Congresso é o pior de todos”

Matéria em alusão à outra chamada, sobre o time dos sonhos para a copa.

Crítica aos congressistas, delegando a eles toda a culpa pelos escândalos atuais, tirando a culpa do governo.

“Dá para melhorar?” Cinco páginas, por Ronald Freitas.

Afirma, na linha de apoio, que o Congresso Nacional é o “pior Congresso dos últimos tempos”

Quadros: “A dança da Pizza”, “Bengaladas”, “Mensalinho”, “Mensalão”, “Até ele”, “Partido de Aluguel”, “Sanguessugas”, “Compra de votos”, “Extorsão”,

“Malandragem”, e “Do lado errado” com os mais recentes escândalos. Em nenhum quadro cita envolvimento com o governo ou do presidente Lula.

As primeiras declarações de parlamentares no texto são de deputados de esquerda, do PSB, P-SOL e PV. Mais tarde, aparece uma única declaração de um deputado do PTB, que desistiu de concorrer às eleições de 2006, por estar decepcionado.

Época sugere algumas idéias para a reforma política: a fidelidade partidária, o fim do voto secreto, adoção do voto de desconfiança (uma segunda chamada de votos), criação do código de defesa do eleitor, e moralização do orçamento federal. Fala de uma emenda constitucional proposta pelo Senador Pedro Simon, e diz que é com base no Orçamento Participativo da gestão Tarso Genro, em Porto Alegre. Por tratar do Congresso, não entra na contagem, mas é interessante observar o modo como a revista conduz os escândalos, todos atribuídos à Câmara Federal e ao Senado. Pouco envolve o PT, e não menciona Lula.

## 1.2 Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal de política é a que tem chamada de capa, como consta no item acima.

## 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“Haverá segundo turno?” Três páginas, por Leandro Loyola.

Foto de Lula, em tamanho maior; os demais candidatos têm suas fotos diminuídas, em escadinha, de acordo com seus percentuais de voto.

Quadro com os cálculos de possibilidades de Alckmin chegar ao segundo turno.

A reportagem mostra, através de dados de pesquisas como a Vox Populi e Datafolha, que ainda há possibilidade de uma recuperação de Alckmin, apesar do título da matéria situar uma outra posição para o texto. Mostra Lula como impedido de fazer campanha devido à Lei Eleitoral, que o proíbe de fazer inaugurações como presidente. Encerra com um consolo a Alckmin: “Mesmo que Alckmin perca – e esse ainda é o cenário mais provável -, a eleição terá servido para torná-lo um nome nacionalmente conhecido e para ampliar seu alcance eleitoral. Não seria, portanto, exatamente uma derrota”(ÉPOCA, 03/07/06, p. 28).

A favor do Governo.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

Nenhuma carta comentando reportagens anteriores sobre o governo.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Frase preconceituosa sobre as mulheres enquanto donas de casa. Negativa.

Seu País – Paulo Guedes

“Estou sem candidato”

Artigo em que o ator fala acerca das expectativas em relação aos candidatos à presidência, Lula e Alckmin, sobre a social democracia, o poder no Brasil, desde o fim do regime militar, e as reformas necessárias para o desenvolvimento do Estado. Critica Lula, mas não vê Alckmin como a solução. Não condena as atitudes econômicas tomadas pelo governo Lula. Neutra.

Bastidores

“Estado forte”

Anúncio de Guido Mantega sobre o crescimento dos investimentos do governo. A favor.

“Pedágio de US\$ 50 mi”

Crítica ao governo Lula, que pode vir a atrapalhar as negociações de vendas de ações da Telemig, de Daniel Dantas, em função do dossiê encomendado à empresa de investigações Kroll contra Lula.

“Os banqueiros gostam de Lula”

Entrevista com Lawrence Pih, empresário paulista, apoiador de Lula. Defende a política econômica do presidente e acredita no maior crescimento do país no próximo mandato, dando-o como certo. A favor.

“Brinde a quem?”

Constrangimento gerado por Dilma Rousseff, em jantar, pela auto-suficiência em petróleo, onde Exército e Petrobrás estavam presentes. A ministra sugeriu um brinde a Lula, que foi trocado imediatamente por um brinde ao Brasil, por um comandante do Exército. Crítica.

## “O petróleo e o PT”

Sobre os preços dos barris de petróleo brasileiros, que durante o governo Lula aumentaram mais do que se fossem regulados pela inflação americana. Crítica à gestão de estatais adotada pelo PT.

Quadro: “O pai dos pobres”, traz uma tabela com alguns produtos essenciais para o brasileiro, como o arroz e até o cimento, comparando os preços cobrados à época da posse de Lula, janeiro de 2003, com os praticados em maio de 2006, mês da publicação da revista. Nota-se que houve uma diminuição nos valores, exceto o feijão, que manteve seu preço. Os preços atuais vêm em uma coluna na cor vermelha, para destacar os baixos valores cobrados, mesmo que o item “feijão” não tenha sido alterado. Quadro favorável a Lula.

## 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil - 2col x 9cm.

### **Época 10/07/06**

**Edição N°425**

106 páginas

#### 1. Número de matérias:

##### 1.1. De capa

Chamada de capa: “Combate à corrupção. O que o Brasil pode aprender com outros países”

“Se eles podem, por que nós não podemos?” Quatro páginas. Matheus Leitão e Ana Paula Galli.

Casos internacionais de problemas graves com corrupção nos governos, e idéias de soluções aplicáveis ao Brasil. Os casos são ilustrados com fotos, tanto do Brasil como dos outros países, e acompanhados de um pequeno quadro que resume a situação. Nas fotos, há um elemento gráfico, como um carimbo vermelho, que marca o resultado da acusação, apenas nos casos internacionais.

Compara diretamente aos casos brasileiros, mas as sugestões envolvem o Poder Judiciário (mais eficiente, menos burocrático) e o Congresso Nacional (reforma

política). Neutra para a presidência, não relaciona diretamente e aponta soluções genéricas.

### 1.2 Quando é matéria principal de política

Nesta edição, a matéria principal de política é a que tem chamada de capa, como consta no item acima.

### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“Sanguessugas em toda parte”. Três páginas, Andrei Meireles.

Não fala no governo, mas menciona o orçamento da união como o modo mais fácil de desviar verba para esquemas como a compra de ambulâncias e veículos escolares irregularmente, através da emenda individual do Congresso.

“R\$ 10.500 por mês”. Uma página, Leandro Loyola.

Com foto de Lula sorridente no Palácio do Planalto.

O valor estipulado no título corresponde ao valor que o presidente deveria poupar por mês para ter dobrado seu patrimônio durante a presidência.

A matéria justifica, através da palavra de especialistas, que é possível que o presidente tenha poupado tanto nestes 3 anos e meio. Neutra.

“Lula é o próprio teflon” Entrevista com Riordan Toett, cientista político. Duas páginas, Ângela Pimenta

Fala da popularidade do presidente, em como as denúncias não se fixam, na ausência de carisma de Alckmin e nas boas ações perante a economia, mas não dá crédito a Lula por isso. Deixa bem claro que foram resoluções do Ministro da Fazenda e do presidente do Banco Central. Neutra

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

Reportagens mais comentadas:

3,3% - “Dá pra melhorar?” Congresso Nacional.

1,6% - Artigo de Paulo Guedes “Estou sem candidato”

“Dá pra melhorar?”

Resposta do Deputado Ricardo Izar, dizendo que nunca afirmou que não seria candidato este ano.

“Estou sem candidato”

“Cegueira política” dos cidadãos. Crítica.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Fala proferida durante discurso de adesão da Venezuela ao Mercosul, pedindo que Chavéz ligue mais para conversar com Lula. Crítica.

#### Bastidores

“O que é isso, companheiro?”

Crise trabalhista na Volkswagen, ignorada pelo ex-sindicalista Lula. Crítica.

4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil - 2col x 9cm.

### **Época 17/07/06**

**Edição N°426**

114 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

Chamada de capa: “O PT, O PSDB E O CRIME: até quando o interesse eleitoral dos partidos políticos vai impedir uma mobilização pela segurança?”

“Até quando”, quatro páginas.

Em preto e vermelho, abre com foto dos ataques do PCC em São Paulo. Quadro “A conta eleitoral para cada um”: Geraldo Alckmin, Lula e Cláudio Lembo.

Sobre as responsabilidades que os três possuem na questão da violência em São Paulo, não redime a culpa de nenhum e aponta suas falhas. Crítica para Lula.

Possíveis ligações do PT com o PCC sugeridas pelo PSDB. Crítica ao jogo político durante os dias de crise, a falta de sensibilidade dos políticos com a situação, pouco foi feito para diminuir o risco da população.

### 1.2. Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal em política é uma reportagem especial sobre o terror em São Paulo, sendo que a matéria da série que trata sobre a responsabilidade dos governos federal e estadual foi registrada acima.

### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“Os 13 companheiros de Lula”. quatro páginas, por Andrei Meireles e Ronald Freitas.

Fotos de todos os 13 personagens, os principais articuladores da campanha de Lula e do segundo mandato. Detalhe para a foto de Aloísio Mercadante, a maior e única foto boa da reportagem. Nas demais, os personagens estão com feições estranhas, falando ou gesticulando.

Abre com uma grande estrela do PT no título, com o número 13 por dentro.

No quadro, “Um estímulo à corrupção”, o texto suplementar dá o exemplo do Chile, que cortou 80% dos cargos públicos por indicação política e tem as menores taxas de corrupção da América Latina. Também toma o caso dos correios, associando o escândalo da estatal ao PMDB.

A matéria é favorável ao presidente. Elogia os articuladores, e mostra projetos para o segundo mandato. Mesmo com o texto suplementar sobre a corrupção, não chega a ser uma crítica, já que repassa a culpa ao PMDB.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

Reportagens mais comentadas: “R\$ 10.500 por mês”. 4,9% das cartas

“R\$ 10.500 por mês”

Uma carta. Crítica à aposentadoria do presidente.

## 3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

### Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Sobre sua responsabilidade ao vetar o reajuste para os aposentados e pensionistas do INSS. Com ilustração em alusão à agressão de Zidane a Materazzi, jogador da seleção italiana. No desenho, é Lula quem dá a cabeçada em um aposentado, e Zidane assiste à cena chocado. Crítica.

Seu País – Paulo Guedes

“A cumplicidade acabou”

Sobre os novos atentados do PCC a algumas cidades do litoral paulista, não eximindo a culpa do governo Lula por não aplicar uma política de segurança nacional mais adequada. Não acredita nas teorias conspiratórias de que os eventos ocorridos poderiam ter sido encomendados pelo PT para diminuir os índices do ex-governador Alckmin. Texto com críticas ao governo Lula e também ao PSDB e ao PMDB, pelo descuido na política de segurança nos últimos mandatos. Crítico.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Caixa Federal – quatro páginas

Banco do Brasil – 2col.x 9cm.

**Época 24/07/06**

**Edição N°427**

114 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

Chamada de capa: “SANGUESSUGAS: A lista inédita dos petistas acusados.”

“Os companheiros sanguessugas?”, três páginas, por Andrei Meirelles.

Fotos dos petistas envolvidos, de acordo com depoimentos de Luiz Antonio Vedoin.

A matéria não afirma o envolvimento dos petistas no escândalo. Procura usar palavras que dêem o crédito da declaração a outros, ou duvida das informações, como “segundo Vedoin”, “ele disse ter feito”, “sob suspeita”.

Relaciona o caso com o governo FHC, que teria deixado uma conta de R\$8 milhões em ambulâncias fraudadas para o ministro Humberto Costa. E afirma que Lula publicou um decreto em fevereiro de 2003, cancelando o pagamento.

Usa apenas um parágrafo para sugerir o envolvimento do executivo federal no esquema. Neutra.

#### 1.2. Quando é matéria principal

A matéria principal da semana é a mesma com chamada de capa, relatada acima.

#### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

ELEIÇÕES 2006: “Como ela chegou a 10%”, duas páginas, de Leandro Loyola e Ana Paula Galli.

Sobre a campanha da senadora Heloísa Helena.

ELEIÇÕES 2006: “O horário eleitoral já começou”, duas páginas, por Andréa Leal.

Sobre o uso do *site* YouTube na campanha eleitoral, para postar vídeos antes da campanha oficial em rádio e televisão.

ELEIÇÕES 2006: “INCLUSÃO SOCIAL: Efeito preguiça?”, três páginas, Isabel Clemente.

Mais uma da série de reportagens sobre a atual situação do país. Fala do assistencialismo, e do Bolsa Família, motor da campanha à reeleição de Lula. Compara com outros programas sociais na América Latina, associando ao sucesso de seus governantes.

A reportagem afirma reconhecer as limitações do programa que são levantadas por seus críticos, como o real papel do Estado nas políticas sociais, o aumento do risco de corrupção e, a principal delas, o “efeito preguiça”, observado em Porto Rico. Neutra.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

Reportagens mais comentadas

23,7% das cartas enviadas à redação de Época comentavam a reportagem “Até quando?”

“Até quando?”

Das seis cartas comentando o assunto, uma fala do governo federal e da ineficiência dos programas para diminuir a violência. Crítica.

3. Número de seções e colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Frase proferida na Rússia em frente à estátua do czar Pedro, O Grande. Neutra.

Bastidores

“Ele volta de onde começou”

Nota sobre a construção das plataformas P-51 e P-52, da Petrobrás. Positiva para o presidente, fala que a nacionalização da construção das plataformas foi uma promessa da campanha de 2.002, tendo sido cumprida.

“O FGTS pode render mais”

Nota, com foto do Ministro do Trabalho, sobre aplicações a serem feitas com o dinheiro do FGTS dos trabalhadores. A idéia teria surgido no governo, para que esse dinheiro não fique parado e rendendo pouco. Não cita o presidente, só o ministro Luiz Marinho. Positiva.

Quadro “Sem cabresto”

Sobre campanhas presidenciais anteriores, em que Lula foi candidato (cita também a campanha para presidente do sindicato dos metalúrgicos), mostrando Lula como um homem forte, que não se deixa manipular. Positiva.

4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – quatro páginas mais 2col.x 9cm.

**Época 31/07/06**

**Edição N°428**

122 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1 De capa

Não há chamada de capa nesta edição para as matérias de política.

## 1.2. Quando é matéria principal

“Uma oportunidade para os políticos”, três páginas, de Guilherme Evelin e Leandro Loyola.

Abre com foto de Luis Antônio Vedoin, o empresário que admitiu para a Polícia Federal, o escândalo das sanguessugas. Com foto de Heloísa Helena, Lula e Alckmin, em discurso sobre a corrupção. Pode-se observar que a frase escolhida para representar o presidente reconhece os casos de corrupção no seu governo, mas não admite que a culpa seja exclusiva do PT, nem de um membro do partido em especial, mas sim das “deformações da estrutura política”

A ética como um dos temas centrais da campanha, e a importância que tem para o eleitor. Fala sobre pesquisa da USP e Unicamp, que abordou o tema da corrupção entre os eleitores e teve como resultado que estes dão extrema importância. Passa ao leitor que o motivo para o bom desempenho de Lula nas pesquisas seriam os bons índices na economia. Dá mais importância para os números da pesquisa e as propostas para acabar com a corrupção, do que cobra alguma atitude real.

A matéria foge da questão do escândalo, dando espaço à discussão da ética e do combate à corrupção, desviando a atenção do presidente Lula e se colocando a favor dele através de pequenas declarações, como a frase escolhida para representá-lo, que contrasta com a de Alckmin, que não há muita lógica nas acusações soltas, e na neutralidade de Heloísa Helena, que acusa tucanos e petistas.

## 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“Anatomia de uma fraude”, duas páginas, Andrei Meirelles e Matheus Leitão.

Espécie de guia para entender a máfia dos sanguessugas, a matéria explica a investigação, elogia a polícia federal e o Ministério Público, e remete a culpa em sua maior parte aos empresários. Não fala em envolvimento do poder executivo federal. Justifica a possível lentidão do processo em função do Poder Judiciário, e dá à diretoria do Congresso a responsabilidade pela pressão exercida contra a CPI. A favor.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

Reportagens mais comentadas:

9,8% Os companheiros sanguessugas.

“Os companheiros sanguessugas”

Duas cartas, condenando a revista pela imparcialidade ao mostrar apenas o PT envolvido na máfia. A favor do presidente.

A revista ainda coloca uma nota da redação, afirmando que é apartidária.

“Efeito preguiça?”

Duas cartas comentando a reportagem do Bolsa Família. As duas defendem os programas assistencialistas do governo. A favor.

3. Número de seções e colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Bastidores

“O candidato não-petista do PT”

Maior nota da coluna, com foto do presidente usando boné de couro, no Ceará, falando do afastamento dos símbolos do partido na campanha presidencial. Crítica.

“Sob a estrela de Gabrielli”

Nota, com foto de José Sérgio Gabrielli, presidente da Petrobrás, falando de sua gestão e dos elogios feitos por Lula. A favor.

Seu País – Paulo Guedes

“Vem aí o 2º turno. Ainda bem”

O colunista defende o segundo turno para o bem da democracia brasileira e para que o povo tenha mais tempo para discutir. “A idéia de que a eleição presidencial fosse definida já no primeiro turno indicaria que somos apenas milhões de destituídos, miseráveis e ignorantes, em busca de um prato de comida fornecido pelo assistencialismo de um Estado socialdemocrata” (ÉPOCA, 31/07/06, p. 26).

Mostra-se crítico com Lula: “a reeleição de Lula sem maiores esclarecimentos sobre os fatos ocorridos durante seu primeiro mandato seria um atestado de indigência material e política” (ÉPOCA, 31/07/06, p. 26).

4. Anúncios do Governo Federal

Caixa Federal - duas páginas.

Banco do Brasil - 2col.x 9cm.

**Época 07/08/06**

**Edição N°429**

122 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

Chamada de capa: “FHC: O Brasil precisa de um Plano Real na política.”

“Por um Plano Real na política”, três páginas, por David Friedlander e Guilherme Evelin.

Entrevista com FHC sobre os desafios do novo presidente, a campanha deste ano, os escândalos no Congresso, e comparações com o seu governo.

1.2. Quando é matéria principal

“PTleguismo?” três páginas.

Sindicalistas ligados ao PT teriam arrefecido desde que ganharam o poder. Liga o fato ao diálogo mais fácil com o governo Lula, mas também com os cargos distribuídos aos companheiros sindicalistas.

Crítica ao governo, à forma como os cargos são distribuídos, e ao comportamento das centrais sindicais. Cita o presidente Lula como responsável pelo braço sindical e pela falta de ação dos sindicatos nos últimos anos.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“Até onde ela vai?”, uma página.

Sobre a campanha de Heloísa Helena.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

“Vem aí o 2º turno, ainda bem”

Carta reforçando a idéia passada pelo colunista. Crítica.

“Uma oportunidade para os políticos”

Uma carta, condenando a reeleição dos mensaleiros e demais corruptos no Congresso. Cita o governo em seu *slogan* “Um país de todos”, mas é neutro no seu comentário: “[...] seremos de fato um país de tolos e não um país de todos, como prega o governo” (ÉPOCA, 07/08/06, p. 09).

3. Número de seções e colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Frase de discurso em Florianópolis, onde o presidente se perde no sentido do que quis expressar. Crítica.

#### Bastidores

Nota de destaque na coluna, com foto de Lula na posse, em 2003, sobre os projetos de reformas que o presidente deveria apresentar no segundo mandato. Neutra.

#### Sua Política – Eduardo Plarr

“A mãe de todas as virtudes”

Cita o filósofo francês Montaigne, que preza a sinceridade como arma contra a corrupção. Critica o presidente Lula pela falta de honestidade em prometer 10 milhões de empregos na sua primeira campanha e não cumprir. “A vitoriosa campanha de Lula em 2002 foi essencialmente demagógica. Foi, nesse sentido, um triunfo do atraso” (ÉPOCA, 07/08/06, p. 33). Crítica.

4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – 2 col.x 9cm.

Petrobrás – duas páginas

Correios – uma página

Caixa Federal – duas páginas

#### **Época 14/08/06**

**Edição N°430**

114 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

“Qual é a dela? Por dentro do mundo e da mente de Heloísa Helena”

“A filha do sonho e da dor”

Sete páginas sobre a vida e a trajetória da Senadora Heloísa Helena, por Ruth de Aquino.

Elogios à senadora, reserva um espaço da matéria a um quadro sobre sua vida: “De criança pobre no sertão alagoano a candidata à Presidência da república”. Enquete com o que o povo pensa da candidata. Trechos de discursos e comparação a outras mulheres poderosas no mundo, como Hillary Clinton e Michelle Bachelet. A matéria corrobora o culto à personalidade de Heloísa: “companheiros a protegem como de fossem guarda-costas de uma santa, mesmo sabendo que os anjos não têm costas” (ÉPOCA, 14/07/06, p. 34).

No único trecho que a reportagem cita Lula, o comentário é crítico: “se desse uma grande zebra e HH se tornasse presidente do Brasil, estaríamos todos livres de metáforas de futebol por mais quatro anos”, mostrando insatisfação com as declarações do presidente sobre futebol. A passagem faz parte da conclusão da matéria, que volta a Heloísa mãe de família, simples, modelo de mulher.

## 1.2. Quando é matéria principal

Nesta edição, a matéria principal é a mesma de capa, registrada acima.

## 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“ELEIÇÕES 2006: 45 dias para vencer”, cinco páginas, Leandro Loyola, Matheus Leitão e Walter Nunes.

Estratégias de campanha dos dois principais candidatos. Na última página, há um espaço para Cristovam Buarque e sua estratégia de campanha.

## “Guido, ou o otimismo”

Entrevista de duas páginas com o Ministro da Fazenda. De Andrei Meirelles e Murilo Ramos.

O ministro dá os números do crescimento do país, com muito otimismo, discordando dos repórteres quando falam em problemas estruturais ou crescimento abaixo da média. A matéria é crítica quanto ao Ministro. As perguntas são um tanto descrentes em relação aos bons números de que Mantega fala. Crítica

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

“Por um Plano Real na política”

Duas cartas enaltecendo a entrevista com o ex-presidente, elogiando-o e comparando-o a Lula. Críticas. Uma carta criticando o governo FCH e seus comentários acerca do atual governo. A favor.

“PTleguismo”

Duas cartas, uma em resposta à reportagem de Época, do Sr. João Antônio Felício, citado no texto. Neutra. A outra carta é o desabafo de um leitor sobre as “barbaridades praticadas pelo PT”. Crítica.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Duas frase dadas em entrevista ao Jornal Nacional, em que o presidente troca expressões ou as coloca erroneamente, como ao afirmar a escolha do procurador-geral da República foi “uma demonstração de que o combate à ética significa você permitir que as instituições façam as investigações que precisam fazer”. Época destaca em vermelho a expressão “combate à ética”, e comenta posteriormente sobre o autor das frases, o presidente Lula, “que certamente conhece o conceito freudiano de ato falho”. Crítica.

Bastidores

“O Brasil vai apoiar o PC cubano?”

Nota, com foto de Fidel Castro, comentando os planos do Planalto junto ao governo venezuelano para Cuba pós-Fidel. Neutra.

“Um presidente fora de forma”

Sobre o fraco desempenho do presidente em entrevista ao jornal nacional, afirmando que “acendeu a luz amarela no Planalto”, em relação à sua atuação na campanha em TV. “A falta de entrevistas freqüentes desde que assumiu o poder enferrujou o presidente, agora desacostumado a perguntas incisivas”. Não tem tom crítico, porque discute questões de campanha e relembra que Lula “era considerado até pelos adversários um especialista em TV. Neutra.

Quadro: “Jogo dos Sete Erros”

Erros cometidos por Lula e Alckmin durante a campanha, que podem determinar o resultado da eleição. Nas críticas feitas, Alckmin saiu-se melhor, por ter menos acusações envolvendo seu governo, como Lula teve. Crítica.

Seu País – Paulo Guedes

“O Vacilo de FHC”

O colunista Paulo Guedes discorda das declarações do ex-presidente Fernando Henrique em entrevista à última edição de Época. Em especial, diverge da opinião de FHC sobre a ameaça ao regime democrático, caso Alckmin ganhe, da parte do PT. O colunista defende o Estado democrático e acaba pondo-se a favor de Lula: “antes de chegar à presidência da república, Lula perdeu exemplarmente três eleições sem estimular nenhuma perturbação da ordem pública” (ÉPOCA, 14/07/06, p. 35).

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – duas páginas, mais 2col por 9cm.

**Época 28/08/06**

**Edição N°432**

122 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1. De capa

Chamada de capa: “SANGUESSUGAS. O jogo duplo do delator”

“O jogo duplo da sanguessuga”, quatro páginas, Matheus Machado.

Desmentidos no depoimento de Vedoin, que teria usado do benefício da delação premiada para sair da cadeia. A matéria compara os depoimentos e declarações, procura documentos que comprovem as transações, mas fica apenas nas ligações com os deputados.

#### 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

Não há cartas sobre o Governo Federal nesta edição.

#### 3. Número de seções e colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

### Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Frase proferida em comício em Osasco. O presidente tentava disfarçar e evitar ser visto ao lado do ex-presidente da Câmara, João Paulo Cunha. Crítica.

### Bastidores – Valéria Blanc

“Desejo de ser o mais admirado”

Nota, com foto de Lula, sobre as pretensões para o segundo mandato. Crítica.

### 4. Anúncios do Governo Federal

Caixa Federal – duas páginas

Banco do Brasil – duas páginas e mais 2 col.x 9cm.

### **Época 04/09/06**

#### **Edição N°433**

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1 De capa

“O que ele fez” em referência às promessas eleitorais de 2002.

“A nota dele foi 5,2”: série de matérias, com um total de 32 páginas. Esta, que abre a série, tem quatro páginas.

A reportagem afirma que Lula cumpriu mais de 50% das 700 promessas que havia feito em 2002, e abre citando “O Príncipe” de Maquiavel, para justificar o não cumprimento dessas promessas: “A experiência nos faz ver que os príncipes que mais se destacaram pouco se preocuparam em honrar suas promessas”.

A primeira matéria, que abre a série, “A nota dele foi 5,2”, tem quatro páginas, boa parte ocupadas com fotos, como a do presidente que abre a matéria e ocupa toda a página. Explica como foi feita a avaliação das promessas e quais os critérios utilizados.

“Fome Zero: 0, Bolsa-Família: 10”, duas páginas, por Ricardo Mendonça.

Na linha de apoio, afirma que a promessa não foi cumprida. Quanto ao Fome Zero, mas que a mudança para o Bolsa Família teria sido mais lucrativa eleitoralmente. Mesmo dando os números da diminuição da pobreza, ainda assim salienta que a promessa do Fome Zero não fora cumprida. Mas logo fala do Bolsa Família e da importância dada à área social neste governo.

“Falou demais”

Sobre a promessa dos 10 milhões de empregos em 2002, afirma que o governo gerou 4,8 milhões com carteira assinada. Constante comparação com o governo FHC, mostrando Lula em vantagem.

Ainda que o país tenha crescido mais agora do que na gestão de Fernando Henrique Cardoso, há uma unanimidade entre os analistas: o governo Lula poderia ter tido um desempenho melhor, já que o cenário internacional é mais favorável hoje do que nos anos 90 (ÉPOCA, 04/09/06, p.36).

Mesmo que seja “unanimidade entre os analistas”, Época afirma que o crescimento foi maior durante o governo Lula, e coloca como responsabilidade dos analistas qualquer opinião contrária. Ao longo do texto, a reportagem beneficia as ações do governo Lula, coloca um “olho” na reportagem, salientando que “em quatro anos Lula criou seis vezes mais empregos que FHC em oito”. A matéria relativiza os critérios de crescimento em comparação a FHC, sempre com vantagem de Lula. Mesmo assim, afirma que o presidente não cumpriu as promessas feitas em relação à geração de empregos e dá nota 3,8, na média das oito principais promessas, porém não desenvolve no corpo da matéria as promessas com as piores notas.

“Como educar sem dinheiro?”

A matéria de duas páginas, também de Ricardo Mendonça, afirma que as promessas que exigiam investimento do governo não foram cumpridas, e põe parte da culpa no Congresso por estar com projetos em educação trancados na pauta de votações. Dá notas realmente muito baixas para as promessas não cumpridas, mas exalta as que foram cumpridas, mesmo que parcialmente, ou aquelas de que nem toda a responsabilidade era do governo como as cotas em universidades federais, em que o

projeto está trancado no Congresso, ainda que 14 universidades já as tenham adotado, por resolução de suas reitorias.

Apesar dos problemas, os eleitores avaliam positivamente o trabalho do governo Lula na educação. De acordo com uma pesquisa do Vox Populi, divulgada no começo de junho pela revista Carta Capital, 32% dizem que a gestão é ótima ou boa. Outros 45% dizem que é regular. Foi a segunda área mais bem avaliada do governo Lula. A primeira é a política de apoio a famílias carentes, com 55% de ótimo e bom ÉPOCA, 04/09/06, p.38).

O repórter lembra ao leitor números favoráveis ao governo, e dá como razão o Pro-Uni, pagamento integral ou parcial de bolsas em universidades privadas para alunos provenientes da classe baixa, e da associação que a população faz da educação com o Bolsa Família. Ao falar no programa de maior sucesso eleitoral do governo, a reportagem tenciona que o leitor faça a leitura positiva sobre o governo.

“Doutor em Marketing?”

Fala sobre a saúde no Brasil, e já na linha de apoio, afirma: “Lula **cumpriu várias promessas**. Principalmente as que rendem **benefícios para sua imagem**”. As expressões aqui destacadas assim estão na revista, levando o leitor, em uma leitura rápida, a ler que todas as promessas cumpridas foram em benefício da imagem do presidente. A matéria de duas páginas, por Ana Aranha, tem foto do presidente na inauguração de um programa de saúde bucal, e um quadro, “Ficou no meio do caminho”, com os números nos investimentos em saúde. Afirma que o valor investido cresceu desde 2002, mas que “não bastou para cumprir a promessa”. Diz que muitos dos programas destinados à saúde são de “apelo publicitário”, que Lula “fez de conta que investia em saúde” e “não cumpriu” uma série de promessas na área.

Mais uma vez, Época faz críticas citando “críticos” e autoridades no assunto. No caso do programa Farmácia Popular, afirma que o governo **cedeu à tentação** de dar mais peso ao apelo de **marketing** que à eficácia do gasto público”. Já quanto ao Brasil Sorridente, é só elogios e a afirmação de que “todas as promessas foram cumpridas”. Em seguida, afirma que “a gestão petista **surpreendeu**”: “programas lançados na gestão FHC, não só foram mantidos, como ampliados”. E palavras como “triplicou”, e

“cresceu”, ocorrem neste trecho da matéria, concluindo que, “embora tenha entregado menos do que prometeu na campanha, o resultado foi bom”.

No quadro com as notas das promessas, aqui são nove, a nota média fica em 6,2, recebendo nota máxima na ampliação dos remédios genéricos, e dividindo três notas 2, na criação de redes de pronto-socorros, no cumprimento dos gastos com saúde previstos na constituição, e na criação de unidades geriátricas.

“Demorou, mas saiu”

Duas páginas, de Ana Aranha, sobre a liberação de verba para a moradia popular. No último ano de mandato, Lula liberou R\$1 milhão para a moradia popular. Se tivesse feito isso antes, muita gente já poderia estar vivendo melhor”. Mas a nota dada ao presidente é sete porque, de acordo com os cálculos da revista, Lula entregou 90% das moradias estipuladas para o período, o que lhe conferiu nota nove, aumentando a média ante as demais notas, que foram baixas.

“Fizeram só o mais fácil”.

Dando nota 3,8 para a segurança, a reportagem de Ricardo Mendonça destaca apenas o fortalecimento da Polícia Federal como ponto positivo no quadro das promessas, mas no corpo do texto, as poucas críticas são dirigidas também ao governo de São Paulo, atingindo Geraldo Alckmin.

“Sob o estigma do mensalão”

Duas páginas, de Ricardo Mendonça, falam sobre as promessas de combate à corrupção, dando nota final cinco para o governo Lula. Com foto de José Dirceu, destaca o aumento do orçamento da controladoria, órgão de combate à corrupção e pouco fala nos escândalos.

“Show de intenções”, uma página.

Em cultura, o cumprimento das promessas foi pífio, de acordo com Época, e alcançou nota baixa, com média 5,3. “Boas intenções e pouco resultado”.

“Resultado Simbólico”, uma página.

O combate ao racismo obteve nota quatro. “Teve mérito de pôr o racismo em pauta. Mas a proposta de cotas conseguiu pouco resultado prático”.

“Pegou com a esquerda e tocou com a direita”, duas páginas.

Sobre a economia brasileira na gestão Lula, Ricardo Mendonça dá nota 6,1 ao presidente, que “cumpriu todas as promessas da “Carta ao Povo Brasileiro”. Só não mostrou a mesma eficiência em relação aos compromissos do programa do PT”. Destaca as promessas cumpridas, mas não esquece de comentar o crescimento abaixo do esperado e a reforma tributária que não foi feita, o que fez cair sua média.

“O empurrão que veio de fora”, duas páginas, de Ricardo Mendonça.

O comércio exterior obteve um bom desempenho, com nota 7,4, perdendo pontos significativos apenas na promessa de criar o Ministério das Exportações, idéia esquecida durante o mandato. A reportagem destaca que a política de exportações teve vantagens nos últimos anos em função da “conjuntura internacional excepcional”.

“Militares ou políticos?”, uma página, de Ana Aranha.

Sobre a Defesa Nacional, nota 3,3, devido à falta de investimentos na defesa das fronteiras e em tecnologia militar.

“Frustração no Campo”, uma página, de Flávio Machado.

Nota 3,3 para a Reforma Agrária. “Lula fez só o mínimo para não desagradar aos movimentos sociais”. Destaca que a meta de assentar 400 mil famílias não foi atingida, e nada foi feito contra o trabalho escravo.

“O motor da economia pifou”, duas páginas, de Flávio Machado.

Fala sobre a crise da economia, dando média 5 para as sete principais promessas. “O setor passa pela pior crise dos últimos anos. E, mesmo que Lula tivesse cumprido todas as suas promessas, a situação não estaria melhor”. Salienta as más condições do clima e as doenças que atingiram o setor agrícola como parte importante do quadro dramático da agricultura no Brasil.

“Melhorou. Mas ainda é pouco”, duas páginas, de Ricardo Mendonça.

Sobre o meio ambiente, a média do governo Lula ficou em 6,4, destacando o incentivo a novas fontes de energia e ao controle do desmatamento da Amazônia e da Mata Atlântica.

“Está tudo parado”, duas páginas, de Flávio Machado.

Sobre a falta de investimentos em infra-estrutura, “um dos entraves que impedem a economia de crescer mais”. Das nove principais promessas, a média obtido foi 5. Notas altas para o financiamento da indústria naval e pela ampliação do acesso à telefonia. Lembra os 40 bilhões de reais que deixaram de ser investidos devido a má administração das agências reguladoras;

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

Na seção “Caixa Postal”, uma das matérias da edição anterior mais comentadas foi a “Hilário Eleitoral Gratuito”, com 14,8% das cartas. Das três cartas publicadas sobre essa matéria, apenas uma mencionava o presidente Lula e se mostrava favorável, debochando dos adversários do presidente.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

Bastidores por Valéria Blanc

Faz uma pequena crítica ao presidente em uma das notas das duas páginas que ocupa em Época. Com o título “Festa antes do fim do jogo”, a colunista relata uma conversa do presidente com um aliado, afirmando que, no momento atual “se melhorar, estraga”. Sutilmente ela critica a posição de Lula de “já ganhou”, sendo que há mais duas notas em sua coluna sobre Lula, que são neutras.

4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – 2col por 9cm.

**Época 11/09/06**

## Edição N° 434

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.2. De capa

Não há matérias sobre o governo com chamada de capa.

1.3. Quando é matéria principal

“Eleições 2006: Quem agüenta tomar tanto café?”, quatro páginas, Andréa Leal, Flávio Machado e Guilherme Evelin.

Sobre a rotina dos presidenciáveis e principais candidatos ao cargo de governador, em São Paulo, e os compromissos de campanha, no caso, o café citado pelo título da matéria.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“CPI faz bem ou mal?”, duas páginas, Matheus Leitão e Ana Paula Galli.

A matéria questiona a funcionalidade das Comissões Parlamentares de Inquérito e o trabalho executado pelos deputados e senadores durante as investigações. Cita o presidente Lula, ao mencionar as CPIs executadas durante seu mandato, a dos correios, que investigou o mensalão, e a das sanguessugas.

“Está faltando terra?”, duas páginas, Juliana Arini.

Época aborda o tema da reforma agrária no Brasil, que não vem respeitando as políticas de preservação ambiental. Traz uma grande foto do pôr-do-sol em uma fazenda de araucárias, em Santa Catarina. Na foto, o horizonte está em rosa, ocupando a maior parte das duas páginas, que é onde está o texto. Há mais uma foto da vegetação de pinheiros. Pela disposição gráfica das páginas, não se consegue afirmar se trata de uma matéria de política, já que, afinal, o assunto é reforma agrária. Ouve membros do Incra, técnicos de Ongs e fundações ligadas à pesquisa ambiental, o Ministério Público, os proprietários de terras próximas às invasões dos sem-terra, e os militantes do MST, mas mostra-se crítico, às ações do movimento. Mesmo que, ao final do texto, a versão dos sem-terra tenha sido publicada, afirmando que o desmatamento não é feito apenas pelos membros do movimento, mantém-se crítico, acusando o MST, ao longo do texto, e criticando o governo por apoiar e financiar o movimento.

Há algumas edições, Época vinha fazendo uma enquete entre os leitores e personalidades sobre qual é o “Maior brasileiro da história”. Entre o grupo de pensadores montado por Época, o escolhido foi Ruy Barbosa, e entre o júri popular, Chico Xavier. Lula foi o sétimo colocado da lista popular, com 540 votos, entre os 24,862 recebidos pela revista. Ficou abaixo de Ayrton Senna, Pelé, Garrincha, Santos Dumont e Juscelino Kubitchek, e acima de Getúlio Vargas. Época apenas publicou a tabela, nos textos da reportagem especial, não encontramos menção a Lula.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula. Caixa Postal

Na edição 434, na seção “Caixa Postal”, 16 cartas foram publicadas comentando a matéria de capa da edição anterior: “O que ele fez”, sobre as promessas de Lula na campanha anterior, comparando-as com a atuação de seu governo. Um dos leitores envia a Época o seguinte comentário:

A nota média de Lula teria de ser mais baixa. O que andou foi o Bolsa Família, que ganha votos para a reeleição. Se a reportagem enumerasse as mais de 700 promessas de Lula e indicasse quais cumpriu, não cumpriu, ou cumpriu em parte, a média de não cumpriu e cumpriu em parte seria bem maior. Do jeito como foi feita, a matéria mostra que esta revista está apoiando a reeleição de Lula (ÉPOCA, 11/09/2006, p.08).

Já a carta seguinte afirma que “Época está um pouco anti-Lula demais”. As demais cartas também mostram os leitores divididos sobre a interpretação da matéria. Das 16, cinco foram a favor do presidente, afirmando que, “apesar da herança recebida de FHC, do bombardeio diário da oposição e da grande maioria da mídia, mais da metade de suas promessas foi cumprida” (ÉPOCA, 11/09/06, p.09). Há mais sete cartas críticas, e quatro neutras. A matéria foi a reportagem mais comentada desta edição, com 57,8% das cartas.

## 3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

### Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Frase do presidente comparando-se a Juscelino Kubischek. Neutra.

### Bastidores

“Lula a R\$1 milhão por dia”

Quadro em destaque com foto e cor de fundo diferente da coluna, sobre as recorrentes doações que a campanha de Lula vem recebendo de empresas privadas. Destaca o favoritismo do presidente, mas também cita um exemplo de negociação que prejudica o Estado em detrimento do sucesso da campanha eleitoral. Neutra.

Quadro “Urna eletrônica favorece Alckmin?”

Revela um estudo do PFL que sugere que os votos, nulos em função de erros na urna eletrônica, poderiam prejudicar o presidente Lula, principalmente porque os erros ocorrem mais entre os eleitores do nordeste, seu maior colégio eleitoral. O quadro mostra números favoráveis a Lula nas pesquisas eleitorais feitas nos estados com maior índice de votos nulos. O quadro tem um pequeno texto explicativo, que apesar de levar o nome de Alckmin no título, é favorável ao presidente, por fazer um alerta ao erro do voto, alarmando o leitor para a situação, até pelo uso da cor vermelha na coluna que indica a vantagem de Lula em cada estado.

“A mágoa que ficou”

Nota sobre o ex-deputado e ex-chefe da Casa Civil, José Dirceu, e seu relacionamento com os demais colegas de partido e de governo. Neutra.

## 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – duas páginas, uma coluna.

### **Época 18/09/06**

#### **Edição N° 435**

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

Chamada de capa: “Do aborto às cotas: nossos leitores entrevistaram os candidatos a presidência”.

Em reportagem especial, “Você perguntou. Eles respondem”, Época entrevista os quatro principais candidatos à presidência, e usa perguntas que os leitores enviaram à redação. São 11 páginas, com fotos dos candidatos apenas na abertura, sendo que a foto

de Lula tem a posição de maior destaque (perto do centro da página à direita e acima, enquanto as demais ocupam a página esquerda, e a parte inferior da direita). No espaço destinado às respostas de cada candidato, Época diz que publicou o texto integral de cada pergunta enviada, não se responsabilizando pela diferença nos tamanhos dos textos. As respostas estão na ordem das intenções de voto. Em número de linhas, o presidente tem mais espaço, tendo publicadas 221 linhas em respostas suas, sendo que Alckmin tem 107 linhas, Heloísa Helena 123, e Cristóvão Buarque, 175.

Os candidatos responderam a perguntas sobre educação, cotas nas universidades, reforma política, relações internacionais, impostos, meio ambiente, privatizações, segurança, reforma trabalhista, direitos da mulher, previdência e a instituição política do governo. Das perguntas escolhidas por Época, nenhuma trata do tema corrupção, e no tema relações internacionais, a pergunta é direcionada para os acordos de relações comerciais, citando os Estados Unidos como parceiro. Não fala na polêmica Evo Morales / Petrobrás. Lula é beneficiado pelas perguntas, que pode responder através de ações suas no governo, mostrando o que realizou. Os demais candidatos ficam no campo das idéias, ou, como por exemplo Alckmin, mostrando realizações em âmbito bem menor que o nacional. Lula tem o tom populista até para responder às perguntas. Chama o eleitor pelo nome, fala em “nosso governo”. Há poucas críticas advindas dos demais candidatos, na maior parte de Heloísa Helena, mas não há nada de muito contundente.

#### 1.2. Quando é matéria principal

“Paciência tem limite”, duas páginas, por Isabel Clemente e Matheus Leitão.

#### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“Ponte Dinamitada”, três páginas, de Leandro Loyola.

Época fala sobre a “Carta aos eleitores do PSDB”, texto escrito pelo ex-presidente FHC, em que critica duramente o presidente Lula, acusa os petistas de corrupção e conclama os tucanos a unir-se na oposição ao PT. Com foto de FHC ocupando a primeira página (com texto ao redor), sob fundo vermelho, e a foto de Lula, com as mãos juntas e o olhar preocupado, com fundo verde, a matéria discorre sobre a idéia de uma coalizão para a governabilidade no segundo mandato. A reportagem critica a maneira com que o texto de FHC foi escrito: “o eleitor do PSDB a que a carta se

destina ou é um quase erudito ou terá de usar um dicionário para compreender certos trechos”. E cita alguns exemplos de palavras de uso formal integradas à redação, como um deboche o seu uso. A matéria sugere que uma possível coalizão PT e PSDB ficou inviabilizada devido ao conteúdo extremamente crítico da carta de FHC, mas a reportagem se prende mais a criticar a carta e comparar os mandatos, sendo favorável à Lula.

“Mercador de denúncias”, uma página.

Matéria falando sobre o dossiê negociado por Vedoin, supostamente encomendado pelo PT para prejudicar José Serra, candidato ao governo de São Paulo. O texto de Época deixa claro que Vedoin faz um jogo duplo e que suas declarações não são muito confiáveis. “Seu comportamento venal pode acabar servindo de pretexto para que políticos de mão sujas digam que foram vítimas de mentiras fabricadas por um mercador de denúncias”, remetendo à declaração de Serra sobre a influência do PT nesse caso. A matéria é neutra, não cita o governo, apenas fala na instituição partidária do presidente, no núcleo de São Paulo.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Há apenas uma carta a respeito da matéria da reforma agrária, da edição anterior. A carta se mostra contrária aos assentamentos na região e questiona a posição do Ministério do Meio Ambiente.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Frase em que o presidente fala “em tom quase religioso” sobre seu orgulho e legado deixados ao ter sido eleito presidente: “hoje vocês tem consciência de que qualquer um está preparado para governar esse país. Cada um de vocês é uma célula do meu corpo, cada um de vocês é uma gota do meu sangue”(ÉPOCA, 18/09/06, p.20).  
Neutra.

#### Bastidores

“O otimismo dos ministros”

Quadro em destaque, com foto e fundo em cor diferente, sobre o ministério para o próximo mandato, sendo montado desde antes das eleições. Crítica.

“Lula já pensa em 2014!”

Nota relatando uma aspiração do presidente ao terceiro mandato, através de uma emenda constitucional. Crítica.

“E se Bush quiser briga?”

Nota sobre a política externa brasileira, a relação com a Bolívia e com os EUA. Neutra.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – 2 col por 9cm.

### **Época 25/09/06**

**Edição N° 436**

138 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1. De capa

“Ninguém contou nada para ele?”

Foto de Lula cabisbaixo, passando a idéia de que ele estaria desapontado com o que vem acontecendo.

“Agora e depois”, nove páginas.

Abre com foto de Lula, a mesma da capa, e a estrela do PT caída, rachada. A reportagem aborda o impacto na eleição e as conseqüências do caso do dossiê.

“De todas as crises do governo, nenhuma chegou tão perto do presidente Lula” (ÉPOCA, 25/09/06, p. 27). A matéria fala dos assessores, como Freud Godoy, e de outras pessoas próximas a Lula, envolvidas. Questiona se haverá influência nestas eleições. De acordo com cientistas políticos entrevistados, a história é muito complexa e difícil de ser entendida pela maior parte do eleitorado, os mesmos que acreditam que o presidente está sendo vítima, que votam em “retribuição”, uma espécie de pagamento, em troca do que a população mais pobre recebeu por meio das políticas sociais de Lula” (ÉPOCA, 25/09/11, p.27). Não dá atenção a origem do dinheiro do dossiê, apenas

menciona e desconversa. Ressalta a agilidade do presidente em afastar de sua campanha e do governo os envolvidos. Destaca a confusão entre partido e Estado, tão comum neste mandato.

O quadro “As pontas da estrela”, trazem os assessores próximos a Lula envolvidos no escândalo do dossiê, e um pequeno texto explicando o que seria um dossiê e para que serve. Foto da estrela vermelha desenhada nos jardins do Palácio da Alvorada e da festa dos amigos do filho do presidente aproveitando as dependências do palácio e o avião da Força Aérea Brasileira. Há também um quadro, “Época e o dossiê”, onde o repórter Ricardo Mendonça descreve o encontro com dirigentes do PT que lhe ofereceram o dossiê, antes da Isto É publicar as denúncias. Mais um quadro, na página seguinte, com declarações de analistas políticos sobre o caso, sendo as três avaliações negativas para o presidente. E na última página um quadro com a última pesquisa Ibope para as eleições, mostrando que o escândalo não interfere nas intenções de voto para Lula.

Matéria neutra para o governo, critica os dirigentes do PT pelo envolvimento com o esquema do dossiê, e algumas críticas partidárias, mas preserva a figura do presidente Lula, afirma que ele tomou as atitudes cabíveis, e mostra que sua popularidade continua intacta, tendo como conseqüências do escândalo uma bancada no Congresso Nacional talvez mais desprotegida.

## 1.2.Quando é matéria principal

A matéria principal é a mesma da capa.

## 1.3.Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“O destruidor de imagens”, duas páginas, por Leandro Loyola.

Entrevista com Wagner Cinchetto, especialista em criar dossiês. Afirma que o atual foi obra de “amadores”.

“Crescer, crescer, crescer”, três páginas, de José Fucs.

A matéria aborda o que chama de “as três prioridades do próximo governo, praticamente esquecidas durante a campanha eleitoral” (ÉPOCA, 25/11/09, p. 48). Matéria crítica sobre a ineficiência do governo em cortar gastos e investir efetivamente no crescimento do país.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

“Está faltando terra?”, uma carta.

Resposta de um superintendente do Incra explicando que algumas informações passadas pela matéria estariam incorretas. Neutra.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Bastidores

“O troco”

Nota sobre “o custo da reforma da Previdência promovida em 2003”. Neutra.

“Uma ponte no Acre”

Nota sobre o novo ministério de Lula, para o segundo mandato. Neutra.

4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – 2col por 9cm.

### **Época 02/10/06**

**Edição N ° 437**

130 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

“A desilusão venceu a esperança”, nove páginas.

Abre com foto de Lula, em frente ao Palácio do Planalto, sua imagem na sombra e ao fundo os Dragões da Independência, regimento de cavalaria que faz a guarda do Planalto. A avaliação do governo Lula de 2003-2006 faz um levantamento de “como a história vai avaliar o PT no poder, de 2003 a 2006”.

Retrata a campanha eleitoral de 2002; os primeiros passos do novo mandato; as negociações e a tentativa de agradar o mercado financeiro; a “Carta ao Povo Brasileiro”, onde se comprometia com a estabilidade econômica. Fala nos escândalos de corrupção e os problemas internos entre o PT. Aborda a campanha, o bom desempenho do presidente-candidato, “enquanto a televisão, os jornais e as revistas mostravam uma

atitude justificadamente crítica em relação a um governo cheio de escândalos de corrupção”.

A matéria não responde à pergunta que faz na linha de apoio. Diz que é preciso “distanciamento histórico” para tal. Mas sugere que o presidente poderá ser lembrado pela expansão do Bolsa Família, pelos escândalos de corrupção ou pelo “mediocre crescimento econômico. Cria ainda uma disputa para saber quem irá marcar mais esta fase do Brasil, Lula ou FHC. No fim da página, um quadro, “Não é só Getúlio e Juscelino”, compara o presidente Lula a outros presidentes brasileiros.

## 1.2. Quando é matéria principal

A matéria principal é a mesma com a chamada de capa.

## 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“E agora?”

Época faz um panorama da situação política do país depois das eleições, em função do dossiê contra o PSDB, que teria estremecido as relações entre os dois partidos, o que prejudicaria o país nos próximos anos. Com seis páginas, a matéria abre com foto de Lula em comício em São Bernardo do Campo; nas duas páginas seguintes, publica um quadro com o caminho do dinheiro do pagamento do dossiê, e aponta “Quem sobe”, referindo-se aos petistas que defendem o diálogo com o PSDB, pela governabilidade, e “Quem desce”, o núcleo paulista do PT envolvido nos escândalos, que perde espaço. Analisa o quadro eleitoral brasileiro e a situação eminente para os próximos meses :

O clima de conflagração reflete um país que sai das urnas deste 1º de outubro mais dividido, ressentido e desiludido que aquele que emergiu em 2002. Naquela época, não havia contestação da legitimidade da eleição do ex-operário. Se vencer agora, Lula terá provado o poder de seu carisma e de sua liderança popular, acima de partidos e de instituições (ÉPOCA, 02/10/06, p.30).

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Na seção “Caixa Postal”, publica-se oito cartas comentando a reportagem de capa da semana anterior, “Ninguém contou para ele?”, sobre o caso da compra do dossiê que incriminaria José Serra. Apenas uma carta é favorável ao presidente, afirmando que

“a imprensa e a elite não aceitam um homem simples na Presidência” (Carta de Bruno Sartotti, ÉPOCA, 25/09/06). A matéria comentada está entre as reportagens que mais receberam cartas na redação de Época esta semana, com 46,7% das correspondências.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Bastidores

Duas notas neutras sobre o presidente Lula, sobre “um eventual segundo governo”, e alianças com o PSB e PC do B.

Uma nota a favor do presidente, sobre o índice de procuras no Google, em que o presidente aparece com muito mais procuras que os presidenciáveis Heloísa Helena e Geraldo Alckmin

“Evo, o adolescente”, nota em que o presidente Lula compara o colega Evo Morales “a um adolescente que ganhou um carro, mas não sabe dirigir direito”. Neutra.

4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – 2col por 9cm.

Petrobrás – duas páginas.

#### **Época 09/10/06**

#### **Edição Nº 438**

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

A capa da edição nº 438 de Época traz Geraldo Alckmin, que havia feito votação suficiente para disputar o segundo turno com Lula, no último domingo, 1º de outubro. Com o título “Como seria o Brasil de Alckmin”, a capa é ilustrada com uma foto do ex-governador de São Paulo posando para a revista, em posição de destaque, cobrindo em grande parte o logo de Época. São nove páginas de reportagem, “Como seria o Brasil de Alckmin”, comparando os percentuais dele e de Lula, as diferenças dos programas de governo em relação às reformas, à economia, à política exterior, à infra-estrutura e à educação.

1.2. Quando é matéria principal

A matéria principal é a mesma matéria de capa.

### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

Não há mais matérias que citem o presidente Lula ou falem sobre o governo federal.

### 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

“A decepção com o governo Lula”, três cartas.

Entre as reportagens mais comentadas está, com 5,4%, “A desilusão venceu a esperança”, matéria da edição anterior avaliando o primeiro mandato de Lula; três cartas sobre essa reportagem foram publicadas, duas favoráveis ao presidente, mostrando-se contra “o movimento irracional anti-Lula que a oposição tenta emplacar”, e uma carta neutra, justificando como comum a todos os partidos a corrupção.

“Paulo Guedes”, uma carta.

Uma carta demonstrando descrédito com as eleições do ano. Crítica.

“Lula e as crises do governo”, três cartas.

Uma carta favorável a Lula, e duas críticas.

### 3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Frase de Lula preocupado com as crises e tentando passar ao eleitorado que a preocupação legítima é com o futuro do país. Mas ao comentar a frase, Época relembra o “recado das urnas” que não o elegeram no primeiro turno. Crítica.

#### Bastidores

Na coluna “Bastidores”, Thomas Traumann abre com uma nota sobre o desejo de Dona Marisa em adotar uma criança, ilustrada com foto da primeira dama em uma escola de educação infantil. A nota fala apenas que o presidente gostaria de diminuir a movimentação de campanha para atender ao pedido da mulher. Nota favorável a Lula, abordando um lado carismático da primeira dama, em plena disputa pelo segundo turno.

Dentre as demais notas, ainda há uma nota favorável sobre o Ministério do Desenvolvimento, divulgando números positivos sobre os investimentos em etanol no Brasil, e duas pequenas notas críticas, ligadas à eleição. Há, ainda, uma entrevista curta com o ministro Tarso Genro, em que o colunista de Época elabora perguntas sobre o dossiê PSDB e a articulação política para o segundo mandato, e Genro esquiva-se das respostas, determinando o conteúdo que o colunista quis submeter à entrevista.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Petrobrás – duas páginas

Banco do Brasil – 2col. por 9cm

### **Época 16/10/06**

#### **Edição N° 439**

122 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

Chamada de capa: “Eleições: a batalha na TV e nos estados”.

A matéria “A guerra na TV e a batalha das ruas”, sobre a campanha presidencial no segundo turno, tem cinco páginas, escritas pelos jornalistas João Gabriel de Lima e Wálter Nunes. A partir da análise do debate, Época avalia as campanhas dos dois candidatos, seus comportamentos em relação ao adversário e suas estratégias de debate.

O texto é neutro. Baseia-se em declarações de cientistas políticos e fatos históricos, aborda como é feito um debate, quais os temas mais pertinentes e o que não deve ser falado, em linhas gerais e não direcionando para os dois contendores.

1.2. Quando é matéria principal

A matéria principal da semana é a mesma da chamada de capa.

1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

Não há mais matérias onde o presidente Lula ou o governo federal sejam citados.

“O que ele fez”, quatro páginas, de Ricardo Mendonça.

Sobre a gestão Alckmin em São Paulo, com as principais promessas de campanha, em 2002, e o que cumpriu, semelhante à matéria feita com Lula na edição 433. Em escala muito menor, as quatro páginas sobre Alckmin criticam as ações que não foram cumpridas, não exalta as promessas realizadas, e se mantém neutra em relação ao candidato.

2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

A redação de Época recebeu, durante o fechamento da edição nº 439, muitas cartas questionando a escolha da capa da edição anterior, de Geraldo Alckmin. Época justifica a presença de Alckmin apenas como personagem da reportagem especial dada à relevância jornalística pelo fato dele ter alcançado o segundo turno.

“Corrida presidencial”, sete cartas.

Das sete, apenas uma cita o governo Lula, fazendo referência à votação obtida pelo presidente no nordeste e o crescimento O comércio na região, em função do Bolsa Família.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Primeiro Plano

Na seção “Primeiro Plano”, o Personagem da Semana é o AeroLula. Em resposta às críticas feitas pela oposição ao avião da FAB que presta serviços à presidência da república, Época publica duas páginas com elogios ao avião da presidência. O texto, em primeira pessoa, como se a aeronave estivesse escrevendo, defende sua compra e mostra fotos das instalações, com simplicidade, nada muito maior do que a primeira classe de um *Airbus* comum. As duas páginas dedicadas ao AeroLula ainda contam com uma propaganda do Banco do Brasil, na segunda página, ocupando suas colunas com nove centímetros.

#### Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Frase do presidente afirmando que “a única coisa que Fernando Henrique fez de bom foi criar o cartão corporativo da presidência”, em debate com Alckmin, rebatendo quando questionado se abriria o sigilo dos cartões. Crítica.

## Bastidores

“Qual será o poder da tesoura?”

Nota, com foto de Guido Mantega e de Yoshiaki Nakano, economista ligado a Geraldo Alckmin, sobre a necessidade, ou não, de corte de gastos no governo federal. Mantega defende que deve ser feito de forma gradual, e Nakano afirma que deve haver um “freio total”. O colunista diz que Mantega “concorda com a redução, mas é mais cauteloso”. Nota neutra.

Nota sobre o corte de gastos governamentais para a próxima gestão. Neutra.

Mais duas frases neutras, uma sobre a concessão de serviço de TV no celular, pelo ministro Hélio Costa, e outra sobre o ex-assessor de Lula, Freud Godoy.

“A fonte”

Nota sobre a filha do presidente Lula, que estaria servindo de assunto para a oposição, em Santa Catarina. Crítica.

Frase de Paulo Delgado, deputado pelo PT, mostrando-se contra “as práticas stalinistas de compra de dossiês”.

## 4. Anúncios do Governo Federal

Caixa Federal – duas páginas.

Banco do Brasil – 2col por 9cm.

## **Época 23/10/06**

**Edição Nº 440**

114 páginas

### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### 1.1. De capa

Chamada de capa, “Eleições: Alckmin ainda tem chance?”.

“O jogo acabou?” matéria de cinco páginas, de Murilo Ramos e Wálter Nunes, sobre os rumos da campanha no segundo turno e os motivos que fizeram Alckmin diminuir nas pesquisas de intenção de voto. Fala das privatizações, bandeira levantada pelo PT contra o PSDB. A reportagem admite as melhorias trazidas pelas privatizações, mas tenta desvencilhar o fato do candidato tucano: “quando é avaliada com mais rigor técnico e menos paixão, a desestatização apresenta um saldo positivo”(ÉPOCA,

23/10/06, p. 29). O uso do sinônimo ‘desestatização’ denota a fuga da imagem que a palavra ‘privatização’ tem com o PSDB. A matéria se concentra nos erros da campanha Alckmin, e mesmo mostrando os resultados favoráveis das estatizações, é neutra em relação a Lula.

### 1.2. Quando é matéria principal

A matéria principal de política nesta edição é a que tem referência na capa, citada acima.

### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“O Brasil de Lula...e o de Alckmin”, matéria de cinco páginas comparando as cidades onde Alckmin teve menor votação, Central do Maranhão, no Maranhão, e onde Lula foi preterido, com a menor votação proporcional, em Arroio do Padre, Rio Grande do Sul. A diferença está na política econômica empregada pelo presidente nos últimos quatro anos que, no norte, com o Bolsa Família, permitiu que a população conseguisse se alimentar melhor; em contrapartida, no Rio Grande do Sul, Alckmin teve melhor desempenho em função da má gestão de Lula em relação à agricultura, principal fonte de renda da região. Os dois textos que compõem a reportagem, o da cidade maranhense, de Ronald Freitas, e o de Renato Dalto, sobre Arroio do Padre, diferem nas justificativas dadas pelos dois jornalistas pela votação expressiva de um ou outro candidato. No Maranhão, sob o título “Com Lula, comecei a comer carne”, a posição favorável ao presidente Lula é clara na frase que encerra a matéria: “como todos os conterrâneos, vivem quase à margem do progresso brasileiro que só começa a chegar agora, graças ao Bolsa-Família. De Lula” (ÉPOCA, 23/10/06, p. 34). A matéria feita sobre a cidade gaúcha, “Nosso medo é não conseguir mais plantar”, inicia dando as características da cidade, e salientando o fato da população ser descendente de alemães, justificativa dada por um morador para o antipetismo. Mostra a cidade como preconceituosa, que não aceita bem nordestinos e negros. É favorável a Lula, mostra a preferência por Alckmin devido à rejeição de Lula, sem salientar nenhum ponto a favor do candidato tucano.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Entre as reportagens mais comentadas da edição 439, publicadas na seção “Caixa Postal”, da revista de nº 440, o texto “Sou o Aerolula. Por que não me deixam

voar em paz?” teve 31,5% dos comentários que chegaram à redação de Época. Um quadro, ocupando metade de uma das páginas da sessão, “O Airbus da discórdia”, comenta sobre a polêmica causada pela matéria, que teve *e-mails* e cartas posicionando-se a favor ou contra a compra da aeronave. Época publicou duas cartas favoráveis, e quatro críticas, inclusive uma do Senador Arthur Virgílio, do PSDB. Intitulado “Não fique triste, Aerolula”, o senador responde diretamente ao avião, como personagem, da mesma forma que o texto original foi feito: “compreensível sua tristeza, Aerolula, diante da iminência de deixar o Brasil. Você, infelizmente, é muito chique para um país como o Brasil, que tem tanta miséria” (ÉPOCA, 23/10/06, p. 09).

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Primeiro Plano – Dois Pontos

“Assim falou Lula”

Frase sobre seu hábito de consumir bebidas alcoólicas. Época comenta de forma maldosa a origem da frase: “em entrevista, sóbrio, à Folha de S. Paulo”. Crítica.

#### Seu Valor – Gustavo H.B. Franco

“Os dois filhos de Fernando”

Artigo do economista sobre a política econômica brasileira e seus rumos depois das eleições. Fala sobre a estabilização financeira do país e o processo de privatizações na gestão Fernando Henrique, defendendo o ex-presidente e o projeto do PSDB das acusações feitas pelo PT, assim como da apropriação que o governo Lula fez das realizações econômicas do governo FHC, que hoje vêm dando resultados.

Ainda afirma que

a estabilização deixou claro que a inflação era uma espécie de Bolsa Família ao contrário, tirou milhões de pessoas da miséria e ensinou a mecânica das transferências de renda materializadas, a seguir, no Bolsa Escola. O fato é que a estabilização e o Bolsa Escola foram mãe e pai do Bolsa Família (ÉPOCA, 23/10/06, p. 20).

#### Bastidores

“Lula tenta recuperar o PT”

Nota, com foto de Jaques Wagner, sobre a vontade do presidente de retomar o partido e administrar as “barbeiragens do governo”. Neutra.

“Nem sempre à risca”

Nota, com quadro ilustrativo, sobre as recomendações dos assessores de *marketing* de Lula e Alckmin. Neutra.

Duas notas críticas a Lula, sobre sua relação com os ex-ministros José Dirceu, Antônio Palocci e o senador Aloizio Mercadante.

#### Sua Política

Em artigo na coluna “Sua Política”, Ruth de Aquino defende o voto nulo, como direito reservado na constituição, expressão de que o eleitor não deseja votar em nenhuma das opções: “voto nulo não é voto em branco. Não é opção ‘não sei’. É ‘nenhum dos dois’” (ÉPOCA, 23/10/06, p. 30). Critica a posição assistencialista de Lula, assim como o programa pró-privatizações de Alckmin.

#### 4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – três páginas mais 2col por 9cm.

Petrobrás – duas páginas

### **Época 30/10/06**

**Edição N° 441**

130 páginas

#### 1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

##### 1.1. De capa

A matéria especial sobre Brasil, desta edição de Época, “É hora de crescer”, tem sete páginas, do jornalista José Fucs, esclarecendo quais os rumos que o país deve tomar, as necessidades e do que depende o crescimento, e as atitudes a serem tomadas pelo próximo presidente. Remete aos erros do governo Lula em questões econômicas, mas aborda, na maioria das vezes, os problemas sócio-econômicos do Brasil como responsabilidade de governos anteriores, como senso comum, não culpando Lula ou o fraco crescimento dos últimos anos. Admite que a estabilidade econômica é fruto do

governo FHC, mas que a abertura econômica foi dada por Lula. É neutra, não usa palavras de crítica ao presidente, nem o condena, assim como também não superestima suas ações.

Na última página da reportagem, Época publica uma pequena matéria, “A confusão do dossiê”, sobre a investigação da origem do dinheiro que seria para o pagamento do dossiê contra o PSDB, mostrando alguns fatos novos apurados pela Polícia Federal. O depoimento mais recente foi desmentido por um dos delegados, confundindo ainda mais o resultado da investigação. Época trata de maneira neutra o caso, por não contar com provas das declarações e depoimentos em questão.

### 1.2.Quando é matéria principal

A matéria de capa da presente edição é a mesma com chamada de capa.

### 1.3.Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

“Faltou dinheiro para desmatar”, duas páginas, por Juliana Arini.

Em matéria com a cartola “Meio ambiente”, Época elogia o governo pela diminuição nos índices de desmatamento da Amazônia, mas ressalta que outros fatores, como a crise no setor agrícola, levaram a um freamento na devastação. Com fotos e gráficos sobre o desmatamento e seus índices.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

Das cartas enviadas à redação de Época, e publicadas na edição de número 441, de 30 de outubro de 2.006, 27,8% falavam sobre a matéria da semana anterior, “O jogo acabou?”, sobre o segundo turno das eleições, e 16,7% comentavam o artigo de Ruth de Aquino, “Pelo voto consciente”. A revista é elogiada pelos leitores pela isenção e abertura ao debate político nessas eleições, em três cartas publicadas na seção.

“O Brasil de Lula...e o de Alckmin”, duas cartas.

Uma a favor de Lula, afirma que, a reportagem sobre a cidade de Central do Maranhão “reflete o real significado da política social de um governo que prioriza a dignidade humana”.

Uma contra, prevendo que com a atual política assistencialista, em quatro anos a cidade continuará a mesma, sem haver nenhum progresso.

“O Airbus da discórdia”, uma carta.

Leitor defendendo o presidente Lula a respeito da compra do novo avião presidencial.

“Pelo voto consciente”, uma carta.

Das quatro cartas publicadas sobre o artigo, apenas uma referia-se diretamente aos candidatos, e era crítica quanto a Lula.

### 3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Primeiro Plano - Dois Pontos

Frase de Fernando Henrique Cardoso afirmando que, mesmo como uma das principais vozes da oposição, não faz parte do grupo que apóia o *impeachment* de Lula. “O povo decidiu, está decidido” (ÉPOCA, 30/10/06, p.20). Neutra.

Frase de Netinho, cantor, exaltando a figura de Lula, em comício. A favor.

#### Bastidores

“Chutando para o alto”

Nota sobre a economia do Brasil no último ano, em que o governo aposta num crescimento das vendas de Natal, que são o dobro do estimado pelo setor. Crítica.

Frase de Jorge Bornhausen, presidente do PFL, sobre a impugnação da candidatura de Lula. Crítica.

“Obra de Igreja”

Nota sobre o anúncio da ministra Dilma Rousseff sobre o término das obras da Usina Angra 3. A favor.

A frase do “Assim falou Lula” está deslocada para a coluna “Bastidores” esta semana, e é crítica para o presidente. Ele usa analogias com frutas para diferenciar os assuntos que devem ser discutidos no debate, e no comentário, Época relembra que Lula não compareceu a nenhum debate.

### 4. Anúncios do Governo Federal

Caixa Federal – duas páginas

Banco do Brasil – 2col por 9cm.

**Época 06/11/06**

**Edição N°442**

122 páginas

1. Número de matérias e sua percepção quanto ao conteúdo:

1.1. De capa

“Como serão os próximos quatro anos”.

Capa com foto de Lula sorridente, de camisa social e gravata, com o casaco do terno jogado para trás, numa referência à atitude descontraída, de quem venceu a eleição.

“Os próximos quatro anos”, sete páginas, por Thomas Traumann.

O texto é composto a partir de entrevistas com ministros, governadores eleitos, parlamentares, dirigentes partidários e analistas políticos, sobre economia, política, mídia e a área social.

Mostra-se otimista com a economia, mas pede pelo “crescimento”, diferente do “desenvolvimentismo” visto neste e em mandatos anteriores. Na política, prende-se às dificuldades burocráticas com o Congresso. Quanto à mídia, critica a relação, mas exalta a tentativa de melhorá-la. E na área social, pede a inclusão de programas para sair da dependência do Bolsa Família. Neutra.

1.2. Quando é matéria principal

Além da matéria de capa, mais matérias compõem a reportagem especial sobre o segundo mandato de Lula.

“Porque ele venceu”, seis páginas, por Ruth de Aquino e Matheus Leitão.

Abre com foto de Lula em seu gabinete, e na linha de apoio dá o crédito da vitória a Lula, respondendo à pergunta do título: “sozinho, Lula assumiu o comando da campanha e levou à vitória um PT que parecia esfacelado”(ÉPOCA, 06/11/06, p. 37).

Mostra uma nova faceta de Lula, mais velho, mais experiente, “mais calejado”. Um lado humano, mas triste. “De certa forma, a solidão o beneficia”, mostra-o como se traído pelos “companheiros”.

Sobre seus eleitores, afirma que obteve um “voto de retribuição”, pelos benefícios às classes mais baixas.

A matéria mais na pessoa do presidente, na sua relação com sua esposa, Dona Marisa Letícia, seu comportamento com seus assessores, hábitos alimentícios, de

vestuário, e até mesmo religiosos. Passa a imagem de um homem essencialmente do povo, numa posição privilegiada, sem esquecer suas origens.

Ilustra a matéria com uma foto do gabinete da presidência, de 2002, identificando quem ficou e quem saiu. Foto de debate da Rede Globo, no primeiro turno, e sua cadeira vazia. Uma foto do presidente em reunião com seus ministros, e uma de Lula durante a campanha, entre populares. Ainda há uma foto de eleitores de Lula, pessoas simples que afirmam que “com os R\$180 que o Lula paga todo mês, a gente não precisa mais de caridade alheia”.

A matéria é favorável ao presidente, principalmente à figura de Lula como pessoa. Exalta seu lado humano, carismático, populista, e não o político reeleito.

“Os limites do presidente”, quatro páginas, por Guilherme Evelin e Leandro Loyola.

Matéria sobre a relação de Lula com o Congresso Nacional, neste segundo mandato. O presidente pede menos burocracia e mais colaboração dos parlamentares para agilizar a aprovação de medidas provisórias e projetos do executivo. A matéria mostra uma boa vontade por parte do presidente para resolver assuntos importantes, que encontram barreiras no Congresso.

Relembra outros presidentes que tiveram sucesso no jogo político com o Congresso, dedicando boa parte da matéria a lembrar suas histórias. Também aborda a dificuldade de ser presidente e manter-se conectado com a vida real. Sobre Lula, Época afirma: “A capacidade de manter a empatia com o cidadão comum foi, desde o início do governo, um dos maiores talentos de Lula como presidente”(ÉPOCA, 06/11/06, p.50 ).

Matéria ilustrada com foto do presidente na rampa do Palácio do Planalto, fotos de Fernando Henrique no cargo e de Juscelino Kubitschek, há também um quadro, “A força da caneta”, indicando o que um presidente pode, ou não, fazer sem a aprovação do Congresso.

### 1.3. Quando é apenas mais uma matéria no corpo da revista sem ser a principal

As demais matérias da revista não tratam sobre o presidente Lula ou seu governo.

## 2. Número de cartas de leitores por edição e sua reação quanto às matérias sobre o Governo Lula.

A matéria “É hora de crescer” está entre as mais comentadas da semana, com 9,5% das correspondências recebidas.

“Eleições 2006”

Três cartas comentando a vitória do presidente Lula. Uma, elogiando o povo brasileiro pela escolha e a execução de um “processo limpo, livre e ordeiro”, favorecendo Lula. Uma carta critica a decisão do eleitorado, “a manifestada opinião de mais de 50 milhões de brasileiros deixou claro a falta de ética, falcatuas, bandidagens, roubos e todo o tipo de maracutaias”. E a última carta é neutra, e diz que espera para ver o que será o novo mandato de Lula.

3. Número de Seções e Colunistas fixos e sua percepção quanto ao conteúdo:

#### Da Redação

“Missão Cumprida”

Editorial da Época, exaltando sua imparcialidade e isenção na cobertura das eleições presidenciais.

#### Janela Indiscreta – Thomas Traumann

A coluna tem sua primeira publicação nesta edição, mas está nos mesmos moldes da seção “Bastidores”, do mesmo colunista, apenas com mais recursos gráficos.

“As cláusulas pré-nupciais”

Com foto de José Sarney, Renan Calheiros e Jader Barbalho, sobre alianças do PMDB com o atual governo. Crítica.

“Reajuste longe do palanque”

Nota sobre reajuste no Bolsa Família, estudado pelos técnicos do programa para ser feito longe das eleições. A coluna ressalta que a programa, portanto, não é eleitoreiro. Favorável.

Quadro “É a economia, estúpido”

Parafraseando o presidente americano Bill Clinton, a coluna compara as recentes eleições do período democrático brasileiro. Neutro,

“Assim falou Lula”

Frase do presidente aos militantes que o visitaram no dia seguinte às eleições, pedindo descanso. Neutra.

4. Anúncios do Governo Federal

Banco do Brasil – 2 col por 9cm.

Caixa Federal – duas páginas.

Petrobrás – uma página.

### 6.3. ANÁLISE PERCRUSTATÓRIA DE *FRAMING* EM VEJA

Veja 08/03/06

Edição Nº1946

A presente edição da revista Veja traz na capa, sob o título “Mensalão II”, uma foto de Marcos Valério, com ares de quem está intimidando o governo, sugerindo uma continuação do escândalo do mensalão. Nas chamadas para a matéria principal, são usadas palavras que já denotam o sentido crítico da matéria, como **propina**, **dinheiro**, **fitas explosivas**, **ameaça**, e expressões de linguajar chulo. A capa é de coloração escura, passando a idéia de acobertamento.

No texto da matéria principal, páginas 44 a 48, a manchete “Valério **ameaça** falar” dá a direção da matéria. Veja ainda usa, no subtítulo as expressões, “**jogar o PMDB na lama**” e “**PT pagou**”. No corpo da matéria, algumas palavras e expressões de acusação são facilmente identificadas, como “Valério, **pagador do mensalão**”, “**embolsaria** 2,1 milhões”, “**repassou dinheiro**”, “**comprou apoio**”, “fazia **pagamentos** do “mensalão” para deputados do PMDB”, “contava e **distribuía** dinheiro”, “Bertholdo **distribuía** o mensalão”, “a empáfia que a certeza da **impunidade** proporciona”, “o PT topou **pagar**”, “o petista **cobrou** seis milhões de **propina**”, “**acusado de tráfico de influência e lavagem de dinheiro**”, “os 200.000 eram **pagamento** ao apoio de Ratinho a algum político assessorado pelo **homem da mala**”.

A reportagem usa de fotos para ilustrar as denúncias, abrindo com a imagem de Marcos Valério cercado por um funcionário fardado como policial. Na mesma página, há uma imagem de Ratinho com ares de preocupação, e na última página da matéria, aparece Lula, com Dona Marisa e o apresentador Ratinho, confraternizando na Granja do Torto.

Veja 15/03/06

Edição Nº1947

A edição do dia 15 de março apresenta na capa apenas uma chamada para a principal matéria de política, na parte superior da capa, com a manchete “Mensalão II: a testemunha fala a Veja”. A entrevista com Tony Garcia, ex-sócio de Roberto Bertholdo que se tornara colaborador da polícia, ocupa da página 52 até a 57. No texto, Veja enfatiza, através de declarações de Garcia, as denúncias da reportagem da edição anterior. “Bertholdo era o **homem da mala, levava dinheiro vivo em jatos, ajudava a operar contas secretas do PT**”, “a cúpula do PT **despachava dinheiro para comprar o apoio de deputados**”, “o PT **escoava dinheiro** para o bolso de deputados”, “o diretor-geral de Itaipu pegara **propina**”, “Bertholdo disse que jamais foi **pagador** do mensalão”.

A matéria é ilustrada com fotos dos personagens do escândalo.

**Veja 22/03/06**

**Edição Nº1948**

Na capa da edição de 22 de março, Veja traz o ex-presidente FHC em entrevista exclusiva: “FHC explica FHC e o Brasil”, sobre seu novo livro e os bastidores de seus dois mandatos no comando do Palácio do Planalto. A primeira matéria, “A arte de ser FHC”, de nove páginas, discorre sobre o livro, e na entrevista, com sete páginas, intitulada “Me considero de esquerda”, o ex-presidente fala da atual situação do país e do governo Lula.

A principal matéria de política relacionada ao governo Lula, é a respeito do escândalo Palocci, “Está cada vez mais complicado”. São cinco páginas, incluindo a coluna de André Petry, na última página. Na linha de apoio do título, Veja já dá o tom da matéria, desacreditar Palocci: “Depois do motorista, **um caseiro desmente Palocci**”. Há fotos de Palocci preocupado, levando a mão ao queixo, com o olhar em direção à foto do caseiro Francenildo Costa. Ainda há uma foto da casa onde eram feitas as negociações com os lobistas de Ribeirão Preto, fotos dos senadores Arthur Virgílio (PSDB) e Pedro Simon (PMDB), representando a oposição, que pede a demissão do ministro, e do também senador Tião Viana (PT). Além de dois quadros, “Desmentidos em série”, e “A crise e os mercados”. O primeiro traz informações publicadas por Veja, que o ministro negou, e depois, teriam se confirmado; o segundo quadro relaciona as crises do governo Lula, como o mensalão, com os índices da Bovespa e do Risco Brasil.

Entre as frases que determinam uma influência de Veja para a leitura negativa da matéria, temos o uso de “**enredado** em incessantes revelações”, “está cada vez menos ocupado com os destinos da economia brasileira – e **cada vez mais atolado em acusações** e suspeitas de que tem algo para esconder”. Aqui se nota o uso do travessão para chamar a atenção ao contraponto da frase, já que poderia ter sido utilizada uma vírgula simplesmente. O tempo verbal também deve ser observado, como na frase “o motorista Francisco das Chagas Costa, em depoimento à CPI dos Bingos, disse que **vira** Palocci na casa ‘umas duas ou três vezes’”, no passado perfeito, diferente de Época que, ao reproduzir os depoimentos contra Palocci, utiliza o passado imperfeito, “**teria dito**”. Já no caso das suspeitas do PT de que o caseiro estava a mando da oposição, é Veja que questiona a versão, utilizando o passado imperfeito, “depósitos vultuosos feitos em sua conta **poderiam ser indicativos** de que ele só falou por dinheiro”.

Ainda observamos: “tudo ali **era pago em dinheiro vivo**”, “**em público**, o ministro Palocci mantém a versão de que jamais esteve no casarão”, “em nota distribuída à imprensa, **a pretexto de desmentir a informação do caseiro** segundo a qual o ministro costumava chegar ao casarão sozinho [...], Palocci **arriscou-se a afirmar** até que não sabe dirigir ‘em Brasília’.” “Em privado, porém, Palocci **rendeu-se às evidências**”.

Veja associa o escândalo ao presidente Lula, envolvendo-o em reuniões a respeito do assunto, e dando destaque ao fato no texto: “**Lula autorizou** que se recorresse ao Supremo Tribunal Federal para impedir que o caseiro depusesse na CPI dos Bingos”.

E a matéria encerra com a seguinte sentença: “a situação do ministro só **piorou** com os **desmentidos públicos** de um motorista e de um caseiro sem nenhuma razão conhecida para mentir” (VEJA, 22/03/06, p. 70).

## **Veja 29/03/06**

### **Edição N°1949**

Veja traz na capa da edição de 29 de março, sob o título “Moral torta”, a foto da deputada petista Ângela Guadagnin, comemorando, com passos de dança, no plenário da Câmara de Deputados, a absolvição de alguns colegas que estariam envolvidos no esquema do mensalão. A chamada é para a matéria “O ‘Palocccigate’ e a morte da ética” (p.50), e para a reportagem especial “40 questões do dia-a-dia sobre o que é certo ou

errado” (p. 58). Na capa, as frases que acompanham a manchete afirmam o tom crítico das matérias: “o governo do **PT perde a bússola ética e o senso do ridículo**”, e “Palocciate: os **crimes da operação de acobertamento**”. A legenda da foto da deputada também é severa: “a deputada petista **comemora a vitória da impunidade**”. O fundo da foto é em preto, com o rosto do ministro Palocci à sombra, atrás da deputada, e uma bússola ilustra a manchete “Moral torta”, substituindo a letra “O” da palavra “moral”.

No corpo da revista, a matéria sobre o caso Palocci, principal reportagem de política nesta edição, ocupa oito páginas, incluindo a coluna de Diogo Mainardi, que foi deslocada para o meio da revista, por tratar do mesmo assunto. Veja já mostra a direção que a matéria toma desde a capa, e o título corrobora: “O ‘**palocciate**’ e a **morte da ética**”.

Nas duas primeiras páginas, há uma montagem, sob fundo preto, dos rostos de Palocci, com ar muito sério, e atrás o caseiro Francenildo, com olhar assustado. A matéria, assim como a reportagem que segue, também abordando a ética, tem, nas páginas, o fundo branco marcado com a borda superior grossa em preto, e uma pequena bússola no canto superior das páginas à direita. A matéria é ilustrada com fotos de Palocci e de assessores do governo, assim como há uma foto de Lula, vestindo um cocar indígena. Ainda tem um quadro, “Eles queriam fechar a casa”, com informações e uma foto da casa onde a turma de Ribeirão Preto se reunia.

“A quebra do sigilo bancário do caseiro, praticada com o intuito de defender Palocci e desqualificar seu acusador, é um **estupro constitucional** como poucas vezes os governantes ousaram cometer no Brasil”(VEJA 29/03/06, p.52). A frase que abre a matéria usa de palavras agressivas, assim como em toda a matéria, podendo-se, desde então, observar qual tendência foi tomada pelo repórter. Outras frases: “**vendaval** ainda em formação, mas que já pode ser considerado o **pior escândalo** do governo depois do mensalão”, “pior do que **roubar dinheiro público**”, “**quebrar** o sigilo bancário de um inocente”, “operações de **ilegalidade** presumida, porém não flagrante”, “essa ação desperta para os **mais sombrios presságios** sobre os atos autoritários que ainda podem vir por aí”, e expressões como “**bruxaria** encomendada”.

Veja ainda publica que há envolvimento dos editores da revista Época no caso: “a Caixa mandou um extrato do caseiro ao jornalista Marcelo Amorim Netto, assessor de imprensa de Palocci, que se encarregou de fazê-lo chegar à redação da revista Época,

que publicou o caso como ‘denúncia’ contra o caseiro, e não como **imoralidade** patrocinada pelo governo”.

Depois de expor as evidências, Veja questiona a moral do Partido dos Trabalhadores, comparando-o à Collor. “O escândalo atual é um emblema da **ruína moral** deste governo”. Sobre Palocci, diz: “**passado de sombras**”, “**visitas furtivas** ao casarão do Lago Sul”, “afirmações reiteradamente desmentidas”, “acusações do caseiro”. Sobre a retaliação ao depoimento do caseiro, “**perseguição sórdida**”, e “**vítima** tão desproporcionalmente mais fraca como um caseiro, o que, além do **pendor totalitário**, revela uma boa dose de **covardia**”.

Ao falar do governo, Veja é categórica: “Para a sociedade em geral, o que deixa a sensação de que o país entrou no reino da **bandalheira** é o show ininterrupto de **hipocrisia** promovido pelo governo, materializado na sucessão de **desmentidos peremptórios** diante de evidências acachapantes”. Encerra lembrando ao leitor dos investimentos feitos pela Telemar na empresa do filho de Lula, e afirma, durante todo o último parágrafo, que este “não pode ser um bom governo”.

#### **Veja 05/04/06**

#### **Edição Nº1950**

A edição de 05 de abril de Veja tem como manchete de capa “**GOLPE SUJO**. A história secreta da mais grave crise do governo Lula”. A capa é ilustrada com uma foto do caseiro Francenildo e do já ex-ministro Palocci. As fotos estão posicionadas abaixo de um lustre, daqueles utilizados em salas de interrogatório nos filmes policiais. A lâmpada ilumina a manchete e as outras chamadas para a matéria, e deixa parte da foto do ministro na sombra. Nas chamadas, Veja diz: “Um milhão de reais para **tentar convencer** funcionários da Caixa a assumir a culpa pela quebra de sigilo do caseiro. Famoso advogado convocado para **forjar** uma versão salvadora”.

A matéria, de nove páginas, tem como título “O riso virou choro”, assinada por Marcelo Carneiro. Abre com foto de Palocci e Matosso, ex-presidente da Caixa Federal, sorrindo e exibindo um extrato. A foto é de 2005, e era uma demonstração das facilidades dos novos terminais. A escolha da foto já denuncia a intenção de Veja de desconstruir a imagem do ministro Palocci, já que, pelo mesmo motivo que este está rindo na foto de 2005, o então ministro perdeu seu cargo, em 2006. Na imagem, Palocci

está desfavorecido com um flagrante de um momento de descontração, ridicularizado na escolha de foto da matéria principal.

Na parte inferior da página, abaixo das fotos e do texto, uma faixa em preto e branco apresenta, em seis das oito páginas espelhadas, frase contendo uma denúncia sobre o ministro: “antes mesmo da **violação** na Caixa, Palocci já tinha dados sobre as movimentações financeiras do caseiro”, “depois do **estrago**, a idéia: 1 milhão de reais para quem assumisse sozinho a quebra ilegal do sigilo”.

A matéria, em seu texto de abertura, reconhece que “a crise que se seguiu redundou na demissão de Antonio Palocci, o mais brilhante ministro do governo Lula, e um dos mais sensatos condutores da economia brasileira em décadas”. Mas ressalva o possível envolvimento de outros membros do governo com o escândalo. Antes ainda, apresenta algumas linhas gerais sobre a crise, usando das expressões: “euforia seguida de drama”, “Palocci foi **flagrantemente desmentido** por Francenildo Costa”, “**ilicitudes**”, “a **miséria do fracasso** da operação para salvar o ministro **degenerou em debandada** – e na triste, mas previsível reação de **hostilidade entre companheiros** que horas antes brindavam alegremente à amizade e ao sucesso”.

A reportagem é dividida em cinco textos com diferentes títulos, todos de Marcelo Carneiro. O primeiro, “A ordem para a quebra” investiga os passos anteriores à quebra do sigilo do caseiro. Usa frases e expressões sobre Palocci como “**a mais** significativa troca de comando em um ministério desde o início do governo”, “**não resistiu à revelação dos fatos e foi demitido**”. Aponta algumas informações, reconstituindo os bastidores da operação, envolvendo muitos componentes do governo Lula, fazendo questão de citar seus nomes e cargos e seu grau de relação com o presidente. Identifica os demais envolvidos como “amigo” de algum membro do governo. Descreve a ação como “a mais **desesperada e indecorosa** das propostas”, afirmando que “circulou a idéia de **oferecer dinheiro vivo** a algum funcionário da Caixa”, e que “os senhores presentes concordaram que, por 1 milhão de reais, poderiam **comprar alguma consciência**”.

O segundo texto, “Convocação no Planalto”, mais personagens são citados, funcionários da Caixa que teriam se reunido com Mattoso para que conseguissem acessar os extratos do caseiro. O jornalista refaz o caminho até a obtenção dos extratos, citando, inclusive, os horários de determinadas reuniões ou encontros.

“A comemoração de Palocci”, título do terceiro texto, fala da reação do ministro Palocci à obtenção do extrato do caseiro: “saiu do escritório **radiante**”, “houve uma

pequena comemoração e todos foram dormir contentes”, e das manobras para que a culpa pela violação dos dados bancários não recaísse sobre o ex-ministro, “seria colocada para circular a informação de que os funcionários do Coaf teriam notado havia tempos ‘anormalidades’ na conta do caseiro”, e “os **alvos** eram o caseiro Francenildo e o senador Antero”.

No quarto texto, “Guerra é guerra”, expõe a argumentação do assessor de Palocci, Marcelo Netto, para obter mais informações sobre as contas do caseiro. Por fim, o último texto, sob o título de “**A operação despiste**”, informa ao leitor como chegou a Lula a história dos extratos e o envolvimento do Ministro da Justiça Márcio Thomaz Bastos. Nota-se o uso, novamente, de horários precisos para aumentar a credibilidade da informação. “O ministro **achou que se tratava de um fato alentador. Mas mudou de idéia** no fim da semana, diante da comoção contra a **violação do sigilo bancário do caseiro**”. “Uma **faxina** destinada a apagar as **provas do crime**” e “o tempo necessário para **armar uma farsa**” eram expressões utilizadas para falar das manobras do governo para distanciar o ministro do escândalo. O texto encerra, assim como a matéria, falando do caseiro: “nada indica que ele tenha recebido dinheiro para contar o que via na embaixada da República de Ribeirão Preto em Brasília”, e questionando o fato de o governo estar intrigado com as operações bancárias do pai de Francenildo, que teria transferido o dinheiro que apareceu na conta do caseiro. “Eles acharam ‘curioso’ o fato de o empresário ter feito uma operação triangular para transferir parte do dinheiro enviado ao caseiro. Não é ‘curioso’ o Brasil ter esse tipo de gente no governo. É **trágico**”.

Finaliza com mais uma denúncia, a quebra do sigilo do pai de Francenildo, e afirma como sendo uma tragédia ter um governo com esse tipo de gente.

**Veja 12/04/06**

**Edição N°1951**

A presente edição de Veja conta com uma chamada na capa para a matéria “O ministro foi cúmplice”. Na chamada, no canto esquerdo superior da página, constam os dizeres “**Golpe sujo II**. O Ministro da Justiça ajudou a planejar a defesa de Palocci”.

Para ilustrar, a mesma figura do lustre iluminando a expressão “**Golpe sujo II**”, assim como na capa da edição passada, “**Golpe sujo**”.

A matéria tem seis páginas, assinadas por Marcelo Carneiro. Abre com foto do ministro, de página inteira, no momento em que se refresca depois de uma corrida. A foto desfaz a imponência da figura do ministro, e a legenda o julga: “Ele **errou** ao ir à casa e assistir a Malheiros aconselhar Palocci”. Associa o ministro ao caso Palocci, por ter prestado assessoria jurídica ao defender um crime de violação dos direitos do cidadão. Na linha de apoio, mais palavras duras em relação ao Ministro da Justiça: “Márcio Thomaz Bastos **tem o dever** de proteger os direitos dos cidadãos. Mas ajudou Palocci a **encobrir o crime de violação do sigilo** do caseiro Francenildo”.

Ao longo do texto encontramos expressões e frases que indicam para o leitor o teor crítico ao governo sobre as informações: “Palocci **comandou a operação ilegal**”, “transformasse uma **vítima** em suspeito de lavagem de dinheiro”, “uma **missão ainda mais imprópria**: descobrir uma maneira de **encobrir** a participação da cúpula do governo **no crime**”, “arrumar um funcionário subalterno da caixa que **assumisse a responsabilidade pela lambança**”, “a operação do governo (...) foi **clandestina**”, “usaram carros oficiais e **conspiraram** em residências oficiais”, “**complô** orquestrado por funcionários de confiança do presidente”, “conseqüências **funestas**”. E determina a opinião a respeito do ministro Thomaz Bastos no final da matéria, penúltimo parágrafo:

A cada dia, o escândalo da **violação do sigilo** de um simples caseiro vai tornando mais **insustentável** o cargo dos inventores de versões. A participação do ministro da Justiça na **farsa** só contribui para acelerar a **espiral de incerteza** em que se **afunda** o governo Lula. No momento, é impossível afirmar até onde vai a cadeia de comando dessa **sucessão de crimes**” (VEJA, 12/04/06, p. 53)

Faz o mesmo paralelo com o caso Watergate que Época fez, mas o faz de forma mais intensa, e evidenciando a participação do Ministro da Justiça de Nixon, que fora preso posteriormente à renúncia do presidente, e usando frases como: “integrantes de um governo que acham que podem usar **impunemente** a máquina do Estado”, “**tentativas desesperadas de acobertamento**, a **autofagia** que se dissemina à medida em que os **condenados** decidem que não vão pagar a conta sozinhos” para comparar os casos.

Veja destaca o ministério em questão, o da Justiça: “o Ministro da Justiça forneceu assessoria jurídica aos dois **violadores** de um dos direitos básicos dos cidadãos”. E ridiculariza sua posição na defesa de Palocci:

Se o Ministro da Justiça estiver falando a verdade, é de se presumir que o advogado e o ex-presidente da Caixa conversem por telepatia. Sim, por telepatia, já que, embora nunca tivessem se encontrado, combinaram um novo compromisso na frente do Ministro da Justiça sem que este percebesse” (VEJA 12/04/06, p.51).

“Forma-se uma espécie de **universo paralelo jurídico**, que **nunca tangencia a verdade**”, “não só **fez vista grossa** como participou de um complô para enganar a opinião pública”, “se o estágio civilizatório da cúpula petista fosse um pouco menos **rudimentar**, eles teriam motivos para estar preocupados”.

Veja publica a informação de que um dos homens da Caixa, destacados para “arregimentar candidatos à bolada” é homem de confiança de Lula, e nomeado na cota pessoal do presidente. E que também uma funcionária, esposa de um dos assessores especiais do Palácio do Planalto, também teria sido sondada, mas logo seu nome teria sido cortado, para evitar a ligação direta com Lula. Veja ainda destaca que os dois funcionários da Caixa teriam dito que processariam a revista caso seus nomes fossem citados na reportagem.

### **Veja 19/04/06**

#### **Edição N°1952**

A presente edição de Veja traz na capa uma imagem do presidente Lula formada por um quebra-cabeça de fotos dos principais denunciados pelo Procurador-Geral da República, a partir do envolvimento com o mensalão. A manchete, “O **bando** dos 40” é acompanhada do texto: “A denúncia do procurador-geral **não deixa dúvida: Lula é o sujeito oculto** da organização criminosa que tinha como objetivo garantir a continuidade do projeto de poder do PT”. Veja envolve o presidente diretamente na denúncia, mesmo que esta não tenha citado o presidente.

A matéria de nove páginas, sem assinatura, foi intitulada “O sujeito oculto”, e abre com foto do presidente pensativo, ocupando mais de uma página, e fotos de

Dirceu, Gushiken, Delúbio, Genoíno, Marcos Valério e Silvinho Pereira como peças de um quebra-cabeças. Na foto, José Dirceu aparece com um sorriso debochado, o que nos faz lembrar do vilão Coringa, da série Batman. Na legenda da foto de Lula, os dizeres: “Lula pode escolher que figurino quer vestir: o de presidente **inepto** ou o de patrono da **quadrilha**”(VEJA , 19/04/06, p.49).

Ao longo do texto, mais palavras contra o presidente são colocadas: “**apalermado**” e o “**beneficiário**” do esquema. E ainda afirma que a denúncia “compromete sua autoridade, nem digamos moral, que essa já se exauriu, mas sua autoridade administrativa”. E questiona as relações financeiras de Lula com José Dirceu, descartando a possibilidade levantada pelo PT de que o presidente não saberia de nada.

Com base na denúncia do Procurador-Geral da República, Veja afirma, categoricamente, que se trata da “**maior quadrilha jamais montada com o objetivo de garantir a continuidade no poder** de um mesmo grupo político.” E que Lula estava cercado pelo grupo que elaborava “as mais criativas formas de **assalto** ao dinheiro do povo”; que se trata de “um esquema de corrupção de **proporções amazônicas**” e que “faz as traficâncias de Fernando Collor e seu tesoureiro PC Farias parecerem trapalhadas de principiantes”. Usa as expressões “**máquina de corrupção**”, e “**tráfico de dinheiro**”.

A revista faz relação com um jogo de quebra-cabeças onde as peças estão à disposição e o leitor tem apenas que montá-las, usando do bom senso para chegar à formação da imagem de Lula, sugerida na capa da revista.

Na terceira página, uma nova manchete inicia um novo texto na reportagem, “todos os homens do presidente” que determina o tom dado por Veja em relação aos envolvidos. “São 40 **ladrões** de dinheiro público **encastelados** no governo do PT”, é uma das frases na linha de apoio. A matéria é ilustrada com fotos de Roberto Jefferson e tem, no terço inferior das sete páginas que seguem, um quadro identificando, com foto, os 40 denunciados, sob o título “**A quadrilha do PT**”.

Sobre a denúncia do Procurador-Geral, as palavras: “Documento demolidor”, “páginas devastadoras”, “**serve como necropsia do PT**”. Ainda há um texto suplementar, “o implacável Antonio”, com algumas informações sobre o Procurador-Geral e sua carreira, tratando-o como homem muito correto e independente. Também

consta um quadro comparando o relatório da CPI do mensalão com a denúncia do Ministério Público Federal.

### **Veja 26/04/06**

#### **Edição N°1953**

A presente edição de Veja tem como matéria principal, na cartola “Brasil” a reportagem “Eles **invadem**, o governo **apóia**” de quatro páginas, assinada por Juliana Linhares e Marcelo Carneiro, sobre o Movimento dos Sem-Terra. Nas primeiras duas páginas, há uma grande foto abrindo a matéria, onde os membros do movimento estão exibindo pás e foices, levantando-as para o alto. Na linha de apoio, a frase: “Lula estimula ‘reivindicações’ dois dias depois de o MST promover **ataques** maciços em todo o país”. Um quadro mostra um gráfico, “Não é mera coincidência”, comparando o número de invasões com o repasse de dinheiro pelo governo, que aumentou muito desde o início do governo Lula.

No texto, Veja refere-se às práticas dos sem-terra como: “**ritual de saques, vandalismo e invasões** de propriedades privadas” e que “Lula [ao apoiar as ‘reivindicações’] mais uma vez **chancelou o desrespeito ao estado de direito**”. Chama os manifestantes de “**fascínoras**”, que “continuam a ser **adubados** com patrocínio estatal” e que “a **administração petista apóia e financia a bandidagem**”.

Sobre as ações do grupo: “**saquearam**”, “**bloquearam estradas**”, “**invadiram fazendas**”, e “**atos de vandalismo**”.

Ao fazer uma pequena introdução à história do Movimento dos Sem-Terra, a matéria julga a reforma agrária como “uma causa da metade do século passado, que já não faz mais sentido na realidade brasileira”. E que “socialismo e banditismo são duas faces da mesma moeda”.

### **Veja 03/05/06**

#### **Edição N°1954**

A edição número 1954 de Veja traz, na capa, na linha superior, a chamada: “Bolsa Família: Moeda Eleitoral ou ajuda?”, com ilustração de uma moeda de um real

estampada com o rosto do presidente Lula. A matéria de seis páginas, assinada por Leandra Peres, tem como título “A moeda eleitoral de Lula”, e na linha de apoio, afirma: “Com o Bolsa Família, Lula ganhou sua arma nas urnas. Eleitoreiro ou não, é inegável que o programa melhora a vida de milhões de brasileiros”.

Sobre o programa, “três anos de funcionamento e números **superlativos**”, “**consumirá** 8,3 bilhões de reais”, “impostos pagos pelo contribuinte que o governo **transfere** aos mais pobres”, “aqui o esforço é mais **profundo**”, “transformou-se em **arma eleitoral**”. No meio da matéria, elogios através da opinião de especialistas e através de números da escolaridade das crianças brasileiras registradas no programa. No fim, relembra o possível uso eleitoreiro do programa devido à falta de fiscalização, principalmente da frequência escolar. “No momento em que o governo se despreocupa tanto com a fiscalização, permite concluir que, o foco não é a melhoria da vida dos pobres, mas sim a vida eleitoral do Presidente da República. E, como sempre, faz-se isso com bilhões de reais pagos em impostos pelos contribuintes”.

A maior parte da reportagem é colocada em quadros suplementares, como nas duas páginas que a abrem, quando traz uma explicação sobre “O que é o Bolsa Família”, os requisitos para participar e como é feita a distribuição de dinheiro. Há também cinco especialistas que dão suas opiniões a respeito do programa, em separado do corpo do texto. Destes, economistas e sociólogos, dois fazem críticas, depois de elogiar, os demais só fazem elogios. Nas duas últimas páginas, mais um quadro que ocupa quase todo o espaço, deixando apenas uma coluna para o texto que se encerra. No quadro “A força eleitoral e o uso eleitoreiro”, a foto de uma criança cumprimentando um Lula suado, popular. Na linha de apoio do título do quadro suplementar, temos: “o Bolsa Família não foi concebido para virar uma **máquina de votos**, mas já que virou...”. Inicia excluindo a possibilidade de o programa ser apenas de caráter eleitoreiro, e ao longo do texto expõe os números da popularidade de Lula nas regiões onde há mais beneficiados. “O Palácio do Planalto já mandou sinais claros de que **não usará com parcimônia neste ano de corrida presidencial**”, diz o texto, e relembra o caso de redistribuição de renda no México, como exemplo de programa que foge das funções eleitorais e que deveria ser adotado no Brasil.

**Veja 10/05/06**

**Edição N°1955**

Na capa da edição número 1955 de Veja, vemos uma imagem do presidente Lula de costas, sob um fundo amarelo. Na foto, foi aplicada a ilustração de uma sola de sapato suja de petróleo, marcando a região glútea do presidente, com os dizeres: “O ATAQUE À PETROBRÁS: ESSA DOEU!” E na linha de apoio: “Lula dormiu como o ‘grande guia’ da América Latina e acordou como mais um **bobo da corte** do venezuelano Hugo Chávez, que tramou o **roubo** do patrimônio brasileiro na Bolívia”.

A matéria, “OS LÍDERES E O LIDERADO” ganha *status* de editoria especial, com nove páginas, assinadas por Diogo Schelp. Abre com foto de página inteira de Chávez, Morales, e Fidel Castro ao fundo. Lula aparece ao lado, em uma pequena foto em que está sentado, com o rosto avermelhado e o olhar de raiva, em direção a “*los tres amigos*”, como Veja os identifica na legenda da outra foto.

A matéria tem como elemento gráfico, sempre presente, a mesma marca de sola de sapato suja de petróleo da capa, que se vê, no canto esquerdo superior das páginas pares, entre o fundo branco que contém o texto e a faixa cinza que vem na parte superior de todas as páginas.

Para falar na nacionalização do gás boliviano, a revista expõe o erro do governo Lula, desde a primeira frase do texto: “o Brasil levou um **chute no traseiro dado** por Hugo Chávez e seu **fantoche** boliviano Evo Morales”. Ainda no texto que abre a matéria: “pobre Lula. Foi **o último a saber** que o presidente Morales iria se apossar de propriedades brasileiras na Bolívia e colocar em risco o abastecimento nacional de gás natural.” E afirma que Lula teve uma “reação **constrangedora**”, pois “**engoliu o desaforo**”.

Usa expressões como “efeito pirotécnico”, “Morales **rasgou**, como se não valessem nada”, “populismo latino-americano”, “**região sem lei e sem ordem**, onde **os contratos são desrespeitados**”, “ninguém no Primeiro Mundo liga mais para as **estripulias** cometidas por aqui”, “governos **irresponsáveis** e populistas”, “mecanismos para se **perpetuar no poder**”, “modo furioso como se refere à Petrobrás”, e encerra afirmando que “se o pior ocorrer, mais uma vez quem pagará a conta será a população brasileira”.

Ilustra a matéria com uma caricatura do presidente Lula com as mãos sujas de petróleo, como fez em referência a Getúlio Vargas e à auto-suficiência em petróleo, quando Lula repetiu o gesto. Na ilustração, Lula está com uma faixa que cruza seu peito com os dizeres: “Nacionalizado. Propriedad de los bolivianos”. Há uma foto de Lula

com Morales, sorridentes os dois, ao lado da imagem registrada no dia da expropriação das instalações da Petróbras na Bolívia, e na legenda diz: “Morales recebeu o apoio de Lula quando estava em campanha e lhe **passou a perna** no poder. Mais uma foto de Lula, desta vez ao lado de Kirchner, Morales e Chávez, dando-se as mãos, e na legenda: “**esforço inútil**”.

### Veja 17/05/06

#### **Edição N°1956**

Na edição de 17 de maio de 2006, Veja exhibe, na chamada de capa, linha superior: “DANIEL DANTAS, O BANQUEIRO-BOMBA: O seu arsenal tem até número de suposta **conta de Lula no exterior**”, com foto do banqueiro. A matéria, “A guerra nos Porões”, é assinada por Márcio Aith, e tem seis páginas, incluindo a coluna de Mainardi que foi deslocada nessa edição.

O título “A guerra dos porões” vem seguido da linha de apoio: “o banqueiro Daniel Dantas tem uma lista com **contas em paraísos fiscais que seriam do presidente Lula e do resto da cúpula do PT**”. No corpo do texto, expressões como: “o banqueiro está prestes a abrir um capítulo **explosivo** na investigação sobre os métodos da ‘**organização criminosa**’ que se instalou no governo e o **estrago** causado por ela ao país”. As aspas no “organização criminosa” referem-se à denúncia do ministério público.

Veja publica que, durante uma sessão do Congresso Nacional, o Senador Arthur Virgílio teria dito que “o banco Oportunity, controlado por Dantas, diz ter sofrido **perseguição** do governo Lula por rejeitar pedidos de propinas”. Ainda afirma que Dantas teria uma “relação de **cardeais petistas** que manteriam **dinheiro escondido em paraísos fiscais**”, entre eles o presidente Lula. Aparecem palavras como “propina”, “**rede de corrupção pessoal do PT**”, etc.

Afirma-se que, “se uma parte desse material for verdadeira, o governo Lula estará a caminho da desintegração. Isso se o Brasil ainda mantiver as aspirações de se tornar um país sério”. Mas ressalva que “o banqueiro não cabe na fantasia de vítima”, por ter usado de dinheiro para se cercar de pessoas próximas ao presidente, como seu filho Lulinha e o advogado de um dos outros filhos do presidente. E reúne informações que mostram o interesse de Dantas em permanecer no controle da Brasil Telecom. Por

isso, os agrados ao presidente, e a investigação contra, como uma “carta na manga”. Encerra, dizendo: “o **obscuro** Dantas daria uma ótima contribuição ao país se saísse de uma vez das sombras. Coragem, Dantas!”

Há um quadro na terceira página da reportagem com a reprodução da “**lista com as supostas contas secretas**”, sobre a qual a revista faz uma ressalva: “Veja usou de todos os seus meios para comprovar a veracidade dos dados. Não foi possível chegar a nenhuma conclusão – negativa ou positiva”.

### Veja 24/05/06

#### Edição N°1957

Na capa da edição 1957 de Veja, há uma pequena chamada para a matéria “Dantas fez, entregou e continua operando”. Na capa, os dizeres “DANIEL DANTAS: Novos documentos e as provas da chantagem” vêm em um canto com fundo vermelho, ao lado direito da página. A matéria de seis páginas, assinada por Marcos Aith, abre com foto de Dantas encobrindo com a mão um sorriso, e outra menor de Thomaz Bastos. Na linha de apoio do título, temos: “Documentos **desmentem** Dantas e **derrubam** suas versões sobre o dossiê que passou a Veja. Mas ele ainda conversa com o governo”.

A revista expõe que, a partir da reportagem da semana anterior, onde foram publicadas as denúncias de Daniel Dantas contra o governo do PT, começou uma perseguição à revista por parte dos membros do partido. “Ao invés de apurarem o conteúdo da mensagem, insurgiram-se contra o mensageiro”. E afirma: “Lula fez a Veja o mais **destemperado ataque verbal** já desferido por um presidente contra um órgão de imprensa desde a redemocratização”. E explica que Dantas passou a negar em “entrevistas que deveriam entrar para o anedotário da ingenuidade jornalística” que teria encomendado tais documentos a empresa particular de investigação. “Veja era atacada pelo governo e por colonistas e editorialistas **crédulos, loucos** para acreditar em tudo que favoreça o governo”. Fala sobre visitas do ministro Thomas Bastos ao banqueiro Dantas, e afirma que “o encontro entre Dantas e o Ministro da Justiça é **escandaloso**”: Bastos já “tentou apagar as provas do sigilo bancário do caseiro [...]. Não perdeu o cargo naquela ocasião pela **lassidão** moral da política brasileira”.

No resto da matéria, Veja explica os motivos pelos quais publicou as informações na semana anterior, defendendo-se das acusações.

Em um quadro nas duas primeiras páginas, “a lista das supostas contas”, a revista explica o porquê de ter publicado a lista em que apareciam os nomes e o saldo das possíveis contas em algum paraíso fiscal, e no restante do quadro mostra o empenho dos jornalistas em tentar confirmar as informações através de buscas desenvolvidas durante a semana.

Em outro quadro, “a prova da chantagem”, a reprodução de um dos documentos entregues por Dantas, que prova que ele fazia chantagem com o governo, por se tratar da transcrição de uma conversa com os próprios membros do serviço de investigação em que Dantas afirma que Dirceu defenderia os interesses do Opportunity sob a combinação de não ser espionado.

### Veja 31/05/06

#### **Edição N°1958**

A capa da presente edição da revista Veja traz o Ministro da Justiça Márcio Thomaz Bastos como “O Guerreiro de Lula”. Na imagem, o ministro está com um elmo e uma armadura medieval, ícones incluídos por montagem sobre a foto do rosto do ministro. Abaixo da manchete, a frase: “Pode o Ministro da Justiça ser também **advogado criminalista de governistas encrencados?**”.

A matéria “O escudo de Lula” tem oito páginas, assinada por Policarpo Junior e Otávio Cabral. Ilustrando, uma foto de Lula enxugando o rosto, abatido, e Thomaz Bastos conversando com ele, Ao fundo, montagem com foto de Daniel Dantas, ocupando toda a página, em preto. Como linha de apoio do título, “O ministro Thomaz Bastos livrou o governo de muitas crises. No caminho, **confundi** suas atribuições legais com a missão de advogados criminalistas”.

Inicia a matéria explicando a situação descoberta por Veja e publicada na semana anterior, do encontro do ministro com o banqueiro Daniel Dantas. Depois de publicada a revista, o ministro admitiu o encontro, mas apenas como uma conversa impessoal. A palavra “**pacto**” foi utilizada para designar o acordo feito a partir daquela conversa, assim como “**plano traçado a quatro mãos**”. Fala que o banqueiro agiu “**nos porões**” e distribuiu ameaças ao PT, PFL e PSDB, afirmando, então, que seu destino é “**o restolho da história**”.

Do ministro, diz que “utiliza sua experiência como advogado criminalista para montar versões que livram do cadafalso institucional políticos graúdos metidos em falcatruas”, e “é o primeiro Ministro da Justiça a agir como advogado criminalista do governo a que pertence”. “Insiste em agir como advogado de **petistas encrencados**, ditando rumos e estratégias de defesa e até indicando causídico aos **meliantes**”. A revista comenta várias situações onde o papel de advogado criminalista confundiu-se com o de Ministro da Justiça, dando especial importância à quebra do sigilo do caseiro Francenildo Costa.

Encerra a matéria questionando quais serão as próximas ações do ministro, e esperando uma resposta da oposição a respeito. “Mas o Brasil vive um tempo sombrio, em que a ética e a moral são diariamente sufocadas por interesses políticos e políticos interesseiros. Quando inaugurar o quadro a óleo de Márcio Thomaz Bastos, na galeria dos ex-ministros da Justiça, ele estará manchado pela dúvida: foi defensor da justiça como manda a Constituição ou mero advogado de poderosos pegos com a mão na cumbuca?”

**Veja 07/06/06**

**Edição Nº1959**

A matéria “Oposição de faz-de-conta” não tem chamada na capa da edição número 1959 de Veja, mas ocupa posição de destaque na editoria “Brasil”, sendo a primeira matéria, e a mais extensa, com cinco páginas. Os jornalistas Marcelo Carneiro e Camila Pereira fazem uma análise da força, ou a falta, de oposição ao governo Lula. Na linha de apoio, afirma: “enquanto o governo **finge** que não sabia do mensalão e de outras **maracutaias**, seus adversários fingem que investigam”.

A foto que ilustra a matéria é de Lula num sorriso aberto, com a cabeça inclinada para trás, como em um momento de descontração, e, abaixo, a oposição, como bonecos de papelão (Bornhausen, ACM, Jereissati, Temer e Heráclito Flores). Nas páginas seguintes, há fotos do Procurador-Geral e do ministro Marco Aurélio Garcia, além de uma entrevista no fim da matéria, com o historiador Boris Fausto, em texto suplementar. A reportagem conta com os quadros “Adversários, mas nem tanto”, que ocupa o terço inferior de quatro páginas, com as ações da oposição em cada caso do governo Lula e “Aqui o PT era profissional”, onde compara o PT oposição ao PSDB e

PFL agora oposicionistas e diz: “são sempre os penúltimos a saber dos escândalos (o último é o Lula).”

Sobre a oposição, usa das palavras “falta de traquejo”, “inércia”, “figurino de barata tonta”, “demonstrações inócuas de retórica”, “mistura de oportunismo e medo” e encerra com a frase “[...]um país assim só poderia mesmo ter a oposição que tem. Uma oposição de **faz-de-conta** que está ajudando Lula a **rir por último**”.

### Veja 14/06/06

#### **Edição N°1960**

A edição de número 1960, de Veja, traz na capa foto da depredação do Congresso Nacional feita por membros do MLST. Sob a manchete “os PTbulls”, as letras P e T estão em vermelho e com maior tamanho em relação às demais letras da manchete. Uma foto aparece emoldurada por uma coleira de cachorro com o fundo vermelho. No texto abaixo da manchete, a explicação e indignação mostrada pela revista: “**financiados** pelo governo e chefiados por um dirigente do partido, os **agitadores que depredaram o Congresso Nacional** são apenas um dos grupos que se comportam como o **braço armado** do PT”.

A matéria, “Insulto à democracia” ocupa dez páginas da revista e tem assinatura de Julia Dualibi e Otávio Cabral. Abre com uma foto da depredação ocupando as duas primeiras páginas. Na legenda da foto, “Cenas da **barbárie**. Mais que **vandalismo**, um **ataque** à democracia”. A linha de apoio da manchete afirma: “o mais **violento** ataque ao Congresso Nacional desde a ditadura militar, 500 sem-terra mostram todo o seu **desprezo pelo símbolo da democracia** – e **colhem uma crítica pífia**, apenas protocolar, **do PT e do presidente Lula**”.

Descreve a depredação do Congresso com palavras como “**invadindo e depredando**”, “um ato tresloucado”, “ataque frontal à consciência democrática” e “**baderna**”. Afirma, ironicamente, que

os líderes dos sem-terra e seus protetores no governo são acometidos do ‘mal de Marxzheimer’, doença social que produz miséria física e mental. Ele envenenou todo o século passado. A doença foi debelada na Europa quando, minada pelo espírito libertário dos cidadãos, a União Soviética se derreteu. O mal sobrevive apenas em sua forma

tropical. Seus sintomas são a hipocrisia, a estupidez, a preguiça e a violência. Ele se alimenta de verbas públicas e de inocentes úteis. No governo Lula, transformou-se em uma verdadeira epidemia (VEJA, 14/06/06, p. 46).

Veja informa uma série de valores que o MLST teria recebido do governo federal, de modo escuso. “a relação financeira do governo com as entidades de sem-terra é sempre por **vias tortas** porque esses movimentos são quase clandestinos. [...] Ao aceitar **repassar dinheiro** por meio de subterfúgios, o governo compactua com essa **quase-clandestinidade** dos movimentos sem-terra”. Sobre a relação do governo Lula e o MST, afirma: “a reação pífia do governo ao ataque contra o Congresso Nacional é um  **sinal evidente da simpatia** que une os baderneiros do MLST, o governo e o PT”. E defende que Lula “deveria ter feito mais” contra o grupo de agitadores do que apenas as reações protocolares.

Sobre a invasão, Veja teve acesso a vídeos que demonstravam o planejamento minucioso do ataque “premeditado”. “A invasão foi **planejada** nos moldes de uma operação militar. Havia uma **estratégia** clara, os **alvos** estavam definidos, os prováveis **pontos de resistência** do **inimigo** identificados, enfim, tudo minuciosamente estudado pelos **comandantes**”.

A revista diferencia bem os líderes do movimento dos agitadores por eles treinados, “gente humilde que vira instrumento na mão de **líderes inescrupulosos**”. E deixa claro o envolvimento do presidente Lula com os líderes do MLST, através do texto que mostra a ligação do presidente com Bruno Maranhão. Também nas fotos escolhidas essa relação é evidenciada, numa foto em reunião no Palácio do Planalto em que Lula recebeu os líderes do MLST. Na foto, estão todos sorridentes e descontraídos, demonstrando intimidade.

Ainda há um texto suplementar, com entrevista de uma ex-militante que fora “**espancada por revelar crimes dos sem-terra**”, de acordo com a linha de apoio ao título “**surrada e ameaçada de morte pelo MST**”.

Veja 21/06/06

Edição N°1961

A matéria de maior destaque nesta edição de Veja é “Os Vãos da reeleição”, que não consta como chamada de capa. Nas três páginas assinadas por Otávio Cabral, temos um mapeamento do uso da máquina pública a favor de Lula nesse período pré-eleitoral. A foto principal é da inauguração de uma obra no Rio de Janeiro que, segundo a legenda: “Inauguração de obra no Rio cujo terreno ainda nem foi comprado”. Na imagem, Lula está fazendo discurso acompanhado de muitos assessores e interessados na tal inauguração, diante das ruínas de uma igreja, sem estrutura nenhuma de obras. Parece que estão no meio do nada. Na linha de apoio, explicita a intenção da matéria: “com sua campanha re-eleitoral de vento em popa, Lula viaja **tanto quanto** em ano não eleitoral. O **abuso** são as “**inaugurações-fantasma**”.

Em um quadro, “A campanha de cada um”, Veja compara os primeiros cinco meses do ano em que os presidentes Lula e FHC concorreram à reeleição, 2006 e 1998, respectivamente. O “box” tem seu conteúdo negativo para Lula, pois mostra com clareza os números bem superiores a FHC, como no item “quanto foi gasto em publicidade”, onde o valor gasto por Lula já é bem superior a FHC e Veja ainda acrescenta “**até agora**”, para reforçar a idéia de que os gastos ainda tendem a aumentar.

No corpo da matéria, mais expressões que denotam descrença nas ações do presidente-candidato: “a Petrobrás ainda **sequer comprou** o terreno”, “Lula inaugurou uma **intenção de obra**”, e a incidência das palavras “**inaugurar**” e “**lançar**”.

Fecha a matéria com uma espécie de intimação: “alguém tem que ganhar dele – ouviu, Geraldo Alckmin?”

### Veja 28/06/06

### Edição N°1962

Mais uma vez sem chamada de capa, a matéria principal de política, da edição número 1962, de Veja é “Morre o petismo, nasce o Lulismo”, com quatro páginas, escritas por Marcelo Carneiro e José Eduardo. Abre com foto de Lula sorridente, abanando, em um gesto tipicamente populista. Em baixo de sua foto, outros personagens políticos famosos por seu carisma, fazendo gesto semelhante ao de Lula: Hugo Chaves, Juan Domingo Perón, Jânio Quadros e Getúlio Vargas, com a legenda, “caudilhos de ontem e de hoje”.

“Ao **soterrar** o petismo, **desmoralizar** parte do Legislativo e expor a **fragilidade** das oposições, o escândalo do mensalão ajudou a abrir espaço para o surgimento de um novo **fenômeno** no cenário político brasileiro: o lulismo”.

A matéria afirma que a “**popularidade** do presidente [...], mantida mesmo após o **lamaçal** de corrupção que **manchou** seu governo, **soterrou** seus principais ministros e revelou o estado de **agonia ética** de seu partido, por si só já evidenciaria o **fenômeno**”. Além do mais, muitos prefeitos e governadores tucanos teriam “**rendido-se** ao lulismo”

O texto usa de um tom dramático para referir-se a Lula e até mesmo ao candidato Alckmin, em que “o **abandono** a que parece **estar fadada** hoje a candidatura de Alckmin tem diversos precedentes históricos”. Alckmin aparece em uma foto, apreensivo e com os dedos sobre a boca. Já Lula tem mais uma foto sorridente, ao lado de Aécio Neves e de Dona Marisa.

Ainda conta com um quadro, “à moda da casa”, comparando o lulismo com outras correntes da América Latina, como o getulismo ou o peronismo.

**Veja 05/07/06**

**Edição N°1963**

A edição de número 1963 de Veja traz na capa uma chamada para a matéria principal em política, com os dizeres: “**ESCÂNDALO: A conexão do PT com a máfia dos vampiros**”. A chamada está na parte superior da capa, à esquerda, e tem uma foto de Delúbio Soares.

A matéria de quatro páginas, “**O Vampiroduto do PT**” é assinada por Diego Escosteguy. Na linha de apoio, afirma que o ex-tesoureiro do PT teria ligações com a chamada máfia dos vampiros. A foto que ilustra a matéria é de Delúbio trajando um terno preto, assim como é preto o fundo da página, exceto as partes que contém texto, que possuem fundo branco. A manchete também é em branco, e ainda há detalhes gráficos na matéria em vermelho.

A cópia do depoimento à Polícia Federal do empresário Sérgio Noschang também ilustra a matéria, destacando a parte em que o empresário alega que um lobista, em nome do PT, teria vindo lhe oferecer serviços relacionados ao Ministério da Saúde.

Na última página, o quadro “O achaque” traz uma transcrição de uma das conversas telefônicas do lobista Laerte Corrêa com o empresário Sérgio Noschang.

A matéria inicia explicando os escândalos dos vampiros: “**fraudes**”, “**associação criminosa**”, “funcionários públicos **corruptos**, lobistas **obscuros** e empresários **sem escrúpulos**”, “a **quadrilha**”, “pode ter chegado a **desviar a monumental cifra de 2 bilhões** de reais”. Sobre as negociações do lobista Laerte Corrêa, ligado ao PT, nota-se o uso das palavras “**achaque**” e “**tenebrosa**”, e questiona o depoimento tomado pela Polícia Federal pela falta de informações conclusivas, utilizando da palavra “curiosamente” no começo da frase. Também duvida da qualidade e neutralidade do depoimento ao encerrar o texto, afirmando que o inquérito aberto possui “lacunas impressionantes” e fecha o texto com a pergunta: “qual será o motivo de tamanha lacuna?”

Ao descrever uma conversa telefônica entre o lobista e mais um acusado de envolvimento na máfia, usa frases proferidas na conversa para mostrar o caráter da ligação, como por exemplo, “nós vamos ganhar dinheiro dele”. Refere-se ao lobista como “**falastrão**”.

Veja ironiza, ao descrever uma declaração do lobista, em que este afirmava que seus encontros com o ex-tesoureiro do PT eram apenas para tratar de assuntos de saúde para o governo: “sem demonstrar constrangimento com a estupenda informação de que o tesoureiro do PT cuidava da saúde do governo...!”.

## **Veja 12/07/06**

### **Edição N°1964**

A principal matéria sobre o governo Lula, na presente edição de Veja, “O elefante virou formiga” tem duas páginas, assinadas por Giuliano Guandalini, e fala da inflação no Brasil desde o período militar. A ilustração, de um elefante pequeno, junto à foto do presidente Figueiredo; um elefante grande, com as fotos de Collor e Itamar Franco; e uma formiga, vista através de uma lupa, junto a Lula, caracterizam os índices inflacionários de cada período. As fotos dos presidentes, no geral, não estão boas, ainda mais a de Lula, onde ele aparece com o semblante assustado.

A matéria afirma que, se o cenário de estabilidade alcançado desde o Plano Real se concretizar, “o mandato de Lula será o de menor inflação da história”. Mas não em tom de exaltação, tanto que, logo no parágrafo seguinte, Veja questiona: “como isso foi

obtido? Num primeiro momento, depois da engenhosidade do Plano Real”. Fala dos críticos da atual economia referindo-se a eles como “em sua maioria petistas”, numa conotação negativa.

Salienta a interferência dessa estabilidade econômica como mecanismo de redução da pobreza. “Curiosamente, economistas de institutos de pesquisa oficiais e não oficiais têm-se limitado a debater se o Bolsa Família é mais eficiente do que o aumento do salário mínimo na redução da desigualdade. Sobre a inflação, nadinha”. E credita todo o crescimento dos salários, e conseqüentemente do poder de compra, ao Banco Central, e não o associa ao governo diretamente. Encerra o texto lembrando uma frase de Fernando Henrique Cardoso, responsável pelo Plano Real, em que ele diz que “a estabilidade é como o oxigênio que respiramos: só nos damos conta de seus efeitos quando estamos sem ele”. E exalta a estabilidade, associando-a assim a FHC, na frase “é quase um milagre que essa noção tenha se firmado de modo irreversível no país. Celebremos!” É neutra para o presidente Lula, elogia a política econômica do seu Banco Central, mas não exalta seu Ministro da Fazenda nem a sua figura.

### Veja 19/07/06

#### **Edição N°1965**

A edição de Veja do dia 19 de julho de 2006 tem poucas reportagens de política, sendo que nenhuma é sobre o governo federal, pois há uma reportagem especial sobre o Primeiro Comando da Capital, grupo do crime organizado que aterrorizou São Paulo naquela semana. A reportagem tem 13 páginas, sendo que uma delas é ocupada por um dos itens dos “cinco pilares do crime”, o quinto pilar, “**erros políticos**”. O texto tem apenas duas colunas, cedendo os nove centímetros da parte superior da página a uma foto do Ministro da Justiça, Márcio Thomaz Bastos, em reunião emergencial sobre os ataques do PCC. Na foto, Bastos está de costas, na cabeceira da mesa, como se a revista quisesse passar que o governo está dando as costas para a situação de São Paulo. Na legenda da foto, diz: “estados e governo federal **brigam**, o crime sai **ganhando**”.

No texto, a política feita em torno da segurança pública é malvista e criticada. Afirma-se que “**manipular** politicamente” a questão é “entregar a vitória **de bandeja** aos bandidos”. Também se diz que Lula e Alckmin entregaram-se ao jogo da **culpabilização**”, como que se martirizando para angariar mais votos: “voavam

**inocuidades** pelos ares”. Sobre as divergências entre governos federal e estadual, ironiza, deixando claro que só é ruim para a população, sem se posicionar entre os tucanos do governo paulista ou os petistas do Planalto. A revista ainda traz um pequeno texto suplementar com “o que pode ser feito” onde, na primeira sugestão, aponta: “mudar o DNA dos políticos talvez seja a tarefa mais difícil”.

**Veja 26/07/06**

**Edição N°1966**

A edição de Veja do dia 26 de julho de 2006 traz, na capa, sob uma tarja onde diz “exclusivo”, a manchete sobre a máfia das sanguessugas, “a lista da **vergonha**”, sobre um fundo branco, com as letras em preto e alguns detalhes em vermelho, como uma bolsa de sangue abaixo da manchete, à direita da capa. Ainda na capa, lemos frases com destaques da matéria, como “os nomes e fotos dos 112 parlamentares **acusados** pelo chefe da **máfia**”, e “a história completa de como o ex-ministro da saúde Humberto Costa ajudou a **liberar dinheiro** para os **mafiosos**”.

A matéria “Era pior do que se pensava” tem sete páginas, assinadas por Marcelo Carneiro. Abre com foto do empresário Luiz Antonio Vedoin , algemado, com policiais federais ao fundo. No subtítulo, “o chefe da máfia dos sanguessugas revela que seu esquema **corrompeu** sessenta prefeitos e 20% do Congresso e adentrou o gabinete de Humberto Costa”(VEJA, 26/07/06, p. 56).

Quadros informativos mostram o envolvimento de diferentes partidos em número de parlamentares no esquema; o movimento que era feito do Congresso às prefeituras para obter o dinheiro; duas páginas com o nome e fotos dos parlamentares e ex-parlamentares citados; mais a lista preliminar de envolvidos, ocupando também duas páginas, restando apenas uma coluna com texto; e mais a lista com os prefeitos que teriam participado da operação, em um quadro ocupando mais de uma página.

O texto de Marcelo Carneiro reúne as revelações do depoimento de Luiz Antonio Vedoin, e através de determinadas palavras, o caráter crítico da matéria se evidencia. “[...] um dos maiores **escândalos** de corrupção descobertos no país”, “**suborno**”, “**tráfico de influência**”, “liberação do dinheiro”, “pagamento”, “**quadrilha**”, “**propina** em dinheiro vivo”.

Mostra a relação dos envolvidos no esquema com o ministro Humberto Costa e o presidente Lula, inclusive o passo a passo do caminho percorrido pelo empresário para viabilizar a propina.

Encerra a matéria em um tom de descrença em relação à instituição do Congresso: “as revelações levam à **triste constatação** de que a corrupção parece ter se instalado no Congresso como um **cupinzal** subterrâneo. Ele se dissemina em velocidade **atordoante, contaminando e corroendo** cada centímetro sadio que encontra pela frente. Em vez de extingui-lo, cada nova eleição parece fortalecê-lo. Os **cupins** apenas revezam – e surgem com fôlego renovado. **Pobre Brasil**” (VEJA, 26/07/06, p. 63).

### Veja 02/08/06

#### Edição N°1967

A presente edição de Veja traz uma reportagem especial sobre a corrupção no Brasil, visando, principalmente, o Congresso Nacional. Em “12 ações para caçar os corruptos”, Diego Escosteguy procura soluções para a questão proposta na linha de apoio: “O que fazer para superar essa chaga?”. A matéria possui nove páginas e consome boa parte da editoria de política de Veja

Sobre o governo Lula, há matéria de uma página, intitulada “Tem índio na Suíça?”, denunciando os gastos do presidente da Funai em viagens internacionais. Na linha de apoio: “O presidente da Funai **torra** dinheiro público em viagens internacionais”. A foto do antropólogo Mércio Pereira Gomes, presidente do órgão, ocupa os 12cm em três colunas, no topo da página. Na imagem, parece que ele faz gestos de quem está se defendendo de acusações.

A ironia comum às denúncias da revista Veja é observada na segunda frase da linha de apoio, onde se lê que a “aldeia” preferida do presidente da Funai é Genebra, na Suíça. No primeiro parágrafo, afirma:

Seu principal objeto de estudo, no entanto, não têm sido as tribos do Alto Xingu ou de outras reservas indígenas. O que Gomes vem examinando com afinco são os hábitos dos moradores de Genebra, na Suíça. Para se aprofundar nessas análises, já **visitou** a cidade sete vezes desde que assumiu o órgão. Em média, **dá uma passada** por lá a cada cinco meses (VEJA, 02/08/06, p. 56).

Dá um tom de “**passeio**” às viagens do presidente da Funai, mesmo antes do prazo dado pelo Tribunal de Contas da União para que o órgão justifique suas viagens. Ainda aparecem as palavras “**desperdício**” e mostra-se que o órgão sofre uma “série de **deficiências**”. Encerra o texto afirmando que “em vez de cuidar dos índios, a Funai é o paraíso de antropólogos como Gomes”(VEJA, 02/08/06, p. 56).

### **Veja 09/08/06**

#### **Edição N°1968**

A presente edição de Veja traz uma reportagem especial sobre a China. São 105 páginas que mudam o esquema da revista, deslocando alguns colunistas e modificando algumas editorias, como a de política, chamada na Veja “Brasil”. Nesta edição, as poucas matérias sobre política mesclam-se entre assuntos nacionais e internacionais, sob o nome de uma nova editoria, “A semana”.

A principal matéria sobre o governo brasileiro é dedicada “aos petroleiros, com carinho”, e trata sobre os fundos de pensão da Petrobrás. A matéria tem três páginas, sendo a última ocupada também pela coluna de Diogo Mainardi, restando apenas o espaço de uma coluna da página para o texto. A matéria de Guiliano Guandalini, com título irônico, critica a administração da Petrobrás, esse “tiranossauro público”. Caracteriza a empresa como “símbolo da **ineficiência** estatal”.

A foto que ilustra a matéria é de um navio-plataforma de exploração de petróleo, sob a legenda: “Excelência técnica a serviço de **privilégios** corporativos”. Ao lado, um quadro, “O rombo da Petrobrás”, com os números deficitários dos fundos de previdência da empresa, e o que poderia ser feito com esse dinheiro, que é do Governo. Uma foto de Lula, em visita a um estaleiro, ilustra a última página, sob a legenda “Agrado aos companheiros petroleiros”, numa frase em que se pode entender que o “Agrado” pode tanto ser a visita como o financiamento dos fundos de pensão, associando o problema diretamente ao governo Lula.

Sobre os fundos de pensão, considera que são “régios **privilégios**”, portanto um “vício a ser combatido”. A intenção da em cobrir o “**rombo**” do Petros, fundos de pensão da Petrobrás, gerou polêmica devido ao alto valor do investimento, 9 bilhões de reais, que bastariam, de acordo com Veja, para a construção de quatro plataformas de

petróleo ou duas refinarias, “investimentos que diminuiriam os **gargalos** produtivos do país e injetariam novo vigor à economia” (VEJA, 09/08/06, p. 56).

Chama o gesto da empresa, ironicamente, de **generosidade**, e de “**escandaloso**” os números terem tomado tal proporção. Considera “**descaso** com o dinheiro público”, e diz que o Petros é “deficitário e insustentável desde que foi criado”.

### **Veja 16/08/06**

#### **Edição N°1969**

A edição número 1969 de Veja traz uma série de reportagens sobre as eleições de 2006 e o nordeste. Na capa, a manchete, sob a foto de uma mulher negra, segurando seu título de eleitor: “Ela pode decidir a eleição. Nordestina, 27 anos, educação média, 450 reais por mês, Gilmar Cerqueira retrata o eleitor que será o fiel da balança em outubro” (VEJA, 16/08/06). Além das quatro páginas sobre o perfil do eleitor nordestino, mais duas matérias abordam a temática nordestina em relação às eleições.

“O que vem depois da euforia”, discute o crescimento da economia do nordeste. A matéria, seguindo a linha gráfica do texto anterior, tem uma linha vermelha na margem superior da página, e um pequeno mapa do Brasil no canto esquerdo da página par. Ilustram a matéria fotos dos setores rentáveis da economia nordestina, com um gráfico, “Melhor que o Brasil”, com as estimativas de crescimento do PIB do nordeste, maiores do que a média brasileira. Nas páginas seguintes fotos de mais fábricas e de operários trabalhando na Transnordestina, parte dos investimentos em infraestrutura que devem ser ampliados. Na legenda, “A bolha pode **estourar**”, mostra-se um certo ceticismo em relação ao crescimento da região.

Na linha de apoio, abaixo do título em destaque, a frase: “A economia do nordeste vive uma **fase dourada**, com **aumento** chinês no consumo...mas a **festa** pode não durar”.

A matéria prende-se aos investimentos das empresas privadas na região, e afirma que “há um clima de **euforia** entre o empresariado da região” (VEJA, 16/08/06, p. 58). Palavras como “saldo positivo”, “crescimento”, e “lucratividade”, são recorrentes na matéria. Numa segunda parte da matéria, contudo, alerta para a falta de investimentos, e que o crescimento é devido ao aumento de consumo possibilitado pela transferência de renda dos brasileiros que pagam impostos, em forma de programas assistencialistas como o Bolsa Família. “Ninguém discorda de que a vida material dos nordestinos está

melhorando a cada ano. O que se discute é se essa mudança de patamar é sustentável sem as **injeções de dinheiro dos brasileiros que trabalham e pagam impostos**” (VEJA, 16/08/06, p. 59).

A outra matéria da série é “**Reféns** do assistencialismo”, de Alexandre Oltramari, com duas páginas. Na foto, uma fila a espera do Bolsa Família, e na legenda: “**Drama** que não acaba. Multidão espera para receber o benefício no Maranhão: é preciso muito mais para que a **esmola** um dia tenha fim”. E na linha de apoio, afirma: “Apesar de seu tremendo impacto, o Bolsa Família **falha** ao não abrir uma porta de saída da **miséria**” (VEJA, 16/08/06, p. 60).

Inicia a matéria mostrando a pobreza da cidade de Serrano do Maranhão, em contraste com “um recorde curiosíssimo. [...] é a cidade com maior percentual de população registrado no Bolsa Família” (VEJA, 16/08/06, p. 60). O repórter revela o número de beneficiados na cidade, e atenta para o fato do número ser maior do que o número de habitantes da cidade registrado no último censo. “Serrano do Maranhão é a prova viva do impacto monumental que **o dinheiro dos brasileiros que trabalham e pagam impostos** tem na vida de quem recebe ajuda” (VEJA, 16/08/06, p. 60). É a segunda vez que a frase em destaque aparece na matéria, sendo usada ainda mais duas vezes.

A matéria é direcionada para o mal que faz a dependência do Bolsa Família, como já observamos no título, “Reféns do assistencialismo”. Diz que o programa atua como “uma **armadilha** que, tal como uma **esmola**, não lhes abre caminho para um futuro autônomo”. (VEJA, 16/08/06, p. 60). Questiona a funcionalidade do Bolsa Família, afirmando que “o sucesso de um programa social não se mede pelo número de beneficiados que ingressam nele, mas pela quantidade que sai” (VEJA, 16/08/06, p. 60), e diz que o programa “opera como um **soro na veia econômica** das cidades pobres porque as mantém vivas mas não as liberta do ciclo de **miséria-assistência**” (VEJA, 16/08/06, p. 60).

## Veja 23/08/06

### **Edição N°1970**

A presente edição de Veja traz na capa a chamada “PB, Partido do Botox” e matéria especial sobre as eleições e as mudanças no visual dos candidatos. Chama atenção, ainda na capa, para as intervenções feitas por Lula, com a chamada: “Veja

confirma que até Lula aderiu”, com uma simpática foto do presidente. Ainda na capa, há a chamada para a matéria principal da editoria “Brasil”, “Máfia dos sanguessugas. Em entrevista exclusiva, Vedoin entrega mais nomes de sua lista”.

Com três páginas, a matéria de Marcelo Carneiro foi feita a partir de uma entrevista com Luiz Antonio Vedoin, empresário que armou o esquema das ambulâncias. “O **corruptor**” traz novas informações ao escândalo das ambulâncias, e envolve ainda mais o Executivo: “[...] disse que o *lobby* do petista Cirilo (José Airton Cirilo, dirigente do PT no Ceará), não se limitou à pasta da Saúde: chegou também ao Ministério das Cidades e ao das Comunicações, além do BNDES e da Petrobrás” (VEJA, 23/08/06, p. 66).

Sobre o esquema, nota-se o uso de expressões como “**propina**”, “**implodiu o Congresso**”, “**tráfico de influência**”, “**esquema amplo de corrupção dentro do Congresso**”, “**armar licitações**”, “**liberação de dinheiro**”, “**negociata**”, “**suborno**”.

A relação com os demais órgãos do governo citados é apenas mencionada pelo entrevistado em uma das perguntas, sobre a negociação com o Ministério da Saúde. O tom de denúncia, colocado no início da matéria, força a interpretação da declaração do entrevistado, que afirma que não realizou negócios com BNDES e Petrobrás, mas que no Ministério das Comunicações ouviu a liberação, e no das Cidades o Ministro, na época Olívio Dutra, não teria despachado o negócio.

Na última página, há um texto suplementar, de seis centímetros por três colunas, sob o título “Nove dias de confissão”, com foto do advogado de Vedoin, falando sobre a origem da investigação do “mais abrangente esquema de corrupção de que já se teve notícia no Congresso” (VEJA, 23/08/06, p. 68).

### **Veja 30/08/06**

#### **Edição N°1971**

A edição número 1971 da revista Veja traz um especial de nove páginas sobre as eleições de 2006. Na editoria “Brasil”, a principal matéria sobre o governo Lula é “Um Lula como nunca se viu”, de três páginas, escritas por Thaís Oyama. A matéria promove o livro Viagens com o Presidente, dos jornalistas Eduardo Scolese e Leonencio Nossa, que “mostra a face nada protocolar do petista” (VEJA, 30/08/06, p. 76).

A matéria é composta de quadros com trechos do livro; são nove passagens com situações acompanhadas pelos jornalistas, “as **dezenas de viagens** internacionais”, que denunciam um Lula diferente da imagem transmitida aos eleitores. “[...] Descreve um Lula **vaidoso**” e “propenso a **ataques de fúria**”. Conta algumas das dificuldades dos jornalistas setoristas do Palácio do Planalto, devido ao “constante **desprezo** presidencial” (VEJA, 30/08/06, p. 78).

Ao fim do texto, a jornalista critica o livro, caracterizando-o como “superficial”, com excesso de episódios banais, mas dá mérito aos autores, pois o livro “observa Lula pelas frestas – e o que se vê a partir delas **surpreende e diverte**” (VEJA, 30/08/06, p. 78).

### **Veja 06/09/06**

#### **Edição N° 1972**

A edição número 1972 de Veja traz como matéria principal, dentro da cartola “Brasil”, Eleições 2006, uma matéria de Otávio Cabral, “Uma nova carta aos brasileiros”. Na matéria de cinco páginas, dividindo a última com a coluna de André Petry, o jornalista faz uma avaliação do programa do PT para o segundo mandato, e conclui, na linha de apoio: “cotejando-se o programa de governo feito pelo PT com os discursos de Lula, a conclusão é clara: o presidente é melhor que o partido”.

Abre com uma foto de Lula fazendo um discurso, em frente à bandeira do Brasil, em uma foto que ocupa mais de uma página. Na legenda: “**clareza** sobre o rumo da economia”. Ao longo da matéria, quadros comparam os dois discursos em relação a temas importantes, como redução de impostos e corte de gastos. Nos comentários, Veja da razão à Lula: “o presidente está certo”.

A “Nova carta aos brasileiros” seria o conjunto de declarações que Lula vem dando em seus discursos, semelhante à carta publicada em 2002, quando se comprometeu em “manter a racionalidade econômica e a normalidade democrática”. Afirma que Lula vem fazendo seus discursos “com **simplicidade**”, “foi **crystalino**”, que há “**sensatez** na economia e **maturidade** na política”, e que “é um **bom sinal** que o presidente seja independente do partido”.

Sobre o programa de governo do PT, “peça **andógena, vaga e genérica**”, “colagem de **imprecisões**”, “é uma peça tão **aérea** e tão **imprecisa** que fica devendo em clareza até mesmo às 88 páginas da proposta apresentada por Lula na campanha

presidencial de 2002”. E comparando com os discursos de Lula, “fica óbvio que Lula tem idéias mais claras e mais **sensatas**[...]”.

A matéria ainda narra uma situação em que, para o jornalista de Veja, a dicotomia é clara. Em um discurso para a Associação Nacional de Jornais, Lula fez a defesa da liberdade de imprensa. No mesmo dia, seu assessor, Marco Aurélio Garcia. Coordenador da elaboração do programa do PT, afirmou que no Brasil existem “deformadores de opinião e não formadores de opinião”, acusando algumas esferas da sociedade de “golpistas”.

Uma das justificativas para a diferença nos discursos seria o distanciamento do presidente e o partido devido ao mensalão.

Termina o texto abordando o único ponto de convergência entre os discursos do presidente e o programa de governo do PT, quando ignoram a existência de escândalos.

### Veja 13/09/06

#### **Edição N° 1973**

A presente edição de Veja traz a reportagem “Foi o PT quem **pegou**”, com uma denúncia de uso da máquina pública na campanha. Na linha de apoio diz: “O governo dá a sua versão sobre o destino de quase dois milhões de folhetos **pagos com dinheiro público**: foram entregues ao Partido dos Trabalhadores”. A reportagem tem três páginas, e é assinada por Marcos Aith. Abre com foto de Duda Mendonça conversando com Luiz Gushiken. Na legenda, “O publicitário produziu parte do material **investigado**”. Na página ao lado, foto de Lula com ares de preocupação, e reproduções da capa dos folhetos. Na legenda diz: “Confusão entre Estado e partido”.

“Por quase um ano os desdobramentos do escândalo do mensalão ofuscaram um mistério envolvendo as contas de publicidade da Presidência da República”. A frase que abre a matéria dá o tom de denúncia do texto. Uma auditoria do Tribunal de Contas da União percebeu a falta de comprovação de gastos da Secretaria de Comunicação e descobriu-se que parte do material, propaganda do atual governo com críticas à administração anterior, ia direto para diretórios do Partido dos Trabalhadores.

Nota-se o uso de expressões como “**superfaturamento**”, “inadmissível **confusão** entre os interesses do governo e os de um partido político”, “hábito oficial arraigado no Brasil”, “material eleitoral **disfarçado** de institucional”. Levanta-se a hipótese de “os serviços não terem sido executados e o dinheiro destinado a produzir

material gráfico teria sido simplesmente **roubado**". E encerra, afirmando que "a opinião pública está no direito de ver no caso do sumiço dos panfletos de propaganda do governo os contornos de ilícitos muito mais sombrios do que aqueles que o ministro Villaça [do Tribunal de Contas] parece querer esconder"(VEJA, 13.09.06, p.50).

### **Veja 20/09/06**

#### **Edição N° 1974**

A edição número 1974 de Veja traz a matéria "A cartilha de **irregularidades** do PT", com duas páginas, escritas por Fábio Portela. "TCU [Tribunal de Contas da União] abre processo contra o governo para investigar o **sumiço** de cartilhas e intima Gushiken a **devolver** quase 4 milhões de reais aos cofres públicos", é o que diz a linha de apoio.

Três fotos ilustram a matéria: Ricardo Berzoini, Ministro Aguiar, do TCU, e Luiz Gushiken. Ao lado da foto de Gushiken, algumas informações adicionais, em um quadro: "os próximos passos do processo no TCU".

Observa-se o uso de expressões como "indícios de **fraudes**", "o negócio foi **superfaturado**", "o partido teria usado para se **promover** junto à população", "o imbróglio das cartilhas". Explica as decisões a serem tomadas pelo TCU e os valores que o Tribunal pediu para os envolvidos devolverem aos cofres públicos, caso não comprovem a impressão e distribuição das cartilhas da Secretaria de Comunicação.

### **Veja 27/09/06**

#### **Edição N° 1975**

A revista traz uma ilustração do presidente Lula na capa, uma caricatura com os olhos vendados pela faixa presidencial verde e amarela. Sem nenhum texto, nem chamada de capa, apenas a ilustração do presidente, de terno preto e gravata vermelha, sob fundo azul claro. A editoria "Brasil" é toda sobre o caso do dossiê comprado pelo PT para prejudicar José Serra, com 26 páginas, sete matérias e uma entrevista. A abertura da editoria, sob o título "Um tiro no pé às portas da eleição", tem foto de Lula apreensivo, ocupando uma página inteira, sob fundo preto. Na legenda, lê-se: "Lula e a **corrupção**. Cercado de pessoas **sem escrúpulos** no Palácio, nos churrascos de domingo, no seu partido, o PT, o presidente colhe os frutos amargos da **complacência com malfeitores**". Na página seguinte, há um índice para as matérias seguintes sobre o

escândalo, fazendo daquelas páginas uma espécie de caderno especial. As demais páginas têm o fundo em branco, mas seguem com a faixa vermelha na parte superior. A série de matérias inicia acusando o Partido dos Trabalhadores, e também o presidente Lula. “Com seus **métodos criminosos**, o PT lançou o país em uma grave crise política. Às vésperas da eleição presidencial, o partido cometeu uma **violência** ao tentar influir nos resultados do pleito estadual paulista pela compra e divulgação de um dossiê **falso** sobre adversários. [...] Lula é o patrono da **desastrada** compra com **dinheiro sujo** do falso dossiê” (VEJA, 27/09/06, p. 59).

Ainda no texto de abertura, a revista sentencia os envolvidos: “o **crime** foi descoberto”, “**trágicos** resultados potenciais”, “rica trajetória de **delinqüências**”, “fruto do **desgoverno**”, “militantes petistas **contaminados** pela notória **ausência de ética e moral**”, “**delituosa** sopa primordial”.

A matéria que segue, “O vôo cego do petismo”, sete páginas, de Alexandre Oltramari, mostra a relação direta dos petistas envolvidos com o presidente Lula. É ilustrada com uma foto no interior de um avião, em 2002, onde Lula encontra-se acompanhado de Aloísio Mercadante, José Dirceu, Antônio Palocci, Freud Godoy, Bob Marques e Gilberto Carvalho, todos acusados de envolvimento em algum escândalo do governo Lula.

Na linha de apoio, Veja afirma que “o **escândalo** do famoso dossiê revela que os petistas envolvidos fazem parte do círculo íntimo de Lula – e abre uma **crise** cujo desfecho é imprevisível”. Descreve a ação dos petistas nas primeiras páginas da matéria. “uma dupla de petistas foi **flagrada** comprando”, “crise **gravíssima**”, “entre **confessos** e **suspeitos**”, “**defenestrado** pelo escândalo”, “**estilhaços** da crise”, “**tática**”, “**atacar** adversários”. Faz uma cronologia dos fatos, “**fulminante**”. Trata com ironia a aparente ignorância por parte dos petistas envolvidos: “a falta de conexão com a realidade dos petistas é preocupante: eles não conseguem enxergar nem mesmo um bolo de dinheiro vivo no valor de 1,7 milhão de reais”.

Sobre o Governo Federal, afirma que “[...] o aparelho estatal foi tomado de assalto por seus asseclas, cevados no **banditismo** partidário-sindical”. E sobre Lula, faz críticas severas ao tratamento que dá aos seus ministros e assessores envolvidos em escândalos: “Lula acaba servindo como sinal verde, como autorização tácita para que atos **clandestinos** e **irregulares** sejam cometidos” (VEJA, 27/09/06, p. 66).

Em uma montagem, “Os buracos negros do sistema Lula”, Veja identifica assessores e pessoas próximas ao presidente, suspeitos de integrarem ações de

corrupção. São fotos só do rosto dos acusados, ao redor da imagem de Lula, remetendo ao sistema solar. A reportagem faz uma cronologia a partir da prisão de Valdebran Padilha e Geldimar Passos, o que levou a Polícia Federal a descobrir que petistas do alto escalão estariam ligados ao dossiê, chegando às demissões de Freud Godoy, assessor especial de Lula, na segunda-feira, até o auge das demissões na quarta, quando caiu Ricardo Berzoini, coordenador da campanha de Lula. Um quadro, “Os grampos da negociata”, mostra transcrições de ligações telefônicas de Luiz Antônio Vedoin sobre as negociações do dossiê, em que fala com Valdebran Padilha, petista que fez o intermédio da compra do dossiê contra o PSDB, e Expedito Afonso Veloso, diretor do Banco do Brasil, que negociou o material. As conversas ocupam a metade inferior de três páginas da matéria, confirmando as informações passadas para o leitor pela reportagem. Na última página, o quadro, “Sob as barbas de Lula”, um desenho do Palácio do Planalto para identificar a proximidade dos assessores envolvidos no esquema em relação a Lula.

### **Veja 11/10/06**

#### **Edição N° 1977**

A edição número 1977 traz, dentro do especial “Brasil Eleições 2006”, uma matéria de três páginas, de Otávio Cabral, sobre a campanha de Lula no segundo turno, intitulada “Agora é com a máquina”. A capa de Veja é ilustrada com a foto do candidato Geraldo Alckmin, sob o título “O desafiante”, e a matéria principal, “O fenômeno Alckmin”, dedica oito páginas ao candidato. Em preto e branco, apenas com alguns gráficos em vermelho ou amarelo, a capa e a matéria dão destaque ao tucano, avaliando suas chances de vitória sobre Lula no segundo turno. Ainda há mais uma matéria, de três páginas, “Como seria a economia de Alckmin”, dando mais espaço favorável ao presidenciável.

A matéria traz, na linha de apoio, considerações sobre o presidente: “**atordoado** com o segundo turno, o candidato Lula engoliu o presidente Lula – e a campanha engoliu o governo”. Há uma foto de Lula ocupando toda uma página da matéria, com o semblante preocupado e pensativo, olhando para cima. Na legenda, os dizeres: “Paz e amor. Preocupado com a derrota, Lula retoma o figurino ‘Lulinha paz e amor’ que deu certo em 2002”.

O texto inicia relatando a perplexidade em que Lula e os membros da sua campanha ficaram ao saber que haveria segundo turno. Narra o planejamento da festa e

do discurso da vitória, e as confusões causadas pelo candidato-presidente, presidente-candidato. Afirma que a campanha para o segundo turno “começou no tranco, porque não esperava ter de disputar”. Mostra um Lula surpreso com a derrota, e sem saber como reagir.

Na última página, fotos dos ministros em reunião para decidir os rumos da campanha. Na legenda, uma frase de Hélio Costa, das Comunicações: “Se Alckmin ganhar, todos nós estaremos na rua” (VEJA, 11/10/06, p. 58), como motivação para o trabalho a ser feito.

### **Veja 18/10/06**

#### **Edição Nº 1978**

Veja de número 1978 traz na manchete de capa: “Dossiêgate. Limpeza de alto risco. A operação para **encobrir** a origem do dinheiro pode ser ainda mais **devastadora** para o governo”. Na capa, a imagem da mão usando luvas de borracha, segurando um pano, como se estivesse limpando a marca de uma pegada, pegada essa que tem na sola e no salto do sapato a imagem de dólares e reais.

Em reportagem de oito páginas, do jornalista Marcos Aith, Veja anexa novos fatos ao escândalo do dossiê contra o PSDB. Tendo o assessor especial de Lula, Freud Godoy, como principal personagem, a matéria “Um enigma chamado Freud” confirma a ligação estreita entre Godoy e o presidente Lula, como assessor e segurança da família. Acusa o PT de realizar as negociatas criminosas e sugere mais crimes eleitorais.

Abre com foto de Freud Godoy dentro do carro. A foto ocupa mais de uma página inteira. Na outra página, uma foto menor de Gedimar Passos, preso pela Polícia Federal. A reportagem começa falando sobre a “operação abafa”, feita para tentar encobrir as conseqüências da compra do dossiê. “A apuração dos repórteres de Veja mostra que a operação abafa seguiu um padrão mais ou menos constante na **crônica policial do governo petista**. Primeiro se comete um **ilícito** e depois se seguem outros ainda mais **demolidores** na tentativa de encobrir o primeiro”(VEJA, 18/10/06, p.45).

A matéria apresenta ainda quadro informativo: “Por que a descoberta da origem do dinheiro do dossiê pode complicar a vida de Lula”, com as imagens das pilhas de dinheiro apreendidas com Freud Godoy, e destacando as informações que levam ao crime eleitoral. Veja aborda o caso justamente pelo viés do crime eleitoral, esperando a cassação da candidatura, ou até mesmo do diploma, se empossado no cargo. Em

resposta à pergunta que dá título ao quadro, Veja afirma: “Porque todos os fatos e versões até agora apontam para o cometimento de **crime eleitoral**, cuja pena é a cassação do registro da candidatura do envolvido – neste caso, o presidente Lula – ou a perda do seu mandato” (VEJA, 18/10/06, p. 47).

É ilustrada com fotos de Alckmin e Lula em um debate, o primeiro acusando, e o presidente se defendendo. Na página seguinte, mais um quadro, “De autores a vítimas”, com os fatos e o contraponto de PT, que Veja chama de “Como o PT tenta distorcê-los”. Foto do Ministro da Justiça, Márcio Thomaz Bastos, “o guerreiro de Lula”, e de José Dirceu e Jorge Lorenzetti, “a dupla do barulho”. Na mesma página, há uma reprodução de denúncia de que Freud teria se encontrado com Gedimar “nas dependências da PF. A superintendência da instituição nega o encontro. Policiais o confirmam” (VEJA, 18/10/06, p. 49). Ainda há mais duas fotos, uma do tesoureiro do PT, Paulo Ferreira, e outra de Lula, em meio a populares, com Freud ao fundo, fazendo sua escolta.

### Veja 25/10/06

#### **Edição Nº 1979**

A edição de número 1979 de Veja traz na capa a imagem do filho de Lula, Fábio Luís Lula da Silva, o Lulinha, sob a manchete: “O ‘Ronaldinho’ de Lula”. O título da matéria é em alusão à frase proferida pelo presidente Lula, em entrevista ao programa Roda Viva, da TV Cultura, ao falar sobre a carreira do seu filho. “Por que não pode todo mundo ser o Ronaldinho” intitula as oito páginas da reportagem de Alexandre Oltramari. Ainda na capa, a linha de apoio diz: “Os **dons fenomenais** de Fábio Luís, o Lulinha, só apareceram depois que o pai chegou ao Planalto”. Atrás da foto de Fábio a imagem de seu pai, em preto e branco, usando óculos, observando o filho.

Na linha de apoio do título, “porque não pode todo mundo ser o Ronaldinho”, “eis a explicação do presidente para o **tremendo sucesso** de seu filho Fábio Luís, que coincide com o mandato presidencial do pai”. Abre com imagem semelhante à capa: Lula no fundo da foto, em preto e branco, e Fábio Luís, em cores, à frente do pai, com o rosto parecendo assustado. Na legenda: “Bons de TV. Em um ano, Lulinha saiu do emprego de 600 reais para virar **fenômeno** das comunicações”. No texto afirma: “Lula tem demonstrado o **orgulho** que sente pelo sucesso de seu filho”. Veja faz questão de chamar Fábio de Lulinha, mesmo advertindo, no início do texto, que ele detesta ser

chamado assim. Sobre os negócios de Fábio Luís, considera-os “extraordinários”, e usa outras palavras que caracterizam o tom de deboche empregado por Veja.

A reportagem vai atrás de dados sobre a ascensão profissional de Lulinha, que coincidiu com a chegada do pai ao palácio do Planalto. Através de informações sigilosas, Veja chega a detalhes das transações com a Brasil Telecom e a Telemar, sobre o *lobby* que Lulinha fazia no Palácio do Planalto para beneficiar as empresas que investiam na sua, a Gamecorp. Traz detalhes da relação do filho do presidente com lobistas de Brasília, envolvidos em negociações criminosas, e empresários do setor de comunicação. Fotos da sede da Gamecorp, do prédio da Telemar, do Palácio do Planalto, e de personagens que estiveram envolvidos na trajetória profissional ascendente de Lulinha, acompanham dois quadros que ainda compõem a matéria: “A **ascensão** de lulinha durante o governo de seu pai”, com gráfico mostrando a evolução de seus ganhos com o passar dos anos de mandato de Lula, e “O lobista mais enrolado da república”, com foto identificando Alexandre Paes dos Santos, lobista com “uma vasta ficha criminal”, que teria feito negócios com Fábio Luiz.

**Veja 01/11/06**

**Edição Nº 1980**

A presente edição de Veja traz na capa a manchete “Dois Brasis depois do voto?”. As feições dos presidenciáveis são compostas de pequenas fotos de eleitores entrevistados por Veja. São imagens neutras para os dois. Na matéria de dentro sobre Lula, “Nem cassado nem impune” são cinco páginas, de autoria de Otávio Cabral.

Abre com uma simpática foto de Lula cumprimentando eleitores, na legenda, “alvo de graves denúncias, mas reeleito, Lula tem pela frente um horizonte de crises para administrar”. Na parte inferior da página, o quadro, que já vem desde a reportagem anterior, com o voto de pessoas de diferentes estados brasileiros. Foto de um comício de Alckmin ilustra a matéria, assim como de personagens envolvidos no segundo mandato de Lula.

A matéria reconhece a supremacia eleitoral de Lula, “**Triunfo** eleitoral”, mas não deixa de lembrar dos problemas com corrupção: “a biografia de Lula encolheu com a **erosão de seu pilar ético**”.

**Veja 08/11/06**

**Edição Nº 1981**

A presente edição de Veja traz na capa o presidente Lula, sob a manchete “A última Chance”. Na linha de apoio, lê-se: “O primeiro mandato de Lula foi **pífio**... e agora ele tem mais quatro anos para deixar um legado de grandeza”. Na foto utilizada, é feita uma montagem em que uma camada da imagem envelhecida está sendo retirada, ficando embaixo a imagem nova e colorida de Lula, em uma expressão cansada, olhando para o leitor.

A matéria “A encruzilhada”, tem oito páginas e abre com foto de Lula em seu gabinete, caminhando, em referência ao título da reportagem. Na linha de apoio repete o “desempenho pífio” da capa, mas contrapõe, afirmando que “Lula mostrou que sabe o quê e como fazer para governar bem o Brasil nos próximos quatro anos”. A reportagem é assinada por Lucila Soares e Otávio Cabral.

Com foto de Dilma Rouseff, Tarso Genro, de diferentes setores da economia, de escolas, uma foto de George Bush, e no fim um quadro com os rumos da oposição, ilustrado por fotos de Jorge Bornhausen e de José Serra, Veja compila declarações de Lula sob forma de um guia, com os sete principais compromissos para o segundo mandato, a partir de declarações à imprensa. Sobre o presidente e sua reeleição, afirma que houve “**formidável** respaldo popular”, e quanto ao segundo mandato, há “chances reais de representar um **avanço** para o país”. Cada um dos sete compromissos vem precedido de uma declaração do presidente a respeito. Ele fala de controle da inflação, estabilidade, abertura para o exterior, parceria com empresas, desburocratização, redução de impostos e ética. As declarações são coerentes e os comentários de Veja não muito críticos, mostram principalmente a dificuldade em manter e cumprir tais princípios. Concorde com Lula em todas as declarações, em algumas ressaltando que “o presidente está coberto de razão”. Apenas em relação à ética se mostra mais crítica, mas não exatamente com Lula, pois está mais direcionada ao PT.

O **assalto** indiscriminado aos cofres públicos foi o lamaçal que **manchou** todo o primeiro mandato de Lula. Conter a ousadia dos “companheiros”, que erram sempre em benefício do próprio bolso e do partido, é o grande desafio de Lula nos próximos quatro anos (VEJA, 08/11/06, p.41).

O texto que segue trata de algumas críticas ao presidente e das preocupações para o segundo mandato. Destaca algumas questões que Lula teria “**negligenciado**”, como o “**rombo** da previdência social [...] um dos elementos que mais **emperram** a economia do país”. Chama a atenção para o bom desempenho da economia, mas faz a ressalva para o envolvimento em esquemas de corrupção e para o “viés **totalitário**” do presidente.

Critica com ênfase o PT: “com sua peculiar **falta de generosidade política** e sua **arrogância** hegemônica, o PT também deixou claro que não pretende ceder espaço no governo para novos aliados”.

#### 6.4 ANÁLISE PERCRUSTATÓRIA DE *FRAMING* EM ÉPOCA

Época 06/03/06

Edição N°407

A edição de Época do dia 6 de março tem, na capa, uma ilustração neutra que ilustra a manchete “O que falta para o Brasil crescer”, com ênfase nas palavras **Brasil crescer**, na cor verde, para sobressair diante das outras e alinhar com a ilustração. A cor da capa é dada pelo verde, na ilustração do mapa do Brasil e das palavras em destaque no título, sugerindo uma imagem positiva apenas no que interessa à matéria, no caso o país. No subtítulo, o tom da frase é neutro, mesmo quando menciona o crescimento que acontece na China e na Índia, mas não no Brasil.

A matéria principal da presente edição abre com a mesma manchete da capa, “O que falta para o Brasil crescer”, e tem no subtítulo a frase “Lula **prometeu** o ‘espetáculo do crescimento’”. No corpo do texto, encontramos expressões que denotam a estagnação da economia brasileira, nas frases “Brasil apresenta desempenho econômico **pífio**”, “o desempenho da economia brasileira é um **fiasco**”, “um verdadeiro **desastre** que Brasil tenha 10 anos de desempenho fraco”, “como **empurrar** a economia para frente”, “o Brasil continua **patinando**”, “por que não conseguimos **crescer mais rápido?**”, “recursos que **poderiam ser aplicados** em crescimento acabam tapando buracos do governo”, “o governo é grande demais, **gasta mal e investe pouco**”, “a carga tributária é **altíssima e distorcida**”.

Os gráficos utilizados ao longo da matéria para ilustrar a economia do país demonstram o fraco crescimento do Brasil em relação a outros países.

### **Época 13/03/06**

#### **Edição N°408**

Com chamada no rodapé da capa da edição de 13 de março da Época, com o título “Pizza na CPI: **ninguém agüenta mais os políticos**”, a reportagem “São todos iguais?” aborda o descrédito dos políticos brasileiros ante a população. São recorrentes as expressões como “**má fama**”, “**não confia**”, “**não crêem**”. A matéria foi redigida em função das absolvições de deputados acusados de receber dinheiro através de Marcos Valério. Ela é ilustrada com fotos dos deputados e de suas famílias comemorando, além de fotos de algumas personalidades que deram seus depoimentos à revista, mostrando a insatisfação com a política no Brasil.

Ainda conta com expressões ao longo do texto como “**enfraquecimento** geral da força política no Brasil” e “o **ceticismo** com a política”. O texto cita algumas personalidades que tentaram ingressar na carreira política, mas desistiram em função do descrédito, as mesmas que têm seus depoimentos em quadros ao longo das páginas.

Além dos quadros com os depoimentos, Época traz em destaque os números da “**má fama**” dos políticos e os resultados das CPIs. Para ilustrar a matéria, a revista conta com fotos dos deputados e senadores envolvidos nos recentes escândalos. Não há menção ao Palácio do Planalto ou ao governo Lula.

### **Época 20/03/06**

#### **Edição N°409**

Na capa da edição de 20 de março, Época publica foto do candidato à presidência, Geraldo Alckmin, como chamada para a matéria principal sobre as eleições, de 10 páginas. No alto da página, acima do logo de Época, uma chamada para a matéria principal sobre o governo, nesta edição. “Palocci e a casa suspeita. O que está por trás do caso”, com foto do ministro, parecendo preocupado. A matéria, que ocupa quatro páginas, a partir da p.42, é intitulada “Quem está dizendo a verdade?”, e traz foto

do ministro Palocci, desdobrada em toda a primeira página e parte da segunda, reproduzindo a mesma imagem da chamada de capa.

A reportagem inicia com referências à boa gestão e às esperanças que foram colocadas na economia brasileira, através de Palocci, com o uso freqüente de verbos e expressões no passado, “**ele foi a solução** da administração Lula”, “o ministro da fazenda **representou** como que um suspiro de alívio”, “Palocci instantaneamente **virou** uma espécie de **garantia** contra maluquices na economia”, “o homem sereno do interior **transmitiu serenidade**”, etc. Ao citar o envolvimento com os lobistas de Ribeirão Preto, o texto ganha um ar de dramaticidade: “Palocci foi crescendo como um problema para Lula”, “as palavras incisivas e nacionalmente marteladas do caseiro”, “o valor do depoimento de Francenildo parecia inestimável”. É nesse ponto que Época divulga os valores dos extratos bancários do caseiro Francenildo dos Santos Costa, denunciando-o, como manobra da oposição: “documentos aos quais Época teve acesso sugerem que aquele valor pode, talvez, ser expresso em moeda corrente”. Segue uma série de registros sobre as movimentações financeiras do caseiro, em que a revista sugere descrédito em relação às declarações de Francenildo na CPI. “No dia 16 de março, quando foi tirado o extrato, o saldo da conta era de R\$19.662,35. “Nesse dia, Francenildo depôs para a CPI”. “Ele **diz ser** filho bastardo do empresário”, “o saque **teria sido**”. As frases que repetem as declarações do caseiro à CPI têm esse tom de descrédito. E ao falar de Palocci, a reportagem novamente elogia seu desempenho no Ministério da Fazenda: “Palocci, cuja **contribuição milionária** para a **calma nacional** há de cavar um **lugar de destaque** para ele na **história recente do Brasil**”.

A matéria é ilustrada com fotos da casa em que eram feitas as negociações com os lobistas. Também há fotos da empresária que agenciava mulheres levadas para a casa do lago sul; do caseiro, Francenildo Costa; e foto do presidente Lula ao lado de Palocci, em uma reunião. Nessa foto, apesar de estarem lado a lado, dissocia-se o presidente do ministro, curvado em direção ao presidente. Esse está olhando para o lado contrário. A legenda confirma o distanciamento de Lula: “O presidente Lula agiu para preservar o Ministro da Fazenda, mas não se compromete, caso as acusações contra Palocci arrastem o governo para uma crise”. Ainda há um quadro identificando os lobistas de Ribeirão Preto.

**Época 27/03/06**

**Edição N°410**

Na capa da edição de 27 de março, Época traz uma chamada para a matéria com o candidato Geraldo Alckmin, “Lula e o Anti-Lula. Quais as chances reais de Alckmin”. A chamada ocupa o canto superior esquerdo da capa, acima do logo de Época, e traz uma foto neutra do candidato tucano. Já no corpo da revista encontramos uma matéria intitulada “O inferno de Palocci”, que segue a matéria sobre Alckmin, e é a principal reportagem sobre o governo Lula desta edição.

Ocupando três páginas, a revista inicia o texto relembrando a boa atuação do ministro, mostrando que só agora ele sofre com denúncias que mancham sua reputação. “Em seus dias de fausto, no começo do governo Lula, **Palocci brilhou** como uma espécie de **símbolo da estabilidade econômica. Era o mocinho da história**”. Ao falar das denúncias contra o ministro, Época determina: “virou o alvo predileto da oposição”, “tornou-se o vilão que, derrubado, pode arrastar na queda o **resiliente prestígio do chefe**”.

A revista ainda explica o porquê de ter publicado os extratos do caseiro na edição anterior, centrando boa parte da matéria nessas explicações e na importância que elas tiveram para mudar o rumo do escândalo. Também discute a importância da privacidade e sobre até que ponto o fato é público e notório, relacionado principalmente com a vida privada de Palocci, e não aos extratos do caseiro: “A oposição condenou o vazamento de dados sigilosos e a invasão da ‘vida pessoal e familiar’ do caseiro. Mas até a semana anterior, eram os petistas que acusavam o caseiro e a oposição de se intrometer na ‘vida familiar’ de Palocci” (ÉPOCA, 27/03/06, p.31).

### **Época 03/04/07**

#### **Edição N°411**

A presente edição de Época traz na capa uma chamada para a matéria principal da editoria de política. No canto direito da capa, vem uma foto do recém-nomeado Ministro da Fazenda, Guido Mantega, com os dizeres: “Depois do furacão. Mantega traz riscos para a estabilidade econômica?” A capa desta edição é referente ao documentário “Falcão e os meninos do tráfico”, sem dar muito destaque para o afastamento de Palocci, já que apenas a nomeação do novo ministro ganhou um pequeno espaço na capa da semana.

A matéria “O terceiro governo de Lula” tem três páginas, assinadas por Murilo Ramos, e discorre sobre a direção do governo Lula com o novo Ministro da Fazenda, Guido Mantega. Na linha de apoio, “Sem Palocci, o presidente precisa agora provar ao mercado que Mantega é capaz de **segurar a onda**”.

A matéria prende-se por muitas linhas nas preocupações do presidente Lula. “Sem Palocci, Lula **teme** se tornar o alvo principal da oposição”, “Lula **abriu mão** de escolhas pessoais e nomeou técnicos” e “reclamou da falta de **intimidade** com boa parte dos ministros que o acompanhará nos próximos meses”.

Sobre Mantega, afirma que ele é da “turma da ganância”, que junto com a ministra Chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff, apóia um maior montante para investimentos, em contrapartida à opinião de Palocci, que preferia um “controle fiscal rigoroso e uma suave queda de juros”. E diz que, “no primeiro teste do novo ministro, o resultado foi **moderado**” e que o ministro tem freqüentes “**tropeços verbais**”. De acordo com Época, “sua chegada à Fazenda representa uma mudança de escola”, por ser economista formado pela USP, que rivaliza com a PUC Rio, hegemônica no cargo desde o período FHC. E encerra a matéria com a frase: “A questão é se terá espaço e poder para agir de forma diferente. Tudo indica que não”. Descrédito com o atual ministro, e muitas comparações que exaltam Palocci.

Há uma foto de Mantega na primeira página, com o ministro chegando no aeroporto, com a mala na mão, caminhando em direção à câmera fotográfica, e na segunda página foto de um Palocci cabisbaixo, que contrasta com a primeira. Um quadro ilustra quem já saiu do governo para se candidatar em seus estados.

**Época 10/04/06**

**Edição N°412**

A presente edição tem, na capa, a imagem do presidente Lula na sombra, de perfil, com fundo em amarelo, e os dizeres: “Ele agüenta? O impacto do caso Palocci sobre Lula”. Chama a atenção o fato de a outra chamada de capa, para a matéria “A arte e a ciência da felicidade”, ter uma figura sorridente ocupando o canto direito superior da página, acima da figura de Lula na sombra. A matéria de capa, “A segunda onda”, ocupa nove páginas, e não contém assinatura. Abre com foto de duas páginas, Lula à sombra, com o Congresso ao fundo, com o tom azulado do céu. Na linha de apoio,

“Primeiro, foi o mensalão. Agora, o caso Palocci. A grande pergunta: **quanto isso vai afetar Lula?**” *Época* segue o raciocínio utilizado na capa da revista, onde deixa para o leitor o julgamento da questão e tira a responsabilidade da revista, que aparentemente mantém-se neutra em relação ao governo. Dividindo a capa com a foto da sombra de Lula, há um gráfico com altos e baixos da popularidade do presidente, desde o início da crise, que varia de 47% a 60%.

Faz elogios amenos ao presidente no início do texto: “o presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o PT perderam **a aura de inocência quase romântica** que parecia distingui-los dos demais partidos no campo da ética”. Apresenta a situação política de Lula como um “quadro político **miseravelmente desalentador**”, e que “a percepção de danos ruinosos para o seu **prestígio** se mostrou muito menor do que a realidade”.

O texto foge do tema proposto a partir da metade da quinta página, e apenas no último parágrafo o retoma. Registre-se a grande quantidade de fotos e “boxes” informativos nessas primeiras páginas. Narra os episódios que teriam tentando abalar o governo Lula de forma direta e neutra, assim como narra o caso Palocci. Compara-os com o caso Watergate, nos EUA, em 1974. Conta também com as declarações de antropólogos e cientistas políticos para analisar o caso, o possível “Lulagate”. Dá espaço há uma reflexão sobre “o padrão ético dos políticos e sobre a necessidade de amadurecimento das instituições e da mídia no Brasil”. “A sucessão de escândalos proporcionou diversas situações(...) mas foram **desmentidas cinicamente** pelos acusados”. Fala do *impeachment* de Collor e da dificuldade que o Congresso brasileiro tem para decidir sobre leis eleitorais, com a burocracia e falta de vontade política dos deputados e senadores. “Com os holofotes concentrados na ridícula dança da deputada petista Ângela Guadagnin, ou na coleção de vestidos de Lu Alckmin, não sobra espaço – nem luz – para discutir idéias”, questionando o papel da própria mídia da qual a revista faz parte. Ainda fala da questão do sigilo da fonte no jornalismo investigativo, justificando porque a revista não revelou quem teria lhe fornecido os extratos do caseiro, fato que repercutiu na crise Palocci. Relembra ainda Paulo Maluf, como exemplo de “alvo dos ataques que vai ficando vacinado”, e compara com Lula: “estará Lula vacinado contra denúncias de mau comportamento no campo da ética?”

Texto neutro, com algumas passagens favoráveis, outras críticas, comparações e citações históricas.

Usa uma ilustração para demonstrar os “Flancos Abertos” de Lula, criticando, mas sem muita força, na terceira página. E a partir de então não há mais fotos do presidente.

### **Época 17/04/07**

#### **Edição N°413**

A edição de número 413, de Época, traz na capa uma chamada, à direita, no canto superior da página, com os dizeres “Lições do mensalão. Como evitar que a corrupção domine a política”. Na chamada, uma foto de Lula sereno, associando sua imagem às lições.

A matéria tem como título “Um bom começo”, e conta com quatro páginas escritas por Andrei Meirelles. Na linha de apoio, a explicação para o título da matéria: “A denúncia do Ministério Público contra os 40 envolvidos no mensalão deve ser louvada. Mas é preciso muito mais para combater a corrupção”.

Descreve a denúncia apresentada ao STF como “o **mais duro** documento já elaborado contra o governo Lula” Usa as palavras da denúncia do MP para manter-se neutra em relação ao governo: “o procurador afirma que o governo abrigava ‘uma sofisticada organização criminosa [...]’”. Já ao falar que a denúncia não cita Lula, Época não faz alusões diretas: “ao governo sobrou um único conforto. A denúncia não cita pessoalmente Lula”.

A matéria centra-se em análises de como o país pode escapar da corrupção, citando exemplos do resto do mundo e da história recente do Brasil. Fala da reforma política e da necessidade de ser aplicada.

Época passa ao leitor que a denúncia do MP foi legítima e sem envolvimento político, ao afirmar que “[...] sempre resta aos petistas acusar a oposição de distorcer os fatos e de fazer julgamento político. Não dá para dizer o mesmo do Procurador-Geral da República. Ele foi escolhido pelo presidente Lula e contou com o apoio do Ministro da Justiça Márcio Thomaz Bastos”.

Ao falar em um possível *impeachment*, sugerido pela oposição, a revista deixa claro que é uma decisão que necessita de apoio popular, mas que Lula tem mantido altos índices de intenções de voto, afirmando que “a maioria dos eleitores continua sob influência dos bons resultados da economia”.

No quadro “A quadrilha”, traz, no terço inferior das quatro páginas, os principais núcleos de denunciados pelo MP, identificados com fotos. Não há nenhuma foto de Lula ilustrando a matéria, apenas a da capa, que não o compromete, pelo contrário : mostra um Lula preocupado e pronto para aprender as “lições do mensalão”.

### **Época 24/04/06**

#### **Edição Nº414**

A revista Época desta semana tem na capa um pequena chamada para a principal matéria de política da edição, “Lula x FHC: O PT quer comparar os dois na campanha. Faz sentido?”. A matéria, intitulada “Herança Maldita?” tem três páginas apenas, e assinatura de Ricardo Mendonça. Tem na primeira página uma ilustração de Alckmin olhando para um espelho, sob a forma da estrela vermelha do PT, segurado por Lula, que reflete a imagem de FHC.

Usa a comparação nos índices de rejeição e/ou aprovação dos governos FHC e Lula, evidenciando a vantagem de Lula. Reserva um parágrafo para analisar, positivamente, a gestão FHC, mas ressalva o fato de que “tudo isso **deveria** se traduzir num grande prestígio perante os eleitores. **Deveria.**” E afirma: “Lula teve a **sorte** de governar num período de crescimento mundial, em vez das sucessivas **turbulências** que, vindas de fora, acossaram o Brasil na era FHC”. Lula seria “favorito quase absoluto na eleição”. Julga o desempenho econômico do governo Lula como “um copo meio cheio e meio vazio”. Meio cheio porque “ao contrário dos prognósticos de muitos, a economia não entrou em colapso”. E meio vazio porque o país “sob Lula, ficou claramente para trás entre os países emergentes.”

A matéria questiona a estratégia da campanha de Lula ao apontar o alvo para FHC, e encerra com Aloísio Mercadante, em uma foto sorridente e simpática, e seu livro “Brasil: Primeiro Tempo” sobre a gestão Lula e suas realizações.

O texto da matéria é neutro, inclusive algumas vezes falando excessivamente de FHC. Mas tende a favorecer o atual presidente por tratá-lo muitas vezes com palavras extremamente amenas, sendo que as imagens favorecem o PT, como a escolha da foto de Mercadante, e a exibição de imagens do programa eleitoral do PT, privilegiando o presidente, frente à má foto de Alckmin na mesma página.

### **Época 1º/05/06**

## Edição N°415

A principal matéria de política desta edição de Época, “Quem precisa desse irmãozinho?” tem três páginas, assinadas por Marcelo Musa Cavallari e Isabel Clemente e questiona a relação do Brasil com a Bolívia de Evo Morales.

A foto que ilustra a matéria tem Lula ao lado de Nestor Kirchner e Hugo Chávez, os últimos sorridentes, e o presidente sério e apreensivo. Ainda há fotos de uma estação de gás na Bolívia, do presidente Morales, do empresário brasileiro Eike Batista, que deixou de fazer negócios na Bolívia em função da nova política adotada por Morales, e da revolta dos funcionários bolivianos das empresas de gás.

A matéria abre afirmando que “os piores problemas que o presidente Lula enfrenta em seu governo costumam vir dos próprios amigos”, desviando a possível parcela de culpa que o presidente poderia ter.

Fala da política externa brasileira de forma elogiável, dizendo que “se há uma área em que **não se pode acusar** Lula de dar continuidade às diretrizes do governo Fernando Henrique Cardoso, essa área é a política externa”. Ele “tratou de mudar as prioridades do Brasil”. Como expressões de aprovação, escreve “**começou bem**”, e “**vitória celebrada**”.

## Época 08/05/06

### Edição N°416

A edição de número 416, de Época, tem na capa uma chamada com os dizeres: “EVO, CHÁVEZ E NÓS: A liderança brasileira na América Latina é desafiada”. A matéria à qual se refere tem como título “Por que essa bofetada em nós?”, sobre a nacionalização do gás da Bolívia. A reportagem conta com quatro páginas, escritas por Marcelo Musa Cavallari, e tem como linha de apoio: “Com a nacionalização do gás da Bolívia, Evo Morales e Hugo Chávez põem em cheque a **liderança de Lula** na América Latina”. Os termos, aqui em negrito, também aparecem grifados na revista, para destaque.

Tanto no título, quanto na matéria, transparece suavidade em excesso da revista, em relação à ação boliviana. Inicia o texto falando que Chávez é uma das cem personalidades mais influentes do planeta, de acordo com a revista Time, afirmando que “a escolha da Time reflete o **sucesso** que Chávez vem obtendo”, e que “**carismático**,

Chávez goza de **enorme popularidade** entre as camadas pobres”. Acredita que este seja um perfil similar ao de Evo Morales, já que este “seu radicalismo se mede mais pelas atitudes que toma que pela veemência com que discursa”. Diz que a escolha do 1º de maio (dia do trabalho) para a nacionalização, foi “um gesto de efeito para cumprir a promessa de campanha”, e que Morales representa “uma quebra de contrato internacional”.

Época publica as tentativas do governo boliviano de sinalizar ao Brasil sobre o que estaria fazendo, “iniciou-se uma negociação diplomática [...], o movimento não surtiu efeito”.

Na primeira página, foto de Chávez e Morales, como se o primeiro tivesse mostrando alguma coisa ao seu pupilo, que feliz, sorria, observando. No canto direito da segunda página, Lula, com o semblante de quem não está numa situação agradável, e Morales atrás dele, sorrindo. Na legenda, diz: “o presidente boliviano Evo Morales brinca com Lula depois de uma reunião [...]”.

É neutra, mostra um lado não tão perverso de Hugo Chávez quanto Veja, e as críticas ao governo brasileiro se concentram na diplomacia, nos que são nomeados pelo presidente Lula, que não é citado como traído, e sim como que deixado de fora da liderança.

### **Época 15/05/06**

#### **Edição N°417**

A presente edição de Época traz a matéria “Um país sem energia”, de três páginas, assinadas por Murilo Ramos. A reportagem é a de maior destaque dentre as que envolvem o governo federal, e fala sobre os riscos do apagão, devido à interrupção do fornecimento de gás boliviano. “Ainda sem reação à **bravata** da pequena Bolívia, o Brasil corre o risco de voltar a sofrer os efeitos nocivos de um apagão”, é o que está na linha de apoio.

Traz foto do chanceler brasileiro, Celso Amorim, numa tentativa de explicar a política externa brasileira, com uma citação sua, ao lado da foto, e a legenda: “Muy amigo: Amorim afirmou que às vezes Chávez causa desconforto ao Brasil”. Há mais fotos de usinas de energias alternativas no país, Angra e um parque eólico, além de, na última página, imagem de protestos contra hidrelétricas brasileiras e uma foto de Evo

Morales, também com uma citação, segundo a qual a Bolívia não pagará indenização, porque não está expropriando nada.

Dois quadros ilustrativos “Até onde vale a pena” e “Gás em alta”, informam o gasto do gás boliviano no Brasil, e qual o consumo do gás natural. Inicia a matéria relembrando o apagão de 2001, “período **sombrio**”, contornado com o uso do gás boliviano, por iniciativa do governo FHC, política que foi seguida “e até ampliada no governo Lula”.

Reconhece que o Brasil teve uma “reação tibia”, mas fala em providências a serem tomadas em seguida, por Celso Amorim, com confiança. “Em depoimento à Comissão de Relações Exteriores do Senado, Amorim disse que a política externa brasileira “nunca será a do porrete, e sim a da boa vizinhança”. Mas afirmou que Morales “teve uma atitude adolescente ao invadir a sede da Petrobrás na Bolívia”.

### **Época 22/05/06**

#### **Edição N°418**

A capa e 30 páginas da edição de 22 de maio de 2006 abordam os ataques do PCC à cidade de São Paulo. Há poucas matérias de política, apenas de uma página, da editoria “Brasil”.

“**Quanto vale o PMDB?**” a matéria questiona o que cada partido terá que fazer para conseguir o apoio do Partido do Movimento Democrático, que “se tornou chave em uma eleição que caminha para ser decidida no primeiro turno”.

Fala do apoio do PMDB como “**fatias de poder**”, que “**acenam** com ministérios” e “**costuram** uma aliança”, e o partido como “**máquina** política”. Ilustrando a matéria tem uma montagem com fotos de Alckmin e Lula acompanhados de Orestes Quércia. Ao lado dos dois candidatos, há um quadro com o que cada partido oferece ao PMDB. O PSDB aparece em seu quadro com três propostas, enquanto o PT aparece com cinco, e mais concretas como presidências e ministérios já decididos, contra o apoio ou “papel central no governo”. A matéria tende a ser favorável a Lula, desde a linha de apoio que afirma que a “eleição caminha para ser decidida no primeiro turno”.

### **Época 29/05/06**

#### **Edição N°419**

A edição de número 419, de Época, traz a matéria “Faltou um Palocci” como principal pauta da editoria “Brasil”. A revista afirma, na linha de apoio, que “o Brasil mostrou que está mais preparado para enfrentar as crises financeiras internacionais. Mas **falta alguém** no governo que **transmita tranquilidade**”. As palavras “transmita tranquilidade” estão grifadas na revista, para terem destaque sobre as demais da frase. Ilustrada com fotos de Mantega e um assessor, e do presidente do Banco Central americano, também exibe a foto de uma plantação de algodão representando as exportações brasileiras beneficiadas pela alta do dólar.

A “turbulência” nas Bolsas de Valores do mundo inteiro caracterizaram “**um susto**” para Época, trazendo de volta o “fantasma de uma crise financeira de grandes proporções”. A revista ainda acredita que “o país possa ter entrado em um período de **instabilidade** econômica depois de quatro anos de crescimento”. E afirma que “o país está mais **fortalecido**”, mas que “a cúpula econômica está **mal preparada** para lidar com situações desse tipo”, afirmando categoricamente que “**o país sente falta de Antonio Palocci**”. Encerra dizendo que o que há no mercado internacional é apenas uma especulação financeira, e não uma crise, contrariando o que dizia, no início da matéria, para alardear o fato que o ministro Mantega “não fez esforço para controlar o estresse dos investidores”.

### **Época 05/06/06**

#### **Edição N°420**

A presente edição de Época é especial, dupla, com reportagens sobre a Copa do Mundo. O espaço para a política é reduzido, com apenas três matérias sem muito destaque. Sobre o governo federal, temos o texto “Comemorar o quê?”, criticando o desempenho pífio da economia brasileira no ano de 2006, em contrapartida à comemoração de Lula, como observamos na linha de apoio do título: “O governo **festejou** o crescimento de 3,4% do PIB. Mas o Brasil continua **comendo poeira da Índia**”.

O texto ocupa três páginas, assinadas por Leandro Loyola e Murilo Ramos, ilustrada por setores da nossa indústria, ao fundo e em fotos menores, assim como a construção civil, comércio e recursos humanos brasileiros. Gráficos informativos ajudam o leitor a compreender melhor o crescimento econômico em comparação à

China, à Índia e a outros países emergentes. Ainda conta com uma foto de Lula, para ilustrar uma frase sua em que considera o crescimento do PIB uma “**excelente notícia**”. Na foto, o presidente está falando, com a mão direita apontada em direção ao leitor, e parece simpático.

O texto começa com as informações do IBGE referentes ao crescimento da economia brasileira. Época salienta que “trata-se do **melhor desempenho** desde 1994, quando o Plano Real derrubou a inflação [...]”. E ainda diz que “o governo e seus aliados **aproveitaram** para soltar os costumeiros rojões”, mas questiona: “será que há mesmo tanto **motivo para comemorar?**” A revista informa todas as razões pelas quais a economia brasileira poderia ter crescido mais, em comparação com a Índia, e avalia as razões das atuais dificuldades do país : “os **gastos do governo**, por sinal, são a segunda razão para explicar as **dificuldades de crescimento** do país”. Dentro dos gastos de governo, está o que chamam de “pacote de bondades”, algumas medidas governamentais, como aumento do salário e refinanciamento de dívidas agrícolas, que têm caráter eleitoral e representam um peso enorme no orçamento. A matéria encerra com a conclusão de que “não há nada a comemorar”. É sutil, sem deixar de ser crítica, usando expressões mais brandas, e não criticando duramente o crescimento pífio da economia brasileira.

**Época 12/06/06**

**Edição N°421**

A principal matéria política sobre o governo Lula, nesta semana, edição número 421, é “o aristocrata sem-terra”. Quatro páginas, de Matheus Machado e Marco Bahé, sobre o líder da invasão e da depredação ao Congresso Nacional, na semana anterior. Na linha de apoio, Época dá o rumo da reportagem: “Quem é Bruno Maranhão, o homem que comandou a depredação do Congresso Nacional que deixou 41 feridos”. Na frase, as palavras “Bruno Maranhão” e “depredação” vinham destacadas em preto, enquanto as demais estavam em cinza. Inicia o texto afirmando que “a onda começou com um ar de **espetáculo**” e descreve algumas ações do MST para chamar a atenção da imprensa e exigir alguma atitude dos governos. Logo começa a descrição do ato ocorrido no Congresso Nacional, na terça-feira, dia 6 de junho de 2006. Para descrever a ação, Época usa palavras como “**depredaram**”, “**quebrados**”, “**armados** com paus e pedras”, e “rastro de **vandalismo**”.

Então, Época começa um histórico da vida de Bruno Maranhão e sua ligação com o Partido dos Trabalhadores e com o presidente Lula. “Bruno Maranhão e Lula são **velhos amigos**”. E sobre Maranhão, ressalva: “ele é um militante sem-terra **singular**. Não mora em assentamentos rurais, nem passa suas noites debaixo de lonas de plástico”. “Quando não está discursando contra o sistema capitalista, Bruno adora um bom vinho importado e queijos finos”.

Sobre seus atos políticos, em toda participação que teve, Época refere-os com as palavras “**clandestinidade**”, “seqüestros políticos e assaltos a bancos para financiar a tal revolução”, e afirma que “em 1997, Maranhão organizou um racha interno do MST e fundou o Movimento de Libertação dos Sem-Terra (MLST), organização responsável pelo **quebra-quebra** no Congresso”.

Sobre a proximidade com o governo Lula, afirma: “enquanto as **invasões e ocupações** dos sem-terra cresciam, as reações dos governantes oscilaram entre a brandura, a incúria e a liberação de verbas para tentar acalmá-los”. Dá muitos números dos repasses de dinheiro do governo para os sem-terra, como forma de apontar críticas ao governo, comparando-os com os repasses do governo FHC, bem inferiores.

É crítica ao governo no que toca à relação do MLST com o PT, o que a reportagem deixa muito claro, mas procura associá-lo principalmente à figura de Bruno Maranhão.

No fim da reportagem, Época destaca a importância da reforma agrária, como motivação para o ato de vandalismo ocorrido no Congresso. “O que se viu na semana passada pode ter sido apenas um ‘incidente’ carregado de violência. Mas também revela um drama normalmente esquecido e que deve ser tratado sem demagogia: a questão agrária”. Com a declaração, a revista desqualifica a ação como vandalismo puro e simples.

A matéria é ilustrada, nas duas primeiras páginas, com fotos da depredação, mostrando a destruição e a violência dos agitadores. Ainda há uma pequena foto do presidente Lula com Bruno Maranhão, em uma reunião no Palácio do Planalto, de acordo com a legenda. Nas páginas seguintes, fotos da confortável casa de Bruno Maranhão no Recife. Também há registros de outras ações do MLST, e um quadro - “Invasão premeditada” - com reproduções do vídeo encontrado com o grupo, onde era gravado o planejamento da invasão ao Congresso.

## **Edição N°422**

Mais uma vez, Época não dá destaque às matérias de política na capa. A edição número 422 traz uma matéria de três páginas de Murilo Ramos, intitulada “R\$40 bi? Não, Obrigado”, sobre o montante de investimentos que o Brasil vem perdendo devido ao “**descaso do governo** com as agências reguladoras”. A expressão “descaso do governo” vem grifada também pela revista, compondo a linha de apoio.

A matéria é ilustrada com fotos de setores da economia que estão sem regulação adequada por culpa do governo, como o petróleo, as rodovias e energia. Diante de cada foto, há um quadro com alguns dados, identificado com as palavras “**sem comando**”, no petróleo ; “**sem regras**”, para as rodovias ; e “**sem poder**”, na energia.

Inicia a matéria explicando a função das agências reguladoras e como elas foram estruturadas no Brasil. No parágrafo seguinte, já começam as críticas ao sistema: “as agências reguladoras no Brasil sofrem de **anemia**”, “virou moeda de **barganha política** do governo Lula com o PMDB”, “sem o mínimo de gente para tomar decisões”, “autonomia dos órgãos comprometida”, “estão deixando de investir”, “prejuízo”, “engordando o caixa do tesouro nacional”, “prejuízo”, etc.

Por fim, a matéria divide-se sobre os problemas das principais agências brasileiras, com números e dados precisos sobre os problemas enfrentados. Ainda há um quadro, na segunda página, “O custo do descaso”, somando o quanto o país deixou de investir em função das agências.

## **Época 26/06/06**

### **Edição N°423**

A única matéria de política que faz referência ao governo Lula, nesta edição, é a entrevista com o ministro Tarso Genro. Em duas páginas, afirma-se que “o PT aprendeu uma dura lição”. Apresenta perguntas amenas para o Ministro, sobre o programa da campanha de Lula, sendo as únicas perguntas sobre corrupção, dispensáveis: “Depois do valerioduto, como o PT vai cuidar das finanças eleitorais?” e “O caixa dois vai continuar?”

## **Época 03/07/06**

### **Edição N°424**

A edição número 424, de Época traz, no corpo da revista, a matéria “Haverá segundo turno?”, de três páginas, escritas por Leandro Loyola. Ilustrando, temos a foto dos candidatos à presidência, na escala em relação às intenções de voto de cada um. Lula vem, naturalmente, com a foto de maior tamanho e os demais o seguem, decrescendo o tamanho de suas fotos. Na foto, Lula aparece com o terno desalinhado, mas está fazendo um movimento de aceno ao público, sendo o primeiro na ordem dos candidatos, o que sinaliza que ele é o número um, no topo da disputa, caracterizando, então, uma boa foto.

Tanto na manchete como na linha de apoio, observamos um descrédito em relação ao candidato Geraldo Alckmin, ao fazer as perguntas “haverá segundo turno?” E na frase “o candidato do PSDB Geraldo Alckmin cresce nas pesquisas e aposta que conseguirá levar Lula para um novo confronto. Será?” Na frase, o nome Geraldo Alckmin vem destacado em preto, quando as demais palavras estão em cinza.

Há também uma foto de Lula abraçando populares, em uma cerimônia do Bolsa Família, e a legenda relembra que solenidades como essa não poderão mais ter a participação do presidente durante a campanha. Na última página, uma foto de FHC; atrás, vê-se José Serra e Geraldo Alckmin. Faz referência ao ex-presidente, na legenda, como “aliado incômodo”, devido à estratégia de defender seu governo, que poderia vir a beneficiar Lula, de acordo com Época.

Antes de iniciar o texto, a primeira página da reportagem abre com um quadro “Para haver segundo turno”, trazendo os cálculos e gráficos das possibilidades (nesse caso, poucas possibilidades) de Alckmin impedir que Lula chegue aos 50% dos votos.

No corpo do texto, mais descrédito em relação à campanha de Alckmin: “esboçou uma reação”, “Lula ainda lidera as pesquisas com folga e é o favorito”, “será que tem alguma chance de derrotar Lula em um confronto direto?”, “os números da semana passada lhe devolvem – pelo menos – o direito de sonhar”, “caso consiga convencer os eleitores e chegue ao segundo turno” e encerra o texto com a frase: “mesmo que Alckmin perca – e esse ainda parece ser o cenário mais provável -, a eleição terá servido para torná-lo um nome nacionalmente conhecido e para ampliar seu alcance eleitoral. Não seria, portanto, exatamente uma derrota”, já dando como provável a derrota.

## **Época 10/07/06**

### **Edição N°425**

Na capa da edição do dia 10 de julho de 2.006, Época traz uma pequena chamada no canto direito superior: “Combate à corrupção. O que o Brasil pode aprender com outros países”. A matéria no corpo da revista é “Se eles podem, porque nós não podemos?” com quatro páginas, assinadas por Matheus Leitão e Ana Paula Galli.

Na linha de apoio, a reportagem explica o foco da matéria: “países como Chile, Alemanha, Coréia e Peru triunfaram onde o Brasil falhou: punir exemplarmente casos de corrupção”. As palavras **triunfaram**, **falhou**, e **punir exemplarmente** vieram em negrito, destacadas das demais, na linha de apoio.

A reportagem usa exemplos internacionais para chegar a soluções para o problema brasileiro de corrupção. Compara os casos com os locais, dividindo cada história em uma pequena narração: “o que foi feito lá”, “o que foi feito aqui” e “lição para o Brasil”. Relata o caso Waldomiro Diniz, associando-o a Lula, mas apenas a fim de posicioná-lo no governo, como assessor de José Dirceu. Na sugestão para o Brasil, aponta uma melhora no sistema judiciário para os trâmites em regime de urgência, mas nada ligado ao Executivo. No caso da propina que gerou a CPI dos correios, Época sugere que sejam reduzidos os cargos nomeados politicamente, além de pedir agilidade à justiça novamente. Sobre o caso do mensalão, a sugestão é a reforma política e o fim da impunidade, ações ligadas ao Congresso Nacional, e não ao poder executivo, novamente. Para o caixa dois, a solução seria restringir os gastos de campanha. As sugestões não são ligadas diretamente ao governo, por mais que os protagonistas dos escândalos estejam ligados a Lula. Não se cita mais o presidente em uma linha sequer da matéria.

## **Época 17/07/06**

### **Edição N°426**

A edição do dia 17 de julho de 2.006 traz a matéria “Os 13 companheiros”, sobre os aliados do Governo Lula, do atual e para o próximo mandato.

“Os 13 companheiros”, de Andrei Meireles e Ronald Freitas, com quatro páginas, apresenta 13 aliados de Lula durante a campanha de 2.006, e possíveis colaboradores em um segundo mandato. Ilustra com foto dos 13 personagens, além da

estrela vermelha do PT, com o número 13 no título. As fotos, no geral, não favorecem os aliados de Lula. Todos estão gesticulando ou falando, muitos com a boca entreaberta. As exceções são Ricardo Berzoini, que está fazendo com a mão o “L” de Lula, e Aloizio Mercadante, que está com uma expressão tranqüila e simpática, em destaque na maior foto da matéria, no meio das últimas duas páginas.

Na linha de apoio os dizeres: “Quem são e o que pensam os aliados de Lula cuja influência pode ser decisiva na campanha e em um eventual segundo governo” (ÉPOCA, 17/07/06, p. 38). Na revista, as palavras “aliado” e “decisiva” vêm destacadas em preto, enquanto as demais palavras, na frase, estão em cinza.

Sobre cada um dos “aliados”: Tarso Genro vem como “o **mentor** da agenda política”, e planeja “um projeto de reformas estruturais capaz de **destravar o desenvolvimento** do país”; Dilma Rousseff, “a gerente do Planalto [...], trabalha e estuda quanto for necessário para **dominar** os temas em discussão”; Marco Aurélio Garcia, atua na política externa, e mesmo reconhecendo que sua estratégia com a Venezuela não deu certo, *Época* salienta que “[...] tem **prestígio** no Planalto [...]”; suas idéias **agradam** às alas mais à esquerda do PT”; Luiz Dulci, “único membro do núcleo original de poder no governo que **sobreviveu aos escândalos**”; Luiz Marinho, “missão de evitar que o movimento sindical crie problemas para o governo”, “amigo pessoal e **discípulo de Lula**”; Guido Mantega, “visto com desconfiança pelo mercado financeiro”; Ricardo Berzoini “tem a confiança de Lula”; João Santana atua na área de *marketing* e ajudou o presidente a recuperar a popularidade depois do “mensalão”; Jorge Viana, “o curinga”, governador do Acre, “se hospeda no Palácio da Alvorada [...], costuma ser escalado para discretas missões especiais”; Aloizio Mercadante, “o regratês”, “considerado um dos quadros mais **qualificados** do PT”; Márcio Thomaz Bastos, “gestor de crises”, “interlocutor **influyente** do presidente”; José Sarney “ganhou a confiança de Lula”, e Renan Calheiros, “capacidade de negociação” (ÉPOCA, 17/07/06, p. 38 a 41).

Um texto suplementar à matéria vem logo abaixo, sob o título “Um estímulo à **corrupção**”, contra a nomeação política de cargos técnicos. O texto aborda o mau uso desses cargos e a duvidosa capacidade de seus ocupantes. “Há até uma chance de que os indicados pelo partido sejam gestores íntegros, éticos e competentes. Mas, se a história serve de lição, essa chance é remota” (ÉPOCA, 17/07/06, p.41).

Apesar do texto suplementar, e de algumas palavras duras ao longo do texto, como “escândalos”, e se afirmar que alguns dos aliados “enfraqueceram politicamente”,

a matéria se põe a favor do presidente, mostrando muitos de seus projetos para o segundo mandato, elogiando seus articuladores, até mesmo através de expressões no texto de duas colunas, antes de especificar cada aliado: “Lula é o **favorito para a vitória**”, “caso se confirme a **vitória**”, “Tarso Genro é uma das **estrelas** em ascensão na **constelação lulista**”.

**Época 24/07/06**

**Edição N°427**

A edição número 427 de Época traz, na capa, uma chamada para a matéria principal na editoria de política. Na capa, está escrito: “Sanguessugas: a lista inédita dos petistas acusados” e no canto direito superior da página, uma lista amarela e a estrela vermelha do PT, no canto. A matéria de Andrei Meirelles, “Os companheiros sanguessugas?”, tem três páginas, traz no título a palavra “sanguessugas” e o ponto de interrogação em vermelho, destacados, ilustrada com fotos dos “petistas **sob suspeita**”, dirigentes do PT denunciados pelo empresário Luiz Antonio Vedoin, nas duas primeiras páginas.

Na linha de apoio, “o empresário que confessou liderar o esquema acusa petistas e o ex-ministro Humberto Costa de envolvimento na máfia das ambulâncias”, sendo as palavras “petistas” e “máfia das ambulâncias” destacadas das demais.

A revista explica como chegou aos nomes dos dirigentes do PT (através do depoimento de Vedoin), e usa as declarações do empresário para fazer as acusações, usando um tom de dúvida, que se pode notar também a partir do uso do ponto de interrogação no título. É recorrente o uso de expressões como “contou como **teria conseguido**”, “**suposto pagamento** de propinas”, “ele disse ter feito”, “afirmou ter conseguido”. E sempre lembrando, “segundo afirmou Vedoin”, ou “prossegue o relato em juízo”.

A reportagem ainda ouve ou acusados, como o ex-ministro Humberto Costa e seu chefe de gabinete, que negaram ter participado da negociata. No final do texto, o jornalista sugere a participação de parlamentares petistas no esquema, devido a declarações feitas por Vedoin a respeito, mas negadas pelos políticos acusados. E sugere cautela ao fazer as acusações: “como os acusados negaram peremptoriamente todas as afirmações feitas por Vedoin, elas devem ser encaradas com cautela até a conclusão das

investigações”, Garante que “só o aprofundamento da apuração no Congresso e dos investigadores da Polícia Federal e do Ministério Público Federal responderá se as declarações de Vedoin são verdadeiras” (ÉPOCA, 24/07/-6, p.30).

### **Época 31/07/06**

#### **Edição N°428**

A principal matéria de política nesta edição é “Uma oportunidade para os políticos”, com três páginas, de autoria de Guilherme Evelin e Leandro Loyola. O fundo das duas primeiras páginas está em preto, com o título em branco, e uma foto escurecida de Luiz Antônio Vedoin, ao ser preso pela Polícia Federal, iluminada somente no rosto do acusado, com policiais ao fundo. Na legenda, os dizeres: “Delação. A memória e a organização dele impressionaram os investigadores”. Abaixo da foto vem, em amarelo, resultados de uma pesquisa com eleitores sobre a corrupção no Brasil, sob o título, “Não dá para escapar”.

O texto aparece em um quadro branco sobre o fundo preto, sendo a última página sem fundo. Na linha de apoio, Época afirma: “o escândalo das sanguessugas pode ser visto como um passo rumo a uma **sociedade mais madura, vigilante e menos tolerante com os corruptos**”, numa demonstração de otimismo por parte dos jornalistas.

A matéria segue com a mesma desconfiança em relação ao depoimento de Vedoin, como na semana anterior: “dono de uma memória prodigiosa e muito organizado, Vedoin detalhou [...] como **teria montado** uma extensa rede de corrupção com o **suposto** envolvimento de quase um quinto dos integrantes do Congresso Nacional[...]” (ÉPOCA, 31/07/06, p. 28).

Mas o verdadeiro mote da matéria é o discurso contra a corrupção adotado pelos candidatos à presidência, em que Lula teria sentido o “peso dos depoimentos do empresário”, sendo obrigado a “mudar a agenda de campanha presidencial” e “voltar a tocar no assunto corrupção”. Quanto a Alckmin, a matéria afirma que “**atacou** Lula e **tentou atribuir** ao Executivo federal a maior responsabilidade pelo escândalo” (ÉPOCA, 31/07/06, p. 28).

Ainda diz que:

Em reação às **críticas tucanas** e às declarações de Vedoin que **lançaram suspeitas** sobre o ex-ministro da Saúde Humberto

Costa, a Controladoria-Geral da União e o Ministério da Justiça também entraram na **guerra eleitoral**. Divulgaram um levantamento para mostrar que o esquema das ambulâncias foi **implantado** no governo Fernando Henrique Cardoso e só foi **desmantelado** graças às investigações iniciadas na gestão Lula (ÉPOCA, 31/07/06, p. 28 e 29).

A reportagem vê, no escândalo dos sanguessugas, uma oportunidade de ser “desmontada a lenda construída em torno do anestesiamento da população brasileira em relação à importância da questão ética”, e diz que, “ao contrário do mau humor que parece contaminar boa parte da imprensa, sempre que um escândalo desses vem à tona, o desmantelamento do esquema dos sanguessugas pode ser considerado uma **notícia extraordinária**, um fato a **comemorar**” (ÉPOCA, 31/07/06, p. 29). Mais uma vez, a matéria demonstra entusiasmo e otimismo em relação à corrupção no Brasil.

Trata o tema da corrupção na campanha eleitoral, em relação a Lula, de “incômodo” e mostra o crescimento nos índices de Heloísa Helena como indicativo da preocupação do eleitor com a discussão da ética, bandeira defendida pela senadora.

Na segunda página, três declarações dos três principais presidenciáveis ilustram o assunto *corrupção* na campanha. Cada declaração acompanha foto do candidato discursando, sendo a foto de Alckmin, a única de perfil, posicionada no canto direito, como se estivesse falando em direção a Lula, no centro da página, abaixo; a frase do candidato é justamente criticando o atual governo. Heloísa Helena aparece cobrando de ambos os partidos adversários, PSDB e PT, e Lula se defende: “não pensem que o erro é individual e partidário. O que acontece são acúmulos de deformações da estrutura política”, corroborando a intenção da matéria de mostrar a corrupção como um mal maior, que deve ser discutido de forma aberta, entre políticos e eleitores.

Ainda há um quadro com sugestões “Para melhorar o nível do Congresso”, com algumas medidas que mudariam o sistema político-partidário, contribuindo para que haja mais ética no Congresso, como o voto em lista, o financiamento público de campanha e o fim do voto secreto, entre outras.

**Época 07/08/06**

**Edição N°429**

A presente edição de Época traz uma reportagem de três páginas, assinadas por Murilo Ramos, sob o título “PTleguismo?”, que questiona o movimento sindical da CUT, que “ **arrefeceu** desde que o PT chegou ao poder”. Abre com foto do ex-presidente da CUT, Jair Meneguelli, em seu amplo gabinete de presidente do Sesi, indicação de Lula. Na imagem, o detalhe da foto de Lula com a faixa presidencial. atrás da mesa de Meneguelli. Ainda há uma foto dele como sindicalista, discursando em frente a trabalhadores, em 1983. Mais dois ex-sindicalistas têm suas fotos ilustrando a matéria : o atual presidente do Sebrae, Paulo Okamoto, e um dos conselheiros do BNDES, João Felício. Junto a cada uma das fotos, um quadro identifica os personagens e os dados sobre seus salários, nos atuais cargos, e quanto ganhariam se trabalhassem nas funções pelos quais são sindicalizados.

Na última página, uma foto da manifestação da CUT em frente ao Banco Central, quando Armínio Fraga foi nomeado presidente do banco. Há também um quadro com os principais cargos do Ministério do Trabalho ocupados por sindicalistas da CUT.

Percebe-se que a revista critica o atual comportamento da CUT, mas faz questão de lembrar momentos importantes e elogiar o passado da central: “**aguerrido** sindicalismo da CUT”, “será que o tempo transformou os **guerreiros** da CUT em sindicalistas mais **moderados**?”.

“Para os sindicalistas, outra forma **pouco ética** de melhorar de vida sempre foi o **peleguismo**, a adesão aos interesses dos patrões em troca de benesses” (ÉPOCA, 07/08/06, p.32). A frase, no último parágrafo do texto, justifica o título da matéria, “PTleguismo”. Mas deixa as críticas para as fontes da matéria, cientistas políticos e membros de outras centrais de trabalhadores.

## **Época 14/08/06**

### **Edição N°430**

As principais matérias desta edição de Época tratam das eleições, sendo a matéria de capa sobre Heloísa Helena, e a principal matéria da editoria “Brasil” e sobre a corrida presidencial, foca em Lula e Alckmin. Sobre o Governo Federal, há uma entrevista com o ministro Guido Mantega, “Guido, ou o otimismo”, de Andrei Meirelles e Murilo Ramos, com duas páginas.

A matéria abre com uma foto do ministro no topo da primeira página, e um quadro com informações sobre sua carreira acadêmica e os cargos mais importantes que exerceu. Na linha de apoio, faz ironia em relação às declarações do ministro: “o Brasil está na frente de China e Índia. O Estado não está inchado. E a corrupção tem impacto mínimo na economia. Bem-vindo ao mundo de Mantega”. Nas expressões “Brasil está na frente” e “mundo de Mantega”, o texto ganha destaque em preto.

Abre o texto relatando uma situação do gabinete do ministro e faz uma ressalva para comentar o uso de um monitor de plasma na sala. As perguntas feitas ao ministro questionavam os bons números por ele apresentados em relação à economia brasileira, e os jornalistas recorriam à comparação com China e Índia para contrapor o ministro. No final da entrevista, há algumas perguntas sobre os escândalos de corrupção, sem muita ênfase no assunto. A única menção a Lula é em relação à campanha eleitoral e à possibilidade de vencer no primeiro turno, em duas perguntas curtas no final da entrevista.

### **Época 28/08/06**

#### **Edição N°432**

A edição número 432 de Época traz, como matéria principal, na editoria “Brasil”, a matéria “O jogo duplo da sanguessuga”, de quatro páginas, por Matheus Machado.

Abre com uma foto de página inteira, de Luiz Antônio Vedoin, empresário que delatou o esquema da máfia das ambulâncias. Na linha de apoio, Época questiona: “o delator acusa os deputados que havia inocentado e vai ao Congresso cobrar dívidas. Afinal, qual é a de Vedoin?”. Na legenda da foto, fala em “comportamento errático” do empresário.

Fotos das ambulâncias e dos parlamentares citados ilustram a matéria, assim como a reprodução de uma das tabelas entregue por Vedoin ao Ministério Público, com identificação de alguns deputados, e um quadro, “a lista da cobrança”, com o nome e os valores que 11 deputados estariam devendo ao empresário.

Relata as contradições das declarações de Vedoin, em entrevista a Época e no depoimento ao Ministério Público. Usa expressões como “estranho **jogo duplo**”, “chefe

da **quadrilha**”, “mostras da **volatilidade** de suas declarações”, “sua **atuação paralela** levanta dúvidas”, questionando a veracidade de seus depoimentos.

“Vedoin não fez nada por patriotismo, foi motivado pelo **desespero** de sair da cadeia. Fora da prisão, parece estar tentando usar a Justiça, o Ministério Público, a polícia, o Congresso e a imprensa na tentativa de **obter vantagens** pessoais” (ÉPOCA, 28/07/06, p.31).

Cita apenas o envolvimento dos parlamentares no escândalo, e não comenta a participação do Ministério da Saúde.

### **Época 04/09/06**

#### **Edição N°433**

A edição número 433, de Época, traz na capa o presidente Lula e a manchete: “O que ele fez”. Na linha de apoio, “Na campanha de 2002, as promessas de Lula passaram de 700. Época investigou o resultado de cada uma delas”. A foto também remete às promessas, com Lula de mãos unidas, como que dizendo em gestos “eu prometo”. A manchete é neutra, deixa para o leitor interpretar “o que ele fez”, observando-se a falta do ponto de interrogação. Na foto o presidente parece com a barba bem aparada, usa um terno bem cortado, sendo boa a escolha da foto para ele, apesar de estar em primeiro plano justamente a mão em que lhe falta um dedo.

A matéria principal, que a revista nomeia aqui como *especial*, “a nota dele foi 5,2”, abre com uma grande foto do presidente sorrindo, com o casaco na mão, fazendo um estilo despreocupado. São 32 páginas da revista, destinadas à avaliação do cumprimento ou não das promessas eleitorais em diferentes áreas. O especial é composto de 17 matérias de diferentes repórteres, todas com o mesmo desenho gráfico: barra superior em vermelho, com ilustração de foto do presidente, todas com fotos, e com quadro informando as promessas relativas àquela área.

Na matéria “Fome Zero: 0, Bolsa-Família: 10”, o título já deixa bem clara a posição do repórter Ricardo Mendonça quanto ao programa assistencialista de Lula. No começo do texto, afirma-se que o presidente não cumpriu a promessa (mote da matéria), mas dá nota 6,3 para o desempenho de Lula em termos de ação social, devido ao Bolsa Família e à redistribuição de renda no Brasil. Através da palavra de especialistas, elogia os programas sociais de Lula, e chega a criticar a prática essencialmente assistencialista

do Bolsa Família, mas logo apresenta uma compensação, com a fala de um economista da Fundação Getúlio Vargas. Muito pouco discute as vantagens eleitorais advindas do programa. Mostra a troca de um programa pelo outro como “um exemplo de atuação madura”. Em destaque, um pequeno quadro, com informações do IBGE, sobre a pobreza no Brasil. O quadro com as principais promessas na área social e suas respectivas notas favorece Lula. Dá nota 1 para a promessa de retirar 50 milhões de brasileiros da pobreza, sendo que em estudo recente da Fundação Getúlio Vargas, mencionado pela revista, mostra-se que 48 milhões de brasileiros ainda estão abaixo da linha de miséria.

“Falou demais?”, sobre a geração de empregos prometidos em 2002. Diante do baixo crescimento da economia, que Época considera “**frustrante**”, perto do prometido. Mostra que Lula tentou justificar o não-cumprimento da promessa, afirmando que o número de empregos não teria sido prometido, mas seria uma necessidade do país, no que a revista chamou de “truque retórico”.

Apresenta números de diferentes institutos de pesquisa para quantificar a demanda de empregos gerados no período, entre empregos de carteira assinada, informais, e empregos no setor público.

Como, do ponto de vista econômico, a informalidade é **condenável**, e o aumento de cargos no setor público **discutível**, o parâmetro mais adequado, segundo os especialistas, é o mais conservador: contar apenas as carteiras assinadas. Ele resulta em quase 50% da promessa cumprida (ÉPOCA, 04/09/06, p. 37).

Outra promessa trabalhista era dobrar o poder aquisitivo do trabalhador, o que pelo ponto de vista do salário mínimo, que aumentou 75%, foi cumprida, apesar do “**efeito daninho**” da inflação do período que, se considerada, traz um aumento de apenas 25%.

A matéria é ilustrada com uma foto de Lula em frente a metalúrgicos, em preto e branco, com a imagem do presidente desfocada. Um quadro, “Qual o melhor critério?” traz as três formas de se medir o aumento dos empregos no Brasil. Em destaque no texto, um pequeno quadro com a frase: “Em quatro anos, Lula criou 6 vezes mais empregos que FHC em oito”, chamando a atenção para a expressão “6 vezes”, colorida

em laranja, de corpo maior que as demais palavras. No quadro com as principais promessas de campanha, aqui eram oito, a média dada é 3,8, sendo as menores notas, zero e um, para a promessa do programa Primeiro Emprego, a redução na jornada de trabalho, a reforma sindical e a criação de uma multa para empresas com muita rotatividade. As notas mais altas, oito e nove, são para a criação do Fórum Nacional do Trabalho, onde patrões e empregados podem discutir o tema, e para a fiscalização das leis do trabalho.

A matéria é neutra ; as notas dadas são baixas, realistas, mas o destaque do texto é desnecessário e chama a atenção para um dado que sequer é desenvolvido com mais empenho no corpo do texto.

“Como educar sem dinheiro?” : a matéria sobre educação tem duas páginas, assinadas por Ricardo Mendonça, e afirma, na linha de apoio: “Lula até cumpriu as promessas do setor – menos as que exigiam investimento”. A expressão “cumpriu as promessas” vem destacada na revista, em preto.

“Apesar dos problemas, os eleitores **avaliaram positivamente** o trabalho do governo Lula na educação”. Um dos motivos apontados por *Época* para esta contradição seria o ProUni, programa que paga bolsas integrais ou parciais a estudantes de baixa renda, e a associação do Bolsa Família à educação, “o que é um equívoco”. Ainda entre as promessas cumpridas parcialmente, a erradicação do analfabetismo. Atingiu bons números, mas não zerou o índice, como prometido.

Das 10 principais promessas colocadas no quadro, as com menores notas foram o aumento do investimento em educação, para 7% do PIB, e a criação de um Sistema Nacional de Educação, as duas com nota zero. As maiores notas, dez, foram para o novo provão do MEC, e o fortalecimento das redes de escolas técnicas federais. A média ficou em 4,8.

Destaca principalmente as promessas cumpridas, justifica que as que não foram, foi em função do orçamento da União, ou de leis que estão para serem aprovadas no Congresso, coisas que dependem do Poder Legislativo. Positiva para o governo.

“Doutor em *marketing?*”, em duas páginas : Ana Aranha fala sobre as promessas para a saúde no Brasil. “Lula cumpriu várias promessas. Principalmente as que rendem benefícios para a sua imagem”, é o que diz a linha de apoio, com destaque para as palavras “cumpriu várias promessas” e “benefícios para a sua imagem”, que estão em preto, diferente das demais palavras da frase, em cinza.

Época critica os dados, citando outros “críticos” e autoridades no assunto. No caso do programa Farmácia Popular, afirma que “o governo **cedeu à tentação** de dar mais peso o apelo de **marketing** que à eficácia do gasto público”. Já quanto ao Brasil Sorridente, é só elogios e a afirmação de que “todas as promessas foram cumpridas”. Em seguida, afirma que “a gestão petista **surpreendeu**”, “programas lançados na gestão FHC, não só foram mantidos, como **ampliados**”. E palavras como “**triplicou**”, e “**creceu**”, são recorrentes neste trecho da matéria. Conclui que, “embora tenha entregado menos do que prometeu na campanha, o resultado foi bom”.

Começa criticando o governo pelo cumprimento parcial das principais promessas, a falta de investimentos em outros programas importantes, e o apelo social dos programas executados, mas mostra que a comunidade de saúde pública elogia o Brasil Sorridente e boa parte da matéria se dedica a esse programa, assim como exalta o Farmácia Popular e a ampliação da rede de atendimento médico. Volta a usar um tom mais severo ao falar da falta de investimentos e o não-cumprimento da Constituição, no que diz respeito à verba destinada à saúde, bem como o uso de programas como o Bolsa Alimentação como se fossem da área da saúde.

O quadro com as principais promessas, em que a nota média fica em 6,2, traz nove promessas. As com as notas mais baixas, dois, são a respeito da criação de uma rede de pronto-socorros e serviços de resgate, sendo que os pronto-socorros não foram entregues, e a criação de unidades geriátricas não obteve resultados práticos.

A matéria é crítica ; deixa bem claro para o leitor que as promessas ficaram muito aquém do esperado e que o tom apelativo e assistencialista foi mais forte.

“Demorou, mas saiu”, matéria de duas páginas, de Ana Aranha, aborda os investimentos do governo federal em habitação. “No último ano de mandato, Lula **liberou** R\$1 bilhão para moradia popular. Se tivesse feito isso **antes**, muita gente já poderia estar **vivendo melhor**”. Destaque para o valor R\$1 bilhão, em preto, na revista. O fundo da reportagem é a foto de um conjunto habitacional no Recife, além de mais uma foto da favela, antes de ser transferida.

“Lula **demorou** para investir no próprio projeto[...]. Ainda sim, se o ministério **cumprir** as metas que fixou para o fim de 2006, a gestão Lula na habitação terá sido **fiel** a grande parte de suas promessas” (ÉPOCA, 04/09/06, P.44). “A principal diretriz do programa **foi seguida**”, “há **mais verba**”, “**reformas** nas moradias precárias” “**subsidiar** parte do financiamento das casas novas”, “**cumpriu** 90% do que prometeu”, favorecendo Lula. Os problemas apontados pelos especialistas não se mostram

relacionados ao Planalto: “o maior **problema** hoje são os **entraves jurídicos**”; “em **resposta a esse entrave**, Lula editou uma medida provisória [...]. Ela **agiliza** a emissão de novos títulos [...]” (ÉPOCA, 04/09/06, p.45).

No quadro com as promessas, cinco, no caso, Lula fica com média sete. Sua maior nota, nove, vai para duas promessas, entregar 6,5 milhões de moradias em 15 anos, sendo que o governo entregou 1,2 em três anos, correspondendo, proporcionalmente, a 90% da promessa, e ao incentivo às prefeituras para projetos de habitação. A nota mais baixa, dois, ficou para o uso de imóveis urbanos vagos pertencentes à União. A matéria, em geral, é favorável ao governo : exalta as promessas cumpridas, mesmo que parcialmente, fazendo apenas ressalva para a demora em liberar o dinheiro para os investimentos, e colocando a culpa nos “entraves jurídicos”.

“Fizeram só o mais fácil”, matéria de duas páginas, de Ricardo Mendonça, sobre a questão da segurança no Brasil. Destaque para frases críticas, como “o governo Lula **temeu** o desgaste político e **recuou** na briga por mudanças”. “Mas é possível afirmar que a **ação** – ou **omissão** – do governo federal também foi responsável pelo recrudescimento da violência”. “O governo Lula **falhou** onde seus antecessores também falharam”. “A ação ainda é **incipiente**”, “o governo não quis comprar essa briga”.

Da metade para o fim do texto, mostra as promessas cumpridas: “o saldo de três anos e meio de administração petista na área da justiça e segurança, porém, **não é totalmente negativo**. O programa do PT em 2002 dava ênfase ao **fortalecimento** da Polícia Federal, e isso **foi feito**” (ÉPOCA, 04/09/06, p.46). “Outro **destaque no rol das promessas cumpridas** foi a política de desarmamento [...]De acordo com especialistas, o **sucesso** das iniciativa foi uma das principais razões para a queda de 8% nas mortes por arma de fogo no Brasil em 2005”. “O governo também tomou iniciativas que não estavam no programa de 2002”.

Termina o texto lembrando que Lula promete, em 2006, ampliar a Força Nacional, e conclui que “dificilmente a população aceitará mais um governo **omisso** em uma questão tão urgente quanto o combate ao crime organizado” (ÉPOCA, 04/09/06, p.47). No quadro com as promessas, oito, a média do presidente fica em 3,8, com três notas zero, e um dez no que fala da Polícia Federal. As críticas se sobressaem das poucas promessas cumpridas, sendo a matéria desfavorável para o governo.

O fundo da matéria é uma foto dos ataques do PCC a São Paulo, escura e com focos de incêndios: a foto já evidencia a crítica feita.

“Sob o estigma do mensalão”, a matéria sobre o combate à corrupção tem foto de José Dirceu, e na legenda, a frase: “Paradoxo. Símbolo do governo que **atacou a corrupção**, mas ficou **marcado** por ela”.

Afirma, na linha de apoio, que o governo “**investiu** na prevenção de fraudes”. Destaca a criação da Secretaria de Prevenção da Corrupção, ligada à Controladoria-Geral da União: “Realiza uma **apuração minuciosa** da aplicação dos recursos transferidos pelo executivo”, em relação aos municípios. Também elogia a criação do Portal Transparência, um “**avanço**”, “a riqueza de detalhes do portal **impressiona**” Fora do programa de 2002, mas um dos principais compromissos assumidos pelo PT, a reforma política, não foi realizada, e um dos motivos “foi o **desinteresse** do governo”.

Destaque para o investimento do governo na Controladoria Geral da União; os valores, R\$53,2 milhões, vêm em um quadro, destacados do texto. No quadro das principais promessas, notas zero para a construção de um modelo de orçamento participativo federal, e a execução da reforma política. Ficou com a média cinco.

A matéria é favorável ao governo, pois aponta principalmente as ações contra a corrupção e pouco lembra dos escândalos e o não-cumprimento das promessas dentro do próprio PT, tentando fugir do “estigma do mensalão”.

“Show de intenções”, sobre cultura. Uma página, de Ana Aranha, com foto de Gilberto Gil, Ministro da Cultura, e na legenda, “Poucos resultados. O desempenho de Gilberto Gil foi **mediano** em quase todos os compromissos de 2002”. No quadro das promessas, fica com média 5,3.

Frases e expressões como: “boas intenções e pouco resultado”, “as verbas para o Norte e Nordeste [...] tiveram um crescimento **modesto**, “[...] maior apoio a centros populares de cultura, **desprezados** no rateio dos patrocínios em favor das grandes produções artísticas”, “parte dos compromissos assumidos por Lula na campanha de 2002 ficou **pela metade**”. A matéria é crítica, não vê pontos totalmente positivos na execução das promessas.

“Resultado simbólico”, quanto ao combate ao racismo, o governo federal fica com média quatro. Recebe nota zero no que prometeu incentivar empresas para que desenvolvam programas de igualdade racial, e a única nota boa, oito, é para a criação de um “centro de referência contra o racismo”, a Secretaria de Igualdade Social. “Lula teve **mérito** de pôr o racismo em pauta. Mas a proposta de cotas **conseguiu pouco resultado prático**”. A expressão “conseguiu pouco resultado prático” vem destacada na linha de apoio.

Ressalta as ações da Secretaria, mas afirma que o resultado foi "tímido", colocando como razões para o fraco desempenho a falta de verbas destinadas à Secretaria recém criada, dependente de outros ministérios. Apesar dos críticos colocarem que o governo deveria ter feito um ministério mais dinâmico, e das baixas notas, a matéria é positiva para o governo. Exalta o ProUni e o sistema de cotas, afirmando que "o governo Lula foi o que mais **avançou** no campo do combate à discriminação". Os pontos críticos são referentes a projetos que não obtiveram aprovação no Congresso ou que dependem do orçamento de outros ministérios.

"Pegou com a esquerda e tocou com a direita", matéria sobre a economia brasileira na gestão Lula. Com foto do presidente sorrindo, segurando um violino, em alusão ao título da matéria. Afirma que o presidente "**cumpriu todas as promessas** da Carta ao Povo Brasileiro", diferentemente do que fez em relação ao programa elaborado pelo partido.

A nota média dada foi 6,1, com notas baixas para a não-realização da reforma tributária, o pífio crescimento da economia, e o imposto sobre grandes fortunas, que "ficou só no discurso", levando nota zero. Destaca em quadro, no meio do texto, os R\$11,4 bilhões economizados além do estabelecido na meta do *superávit*.

A matéria é neutra ; busca pontos pertinentes da economia brasileira para criticar, mas sem muita contundência. Destaca que, "entre as promessas não cumpridas, a mais **frustrante** refere-se ao crescimento" que, de acordo com especialistas, não foi cumprido em função de outra promessa, cumprida parcialmente, a reforma tributária.

"O empurrão que não veio de fora", duas páginas sobre o comércio exterior. Entre as cinco principais promessas avaliadas, a nota média ficou em 7.4, sendo três notas dez, um sete, no que fala em fortalecer o Mercosul, e zero para a criação do Ministério das Exportações, "idéia que foi esquecida".

A matéria destaca o aumento no número de exportações ; coloca também um quadro, "Exportar é o que importa", comparando com os números de outros países. Lembra "a conjuntura internacional excepcional", que ocasionou a melhora nas exportações, mas destaca principalmente o bom desempenho do governo Lula no setor. Conseguiu administrar positivamente "uma das áreas mais **controversas**", com "forte viés **ideológico**", e "**cumpriu** os principais compromissos da campanha". Mas relembra que a situação econômica mundial é favorável, e boa parte dos feitos são consequências da gestão FHC. Neutra

“Militares ou políticos?”, uma página com as quatro principais promessas de Lula sobre defesa nacional. A nota média foi 3.3, por só haver uma nota boa, um nove, para as missões de paz da ONU, de que o Brasil participou ; duas notas dois, uma para o não-cumprimento dos reforços da fronteira com a Amazônia, e a outra sobre o reaparelhamento das Forças Armadas, além de uma nota zero para a falta de investimentos em tecnologia. Em um quadro, a informação de que “1.800 é o número estimado de soldados alocados nos 18.000 km de fronteiras do Brasil”.

“Frustração no campo”, uma página, sobre a reforma agrária. Das três principais promessas, com nota média 3.3, zero para o controle do trabalho escravo, devido ao projeto parado no Congresso ; dois, para o dinheiro repassado aos assentamentos existentes ; e oito, para o assentamento de 400 mil famílias, sendo que 245 mil foram assentadas, 80% da promessa. “Defensor histórico dos sem-terra, Lula só **fez o mínimo para não desagradar** aos movimentos sociais”.

“O motor da economia pifou”, duas páginas sobre agricultura, de Flávio Machado. “O setor passa pela **pior crise dos últimos anos**. E mesmo que Lula tivesse cumprido todas as suas promessas, a situação não estaria melhor”. Um quadro, “lavoura atrasada”, traz um gráfico com os números dos últimos sete anos. Das sete principais promessas feitas em 2002, a nota média fica em 5. Dez para a ampliação dos recursos do Pronaf (Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar), e zero para o aumento na safra de grãos.

“Melhorou. Mas ainda é pouco”. Matéria de Ricardo Mendonça sobre o meio ambiente. Destaca a queda do desmatamento da Amazônia, mas “mesmo assim, o Brasil ainda **perde** o equivalente a um Sergipe de florestas por ano”. Quadro, “Uma nova tendência?”, apontando a queda no desmatamento da Amazônia depois de um período de recorrentes aumentos. Entre as sete principais promessas, nenhuma obteve nota zero, e a média foi 6.4. A única nota dez foi para o incentivo a fontes alternativas de energia, mas a maioria das promessas obteve notas altas. As exceções são a nota um para a produção e venda de transgênicos, que deveria ter sido adiada, e a implantação da política de saneamento, que começou a tramitar no Congresso em 2006.

“Está tudo parado” : o texto sobre infra-estrutura, de Flávio Machado, traz nove promessas, com nota média cinco. Na linha de apoio, afirma: “o setor **não anda**. E a **falta de investimentos** é um dos entraves que **impedem a economia** de crescer mais”. Destaca, em quadro, no meio do texto, os R\$40 bilhões que “deixaram de ser investidos

por causa do esvaziamento das agências reguladoras”. Nota zero para a desoneração das tarifas portuárias, que sofreram aumentos e prejudica o transporte marítimo.

### **Época 11/09/06**

#### **Edição N° 434**

A presente edição de Época apresenta uma matéria de duas páginas sobre a reforma agrária. “Está faltando terra”, da jornalista Juliana Arini, traz à tona um conflito ambiental na execução da distribuição de terra pelo Governo Federal. “O governo quer fazer assentamentos numa das últimas reservas de araucária do Brasil. É possível a reforma agrária sem **devastação**?”. Na revista, a expressão **sem devastação** vem em destaque na linha de apoio. A matéria é ilustrada por uma foto da paisagem das araucárias ao pôr-do-sol, fazendo fundo em rosa para a matéria.

Descrevendo a situação da floresta, palavras como “**remanescentes**”, “**raridade**”, e sobre a ação dos acampamentos do MST, enquanto “**estrage**”; e frases como “a última grande área de araucária do Brasil foi **destruída** por um grupo de sem-terras”, “a política do governo **incentiva**, ainda que **involuntariamente**, o **desmatamento**”, “a política de reforma agrária do governo pode entrar em **conflito** com a conservação ambiental”, e

hoje, essa formação florestal foi tão **devastada** que os biólogos se esforçam para preservar ou poucos fragmentos em torno de 1.000 hectares que **sobreviveram**. Para agravar a situação, há duas semanas, um grupo de 30 famílias, integrantes do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), **invadiu** a área (ÉPOCA, 11/09/06, p.46).

A matéria faz a crítica principalmente ao MST, mas em grande parte ao incentivo do governo e aos erros na execução da reforma agrária. Assim como também critica a negligência do Estado com a questão ambiental.

### **Época 18/09/06**

#### **Edição N° 435**

A principal matéria sobre Governo Federal desta edição é “Paciência tem limite”, de duas páginas, sobre as investidas do governo boliviano contra a Petrobrás, e, na linha de apoio, afirma que a segunda tentativa “não foi recebida com a mesma **frouxidão** da primeira”. Traz foto de Evo Morales, vestindo roupas típicas bolivianas, a foto de uma refinaria da Petrobrás no país, e uma foto do presidente da empresa, José Sérgio Gabrielli. Chama a atenção para os valores investidos pela empresa na Bolívia, maiores que o lucro acumulado. Ainda traz um quadro com o direito de resposta da deputada Ângela Guadagnin, sobre quem a revista teria insinuado, na edição de 28 de agosto, que estaria envolvida em escândalos de corrupção. O direito de resposta foi dado pelo Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo, e tem, em tamanho, uma coluna por seis centímetros.

A matéria é favorável ao governo brasileiro. Condena o governo boliviano e justifica as ações do Brasil. “Petrobrás como **alvo** preferencial de suas investidas nacionalistas”, afirmando que negociar com a Bolívia, agora, é “negócio de **altíssimo risco**”. A palavra “**investiu**” é recorrente na matéria, salientando o fato de a empresa ter adquirido de forma legal seu espaço no país.

Sobre a política externa brasileira, “em maio, **confiante** nas mesmas origens políticas e sindicais que uniram no passado Evo Morales ao presidente Lula, o governo brasileiro **reagiu timidamente** à medida boliviana”, “**ameaçaram cortar** um financiamento”, e afirma que “Solíz [ministro dos Hidrocarbonetos da Bolívia] é um **inimigo** declarado da Petrobrás” (ÉPOCA, 18/09/06, p.33).

### **Época 25/09/06**

#### **Edição N° 436**

A presente edição de Época traz, na capa, o presidente Lula, cabisbaixo, e a manchete: “Ninguém contou para ele?”. Refere-se ao caso da compra do dossiê contra o PSDB, por assessores próximos a ele. A matéria tem nove páginas, e abre com a mesma foto de Lula que está na capa, porém, aqui, com fundo escuro, e não vermelho, como antes. Na primeira página da reportagem, junto à foto, uma montagem de uma estrela do PT de pedra, caída no chão, quebrada. O título, “Agora e depois”, tem o “depois” destacado em vermelho, e o “agora” em bege, contrastando com o fundo escuro. Na

linha de apoio, a revista questiona: “qual o impacto na eleição?” e “quais as conseqüências?”.

Ilustrando a matéria, o quadro “as pontas da estrela” traz as ligações entre os envolvidos com o dossiê e o presidente Lula, e ainda uma explicação sobre o que é um dossiê e como ele é usado politicamente. Há uma foto do empresário Luiz Antonio Vedoin, preso pela Polícia Federal, assim como foto de Aloísio Mercadante, candidato ao governo de São Paulo, beneficiado direto do dossiê, além de foto dos tucanos Geraldo Alckmin, Aécio Neves e José Serra. Um quadro com declarações de especialistas na área de política, “um futuro complicado”, falam acerca da “influência que a crise do dossiê poderá exercer sobre o eventual segundo mandato de Lula”. Também há fotos do Palácio da Alvorada, ilustrando as situações onde se confundiu Estado e privado, como o canteiro de flores vermelhas em forma de estrela, e a festa dos amigos do filho mais novo do presidente, na piscina do palácio, e no avião da Força Aérea Brasileira. Um pequeno quadro ilustra que as intenções de voto do presidente não se alteraram com o escândalo do dossiê.

Texto suplementar, “Época e o dossiê”, ocupando três colunas de seis centímetros, em duas páginas, sobre a tentativa do PT em vender o dossiê para a Época. Também há outro texto suplementar, de duas colunas, “o conteúdo do dossiê”, com foto de José Serra. Nele, Época revela ligações entre o ex-ministro da saúde Barjas Negri, dito aqui que seria “braço direito de Serra”, e a máfia das sanguessugas, e destaca as contradições no depoimento de Luiz Antonio Vedoin, que primeiro “**acusou**” José Serra e depois o “**inocentou**”.

Sobre as denúncias durante o governo Lula, afirma que

nenhuma chegou tão **perto do presidente** Luiz Inácio Lula da Silva quanto a operação de fabricação e compra de um dossiê com denúncias contra o candidato favorito ao governo de São Paulo, José Serra, do PSDB. Dos sete petistas **acusados de envolvimento** direto ou indireto na operação, quatro são **amigos** há décadas do presidente (EPOCA, 25/09/06, p. 27).

Destaca a relação de amizade do presidente com os envolvidos no esquema, a quem chamava de “os **meninos**”. “É inevitável perguntar como foi possível que nenhum

dos ‘meninos’ tenha contado a Lula sobre a **travessura** que o grupo estava **aprontando**” (EPOCA, 25/09/06, p. 27).

Buscando responder à primeira pergunta, “qual o impacto nas eleições?”, Época levanta hipóteses, mas afirma logo, no início, que “boa parte do eleitorado de Lula **continua confiando** nele”. Uma das hipóteses seria em função do voto de “retribuição”, “uma espécie de **pagamento**, em troca do que a população mais pobre **recebeu** por meio de políticas sociais de Lula”. Ainda afirma que o salário mínimo teve um bom “**aumento real**”, ampliando o “**poder de compra**” do trabalhador ; que o Bolsa Família “**triplicou**”; e que o governo “**criou** programas como o ProUni, que **oferece** bolsa a estudantes pobres para cursar faculdades particulares” (EPOCA, 25/09/06, p. 28).

Sobre o dossiê e o serviço de inteligência do PT, liderado por Oswaldo Bargas, ou o “núcleo de burrice”, conforme a revista publica sobre o modo pelo qual o presidente se refere informalmente, encontramos expressões que deixam transpassar o tom crítico dos comentários: “**acusados**”, “o **dinheiro** seria entregue”, “a **operação**”, “**compra** do material”, “grupo **clandestino** especializado na **difamação** de adversários”.

A reação de Lula foi destacada no texto: “**reação** imediata”, “**afastou** Berzoini”. E mais tarde, afirma : “Lula também se apressou em **condenar a compra** de dossiês como ‘abominável’”.

Menciona o fato de a origem do dinheiro não ter sido descoberta até então, mas sem dar muita importância. “Segundo a Polícia Federal, outros R\$249 mil **apreendidos** com o ex-agente da PF Gedimar Pereira Passos foram **sacados** legalmente nos Estados Unidos e entraram no Brasil como dinheiro sujo” (EPOCA, 25/09/06, p. 29).

Chama a atenção para “uma das características mais marcantes no PT e em outras agremiações de esquerda: a **confusão** entre o **interesse nacional** e o **interesse do partido**”, não só apenas nos casos ilustrados nas fotos citadas acima, mas principalmente na nomeação de cargos para o governo.

Uma parte da matéria é dedicada a explanar sobre os partidos de esquerda e suas convicções, assim como usar exemplos históricos de dossiês e casos semelhantes. Destaca a importância de a imprensa checar a informação antes de publicar, exaltando a revista por não ter aceito a publicação das informações, sugerida por Ricardo Berzoini, e criticando Istoé, que publicou os documentos e uma entrevista com Vedoin, denunciando Serra. Revela uma ligação da editora de Istoé com o ex-governador de São Paulo, Orestes Quécia, do PMDB, que fazia o material de campanha do partido,

misturando, portanto, interesses comerciais com o que deveria ser um jornalismo isento. Aproveita a deixa para o assunto e critica a idéia do PT de instituir um “conselho democrático da mídia” através do governo. Seria criada uma Secretaria especial de democratização da comunicação, cujo objetivo seria “coibir a concentração de propriedade e de produção de conteúdos e o desequilíbrio concorrencial, garantindo a competitividade, a pluralidade, a diversidade e a concorrência”. E através das palavras do jornalista José Roberto Guzzo, da revista Exame, mostra preocupação e condena a idéia do PT de “mandar na imprensa pública”.

Sobre a segunda pergunta do início da matéria, as conseqüências do dossiê, Época destaca a dificuldade de governabilidade no segundo mandato, com a oposição no Congresso. Mas admite a alta popularidade do presidente : “é improvável que tanto uma iniciativa [*impeachment* de Lula] quanto outra [processo de impugnação do diploma] avancem se Lula sair das eleições com um atestado de popularidade de mais de 60 milhões de eleitores” (ÉPOCA, 25/09/06, p. 34).

Época também levanta a hipótese de um governo autoritário, aos moldes de Hugo Chávez. Mas, de acordo com especialistas em análise política, a idéia não é aplicável ao Brasil, pelo fortalecimento das instituições políticas nacionais, desde o *impeachment* de Fernando Collor.

O texto é crítico em relação ao Partido dos Trabalhadores e com os envolvidos na compra do dossiê. As críticas, feitas ao longo da matéria, são direcionadas a eles, e não ao presidente, mantendo-se neutra para com o governo federal.

### **Época 02/10/06**

#### **Edição N ° 437**

A edição do dia 2 de outubro de 2.006, traz na capa, em uma chamada somente com texto, sem foto, na linha superior, “a **desilusão** venceu a esperança. Como a história vai avaliar o PT no poder de 2003 a 2006”. A matéria, com o mesmo título da chamada da capa, tem nove páginas, assinada por Andréa Leal, Leandro Loyola e Ricardo Mendonça.

Abre com foto do presidente na sombra, e no fundo os Dragões da Independência, regimento da cavalaria que faz a guarda do Palácio do Planalto. Embaixo da foto, declarações de analistas, feitas em 2002, desacreditando o mandato de

Lula, e relembra uma frase muito usada à época, “a esperança venceu o medo”. O título da matéria, “a desilusão venceu a esperança”, remete à frase usada em 2002.

A matéria começa dividindo a “**saga**” de Lula em três atos, propondo, hipoteticamente, um roteiro de filme sobre o presidente. Seria dividido em “o alívio”, entre 2003 e 2004, logo após a posse ; “a desilusão”, 2005 a 2005, com os grandes escândalos de corrupção ; e “a campanha”, 2006.

Começa narrando o período anterior às eleições de 2002, ainda na gestão Fernando Henrique. A situação econômica do país e a impopularidade do então presidente proporcionaram que Lula conquistasse enfim o “**favoritismo**”, com uma atitude que “**encantava** a maior parte do eleitorado com sua promessa de um governo transformador”.

Já eleito, Época comenta grandes eventos, organizados por Duda Mendonça, para gerar publicidade, como a posse em Brasília, e a visita com seus ministros a vilas do Recife, do Piauí e de Minas Gerais, para lançar o programa Fome Zero, logo substituído pelo Bolsa Família, “grande **trunfo** do governo Lula na área social”.

O segundo ato, “a desilusão”, começa, de acordo com a revista, no dia 13 de fevereiro de 2004, dia em que Época publicou uma reportagem revelando “a existência de uma fita de vídeo gravada em 2002 pelo empresário do ramo de jogos, Carlinhos Cachoeira. As imagens mostram o ex-assessor de José Dirceu na Casa Civil, Waldomiro Diniz pedindo **propina** e **contribuições** para campanhas eleitorais”. Salienta que o escândalo, de “repercussão extraordinária”, foi paralelo aos melhores resultados econômicos do governo. O “auge” da fase dos escândalos ainda estava por vir, com a declaração do deputado Roberto Jefferson, do PTB, de que o governo estaria pagando uma mesada de 30 mil reais por mês para os parlamentares que votassem a favor da administração.”Terminadas as investigações, o Ministério Público **denunciou** 40 pessoas por **formação de quadrilha**”. O Ministro da Fazenda, Antônio Palocci, que até então não tinha sido envolvido em nenhum esquema, foi “o **alvo** preferido da oposição [...]. **Acossado** pelas investigações sobre seus ex-colaboradores em Ribeirão Preto, [...]. em meio ao estrépito, Palocci acabou caindo” (ÉPOCA, 02/10/09, p. 39).

O terceiro ato trata da campanha da reeleição e dos números finais da administração Lula. Relembra que o crescimento econômico do período foi maior do que com Fernando Henrique, mas salienta que o crescimento mundial foi muito maior e que o Brasil “se aproveitou muito pouco. O crescimento foi **mediocre** se comparado

com o das outras nações” (ÉPOCA, 02/10/06, p.39). A partir de uma análise feita pelo The Economist, afirma que “Lula nada fez para melhorar essa situação”.

Época coloca como marco do terceiro ato a auto-suficiência em petróleo, “o evento já estava programado para ocorrer havia anos, independente do mandatário da nação, como consequência do bom desempenho da estatal”. O segundo marco seria a queda da desigualdade e da miséria, que “tem estimulado a popularidade do presidente Lula entre os mais pobres” (ÉPOCA, 02/10/06, p.40).

Em um “capítulo a parte”, Época fala do fator carismático do presidente e da sua relação com a mídia. “Sob a **suspeita** e **enganosa** embalagem de ‘democratização’, o projeto previa financiamento para órgãos de imprensa menores, e provavelmente, mais **simpáticos ao governo**. Tornada pública, a proposta foi retirada do programa”.

Termina o texto resgatando a questão mencionada na capa e na primeira página da matéria, “como a história vai avaliar o PT no poder”. Direciona-se mais à figura do presidente Lula, comparando-o com outros presidente brasileiros e questiona se a continuidade do trabalho de FHC não vai levar Lula a ser lembrado apenas como seu sucessor. Ou se será lembrado como o presidente da área social e do Bolsa Família. “Há quem diga que o **mito** Lula, o do operário que chegou lá, vai prevalecer” (ÉPOCA, 02/10/06, p.42).

Matéria amplamente ilustrada : o primeiro ato, “o alívio”, tem fotos de Lula no Fórum Mundial de Davos, superando as expectativas dos investidores internacionais ; Lula e seus ministros visitando favelas no Recife ; e Antônio Palocci, “fiador da estabilidade”. “A desilusão”, segundo ato, com imagens da fita de vídeo de Waldomiro Diniz pedindo propina ; Roberto Jefferson em depoimento à CPI dos Correios ; a Deputada Ângela Guadagnin, em sua “dança da pizza” ; e José Dirceu, cassado. O terceiro e último ato, “a campanha”, tem foto de Lula com as mãos sujas de petróleo, celebrando a auto-suficiência da Petrobrás. E mais uma foto de uma beneficiária do Bolsa Família, com seu cartão na mão, dois símbolos da gestão Lula, partes importantes da campanha de 2006. Quatro frases do texto aparecem em destaque, com corpo maior e fora do texto, destacando situações importantes de cada ato. Ao fim do texto, um quadro, “Não é só Getúlio e Juscelino”, com alguns presidentes brasileiros e características que teriam em comum com Lula.

A matéria é neutra ; critica a corrupção e a relação com a mídia, que são os pontos fracos do governo. A economia, fortalecida apesar do fraco crescimento, é lembrada e elogiada pela manutenção da estabilidade. Não privilegia os pontos fortes do

mandato Lula, o assistencialismo e as políticas sociais, os apenas menciona como parte necessária para contar determinado trecho do mandato Lula.

### **Época 09/10/06**

#### **Edição N° 438**

A presente edição de Época traz uma reportagem especial sobre "Como seria o Brasil de Alckmin?", frase que consta na capa da revista, com uma foto do candidato tucano, e é título da matéria. Não há mais matérias que citem Lula ou falem sobre o governo federal nesta edição. A análise foi feita a partir de trechos da reportagem de nove páginas sobre Alckmin, que fazem comparações ou citam o governo atual.

Abre a matéria destacando as mudanças na rotina do candidato, desde que está no segundo turno. "Ele passou a ser tratado **quase como um herói**, como o candidato que, numa arrancada **surpreendente**, pôs em dúvida o **mito** de que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva era **imbatível**"(ÉPOCA, 09/10;06, p. 27).

Usa expressões que criam a impressão de descrédito na candidatura tucana, como "**se conseguir** ganhar", "ele tem **chance**?". Usa comparações diretas entre os programas de Lula e Alckmin nos campos da economia, sobre as reformas, política externa, infra-estrutura e educação, mostrando os projetos de Lula de uma forma mais concreta, favorecendo o presidente.

Destaca a transição de um mandato do PT para o PSDB como um momento muito complicado e difícil de tratar; afirma que nenhum dos partidos tem maioria no Congresso, necessitando fazer alianças para garantir a governabilidade, e mostra-se favorável a Lula, porque, "se Alckmin vencer, o rancor do PT será maior", palavras do cientista político entrevistado por Época, Christopher Garman.

### **Época 16/10/06**

#### **Edição N° 439**

A presente edição de Época traz uma matéria de cinco páginas sobre a campanha eleitoral e os debates entre Lula e Alckmin. "A guerra na TV e a batalha nas ruas" é a única matéria que cita Lula ou seu governo. A edição conta com um especial sobre o meio ambiente, com 31 páginas.

A matéria “A guerra na TV e a batalha nas ruas” tem uma chamada na capa da revista, “Eleições: a batalha na TV e nos estados”. Abre com fotos de Alckmin e Lula, nessa ordem, enfrentando-se em debate. Acompanha um gráfico com o crescimento nas intenções de voto favorável a Lula, e destaca algumas das principais frases proferidas no debate, seguidos do comentário “não é bem assim”, justificando as declarações dos dois. Tanto Alckmin quanto Lula acusam seu adversário com informações incorretas, corrigidas por Época.

A matéria é neutra, e ao longo do texto, faz comparações com debates históricos, como o dos presidentes americanos Richard Nixon e John Kennedy, mostrando os números da campanha e como cada candidato deve utilizar seu espaço.

### **Época 23/10/06**

#### **Edição N° 440**

A edição do dia 23 de outubro de 2.006 de Época traz uma matéria de cinco páginas “O Brasil de Lula...e o de Alckmin”, com a diferença entre as cidades onde Lula obteve maior votação e onde Alckmin fez mais votos. Difere os candidatos na cor também, os textos sobre Lula apresentam elementos gráficos em vermelho, e sobre Alckmin, em azul.

Abre com foto de alguns moradores de cada cidade. Os eleitores de Lula, da cidade de Central do Maranhão, no Maranhão, são afro-descendentes, com roupas simples em frente a uma moradia humilde. Os eleitores de Alckmin, de Arroio do Padre, no Rio Grande do Sul, estão representados por crianças brancas, na sua maioria loiras, sorrindo e segurando balões, ao lado das professoras da escola.

Na linha de apoio, Época afirma: “a divisão dos eleitores[...] pode ser explicada pelo bolso. Lula vence em regiões onde sua política econômica trouxe **benefícios** e perde para Alckmin onde ela produziu **prejuízos**”.

A matéria se divide em dois textos, um sobre cada cidade em questão. O primeiro, “Com Lula, comecei a comer carne”, é de Ronald Freitas. Já no título apela para o sentimental do leitor, ao se ler a frase da lavradora Maria Bárbara Pires. No texto, faz questão de salientar o estado de pobreza dela, “**casebre** de taipa”, revela os valores que ganha no Bolsa Família e com o aumento da aposentadoria do pai, benefícios associados a Lula. E afirma: “a carência de infra-estrutura básica foi **compensada** com o Bolsa Família”.

Encerra o texto com a seguinte frase: “como todos os conterrâneos, vivem quase à margem do progresso brasileiro que só começa a chegar agora, graças ao Bolsa Família. De Lula”(ÉPOCA, 23/10/06, p. 34).

O texto sobre Central do Maranhão é ilustrado com duas fotos, uma do cinema itinerante e outra da única farmácia da cidade, inaugurada há um ano, representando o progresso da região. Um quadro com dados da cidade é colocado junto ao texto, com o número de habitantes, renda *per capita*, principal atividade econômica, quantos beneficiados pelo Bolsa-Família, e a situação da saúde e da educação.

Renato Dalto escreve a matéria sobre Arroio do Padre, no Rio Grande do Sul. O título “Nosso medo é não conseguir mais plantar” difere bem do título apelativo dado à matéria de Lula. O jornalista quis transparecer as dificuldades da cidade caso Lula continue no Planalto, mas a frase tem pouquíssima força se comparada à outra, onde a lavradora afirma que, com Lula, passou a comer carne.

Associa o desempenho de Alckmin na cidade ao “antipetismo arraigado” e aos preconceitos dos cidadãos de origem pomerana, região do noroeste da Alemanha, com nordestinos e também sindicalistas, como Lula. Destaca também que “a **rejeição** de Lula foi ampliada pela crise da agricultura”.

No quadro com as informações sobre a cidade, observa-se que ela é menor que Central do Maranhão, mas os benefícios recebidos pelo governo não são proporcionais ao número de habitantes, principalmente na questão da saúde ; há apenas um posto de saúde em Arroio do Padre, mas em Central do Maranhão, com cerca de quatro vezes mais habitantes, tem um hospital equipado para pequenas cirurgias.

A matéria é favorável a Lula. Observa-se, no primeiro texto, uma exaltação ao progresso, através do Bolsa Família, e no texto seguinte, um repúdio, com conotação preconceituosa a Lula, colocando Alckmin como única opção, sem mencionar seu programa de governo ou qualquer elemento de sua campanha.

### **Época 30/10/06**

### **Edição N° 441**

A presente edição de Época traz a reportagem especial “É hora de crescer”, de sete páginas, assinadas por José Fucs. Na capa da edição, a chamada” O país não agüenta mais: crescimento já”. A matéria abre com o título ocupando a metade superior

da página, em preto e amarelo, com uma ilustração do mapa do Brasil pequeno, embaixo, e um grande espaço em branco, entendendo-se que é o espaço que falta para crescer.

Na linha de apoio, a revista dá o tom da matéria: “Depois da eleição, o novo presidente deve se voltar para o que realmente importa – o crescimento econômico”. Não mostra preferência por nenhum dos dois candidatos, mas preocupação com o futuro econômico do país.

A matéria mostra a realidade da economia brasileira, chamando a atenção para o pífio crescimento em relação à economia mundial, mas não associa isso diretamente a Lula ; usa a expressão “nos últimos anos”, e não “nos últimos quatro anos”, que lembrariam diretamente o atual governo, por exemplo. Exalta o controle da inflação, principalmente relacionando a taxa deste ano com a de um dia antes do Plano Real, 12 anos atrás, e afirma que esse controle “é uma grande conquista, que merece ser celebrada por todos os brasileiros. Principalmente, pelos de renda mais baixa [...]”.

Cita Lula para afirmar que a economia brasileira está mais aberta, conforme o presidente teria falado em entrevista a uma rede de TV. Expõe estratégias do governo para a contenção de gastos públicos, um dos motivos encontrados por Época que atrapalham o crescimento. “Não é novidade que o governo gasta mais que arrecada. [...] Como o governo **precisa pagar** seus compromissos para não perder **credibilidade**, é **forçado** a aumentar impostos” (ÈPOCA, 30/10/06, p.33). Sobre a reforma tributária, de acordo com Época, “ponto fundamental”, também depende de negociações políticas: “a simplificação de tributos depende de complexas negociações políticas entre o governo federal e os governadores, que não desejam **abrir mão** de suas receitas”.

Ilustrando a matéria, quadros com informações sobre o crescimento do Brasil, em comparação a outros países ; das ações necessárias “para o Brasil voltar a crescer” ; com a ação, o objetivo e a situação atual da proposta, assim como o quadro com um gráfico dos juros reais, em que questiona: “Trabalhar para quê?”, destacando que os investimentos rendem muito mais em função dos altos juros, que por sua vez inibem o crescimento econômico. Também há uma linha do tempo, desde 1976, “A conquista da estabilidade...” com os valores da inflação ano a ano, informações políticas pertinentes, e algumas fotos, como a da posse de Lula e a dos caras-pintadas, durante o processo de *impeachment* de Collor.

É neutra em relação ao governo e pede urgência no crescimento da economia, mas considera outros aspectos, e não apenas os relacionadas a atos governamentais imediatas.

### **Época 06/11/06**

#### **Edição N°442**

A presente edição de Época, a primeira após a eleição de Lula para o segundo mandato, traz, na capa, o presidente sorrindo, olhando para cima, com o casaco do terno airado sobre os ombros, passando uma imagem de tranqüilidade, com a manchete “Como serão os próximos quatro anos”. A matéria, “Os próximos quatro anos”, traz, nas duas primeiras páginas, uma foto de Lula em frente ao Palácio da Alvorada, caminhando e apontando para cima, acenando. Na legenda da foto, a revista coloca: “Reeleito, Lula **conclamou** a sociedade e os partidos ‘ao diálogo, ao entendimento, à concórdia’”.

A matéria, assinada por Thomas Traumann, foi feita através de entrevistas com ministros, governadores eleitos, parlamentares, dirigentes partidários e analistas políticos. Abre o texto falando da “obsessão” de Lula em se comparar com seus antecessores, especialmente os presidentes brasileiros que mais marcaram a história, Getúlio Vargas e Juscelino Kubitschek.

Divide o texto em quatro áreas, economia, política, mídia e área social. Ao longo das páginas, declarações aparecem em destaque, da ministra Dilma Rousseff e do ministro Tarso Genro. Fotos dos principais personagens do segundo governo Lula estão em um quadro, “A turma de Lula”. Outro quadro, “Apostas para o futuro”, trazem declarações de especialistas, com foto, sobre possíveis mudanças no segundo mandato. Também há foto de Lula visitando uma obra, representando a vontade de grandes investimentos, como JK.

Em economia, uma comparação com mandatos anteriores, menções ao General Ernesto Geisel, elogiado freqüentemente por Lula. Fala sobre a necessidade de crescimento econômico. Mas a principal personagem do texto é a Ministra chefe de Casa Civil, Dilma Rousseff, “o verdadeiro superministro”. Elogia a competência da ministra, “que considera o Estado peça fundamental no desenvolvimento do país. Foi assim que **acelerou** a construção de usinas paradas [...]” (ÉPOCA, 06/11/06, p. 32).

Na parte sobre política, inicia dizendo que “Lula mostrou que pretende deixar para trás a **ferocidade** da campanha eleitoral contra a oposição”.

O segundo mandato oferece a Lula a oportunidade de corrigir esse hábito [substituição de quadros técnicos por outros cujo mérito é a filiação ao PT] e estabelecer, de forma clara, a separação entre o **interesse nacional e o interesse do partido** (ÉPOCA, 06/11/06, p.33).

A única parte em que aparecem críticas ao presidente é no relacionamento com a mídia. Afirmando que

Lula tentará melhorar as relações com os veículos de comunicação, salienta que a volta do governo a sua rotina, após a eleição, foi marcada por dois **incidentes** que põem em dúvida essa disposição de um relacionamento menos **conflituoso** [...]. O primeiro aconteceu logo na volta de Lula ao Palácio da Alvorada, após a vitória. Militantes do PT [...] **gritaram** palavras de ordem contra a imprensa e **agrediram** jornalistas nas portas do palácio. [...] O segundo incidente foi o **desentendimento** entre um delegado da Polícia Federal e três repórteres da revista Veja, convocados para depor sobre acusações que a revista havia publicado de que a PF tentara abafar as investigações sobre o caso do dossiê contra os tucanos (ÉPOCA, 06/11/06, p. 33).

Quanto à área social, chama a atenção para o fato de a atual política assistencialista não ajudar no crescimento e levar a uma estagnação. Credita a vitória de Lula ao Bolsa Família, mas salienta: “o desafio agora é estipular um prazo para a ajuda do governo e enriquecer o programa com o que os técnicos chamam de ‘inclusão produtiva’”.

A matéria em si é neutra, com algumas críticas em relação ao tratamento dado à mídia, mas realista em relação ao Bolsa Família e ao Congresso Nacional, e otimista com a economia.

## 7. CONCLUSÃO

Um dos quesitos mais importantes, antes de tecer as conclusões sobre a análise empreendida das dezenas de revistas sopesadas, é esclarecer que cada um dos elementos, alvos do presente trabalho, podem significar procedimentos e efeitos diversos. Elementos francamente tidos como exemplos de *framing* para o autor, podem não ter significado algum para um ou outro leitor. Já termos e frases que deixaram de ser citadas, podem compor o mais eloqüente dos quadros de detração ou louvor aos personagens aqui focados.

Se não pudermos entender plenamente os atos de outras pessoas, até sabermos o que eles pensam que sabem, então, de forma a fazer justiça, nós temos que considerar, não apenas as informações que estavam à sua disposição, mas também as mentes através das quais eles as filtraram. (LIPPMANN, 1922, p. 47). \*

Este intróito é importante, uma vez que a “Kultur”, a cultura de cada um, permitirá enxergar exemplos de agendamento, ou de enquadramento, onde o autor não os viu; assim como o contrário também é verdadeiro.

Nós somos informados sobre o mundo antes mesmo de vê-lo. Nós imaginamos muitas coisas antes mesmo de experimentá-las. E esses pré-conceitos, a menos que a educação nos tenha preparado para estar bem advertidos, governam profundamente todo o processo de percepção. Eles demarcam alguns objetos como familiares ou estranhos, enfatizando as diferenças, de forma que o levemente familiar seja visto como muito familiar; e o de alguma forma estranho, passe a ser um completo alienígena.” (LIPPMANN, 1922, p. 49).\*

O alerta de Walter Lippmann é bem vindo, obviamente. Mas a preparação para não se deixar levar pelos estereótipos foi previamente inculcada no pesquisador. E a

---

\* Tradução do autor.

prova desse afastamento dos estereótipos foi a surpresa, ao ser constatada a consistência dos modelos de agendamento e de enquadramento encontrados nas duas publicações. Seja por sua inclusão proposital, cultural, social e política, nos textos; seja pela exclusão, pelas mesmas razões, acrescidas, talvez, da econômica. O que nos leva a considerar que os estereótipos não são somente aqueles do autor deste trabalho, mas também os estereótipos dos jornalistas e dos editores das publicações em tela. E no caso das duas revistas analisadas, o estereótipo se torna tão denso que parece fazer as revistas tomarem corpo, adquirirem personalidade. Como se elas ganhassem uma individualidade capaz de se auto-regular, independizar-se de seus repórteres, fotógrafos, colunistas, articulistas e tantos mais que a façam ter vida.

Quem conhece uma redação por dentro sabe que há uma linha traçada sobre o quê e como cobrir. No caso de uma publicação hebdomadária, esses conceitos são discutidos a cada semana. Reafirmados pela direção, pelo editor-chefe e pelos editores especiais em sessões de pauta e de *briefings*. É natural que jornalistas e revista acabem adquirindo uma personalidade única. A própria função de *gatekeeping* vai reforçar esse conceito, fazendo com que o *gatekeeper* escolha os temas a serem cobertos ou deixados de lado. No acompanhamento, semana a semana, das duas publicações, não apenas o agendamento fica evidente, mas o filtro (*gatekeeping*) adquire uma significação eloqüente. Há semanas em que um assunto se transforma no centro do foco do jornalismo nacional. É retratado com força numa das publicações; e merece apenas uma nota na outra.

E o papel do leitor, qual é? Por que um leitor escolhe uma das duas publicações e não a outra? Deixando de lado situações que não dizem respeito ao trabalho, como oferta de assinaturas ou ganhar a revista de presente, por exemplo, vamos a situações que corroborem o que vai aqui escrito. Há um engajamento dos leitores para com o veículo. O estereótipo do veículo (neste caso, tratado como um ente com personalidade própria) casa com o padrão cultural, com a personalidade do leitor. E isso não se deve somente à diagramação ou à maior presença de colunas de variedades, ou a qualquer fator menos denso. Há, sim, um “casamento” de interesses e opiniões. Fulano lê o jornal Folha de São Paulo porque este é mais combativo e menos atrelado ao governo do que O Globo, no seu entendimento. Essa pode ser uma explicação. Há um encadeamento de idéias entre o leitor e a publicação. O leitor lê aquela revista porque

sabe que o tratamento dos assuntos estará em consonância com sua forma de pensar. Se Beltrano prefere, conscientemente, Veja, ao invés de Época, talvez ele a prefira por ser aquela mais crítica ao governo do que esta. “Fotos sempre foram o melhor meio de transmitir uma idéia, palavras a segunda ... mas aquela idéia não será nossa idéia até que nos identifiquemos em algum aspecto da figura, da mensagem. A identificação ou empatia pode ser infinitamente sutil ou simbólica.” (LIPPMANN, 1922, p. 89)\*

A empatia entre o jornalista e o leitor se dá de muitas formas, mas no momento em que se estabelece um *linck* entre ambos, ele se transforma numa espécie de contrato entre partes.

Um gênero é uma moldura onde se podem enquadrar determinados textos. Não é uma imposição externa, e sim uma espécie de acordo que vai se firmando entre quem fala e quem lê, um acordo que cumpre funções e respeita expectativas. O gênero se define no eixo de um contrato de leitura ou de comunicação (VERÓN, 1999; CHARAUDEAU, 2006): um acordo tácito, entre quem escreve e quem lê, sobre as regras daquele texto, segundo os dispositivos de enunciação definidos também pelo suporte em que esse texto produz sentidos. No caso do jornalismo, falamos de um acordo entre o jornalista e o leitor sobre o que é jornalismo, o que pode ser dito (e o que não pode ser dito), o lugar reservado ao leitor, o papel que o jornalista deve exercer e o tipo de informação que deve entregar. Este não é um acordo recente, estabelecido por um veículo ou um jornalista em particular. É um contrato de leitura que define *um gênero* discursivo, *o gênero do discurso jornalístico*, construído ao longo de pelo menos quatro séculos. Compreender as principais cláusulas desse contrato não-dito é essencial para avançar na análise da linguagem deste campo. Observe-se que o contrato de leitura não dispõe sobre os significados do texto, e sim sobre o reconhecimento da inscrição do texto em um gênero discursivo, dentre uma gama de gêneros possíveis (BENETTI, 2007, p.38).

O envolvimento intelectual, moral e cultural do leitor com os veículos de comunicação que ele lê, assiste ou ouve é muito importante. O leitor busca proximidade

---

\* Tradução do autor

com sua revista ou com seu jornal. Ele procura, mesmo sem perceber, identificação. A constância com que o leitor consome um veículo, e não qualquer outro à sua disposição, está ligada ao seu entendimento de que aquele veículo de comunicação de massa, de alguma maneira, “pensa” como ele.

A constância do leitor depende de como ele se sente, ou de como são seus hábitos. E isso depende, não apenas da qualidade das notícias, mas mais assiduamente de um número de elementos obscuros do que uma simples relação causal que nem nos ocupamos de justificar. A mais importante das razões é que cada um de nós tende a julgar o jornal, e nós o julgamos pelo tratamento dado àquelas notícias com as quais nós nos sentimos envolvidos. (LIPPMANN, 1922, p. 178).\*

Os leitores de Veja ou de Época escolhem uma ou outra revista de acordo com sua realidade e de acordo com suas expectativas de retratação dessa realidade. O leitor, ao ter acesso às duas publicações, dentro de certo período de tempo, vai estabelecer uma relação preferencial por uma delas.

A produção do texto jornalístico, então, exige o posicionamento de dois parceiros, a partir do contrato de leitura: o jornalista, que estaria “autorizado” a retratar a realidade e o leitor, que estaria “capacitado” a compreender esse relato. Essas identidades não são naturais ou óbvias, e sim foram construídas historicamente. São totalmente ideológicas e, como toda ideologia, são simplificadoras, esquemáticas, conservadoras e motivadoras de uma prática (RICOUER, 1977) que se repete sem ser questionada até adquirir a falsa aparência de algo natural e evidente (BENETTI, 2007, p.39).

Nós não procuramos dados que demonstrem o cruzamento de leitores de Veja e Época; ou quantos desses milhões de leitores lêem as duas revistas. O que transparece, após a análise dessas publicações, é que um leitor atento dificilmente terá identificação com ambas as revistas. Ele pode ler uma, de forma identificada, concordando,

---

\* Tradução do autor.

corroborando o que ali está escrito. E nesse caso, lendo a segunda apenas como uma referência diversa. Mas, dificilmente, um leitor crítico poderá ler as matérias políticas de Veja e de Época e concordar com os enfoques de ambas.

Este preâmbulo sinaliza que a análise das publicações descobriu percepções e linhas editoriais diversas nas duas revistas. Isso resultou numa maior riqueza para o trabalho. E fez perceber que essa heterogeneidade traz aos leitores um dos grandes benefícios da democracia e da pluralidade de enfoques jornalísticos – a diversidade de informações.

O foco principal do trabalho é a análise sob o prisma da *agenda setting* e do *framing*. No entanto, entendemos que outras teorias contemporâneas deveriam ser abordadas, uma vez que elas se complementam, interagem e ajudam os estudiosos da matéria a entender melhor as próprias teorias, que são objeto final do trabalho. Por essa razão, trouxemos textos sobre *gatekeeping* e *priming*, por exemplo. Vamos, a seguir, confrontar os textos com essas duas teorias.

A teoria sobre o *gatekeeper*, já menos prestigiada do que o foi no passado, quando lhe era atribuída maior cotação, faz-se sentir em ambas as revistas. Se a função de filtragem de notícias, entre as centenas disponíveis a cada semana, é de um grupo ou de um indivíduo apenas, não se sabe. Mas cada uma das revistas tem presente a função de filtro. E essa filtragem é exercida de modo diferente em cada uma das duas. Veja é a mais focada na busca e no esclarecimento de escândalos do governo federal, e de seus integrantes. Época é mais cuidadosa, oferecendo menos espaço às críticas e aos desvios de conduta de Lula e de seus ministros ou assessores próximos. Há semanas em que chega a ocorrer o inusitado. Uma das revistas traz extensa matéria sobre um escândalo nacional, e a outra trata o episódio como uma lição a ser aprendida pelo governo. Sem fazer crítica.

Talvez um espaço que permita visualizar a ação de filtro, com muita propriedade, seja a “Seção de Cartas”. Na correspondência de centenas de leitores (virtuais ou físicos), que uma revista de prestígio recebe todas as semanas, há um campo fértil para a prática do *gatekeeping*. O editor responsável por esta seção tem à sua disposição um material rico, onde ele pode praticar a filtragem de acordo com os

portões ou filtros estabelecidos pelo sistema, seja esse sistema a diretoria, o editor-chefe ou o grupo de editores da publicação, que se reúne para estabelecer a pauta da semana. Mais uma vez, no caso das publicações em tela, as seções de cartas têm espaço e importâncias diferentes uma da outra. No caso de Veja, o número de cartas recebidas é referido a cada edição. O número varia, mas seria correto dizer que gira em torno de 2.000 correspondências semanais. Em troca desse volume de cartas, Veja abre um espaço generoso de até seis páginas para sua divulgação. Época é mais econômica no espaço dedicado às correspondências e não divulga o número de cartas recebidas. Independentemente do número de cartas de cada uma, o enfoque dado à escolha de quais cartas serão publicadas é muito nítido. E essa nitidez é obra do *gatekeeping*. O filtro que as editorias exercem na seleção das cartas é uma confirmação do processo de agendamento.

A corroboração da teoria do agendamento, pelo filtro de correspondências, é uma fórmula que encontramos ao longo da análise, que transmite segurança aos resultados da pesquisa. Entendemos que a “Seção de Cartas” é um espaço onde o exercício de *gatekeeping* é exercido com facilidade e constância, pois a cada semana o editor responsável é obrigado a pinçar algumas cartas de um universo de centenas e centenas de mensagens, ele se transforma num espelho, numa vitrine. E, ao confrontar os resultados de filtragem das cartas nas duas publicações, o que se observa é uma congruência do que foi encontrado na análise do agendamento.

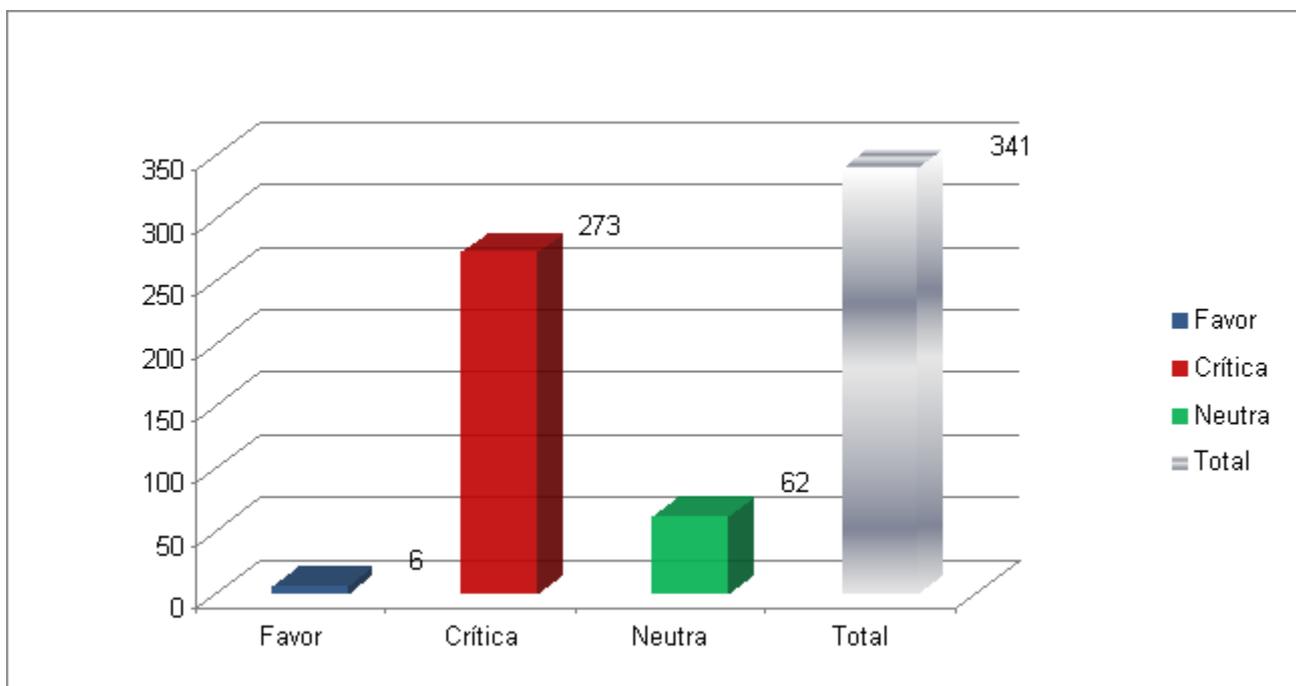
A harmonia e a reincidência dos resultados da análise do agendamento com a filtragem das “Seções de Cartas” nos levam a concluir duas coisas: primeiro – o agendamento das publicações é exercido (quando se trata de matérias sobre o presidente Lula, seus ministros e seu governo), em todas as seções das revistas. O agendamento poderia ser exclusivo das matérias sobre política, ou seja, das editorias políticas. Neste caso, as “Seções de Cartas” poderiam trazer resultados diversos daqueles encontrados nas matérias políticas. Exemplificando: as matérias políticas poderiam ser contra o governo, e as cartas pinçadas, majoritariamente, favoráveis ao governo e críticas à publicação. Mas o que ocorre é re-afirmativo. As “Seções de Cartas” elegem justamente cartas cujo teor reitera aquilo que foi escrito nas matérias. Segundo – o editor responsável pela filtragem das poucas cartas que representam o universo recebido por

cada uma das duas publicações está atrelado às regras de agendamento estabelecidas pelas publicações.

A análise de *gatekeeping*, neste trabalho, é acessória, como foi dito anteriormente. Mas, ao se deparar com resultados consistentes numa seção das revistas onde os números revelam a filtragem concreta, acabamos por descobrir no *gatekeeping* um meio de corroborar o exercício do agendamento nas publicações. Mesmo sendo a teoria do *gatekeeping* uma teoria menor, se comparada com a *agenda setting* e com o *framing*, neste processo de análise, ela toma um corpo maior, por ser um meio de comprovação do escopo do trabalho.

A seguir, expomos dados estatísticos do resultado de análise das “Seções de Cartas” que, uma vez confrontados com os resultados que serão expostos de agendamento, tornarão claras, ao leitor, as conclusões encontradas.

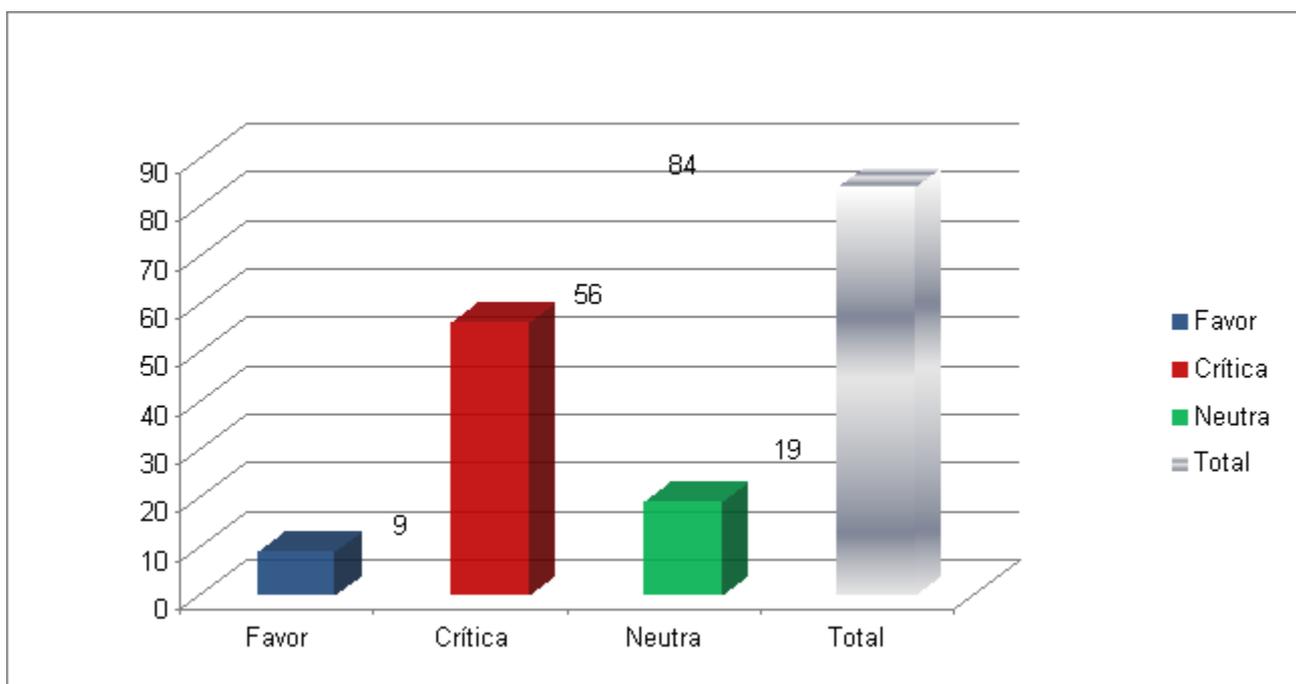
### Gráfico de Cartas - Veja



Favor	6
Crítica	273
Neutra	62
Total	341

O *gatekeeping*, da “Seção de Cartas” de Veja é a própria expressão do agendamento da publicação, reforçando, em todos os aspectos, o que foi denotado ao longo da análise. Um total de 81%, das cartas publicadas, traz críticas ao governo Lula, enquanto 17,1% das cartas são neutras, e apenas 1,9% são favoráveis. Este gráfico corrobora o que foi encontrado na análise da publicação, seja no quesito agendamento, seja no quesito enquadramento.

**Gráfico de Cartas – Época**



Favor	9
Crítica	56
Neutra	19
Total	84

O *gatekeeping*, em Época, no que se refere à “Seção de Cartas”, tem um certo viés ao agendamento da publicação como um todo, como poderá ser confrontado adiante. Há mais cartas negativas, proporcionalmente, do que matérias negativas em relação às matérias neutras e positivas do corpo da revista. Sem ter a presunção de que se alcance fazer uma análise dos bastidores de Época, pode-se deduzir duas coisas: primeiro: o número de cartas negativas que chegam à redação é realmente muito superior ao de cartas positivas, e a seção apenas deixa que o fator representatividade

exerça sua influência matemática. Ou, em segundo lugar (neste caso, é uma dedução sem base científica), a publicação encontra, na opinião dos leitores, um meio de fazer crítica, sem que esta venha de seus jornalistas ou editores. Mas, a priori, o que interessa é que, em Época, a “Seção de Cartas” não está enquadrada no mesmo espírito de agendamento da publicação.

A segunda teoria que pode ser lembrada, a título de conclusão, dentro deste capítulo, como meio de complementar o entendimento das duas principais teorias que norteiam este trabalho, é o *priming*. Essa rápida análise das publicações, sob o prisma da saliência, é interessante por quatro razões. Ela auxiliará a realçar o engajamento das duas publicações, demonstrando que há uma clara política de posicionamento no que se refere ao trato dos assuntos ligados ao governo Lula. Em segundo lugar: sabido que o *priming* é um instrumento de influência sobre o público e que, ao ser atrelado à *agenda setting*, reforça sua capacidade de alcance sobre os leitores, seu reconhecimento nos textos auxiliará na identificação das linhas adotadas pelas duas publicações. Terceiro, porque muitos autores entendem que o *priming* seja uma extensão da *agenda setting*. E, finalmente, em quarto lugar porque a teoria da saliência é muito utilizada na aferição e na compreensão dos efeitos da mídia sobre fatos e situações políticas, o que vem a ser o objeto deste trabalho.

Ao tornar assuntos mais vivos, mais salientes na mente das pessoas (*agenda setting*), a mídia de massas pode também formar, formatar a avaliação que as pessoas levarão em conta no momento de fazerem julgamentos sobre candidatos ou assuntos políticos (*priming*) (SCHEUFELE, 2007).\*

De que forma os indivíduos são afetados na avaliação dos assuntos políticos, e dos políticos em geral, no que se refere à teoria da saliência? O entendimento é de que a população busca os assuntos mais salientes em sua memória como referência na avaliação dos políticos. Os indivíduos tomam um assunto em especial, que tenha sido *primed* pela mídia e usa, justamente, esse assunto, como uma escala de avaliação. Ou seja, vamos admitir que a corrupção do Congresso Nacional tenha sido o assunto salientado durante um tempo considerável pela mídia. A população, ao fazer o

---

\* Tradução do autor.

juízo dos políticos em geral, vai levar em conta a saliência na mídia, que esse tema experimentou, nos meses ou semanas anteriores, no momento em que avaliar qualquer político. Mesmo que um determinado político seja o paladino da justiça e da honestidade, ele será julgado sob o holofote da corrupção. E há grande chance de ser enquadrado como corrupto pela população, simplesmente por fazer parte da classe política, face à saliência do tema na mídia.

Não há nenhuma fórmula secreta neste instituto. O *priming* é um processo cognitivo simples. As características do conteúdo de uma mensagem incrementam a acessibilidade de esquemas mentais relacionados, fortalecendo sua influência em julgamentos relevantes. Assim, o cérebro, ao receber muitas vezes a mesma mensagem durante um certo tempo, no momento em que esse assunto, ou assunto correlato, for trazido à discussão, tem a tendência de buscar essas informações na memória, associando-as ao fato abordado naquele momento.

No caso em tela, uma das publicações foi especialmente saliente quando da abordagem de assuntos políticos. Veja, em quase todas as capas, ao longo dos meses em que a publicação foi analisada, estampou matérias, grandes chamadas ou simples chamadas salientando a corrupção do governo Lula, dos ministros de Lula, do PT ou de pessoas próximas ao presidente.

Como foi dito, alguns autores tratam o *priming* como “uma extensão temporal da *agenda setting*” (SCHEUFELE, 2007). Outros a vêem como uma teoria independente. O que não se pode negar, no entanto, é que a complementariedade dessas teorias é total. E a saliência dos temas só reforça o agendamento de uma publicação.

Vejamos as capas de Veja, ao longo desses meses, com a intenção de identificar a saliência do assunto que será tratado, neste momento, como “desmandos do governo Lula e seu patriciado”.

Na primeira capa analisada, surge Marcos Valério, então tido como o maquinista do trem pagador, sob a seguinte manchete: O MENSALÃO II. “Marcos Valério ameaça apontar os deputados do PMDB que receberam dinheiro”. Ainda: “E MAIS: Fitas explosivas”, “Propina para perdoar dívida com Itaipu”. (VEJA, 8/03/06). Em uma

simples capa, pode-se observar que o Mensalão tem uma fase dois, ou seja, a corrupção continua. O PMDB será o partido a ter sua corrupção revelada, desta vez. E subchamadas demonstram que a corrupção se alastra para outros setores do governo. O assunto foi salientado de todas as formas. Na edição seguinte (VEJA, 15/03/06), a chamada de capa diz “Mensalão II: a testemunha fala a Veja”. Ou seja, o assunto não pode morrer e tem que permanecer salientado na mente dos leitores.

A edição de 29 de março tem a capa inteiramente dedicada à perda da moral, da ética e do senso do ridículo pelo PT. Além da principal chamada, traz uma subchamada com referência ao escândalo tratado por Veja como “Palocccigate: os crimes da operação de acobertamento.”

Na edição seguinte (VEJA, 05/04/06), a capa é ainda mais crítica. Sob a manchete de “Golpe sujo – A história secreta da mais grave crise do governo Lula”, a publicação salienta a falta de moral do governo Lula e seu ex-ministro Palocci.

Já a capa de 19 de abril talvez seja a mais eloqüente de todas as revistas analisadas ao longo do trabalho. Numa arte bem feita, Veja monta, com fotos de 40 indiciados pelo Ministério Público Federal, a imagem do presidente Lula, sobre o texto: “O bando dos 40”. (VEJA, 19/04/06).

Na edição de 3 de maio, a corrupção do governo Lula não é mencionada. Mas a capa é o ex-governador Garotinho. E o tema da reportagem é: “Os 7 pecados capitais da política: corrupção, fraude, falsidade [...]”. Embora Lula não seja o alvo, a corrupção dos políticos continua a ser o tema da publicação.

Às vezes, o alvo não é apenas o governo Lula, mas a saliência permanece no sentido de fixar a imagem de corrupção dos políticos, como no caso da edição de 12 de julho (VEJA, 12/07/06). Nesta capa, que trata da reinvenção da fé por pastores evangélicos, há uma chamada de capa com o seguinte texto: “Congresso: a lista, com fotos, dos 94 parlamentares investigados por crimes”.

E, finalmente, a última capa analisada traz Lula, já re-eleito, sob a manchete: “A última chance – O primeiro mandato foi píffio.” (VEJA, 08/11/06) Mesmo com o

presidente re-eleito, a manchete faz questão de retratar o que considera seu primeiro governo como pífio.

Das 36 edições de Veja analisadas, apenas oito não trouxeram críticas de espécie alguma ou revelações sobre escândalos e corrupções do governo Lula. Isso significa dizer que houve uma saliência proposital em 77,8% das capas da revista neste período. Como Veja é uma publicação de variedades, onde todos os assuntos são abordados, do poder do botox à revolução econômica da China, fica entendido que estampar, em quase 80% das capas que tratam de política, críticas ao presidente Lula, seu governo ou pessoas próximas, não pode ser mera coincidência. Há um evidente agendamento e um franco uso do *priming*. Mais uma vez, como já se demonstrou no *gatekeeping*, uma teoria corrobora e reforça a outra. A cada exame em particular, neste caso do *priming*, conclui-se que há um agendamento aberto da publicação em tela.

Também foram analisadas 36 edições de Época. Ela não é o melhor exemplo de *priming*, se comparada à outra publicação. A constatação do agendamento dá-se ao contrário: ignora assuntos relevantes de corrupção no governo Lula. Se *priming* é a saliência de um determinado assunto, Época não usa dele. Sua análise de *priming* é inconclusiva no quesito política. Não há um assunto que mereça destaque pela insistência, pelo espaço das manchetes ou pelo uso de termos específicos repetidamente. Buscando o mesmo critério de Veja, examinamos as capas e seus registros de matérias políticas em Época, tendo o presidente Lula, seus ministros, o PT, ou pessoas próximas do presidente como foco. Dessas publicações, pode-se dizer que apenas 13,8% tiveram tons críticos. Ressaltamos a palavra “tons”. Porque não há um espírito de crítica real. Noutras 16,6% das capas, são feitas menções ao governo e mesmo ao Congresso, com cores de crítica. Cores, apenas. Nenhuma é uma crítica contundente ou acusatória. Mesmo quando são feitas essas críticas veladas, o leitor tem que usar de toda sua perspicácia para entender que se trata de uma crítica. No caso da edição de 3 de julho (ÉPOCA, 03/07/06), por exemplo, a chamada de capa é acompanhada de uma foto de Pelé e o texto: “O time dos sonhos... Ajude-nos a montar a seleção de todas as copas.” Segue no mesmo “box”, com as mesmas cores e o mesmo tipo de letra: “[...] e o time dos pesadelos. Por que este Congresso é o pior de todos?” Somente uma leitura crítica e apurada vai perceber que existe um julgamento depreciativo sobre o Congresso Nacional na capa de Época. As outras 69,8% das capas do período pesquisado não

trazem qualquer crítica direta aos envolvidos nos vários escândalos que aconteceram neste lapso de tempo. Enquanto Veja anunciava a denúncia do “Bando dos 40” pelo Ministério Público Federal, Época trazia o Dalai Lama na capa. Noutro exemplar, traz Lula na capa, com a seguinte manchete “O que ele fez”. Sem ponto de interrogação ou de exclamação. Não se sabe se é um questionamento ou uma afirmação sobre suas obras. Segue, em corpo menor, o seguinte texto: “Na campanha de 2002, as promessas de Lula passaram de 700. Época investigou o resultado de cada uma delas.” (ÉPOCA, 04/09/06). A sentença é dúbia. Época investigou as promessas ou o resultado das promessas? Se investigou o resultado, é porque, de alguma forma, elas foram cumpridas. Se investigou o que seriam apenas 700 promessas, então nenhuma foi cumprida. Que decida o leitor a interpretação que melhor lhe aprouver.

De que serve, portanto, fazer uma análise, sob o ponto de vista do *priming*, dessas quase 40 edições, se em 69,6% delas não há menção ao governo, seu presidente, seu partido, ou seus ministros? Serve para demonstrar que não houve saliência. E, ao não haver saliência, estar-se-á corroborando o agendamento encontrado na análise de Época, conforme será demonstrado adiante. A validade da análise é justamente para auxiliar o pesquisador a entender o fenômeno do agendamento e do enquadramento desta publicação. Desta vez, por fatores inversos àqueles encontrados em Veja.

O Estado-espetáculo (SCHWARTZENBERG, 1977) foi outro ponto tratado na revisão de conceitos deste trabalho. Entendemos trazer o Estado-espetáculo para o cerne do trabalho porque ele é uma ferramenta dos governos e, principalmente, dos governantes da encenação de política. E essa encenação tem por fim glorificar o político, realçar o governante e, por fim, traduzi-lo em poder. Por que isso se torna relevante na análise das duas teorias objeto do trabalho? Porque o governo e os principais ocupantes de cargos públicos usam dessa ferramenta de glorificação a fim de granjearem prestígio e poder. O uso das manobras de glorificação é, de algum modo, um contraponto às críticas exercidas pelos veículos de comunicação e pelo povo. Quanto maiores forem as críticas, maiores e mais frequentes as aparições em inaugurações, festejos regionais, recebimento de láureas, entrega de condecorações, etc. Essa é uma antiga fórmula de gerar notícias positivas. “A autoglorificação é, entretanto, uma arte tão velha quanto o mundo.” (SCHWARTZENBERG, 1977, p. 4).

O presidente Lula (vamos nos referir apenas ao período do trabalho em tela) enfrentou escândalos de toda sorte. Ministros e assessores foram flagrados em atos de corrupção ativa e passiva, apropriação indébita, constrangimento de testemunhas, etc. Trabalhar sua imagem, independentemente do sucesso da economia – seu maior trunfo de imagem – foi uma estratégia necessária para não se deixar contaminar, em demasia, pelos erros dos que o cercavam. Sua imagem foi bem trabalhada desde o início da campanha do primeiro mandato, transformando-o, de um “sapo barbudo”, num homem com visual aproximado daquele necessário para o cargo.

Em primeiro lugar, a imagem faz conhecer ou reconhecer. Ela cria ou consolida a notoriedade ao servir de símbolo visível e tangível. Quando suficientemente caracterizada e individualizada, a imagem capta o interesse do público. O perfil, suficientemente trabalhado prende sua atenção (SCHWARTZENBERG, 1977, p.4).

Enquanto alguns veículos de comunicação se preocupavam em comprometer a imagem do presidente, trazendo à tona as mazelas de seu governo e de seus pares, outros encampavam as ações de propaganda do Palácio do Planalto e tratavam de ufanar Lula e seu governo. O ato dramático, o faz-de-conta encenado pelos governantes, é sabidamente aparente e de finalidade mesquinha: agiganta o “rei”, para que dele não sejam vistos os fundilhos rotos. Mas, mesmo com séculos de práticas desse tipo, o povo ainda se deixa enganar pela encenação. Pior do que isso: os jornalistas também. Prova disso é a cobertura local, regional e nacional de qualquer ato de inauguração de cisterna no interior do Maranhão, pelo presidente, ou pelo governador.

A política contemporânea seria espetacular, nesse sentido, porque se dedica com especial cuidado à tarefa de providenciar eventos, fatos, situações e textos dotados dessas características de visualidade plena, que se impõem na esfera da visibilidade da comunicação de massa superando todas as barreiras, os filtros e as trincheiras dos selecionadores da indústria do jornalismo e do entretenimento televisivo (GOMES, 2004).

O resultado disso são matérias e mais matérias de televisão, rádio, revistas e jornais, glorificando o presidente. A receita para aqueles casos em que determinados

veículos não estão incensando o governante, como o departamento encarregado de sua imagem pensava que seria o ideal, publica-se “informativos”, matérias pagas.

A revista Época publicou, nas edições de 5 e 12 de junho de 2006, cadernos de 24 páginas cada um, num total de 48 páginas, portanto, de matéria paga. Essas 48 páginas mostram as *sensacionais* realizações da Petrobrás no caminho da conquista da auto-suficiência em petróleo para o Brasil. A leitura descuidada desses dois cadernos levaria um leitor menos avisado a acreditar que essa propalada auto-suficiência era mérito do governo Lula. O leitor desavisado teria certeza de que essas são conquistas e obras do governo Lula.

Este fazedor de espetáculo é igualmente um provedor de sonhos. Como se ao poder coubesse desempenhar uma função onírica. “Sem a visão o povo perece”, garante a Bíblia. E Chateaubriand aconselha a “dirigir os franceses por meio de sonhos”. O guia se ergue então acima do prosaico cotidiano a fim de traçar uma nobre perspectiva. Com sua cota de mito e de sonho, de maravilhoso e de irracional. Com isso, o herói se faz profeta, se não visionário (SCHWARTZENBERG, 1977, p.15).

Se os governos são personificados na figura de seus primeiros-homens, então a exaltação ou crítica a esses dignitários são glorificações ou críticas aos seus governos e a suas administrações.

No período analisado de Veja e Época, o presidente Lula foi capa das duas revistas diversas vezes. Ele personificou o Estado e o poder nove vezes. Em Época, ele foi retratado criticamente duas vezes, positivamente uma vez, e de forma neutra, mais uma. Nesse mesmo período, o então candidato, Geraldo Alckmin, foi retratado duas vezes. Uma positivamente, outra neutra, mas com certo ar de ironia. A manchete, que ilustra a foto, pergunta “Presidente Alckmin?”, como se isso não passasse de um sonho. (ÉPOCA, 20/03/2006). Em Veja, Lula foi retratado na capa cinco vezes. Quatro delas de forma negativa e uma neutra, dividindo a foto com o então candidato Alckmin. Nesse mesmo período, Veja traz o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso numa capa, de

forma muito positiva. Ainda retrata Geraldo Alckmin em outra capa, apresentando-o de forma neutra, com a manchete: “desafiante” (ÉPOCA, 11/10/2006).

O Estado não pode prescindir do espetáculo. As nações precisam dessa noção de poder passada pela espetacularização do Estado. Ser retratado nas capas das principais revistas do país é um meio de exercer esse poder e de reforçá-lo. O que muitos não contam, é com a crítica:

Numa sociedade onde essas operações são necessárias, não há poder sem teatro, não há Estado que não seja, de algum modo e necessariamente, Estado-espetáculo. Dito de outro modo, a força do espetáculo, a força das aparências, é uma parte, não pequena, da força dos governantes (BALANDIER, 1999).

Não é possível estabelecer qualquer vínculo entre o agendamento e o enquadramento via teatralização do Estado-espetáculo. Ou pela personificação deste Estado, na figura do presidente Lula. Embora o número de capas críticas seja diferente do número de capas neutras ou favoráveis, isso não permite uma conclusão aos olhos do capítulo do Estado-espetáculo. Este estudo não se liga a uma teoria da comunicação, mas é uma constatação político-sociológica que nos auxilia na compreensão do exercício do poder.

Ainda que o leitor com maior formação filosófica esteja preparado para compreender que, como qualquer outro, o texto jornalístico é uma construção social e que a objetividade é apenas o guia que norteia a ética profissional – evitando que o jornalista invente fatos, declarações e personagens -, ainda assim o leitor está inserido em um contrato implícito com o jornalista que vai além da quimera da objetividade, alcançando os ideais de equilíbrio, pluralidade, abrangência temática e responsabilidade no trato da informação. Não é exatamente “uma escolha” do leitor crer ou não crer que o jornalismo narre a realidade, pois abrir mão dessa crença significa abrir mão de uma voz estruturada do real. Por meio dessa voz, é possível saber não apenas o que anda acontecendo no mundo, mas também, e especialmente, *o que importa saber sobre* o que anda acontecendo no mundo (BENETTI, 2007, p.38).

O resultado da análise do agendamento de ambas as publicações é extremamente rico. A cada exemplar, surgem exemplos que denotam o agendamento institucionalizado, e não casual.

Em primeiro lugar, abordaremos o agendamento em Veja.

Desde a primeira edição analisada, surgem sinais de que há um posicionamento crítico da revista em relação ao presidente Lula, seu governo e pessoas que o cercam. A matéria principal (de capa, neste número) é crítica. A segunda matéria política, sobre o ministro Palocci, é crítica, assim como também é uma matéria sobre Paulo Okamoto, amigo de Lula e presidente do Sebrae. O tom de crítica é encampado pelos colunistas e até pelas charges de Millôr Fernandes. No caso de Diogo Mainardi, um crítico contumaz, o caminho é o mesmo: “Continuo na mesma. Continuo tentando derrubar o Lula [do governo]”. A convocação final de Diogo Mainardi, pedindo que os leitores procurem documentos que possam incriminar o presidente, evidenciam o agendamento (VEJA, 08/03/2006).

As aproximações entre personagens como Marcos Valério e o Presidente Lula e seus ministros; a incidência em várias colunas de comentários sobre desvios de conduta, improbidade de membros do governo; a escolha de palavras como *omertá*, numa clara referência à máfia, são elementos que denotam um claro agendamento da publicação, no sentido de abordar más condutas do governo Lula

A revista costuma buscar a suíte das principais matérias da edição passada. É mantido o mesmo tom crítico e são acrescentadas testemunhas e versões que corroboram os descaminhos do governo Lula. Na matéria sobre as doações de Paulo Okamoto ao presidente Lula, Veja reforça as suspeitas. “A generosidade do presidente do Sebrae, Paulo Okamoto, parece não ter fim” e “desde que suas ‘doações’ vieram a público, Okamoto tem sido obrigado a usar de muita imaginação para explicá-las. Se quisesse mesmo esclarecer as suspeitas que pesam sobre ele, bastaria que autorizasse a quebra de seu sigilo bancário – até agora trancafiado a sete chaves” (VEJA, 15/03/06, p.58).

Há uma tentativa de fazer com que os leitores percebam algumas contradições histórico-sócio-políticas do Presidente Lula ao escolher, dentre centenas de fotos de sua visita à rainha Elisabeth, uma em que ele deixa transparecer seu constrangimento. Como se ele entendesse que um torneiro mecânico petista, ao estar ao lado do rei e da rainha da Inglaterra estava rompendo com a história e o legado do partido. Roberto Pompeu de Toledo reitera, em texto, o que a foto já transmitira anteriormente.

Um quesito que não pode ser deixado para trás é a escolha das cartas para publicação. O número de cartas semanais normalmente supera a casa de duas mil correspondências. Como não se tem acesso a todas, mas somente àquelas publicadas, fica a impressão de que a grande maioria compactua com a opinião da revista e, portanto, critica o Governo Lula e seus ministros. Desse caso em particular, pode-se depreender vários elementos de *teoria do jornalismo* abordados neste trabalho. Primeiro, o *gatekeeping*, onde o editor responsável pinça, dentre 2677 (na edição 1950), aquelas que serão publicadas. Por que essas e não outras, uma vez que há um mar de cartas à disposição? Segundo o agendamento, as cartas publicadas reforçam a linha editorial adotada pela revista. O enquadramento, da mesma maneira, é reiterado, pois nessas cartas são encontradas palavras e expressões, senão idênticas, muito parecidas com aquelas referidas nos textos das reportagens. O *priming*, por sua vez, pode-se dizer, é exercido via seção de cartas, ao dar saliência ao agendamento da publicação. É como se a “Seção de Cartas” fosse uma fonte independente de saliência, corroborando o que a revista publica. A espiral do silêncio é encontrada na ausência de cartas fazendo o papel do contradito. Se não há cartas elogiando Palocci, ou elogiando Matosso, então é por que todos estão contra as manobras e ações dos representantes do governo Lula. É a confirmação pela ausência. Essas teorias, neste caso, são evidenciadas num mesmo sentido, na medida em que uma reforça a outra, com o escopo final de dar corpo a uma agenda editorial.

Certa vez, ao ler a revista Time, o autor encontrou a seguinte referência ao “Jornal Nacional” da Rede Globo: “the evening news that works as the official brazilian government spokesperson” (o jornal de televisão noturno que serve como porta-voz do

governo brasileiro)\*. Às vezes, um veículo de comunicação quase que se confunde com um canal pró ou contra um partido, um político, uma empresa ou um governo. O agendamento editorial é o canal pelo qual podemos aferir esse comportamento. Às vezes, a leitura crítica de Veja nos leva a crer que ela se sente na posição de paladina nacional da razão e da crítica ao governo. O quadro: “Crime de estado”, um calendário datando os principais acontecimentos do caso, desde a primeira declaração de Francenildo, sobre o escândalo Palocci, é uma re-afirmação desse agendamento.

O reforço de uma teoria pela outra dá consistência à linha editorial. Nenhum leitor contumaz de Veja pode alegar surpresa pelo tratamento dado pela revista aos escândalos do governo. A linha é coesa e coerente.

Na edição 1951, serão encontradas matérias com a suíte dos escândalos abordados na edição anterior. O agendamento é pleno. Das 2434 cartas recebidas, 110 trazem manifestações sobre a matéria “A maior crise do governo Lula”, publicada em 05/04/2006. Dessas, oito são publicadas. Seis criticando Lula; uma condenando Palocci, e uma, do advogado Arnaldo Malheiros, defendendo-se das críticas da edição anterior.

A edição de 19/04/2006 é histórica. Nela se consubstanciam as críticas e as denúncias das semanas anteriores, na peça jurídica do Procurador Geral da República, denunciando o “bando dos quarenta”. As fotos desses 40 denunciados formam a figura de Lula na capa da revista. Nesta edição, mais uma vez, dá-se a confirmação do agendamento através da “Seção de Cartas”. O volume de cartas sobre a matéria “Moral torta”, que denunciava a falta de probidade e de moral do PT, chegou a 673 missivas, ficando com o quarto lugar entre as de maior repercussão da história da revista.

Mesmo quando a edição não faz qualquer menção a assuntos políticos na capa, seu corpo não deixa de abordar temas dessa ordem. E, mais uma vez, na edição de número 1953, o volume de críticas é muito grande. Uma das matérias, suíte da matéria de capa da edição anterior, mostra Lula sorrindo e a seguinte pergunta: “O que faz o chefe da quadrilha?” (VEJA, 26/04/2006).

---

\* Tradução do autor.

Lula, mais uma vez, é retratado na capa (VEJA, 10/05/2006). Desta vez, é a foto do presidente, de costas, com marca de um pé sujo de petróleo na região glútea. A matéria mostra sua pouca habilidade e conhecimento no trato de questões internacionais. Ele é retratado como o néscio que se deixou enganar por outros presidentes latino-americanos.

Ao perceber o fluxo de agendamento, semana após semana, seria prudente questionar se o que se escreveu no capítulo sobre *agenda setting* explica esse sequenciamento, ou se isso é apenas o resultado de jornalismo sério, investigativo e descompromissado. Estaria Veja empenhada em cativar a audiência? Ou fazer um espetáculo para seu público de leitores? Não é o que parece. Ela parece estimulada a fazer um jornalismo desvinculado de relações com o poder do governo federal. Mais uma vez, recordamos o que foi tratado anteriormente no trabalho, no intuito de esclarecer o posicionamento da revista. É importante ressaltar que a hipótese da *agenda setting* não pretende afirmar que haja uma intenção deliberada de persuadir. A influência praticada, muitas vezes, vem do simples ato de veicular a informação, de ela ser recebida pelo indivíduo e, ao ser decupada, ser entendida de uma determinada maneira, e não de outra. A suíte de matérias (uma prática comum no jornalismo), feita quando do surgimento de novos esclarecimentos ou fatos, é uma forma de corroborar o que foi informado em edições anteriores. E, salvo algum erro grosseiro, a revista tem-se notabilizado pela correção e apuro no trato das informações.

Algumas vezes, como na edição 1958, o contraditório aparece. Enquanto a capa é desfavorável ao governo, há uma matéria de três páginas, no corpo da revista, que demonstra o crescimento do poder de compra do salário-mínimo. Parte desse mérito é atribuído a Lula. Mesmo assim, critica-se Lula por fazer uso desse crescimento com fins eleitoreiros, até porque se pretende demonstrar que o início desse ciclo de crescimento se deu no governo de Fernando Henrique Cardoso.

Na edição de 14/06/2006, a capa é sobre a depredação do Congresso Nacional pelo MLST. Além das críticas sobre o dinheiro público que apóia o movimento, ainda

há a crítica à benevolência de Lula para com movimentos desse tipo. Segue parte do editorial dessa edição:

O boné é a carapuça

Era de se esperar que, como a mais alta figura na hierarquia política do país, o presidente Lula fosse eloqüente na condenação do episódio [a invasão do Congresso pelo MLST]. Outro erro. Sua assessoria se limitou a emitir uma nota sem convicção. [...] o presidente e seu partido são os tratadores dos pit bulls ideológicos que lideraram a agressão ao Congresso” (VEJA, 14/06/06, p. 09).

Os editoriais são um instrumento usado com cuidado, e com parcimônia por publicações como a revista Veja. Aqui, nós vemos dois editoriais seguidos, tratando do governo ou do partido do governo. Ambos, naturalmente, com um tom crítico. Segue parte do editorial da publicação de 28/06/2006:

Foi necessário que uma crise política eclodisse para mostrar que as coisas não eram bem assim. Ao soterrar o petismo, desmoralizar parte do legislativo e expor a fragilidade das oposições, o escândalo do mensalão ajudou a abrir espaço para o surgimento de um novo fenômeno no cenário político brasileiro: o lulismo (VEJA, 28/06/06, p. 50).

Já na edição seguinte, volta o partido do presidente à capa da revista, com o seguinte título: “Escândalo: A conexão do PT com a máfia dos vampiros”, seguida de matéria com o título: “O Vampiroduto do PT” (quatro páginas, por Diego Escosteguiy).

Mais uma vez, a “Seção de cartas” é denotadora de aspectos interessantes para este trabalho. Na edição de 12/07/2006, Veja recebeu 1917 cartas. Dessas, 143 eram sobre a coluna de Diogo Mainardi, em que ele dizia querer ir embora do Brasil. Primeiro aspecto: quase 10% das cartas faziam referência a apenas um colunista da revista. Acrescente-se: de um polêmico jornalista, cuja principal faina na vida profissional é atazanar o presidente Lula. Segundo aspecto: 73% das cartas recebidas eram de pessoas pedindo que ele não fosse, pois suas críticas eram necessárias ao país. Os outros 27% eram neutros ou pediam que ele fosse logo. Isso nos leva a crer que,

mais uma vez, o engajamento dos leitores com uma publicação é consistente. Lê a revista quem aprecia o seu estilo crítico e combativo.

A edição de 06/09/2006 traz, em sua principal matéria, “Uma nova carta aos brasileiros.” Essa matéria também emula o editorial. No texto, do jornalista Otávio Cabral, Veja compara o programa de governo, para o possível segundo mandato, com os discursos de Lula e conclui: “Se Lula se reeleger e rasgar o cartapácio petista dando prioridade a suas idéias, o país ganhará”. Comenta a diferença entre os discursos e o programa em diferentes áreas, como a redução de impostos, corte de gastos e a liberdade de imprensa, em quadros explicativos (ao todo são cinco), mostrando sempre uma posição favorável ao que o presidente afirma. “Fica claro que Lula tem idéias mais claras e mais sensatas do que as expressas no programa elaborado pela cúpula do PT”. Mas ressalva, no final do texto, o único ponto em comum nos dois discursos: “o texto do programa, tal como Lula tem feito, ignora a existência dos escândalos”, em referência à tentativa de minimizar as responsabilidades pela corrupção no governo. A matéria critica veementemente o programa do PT nas diversas áreas, e o trata como “uma peça anódina, vaga e genérica”. O interessante é que a crítica, neste caso, é mais contra o PT do que contra o presidente Lula, que merece inclusive elogios do editorial.

Faltando duas semanas para as eleições, a edição de 20/09/2006 traz mais um elogio ao presidente Lula, mostrando-se favorável à reeleição, em face de índices de avaliação do Pnad. “Melhoramos muito, como o próprio resultado do Pnad comprova. Não é hora, portanto, de desviar da rota correta”. (VEJA, 20/09/2006).

Mas a edição seguinte já apresenta novas e sérias críticas sobre o caso do dossiê comprado com o intuito de prejudicar o candidato José Serra. “Com seus métodos criminosos, o PT lançou o país em uma grave crise política. Às vésperas da eleição presidencial, o partido cometeu uma violência ao tentar influir nos resultados do pleito estadual paulista pela compra e divulgação de um dossiê falso sobre adversários. [...] Lula é o patrono da desastrada compra com dinheiro sujo do falso dossiê”(VEJA, 27/09/06, p. 59).

A *suite* dessa matéria visa demonstrar a participação do Gabinete da Presidência e de pessoas próximas ao presidente Lula na elaboração de um dossiê com o intuito de

prejudicar Serra . Acusa o PT de realizar as negociatas criminosas e sugere mais crimes eleitorais.

A apuração dos repórteres de Veja mostra que a operação abafa seguiu um padrão mais ou menos constante na crônica policial do governo petista. Primeiro se comete um ilícito e depois se seguem outros ainda mais demolidores na tentativa de encobrir o primeiro (VEJA, 18/10/06, p. 45).

A última edição, antes das eleições de segundo turno, traz um perfil dos dois candidatos. É mais crítica em relação a Lula, ainda que julgue Alckmin por não ter ido mais fundo nas denúncias de corrupção do governo.

Alckmin fez a denúncia sistemática da podridão do governo Lula, mas falhou miseravelmente ao não conseguir estabelecer a diferença essencial entre a corrupção que acontece por falhas no sistema (e que pode aparecer em qualquer governo de qualquer país) e a corrupção endêmica (que virou marca registrada do governo petista) (VEJA, 01/11/06, p.68).

Lula é reeleito e Veja faz uma reportagem de como será o segundo mandato. “O primeiro mandato de Lula foi pífio... e agora ele tem mais quatro anos para deixar um legado de grandeza”.

A matéria é intitulada “A encruzilhada”, tem oito páginas e abre com foto de Lula em seu gabinete, caminhando, em referência ao título da reportagem. A foto é neutra.

No texto, Veja sintetiza os sete principais compromissos assumidos por Lula, em declarações dadas durante pronunciamento à nação e entrevistas para a TV. Duas páginas com compromissos assumidos por Lula para o próximo mandato. Veja concorda com o presidente em todas as declarações, deixando a crítica apenas para a questão da ética, e mais direcionada ao partido do que à figura do presidente.

As críticas reaparecem no texto das próximas quatro páginas, mais direcionadas ao PT e às preocupações com o segundo mandato, buscando manter a neutralidade da matéria.

Nessas centenas de páginas, colunas, fotos e capas analisadas de Veja, ao longo desses nove meses, foram encontradas inúmeras formas de recriminação ao governo Lula, ao próprio presidente, seus ministros, assessores e ao seu partido. O que foi lido e examinado não deixa dúvidas sobre o agendamento da publicação em torno desse conceito de crítica. Teria, no entanto, a revista Veja, poder para influir junto à opinião pública, a ponto de influenciar votos no momento das urnas? Teria a principal publicação semanal brasileira poder de cabalar outros veículos no sentido de cooptá-los numa cruzada ética contra o presidente e seu partido? Ou os leitores de Veja já têm esse contexto introjetado e, portanto, a leitura, semana após semana, pelas mesmas pessoas, apenas reforçaria as críticas junto ao mesmo público, sem conquistar novos leitores?

Os efeitos da mídia são muito mais complexos em sua natureza do que antigamente se presumia. E eles dependem majoritariamente das relações homogêneas que as pessoas mantêm e em suas dietas seletivas de informações, as quais reforçam conceitos e atitudes já existentes, ao invés de mudá-las (SCHEUFELE, 2007, p. 10).\*

O enquadramento que vamos identificar nessas edições de Veja são um reforço, uma ferramenta de apoio ao texto para a construção de uma realidade social. “Os responsáveis pelos meios de comunicação fazem uso de um espectro de quadros persistentes e assim eles possivelmente controlam o número de alternativas que são colocadas à disposição dos receptores quando eles estão construindo a realidade social” (VAN GORP, 2007, p. 62). O enquadramento existe em todas as publicações. Alguns mais perceptíveis do que outros. Uns até mais grosseiros. Mas à medida em que os veículos de comunicação praticam agendamentos, eles fazem uso de quadros no intuito de convencer o público ou ajudar a interpretar e avaliar informações.

Os exemplos de *framing* nas edições pesquisadas de Veja, a seguir, são palavras e expressões que na composição dos textos dão maior envergadura ao enquadramento.

---

\* Tradução do autor.

Ao invés de percorrer edição por edição, vamos ressaltar algumas palavras e expressões que denotam o tom crítico da publicação em relação ao governo e ao presidente Lula.

Na edição 1946 já se pode observar, na chamada da matéria principal, palavras como “propina, dinheiro, fitas explosivas, ameaça” e outras expressões chulas.

“Valério ameaça falar”

“... jogar o PMDB na lama”

“PT pagou”

“Valério, pagador do Mensalão”...”embolsaria 2,1 milhões”

“repassou dinheiro”

“comprou apoio”

“fazia pagamentos do Mensalão”

“contava e distribuía dinheiro”

“o PT topou pagar”

“o petista cobrou seis milhões de propina”

“acusado de tráfico de influência e de lavagem de dinheiro”

“homem da mala”

Embora a intenção não seja a de fazer análise de edição por edição, é importante ressaltar que todas as expressões acima fazem parte de uma mesma matéria. Desnecessário dizer que qualquer dessas expressões, em separado, leva o leitor a pensar mal da pessoa a quem elas se referam. Quando todas as expressões dizem respeito as mesmas pessoas, numa situação única, fica patente o tom crítico. Nesse caso, o enquadramento é facilmente perceptível. Mas o leitor médio, ao fazer a leitura da revista, dificilmente vai se dar conta desse acúmulo de expressões, que resultam numa leitura subliminar, em que os personagens estarão sendo francamente enquadrados.

“Bertoldo era o homem da mala, levava dinheiro vivo em jatos, ajudava a operar contas secretas do PT”

“cúpula do PT despachava dinheiro para comprar apoio de deputados”

“O PT escoava dinheiro para o bolso de deputados”

“pegara propina”

“pagador do mensalão”

As expressões se sucedem. A simples leitura dessas frases, ou segmentos de frases, fazem com que o leitor perceba que há algo de grave acontecendo. Essas expressões fortalecem o intuito da *agenda setting* para com o texto e, neste caso, da publicação.

Podemos trazer exemplos de cada uma das edições pesquisadas. A repetição de expressões e adjetivos qualificativos é uma constante em todas as edições.

“O PT perde a bússola ética e o senso do ridículo”

“Os crimes da operação de acobertamento de Palocci”

“Deputada petista comemora a vitória da impunidade”

“O Palocci gate e a morte da ética”

“estupro constitucional”

“imoralidade patrocinada pelo governo”

“reino da bandalheira”

Todas essas frases e expressões estão inseridas em seus devidos contextos. Elas podem ser lidas em seu conjunto no item que analisa o *framing* em Veja (item 6.3).

“Palocci foi flagrantemente desmentido por Francenildo”

“ilicitudes”

“a miséria do fracasso”

“A operação despiste”

“a violação do sigilo bancário do caseiro” atribuída a Palocci

“uma faxina destinada a apagar as provas do crime”

“o tempo necessário para armar uma farsa”

Todas essas expressões referem-se ao ministro Palocci e seus assessores. São expressões que denotam um claro enquadramento.

“Esse contexto é criado no interior do texto, evidentemente remetendo a conhecimentos que o ironista supõe serem de domínio do

interlocutor – uma espécie de compartilhamento de saberes que “devem estar” disponíveis na memória desses dois sujeitos de uma mesma comunidade discursiva, o jornalista e o leitor.” (BENETTI, 2007, p.41).

Mais uma vez, este trabalho reitera o comprometimento entre o jornalista, o veículo e o leitor. Existe uma tônica de cumplicidade entre ambos, emissor e receptor. E essa cumplicidade tem papel importante num texto como o de Veja, onde a revista espera e entende que seu leitor esteja alinhado com o matiz empregado na escolha de termos e palavras, graças ao que, essa crítica será compreendida, aceita e encampada pelo leitor.

As citações seguem no mesmo diapasão. Expressões como “golpe sujo”, “o ministro foi cúmplice” ilustram edição após edição, dando o dom desejado pela publicação no sentido de explicitar culpa dos acusados, como em “Palocci comandou a operação ilegal”.

Ou ainda, no parágrafo que segue:

A cada dia, o escândalo da **violação do sigilo** de um simples caseiro vai tornando mais **insustentável** o cargo dos inventores de versões. A participação do ministro da Justiça na **farsa** só contribui para acelerar a **espiral de incerteza** em que se **afunda** o governo Lula. No momento, é impossível afirmar até onde vai a cadeia de comando dessa **sucessão de crimes**” (VEJA, 12/04/06, p. 53)

Na edição 1952, aquela que traz a manchete “O bando dos 40”, escreve-se: “a denúncia do procurador-geral **não deixa dúvida: Lula é o sujeito oculto** da “organização criminosa que tinha como objetivo garantir a continuidade do projeto de poder do PT”. (VEJA, 19/04/2006). Este enquadramento tem um único objetivo. Trazer o presidente para dentro da matéria, mesmo que ele não tenha sido um dos 40 citados pelo Procurador Geral. A expressão: “Lula pode escolher que figurino quer vestir: o de presidente **inepto** ou o de patrono da **quadrilha**”(VEJA , 19/04/06, p.49), demonstra um uso de ironias que, mais uma vez, aproxima o leitor do texto.

A ironia é um poderoso recurso de formação de opinião. Além de lutar para definir uma agenda pública e os critérios de relevância do conhecimento – o que vale a pena saber -, Veja, ao usar a ironia, exercita o poder de dizer: “isto é imoral, grotesco ou simplesmente ridículo; e se você leitor, evidentemente não pensa (não pode pensar) diferentemente de nós, pois pensar diferente de nós tornaria você imoral, grotesco ou ridículo”. O ironista, ao ridicularizar algo, imediatamente institui um parâmetro de normalidade, indicando o que seria aceitável ou razoável. A ironia se movimenta sempre sobre um eixo de moralidade. (BENETTI, 2007, p. 42).

A lista de palavras, frases e expressões ao longo de todas as publicações demarcando o estilo, o enquadramento e reforçando o agendamento de Veja é perceptível a cada página que trata de matérias políticas. Entendemos que repetir dezenas de expressões, que já constam do sub-capítulo 6.3. deste trabalho, seria cansar o leitor. As palavras e frases que foram trazidas para este item têm por fim apenas marcar, e acentuar o uso do *framing* como ferramenta de reforço da *agenda setting*. Veja faz isso com competência. Através de expressões francas, bem como irônicas, com conhecimento dos resultados causados.

O estilo irônico de *Veja* faz um duplo e importante movimento nesse jogo de linguagem. Por um lado, a ironia fortalece a opinião da revista, editorializada e nada fortuita, sobre certas práticas, pessoas ou lugares. Por outro lado, estabelece com o leitor uma relação de cumplicidade interpretativa. (BENETTI, 2007, p. 45).

A análise dos textos de Época, é igualmente, interessante para que se conheça o engajamento da segunda maior revista semanal (em número de leitores) editada no Brasil.

Para fins de exemplificação, segue gráfico com o resultado dos Estudos Marplan, editados pela DCS em 2.007.

1. Veja ..... 3.890.000

2. Época .....	1.905.000
3. Caras .....	1.821.000
4. Playboy .....	1.671.000
5. Guia Astral .....	1.261.000
6. Isto É .....	1.223.000
7. Superinteressante .....	1.163.000
8. Canal Extra (Extra-Rio) .....	1.129.000
9. Capricho .....	1.110.000
10. Contigo .....	1.072.000

Como se pode ver, no gráfico acima, apenas três revistas semanais são publicações de informações. Todas as demais são revistas de lazer. A terceira revista de informações aparece apenas no 6º lugar. Esses dados serão novamente explorados quando confrontarmos as duas revistas, Época e Veja, com as pesquisas de opinião pública.

A primeira edição de Época pesquisada é a de número 407, de 06 de março de 2.006. À primeira vista, a revista será crítica ao governo, uma vez que a matéria de capa é sobre “O que falta para o Brasil crescer?” Afirma que o crescimento será um desafio para o próximo governante. Seja ele quem for. Ao final da análise, descobre-se que a matéria é neutra. Seguem-se outras matérias de menor importância, mas que trazem alguma crítica ao governo. Época consegue, numa entrevista com o Vice-Presidente, José Alencar, tecer um paralelo entre ele e Lula, e fazer dessa matéria um texto positivo ao presidente.

Na edição seguinte, de 13 de março, a revista traz uma capa crítica aos políticos em geral. “Pizza na CPI: Ninguém aguenta mais os políticos. São todos iguais?” A chamada de capa sugere uma saraivada de críticas, mas o que se lê é um texto neutro, sem alma.

Uma matéria sobre a Petrobrás afirma, em tom positivo e ufanista, que ao Brasil, só falta ingressar na OPEP. “O anúncio da auto-suficiência brasileira em petróleo é o resultado não da competência de um único governo, mas de 30 anos de investimento em uma tecnologia pioneira” (ÉPOCA 13/03/06, p.46).

Na edição 409, dedicada ao candidato Alckmin, publicam-se fotos positivas de Lula, em contra-ponto. A matéria crítica desta semana é voltada para o ministro Palocci. Embora a intenção seja crítica, frases como a que segue ilustra a matéria: “Ele foi, no primeiro momento, a solução da administração Lula”; o texto ainda fala que “sua imagem logo se associou à estabilidade econômica” (ÉPOCA, 20/03/06, p. 43). Nos últimos parágrafos, destaca-se a gestão de Palocci, “cuja contribuição milionária para a calma nacional há de cavar um lugar de destaque para ele na história recente do Brasil” (ÉPOCA, 20/03/06, p.45).

Mais uma vez, o tema *eleições* domina a capa. Na edição 410, a chamada diz: “Lula e o Anti-Lula. Quais são as chances reais de Alckmin” “ELEIÇÕES 2006: Dará tempo para Alckmin?” (ÉPOCA, 27/03/2006). Essa chamada de capa merece uma análise especial, pois ao mesmo tempo em que diz que há um candidato anti-Lula (ou anti-Cristo), questiona quais são as chances reais de Alckmin. Teria esse candidato condições reais de enfrentar e vencer Lula? A matéria que segue é sobre Palocci, tratado como o bom moço. “em seus dias de fausto, no começo do governo Lula, Palocci brilhou como uma espécie de símbolo da estabilidade econômica. Era o mocinho da história” (ÉPOCA, 27/03/06, p.30).

A edição 413 é considerada por este trabalho como uma edição célebre. Enquanto Veja gritava ao mundo sobre a denúncia do Procurador Geral da República contra os 40 envolvidos com o Mensalão, Época trazia o Dalai Lama na capa, e apenas uma pequena chamada, de canto de página, sobre o escândalo. A matéria, sem alma, sem *punch*, não traz referências ao presidente Lula. Como se todo o escândalo acontecesse sob a presidência e o comando de outra pessoa, e longe da redação.

Na edição seguinte, a capa faz uma comparação entre Lula e FHC. “Lula x FHC: O PT quer comparar os dois na campanha. Faz sentido?” (ÉPOCA, 24/04/2006). O texto é favorável ao presidente Lula, que recebeu uma “herança maldita” dos governos anteriores.

Lula, na verdade, quando algo pesa sobre seu governo, é tratado como um inocente mal-cercado por pessoas más. Esse é o sentido da matéria da edição 415, conforme se pode captar no seguinte texto: “Foi o PT (incluindo seu colega José Dirceu e seu ministro preferido, Antônio Palocci) que provocou o desgaste político interno que ele enfrenta há dez meses” (ÉPOCA, 1º/05/03, p. 28).

A relação de Época com Palocci não é passageira. Ela retorna, na forma de elogios, com frequência às páginas da revista. Na edição 419, o título da matéria principal é “Faltou um Palocci.” A matéria não é apenas positiva para o ex-ministro, mas para o governo que mantém o crescimento, mesmo com a troca de ministros. Nesta mesma edição, uma outra matéria enfoca sobre as eleições com o título: “Lula já ganhou?” (ÉPOCA, 29/05/2006). A matéria indica a vitória de Lula no primeiro turno das eleições.

Já na edição de 5 de junho, Época traz uma matéria crítica ao governo e ao fato do país não acompanhar o desenvolvimento de nações como a Índia, onde o PIB cresceu três vezes mais.

Mas, na mesma edição, outra matéria mostra o crescimento da renda dos pobres. E esses tiveram ganhos semelhantes aos da China.

A edição 422 apresenta à má administração e ao descaso do governo com as agência reguladoras, que provocam imensos prejuízos ao país. Em seguida, uma entrevista com o ministro Tarso Genro acaba por ser favorável ao presidente Lula.

À medida que se aproximam as eleições, dobra o cuidado da revista no retratamento do presidente Lula. Na matéria de 3 de julho, intitulada “Haverá segundo turno?”, a foto do Presidente é grande e as dos demais candidatos são menores, em diferentes escalas. De alguma forma, apregoa-se a derrota de Alckmin para Lula. Segue texto: “Mesmo que Alckmin perca – e esse ainda é o cenário mais provável –, a eleição terá servido para torná-lo um nome nacionalmente conhecido e para ampliar seu alcance eleitoral. Não seria, portanto, exatamente uma derrota” (ÉPOCA, 03/07/06, p. 28).

Às vezes, o agendamento é cercado de cuidados muito precisos. Na edição 425, uma matéria de Leandro Loyola mostra o valor que Lula teria que poupar todo mês (R\$ 10.500,00), para ter dobrado seu patrimônio durante a presidência. Em seguida, vem o depoimento de especialistas, mostrando que isso seria possível.

A aproximação da eleição suscita matérias como a da edição 426, onde aparecem os 13 companheiros de Lula responsáveis por sua campanha. A matéria é ilustrada por uma estrela vermelha com o número 13, dentro. Sem mais comentários.

Já a edição 428 traz a anatomia da fraude engendrada pela máfia dos sanguessugas. Mas seu conteúdo é favorável ao governo.

A matéria assinada por Eduardo Plarr, na edição 429, é crítica ao presidente. Ele diz: “A vitoriosa campanha de Lula em 2002 foi essencialmente demagógica. Foi, nesse sentido, um triunfo do atraso” (ÉPOCA, 07/08/06, p. 33).

Outra edição emblemática é a de número 433. Nesta semana, Época traz uma grande matéria, num total de 32 páginas, revelando “O que ele fez” (ÉPOCA, 04/09/2006). A revista afirma, entre outras coisas, que Lula cumpriu mais de 50% do que prometeu na campanha de 2002. Mostra que ele criou, em quatro anos, seis vezes mais empregos que FHC, em oito. Os erros cometidos ao longo dos quatro anos de gestão são muito por culpa do Congresso.

Apesar dos problemas, os eleitores avaliam positivamente o trabalho do governo Lula na educação. De acordo com uma pesquisa do Vox Populi divulgada no começo de junho pela revista Carta Capital, 32% dizem que a gestão é ótima ou boa. Outros 45% dizem que é regular. Foi a segunda área mais bem avaliada do governo Lula. A primeira é a política de apoio a famílias carentes, com 55% de ótimo e bom (ÉPOCA, 04/09/06, p.38).

Lula agiu positivamente até contra o racismo.

A edição seguinte traz cartas sobre a grande matéria da edição 433, as realizações do governo Lula. Como já foi dito no segmento desta conclusão, que trata de *gatekeeping*, às vezes parece que Época usa a “Seção de Cartas” para expiar sua culpa ou para aliviar a pressão na redação pelo tratamento benevolente para com o presidente. Dizem algumas das cartas publicadas o seguinte:

A nota média de Lula teria de ser mais baixa. O que andou foi o Bolsa-Família, que ganha votos para a reeleição. Se a reportagem enumerasse as mais de 700 promessas de Lula e indicasse quais cumpriu, não cumpriu, ou cumpriu em parte, a média de não cumpriu e cumpriu em parte seria bem maior. Do jeito como foi feita, a matéria mostra que esta revista está apoiando a reeleição de Lula.

Já á carta seguinte afirma que “Época está um pouco anti-Lula demais”. As demais cartas também mostram os leitores divididos com a interpretação da matéria. Das 16, cinco foram a favor do presidente, afirmando que, “apesar da herança recebida de FHC, do bombardeio diário da oposição e da grande maioria da mídia, mais da metade de suas promessas foi cumprida” (ÉPOCA, 11/09/06, p.09). Há mais sete cartas críticas, e quatro neutras. A matéria foi a reportagem mais comentada desta edição, com 57,8% das cartas.

Outra edição que traz o presidente Lula na capa: a edição 436 diz, na manchete: “Ninguém contou para ele?”. No entanto, o que prenuncia ser uma saraivada de críticas ao presidente, e ao seu governo, mostra-se uma matéria neutra, em que todas as figuras em torno de Lula são criticadas, mas com o cuidado de preservar o presidente.

Passado o primeiro turno, a capa de 23 de outubro traz a seguinte questão: “Alckmin ainda tem chance?” Em duas matérias, Época traça um paralelo entre os candidatos e demonstra o porquê de Lula ter feito mais votos no nordeste do que no sul. Traz varias referências positivas a Lula e nenhuma favorável a Alckmin.

Na edição de 6 de novembro, Lula já está re-eleito. Sorridente, na capa, com ares de vencedor. Embora a foto seja positiva, a matéria de capa é neutra. Noutra matéria, o

jornalista explica o porquê da vitória. A matéria é favorável ao presidente, principalmente no que se refere à pessoa de Lula. Exalta seu lado humano, carismático, populista, e não o político reeleito.

O *framing* de Época é um pouco mais difícil de ser denotado, uma vez que seu enquadramento se dá principalmente pela ausência de críticas severas. Quando há críticas, elas se revelam muito cuidadosas. As palavras e expressões reveladoras de enquadramento não são tão fortes como em Veja. Quando ocorre, seguidamente, eles não se referem à figura do presidente ou do governo Lula. São dirigidas ao país ou a alguma entidade, não personalizada.

A edição 407 é um bom exemplo desse comportamento. Há várias expressões críticas ao país, sem uma referência explícita ao presidente. Expressões como:

“o desempenho da economia é um fiasco”

“o Brasil continua patinando”

“a carga tributária é altíssima e distorcida”

Quando trata de políticos, a revista usa expressões da ordem de: “má fama”, “não confia”, “não crêem” e “o ceticismo com a política”.

Época seguidamente assume o viés do elogio a figuras do governo, como no caso do Ministro da Fazenda, Antônio Palocci. Diz a matéria da edição 409: “ele foi a solução da administração Lula”, “o ministro da fazenda representou como que um suspiro de alívio”, “Palocci instantaneamente virou uma espécie de garantia contra maluquices na economia” e “o homem sereno do interior transmitiu serenidade”. E, finalmente, um ode ao homem público: “Palocci, cuja contribuição milionária para a calma nacional há de cavar um lugar de destaque para ele na história recente do Brasil” (ÉPOCA, 20/03/2006).

A edição seguinte está eivada de elogios ao ministro. “Em seus dias de fausto, no começo do governo Lula, Palocci brilhou como uma espécie de símbolo da estabilidade econômica. Era o mocinho da história”. Ao falar das denúncias contra o ministro, Época determina: “virou o alvo predileto da oposição” e “tornou-se o vilão

que, derrubado, pode arrastar na queda o resiliente prestígio do chefe” (ÉPOCA, 27/03/06, p.31).

Na ocasião da denúncia do Procurador Geral da República contra 40 pessoas envolvidas no escândalo do Mensalão, Época só tem uma alternativa. Mostrar que Lula não foi incluído nela. “ao governo sobrou um único conforto. A denúncia não cita pessoalmente Lula” (ÉPOCA, 17/04/2006).

Em 1º de maio, Época elogia a capacidade de condução da política externa por Lula. “Se há uma área em que não se pode acusar Lula de dar continuidade às diretrizes do governo Fernando Henrique Cardoso, essa área é a política externa”. É que ele “tratou de mudar as prioridades do Brasil”, com expressões de aprovação, como “começou bem”, “vitória celebrada” (ÉPOCA, 01/05/2006).

Quando Época aborda o embate pelas eleições entre Lula e Alckmin, sai-se com as seguintes frases: “esboçou uma reação”, “Lula ainda lidera as pesquisas com folga e é o favorito”, “será que Alckmin tem alguma chance de derrotar Lula em um confronto direto?”, “os números, da semana passada lhe devolvem – pelo menos – o direito de sonhar”. (ÉPOCA, 03/07/2006). A análise de Márcia Benetti sobre o uso da ironia em Veja, abordada neste capítulo, servem, por via indireta, a Época, neste momento. O uso da ironia, desqualificando o candidato Alckmin, são denotadores do espírito editorial da publicação.

A edição 426 faz a apologia de 13 integrantes do comando de Lula. A cada um deles são reservados elogios. Tarso é “o mentor da agenda política”, “capaz de destravar o desenvolvimento do país.” Dilma Rousseff, “a gerente do Planalto [...], trabalha e estuda quanto for necessário para dominar os temas em discussão”. Luiz Dulci, “único membro do núcleo original de poder no governo que sobreviveu aos escândalos”. Aloizio Mercadante, “o regra-três”, “considerado um dos quadros mais qualificados do PT”. Enfim, uma seqüência de elogios que não deixa de promover cada uma das 13 pessoas de confiança do presidente. E, para arrematar, nesta mesma edição:

“Lula é o favorito para a vitória,” “caso se confirme a vitória”, “Tarso Genro é uma das estrelas em ascensão na constelação lulista” (ÉPOCA, 17/07/06, p. 38 a 41).

A edição 433 é especial, pois traz matéria com 32 páginas que faz uma avaliação do que Lula prometeu na campanha anterior. Época examinou o que foi cumprido e o que não foi. As expressões elogiosas são da ordem de: que “todas as promessas foram cumpridas”. Em seguida, afirma que “a gestão petista surpreendeu”, pois “programas lançados na gestão FHC, não só foram mantidos, como ampliados”. E palavras como “triplicou”, e “cresceu”, recorrem neste trecho da matéria, que conclui: “embora tenha entregado menos do que prometeu na campanha, o resultado foi bom”.

Em 25 de setembro, ao tratar sobre um dossiê, que teria sido montado contra o candidato ao governo de São Paulo, José Serra, Época critica o governo Lula e escreve:

Nenhuma chegou tão perto do presidente Luiz Inácio Lula da Silva quanto a operação de fabricação e compra de um dossiê com denúncias contra o candidato favorito ao governo de São Paulo, José Serra, do PSDB. Dos sete petistas acusados de envolvimento direto ou indireto na operação, quatro são amigos há décadas do presidente (ÉPOCA, 25/09/06, p. 27).

Ao criticar, nesta mesma edição, o partido do presidente, Época escreve : “uma das características mais marcantes no PT e em outras agremiações de esquerda: a confusão entre o interesse nacional e o interesse do partido” (ÉPOCA, 25/09/06, p. 29).

Época de 2 de outubro, ainda que publique críticas aos 40 envolvidos no Mensalão, faz uma ressalva: o Ministro da Fazenda, Antônio Palocci, que até então não tinha sido envolvido em nenhum problema, foi “o alvo preferido da oposição [...]. Acossado pelas investigações sobre seus ex-colaboradores em Ribeirão Preto [...]. em meio ao estrépito, Palocci acabou caindo” (ÉPOCA, 02/10/09, p. 39).

A aproximação do segundo turno das eleições produz pérolas como esta: “Como todos os conterrâneos, vivem quase à margem do progresso brasileiro que só começa a chegar agora, graças ao Bolsa Família. De Lula”(ÉPOCA, 23/10/06, p. 34).

Logo em seguida, já re-eleito, Época traduz Lula: “Reeleito, Lula conclamou a sociedade e os partidos ‘ao diálogo, ao entendimento, à concórdia’”. (ÉPOCA, 06/11/2006).

Nesta mesma matéria, pós re-eleição, Época faz um chamamento crítico ao presidente e ao seu partido: “O segundo mandato oferece a Lula a oportunidade de corrigir esse hábito [substituição de quadros técnicos por outros cujo mérito é a filiação ao PT] e estabelecer, de forma clara, a separação entre o interesse nacional e o interesse do partido”.

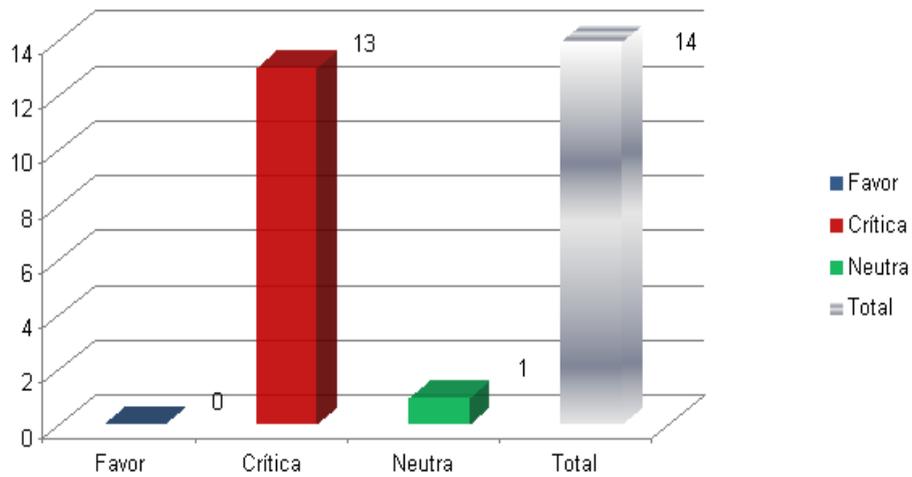
A análise das mais de 70 edições de Veja e Época resultam em cerca de 270 páginas á disposição dos leitores. Esses dados podem ser mais facilmente visualizados nos gráficos que seguem.

Em primeiro lugar, serão mostrados os resultados da análise das capas de ambas as publicações.

Por óbvio, só foram analisadas e tabuladas as capas que, de alguma forma, tratavam do governo Lula, de seus ministros, de escândalos políticos relacionados com o governo, seu partido ou correligionários.

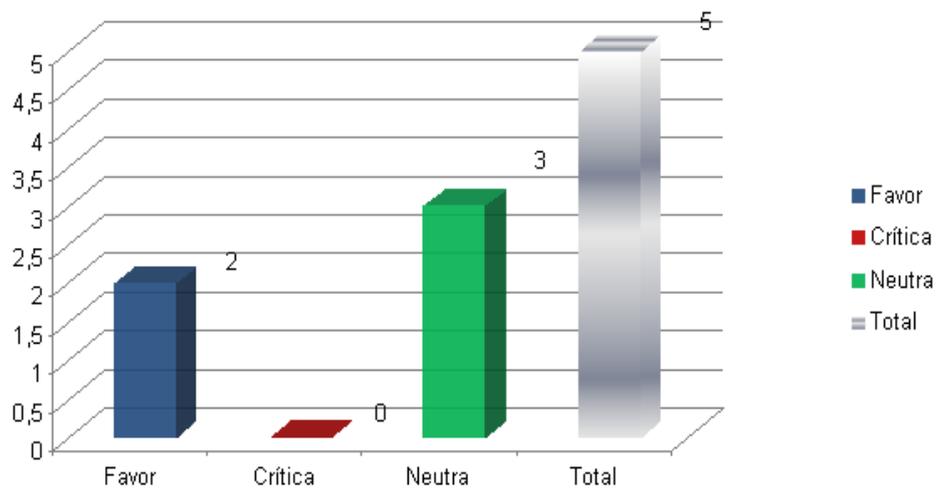
Há que ser considerado que este universo é inferior ao do total de edições analisadas.

### Gráfico de Capas – Veja



Favor	0
Crítica	13
Neutra	1
Total	14

### Gráfico de Capas - Época

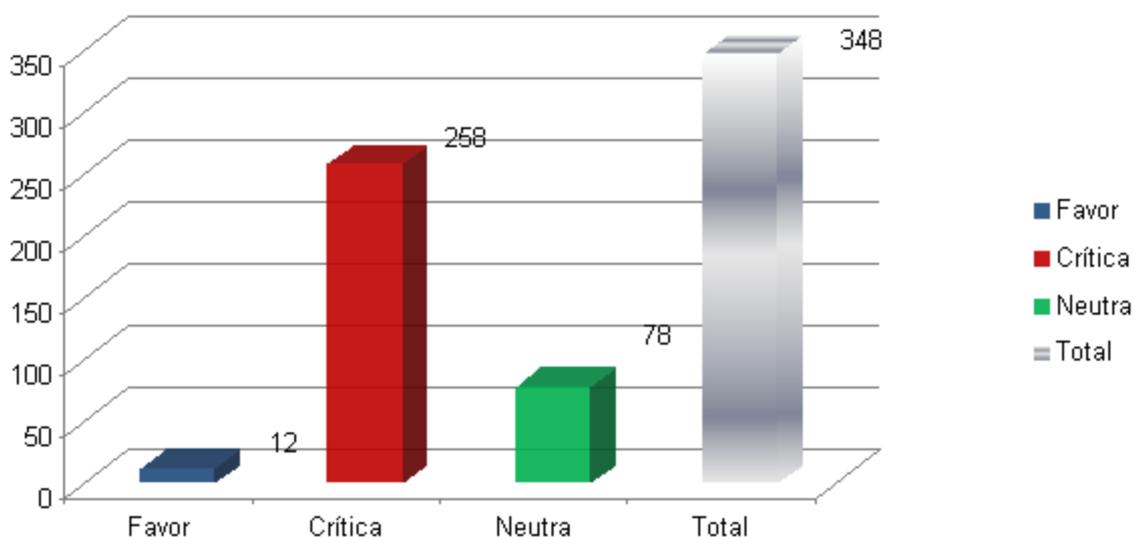


Favor	2
Crítica	0
Neutra	3
Total	5

O resultado dos gráficos acima expostos corrobora, mais uma vez, o que foi encontrado na análise sobre agendamento dos textos.

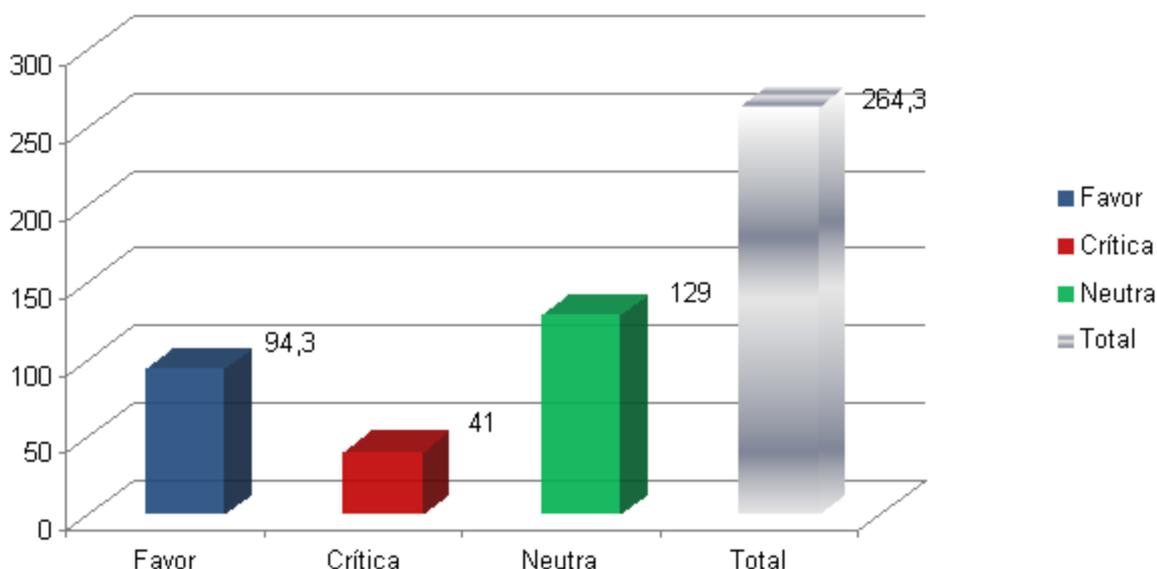
A seguir, serão apresentados os gráficos com o total de páginas que trataram dos assuntos atinentes ao governo Lula. É preciso observar que o gráfico sobre “páginas” refere-se, exclusivamente, sobre espaços de matéria, sejam elas as principais ou não. As colunas de opinião não integram esta estatística.

### Gráfico de Páginas - Veja



Favor	12
Crítica	258
Neutra	78
Total	348

## Gráfico de páginas - Época



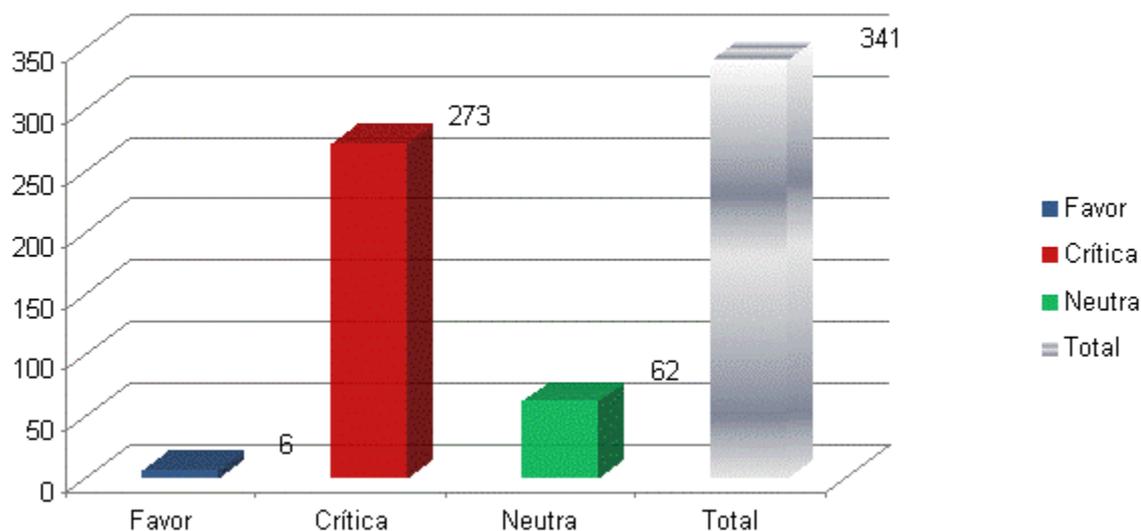
Favor	94,3
Crítica	41
Neutra	129
Total	264,3

Há coerência editorial, principalmente em Veja, cujo agendamento é feito desde a capa até a “Seção de Cartas”. Vamos observar a coerência da publicação.

No quesito cartas, Veja dá um grande espaço para a manifestação de seus leitores. Há edições em que essa seção ocupa até seis páginas da revista. Se entendermos o princípio básico do jornalismo, de que um veículo de comunicação, ao abrir espaço para seus leitores, ouvintes ou espectadores, dá-lhes retorno da proporcionalidade das opiniões recebidas, sejam elas pró, contra ou neutras, então Veja tem sucesso na interação com seu público. Esse sucesso de interação se dá na medida em que as cartas publicadas são críticas, na mesma proporção das matérias. Portanto, o enquadramento da revista é percebido pelos leitores e esses respondem no mesmo diapasão.

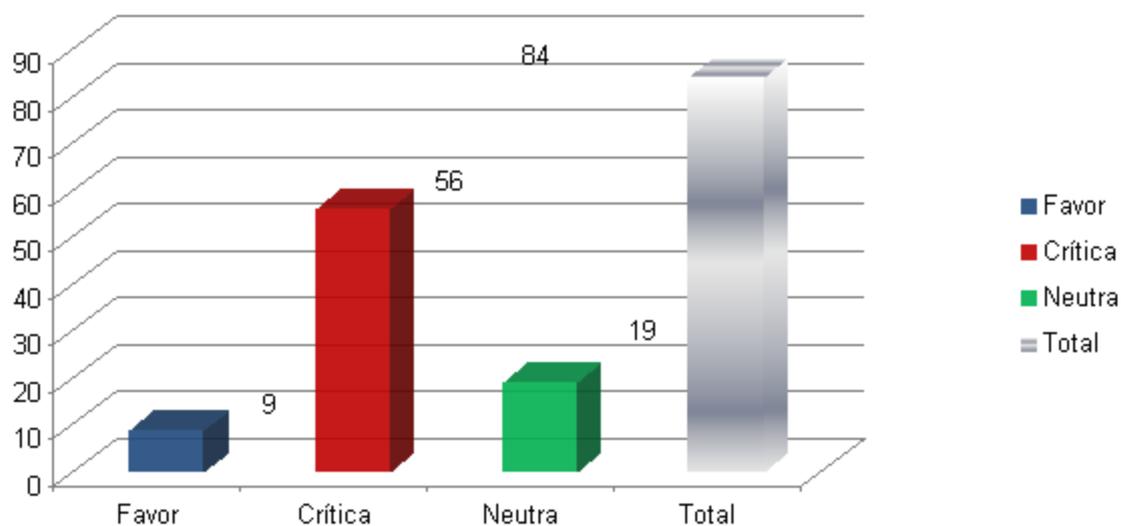
Nota-se, nos quadros anteriores, que há uma equanimidade muito interessante entre três quesitos de fácil análise: capas, cartas e páginas. Veja apresentou 7% de suas capas como sendo favoráveis ao governo Lula. No item cartas, esse índice foi de 2%. E na análise do número de páginas, esse percentual foi de 3,5%. Quando foram examinados esses três itens, sob o ponto de vista da neutralidade, o resultado foi de 22,4% das páginas como neutras; 18% das cartas publicadas e nenhuma capa. O universo de capas analisado, ou seja, capas que tratavam da matéria-objeto do trabalho, era de apenas 7 peças, o que deve ter prejudicado a amostra. Mas em dois itens consistentes, como cartas e páginas, a proximidade foi mais uma vez muito consistente. Finalmente, o quesito que norteou o enquadramento de Veja, ou seja, a crítica ao governo Lula. As cartas negativas representaram 80% do total publicado. As páginas montaram a 74% e as capas alcançaram o índice de 93%.

### Gráfico de Cartas - Veja



Favor	6
Crítica	273
Neutra	62
Total	341

## Gráfico de Cartas - Época



Favor	9
Crítica	56
Neutra	19
Total	84

Esses dados numéricos demonstram a coerência da publicação. O agendamento, neste caso, não era uma mera especulação, mas uma linha editorial traçada e cumprida, seja pelos jornalistas, editores ou mesmo pelo responsável pela “Seção de Cartas”.

A análise de Época, realizada dentro dos mesmos padrões, apresentou resultados um pouco diversos. Em primeiro lugar, os dados referentes aos espaços favoráveis ao governo Lula. Época traz 10,7% de suas cartas com elogios a Lula e seu governo. Já as páginas favoráveis alcançaram o índice de 35,6%, e as capas montaram a 40%.

Quando a publicação foi analisada sob o prisma da neutralidade, Época publicou 22,6% de suas cartas sob este viés. As páginas foram de 15,6% e as capas atingiram 60% das edições pesquisadas.

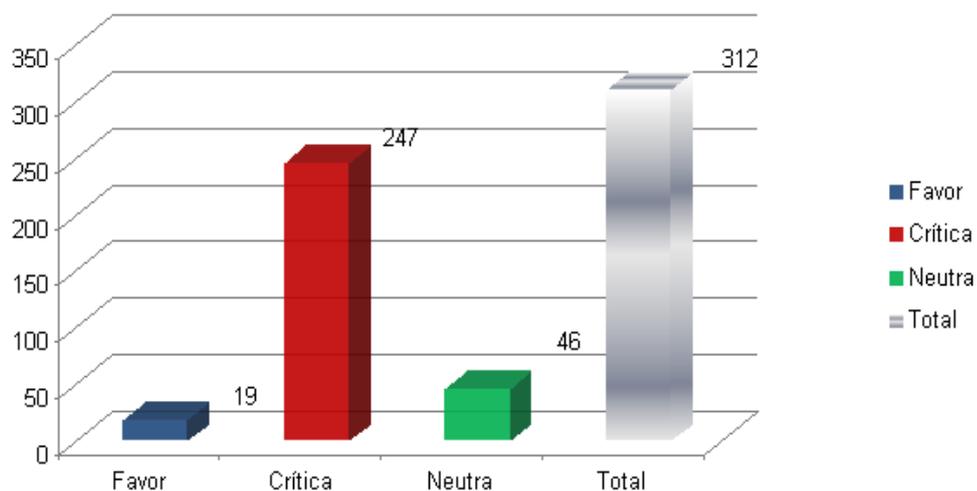
E, finalmente, quando analisadas sob a ótica da crítica, Época publicou 66,7% de suas cartas com críticas ao governo Lula, 48,9% das páginas, e nenhuma capa.

O que se observa, em Época, é uma certa incoerência. A razoabilidade da publicação fica em cheque quando ela publica todas as capas favoráveis a Lula, mas, por outro lado, dá vazão à opinião negativa de quase 70% de seus leitores. Ao mesmo tempo, há quase um equilíbrio entre páginas favoráveis (35,6%) e páginas críticas (48,9%). Isso, aos olhos do autor, pode ter vários significados. Mas o mais perceptível deles é que não há uma política editorial muito clara. Por outro lado, se a publicação obedece ao princípio da equanimidade entre as cartas recebidas e as cartas publicadas, então há um segundo problema. A identificação entre os leitores e a linha editorial da revista Época não está equilibrada. Partindo da premissa de que os leitores buscam esse estreito contato de sua realidade com o que eles lêem, o autor vai se permitir repetir o que foi colocado anteriormente no texto de Benetti:

O texto jornalístico é uma construção social e que a objetividade é apenas o guia que norteia a ética profissional – evitando que o jornalista invente fatos, declarações e personagens –, ainda assim o leitor está inserido em um contrato implícito com o jornalista que vai além da quimera da objetividade, alcançando os ideais de equilíbrio, pluralidade, abrangência temática e responsabilidade no trato da informação. Não é exatamente “uma escolha” do leitor crer ou não crer que o jornalismo narre a realidade, pois abrir mão dessa crença significa abrir mão de uma voz estruturada do real (BENETTI, 2007, p.38).

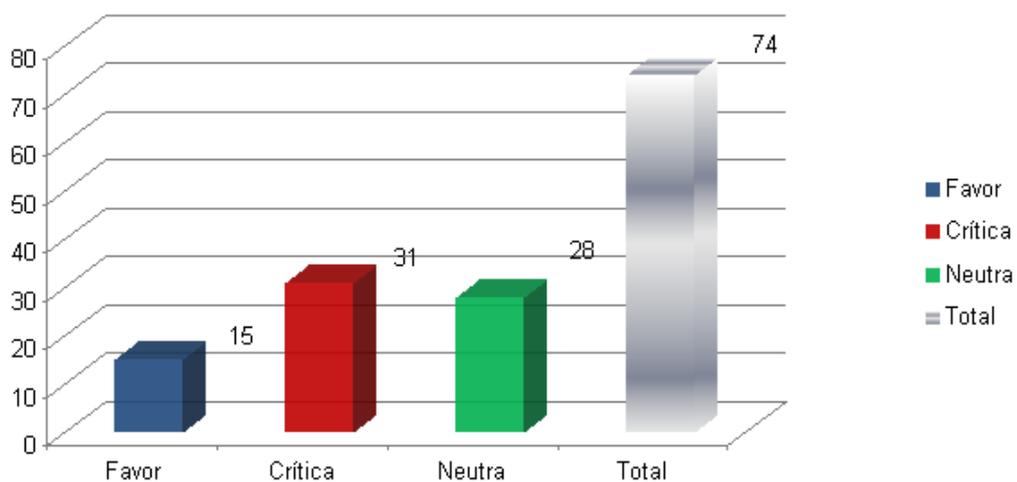
O autor deste trabalho acredita nessa relação, nessa necessidade de interatividade cultural, filosófica e de opinião entre o veículo e o leitor. Portanto, se, de fato, as cartas publicadas em Época atendem ao princípio da representatividade do que foi recebido, não há essa conexão entre os leitores e a revista. Explorando outra premissa, pode ser conjecturado que, mesmo Época tendo buscado uma linha editorial mais favorável ao governo, menos crítica, os escândalos foram tão fortes e profundos, os desmandos praticados pelo governo foram tão descarados e afetaram de tal maneira a população mais esclarecida (leitores de Veja e Época, portanto), que os leitores se mostraram mais indignados e críticos do que a própria revista.

## Gráfico de Colunas - Veja



Favor	19
Crítica	247
Neutra	46
Total	312

## Gráfico de Colunas - Época



Favor	15
Crítica	31
Neutra	28
Total	74

Qual o grau de independência dos colunistas de um veículo de comunicação? Sabe-se que, salvo situações em que o colunista seja uma grande estrela ou um *expert* em seu setor, ele terá que se submeter à linha editorial do veículo. Os grandes jornais americanos, por exemplo, que divulgam publicamente sua preferência, por um ou outro candidato às eleições majoritárias, envolvem todo seu corpo editorial nesse sentido. Não se conhece o grau de influência de Veja e Época para com seus colunistas. Se, ao contratar um novo colunista, por exemplo, ele é informado de que terá que seguir a linha *for or against*. O que se pode observar, nas duas publicações pesquisadas, é que há um franco alinhamento em Veja. Enquanto em Época, o alinhamento editorial não está tão definido.

Veja, no período pesquisado, publicou 312 colunas. Dessas, 6% foram a favor de Lula, seu governo, ministros, etc. Já as neutras foram apenas 14%. Ao passo que as críticas atingiram o patamar de 80% dos textos. Observe-se que o número de colunas com críticas é próximo do montante de páginas críticas. São 80% das colunas e 73% das páginas. Isso demonstra, mais uma vez, coerência e observância da linha editorial estabelecida. Frise-se, no campo deste trabalho, que o autor não discorda ou concorda com a linha editorial estabelecida pelo veículo. Mas entende que o fato da publicação ter um norte, seja ele qual for, é positivo.

A congruência editorial de Época é mais tênue. Mais uma vez, a revista parece expor uma posição ambígua no trato das questões do governo Lula. Se as páginas da publicação dividem-se, prioritariamente, entre críticas e favoráveis, sendo o percentual das primeiras de 48,9%, e das segundas de 35,6%, o mesmo não acontece na avaliação das colunas. Dentre os textos publicados pelos colunistas, 42% são críticos (um percentual próximo ao das páginas), as colunas favoráveis são de apenas 20%, elevando o volume de colunas neutras para 38%, quase o mesmo espaço ocupado pelas colunas críticas. Uma primeira análise (empírica, uma vez que não se tem acesso às regras editoriais da revista), leva o autor a supor que os colunistas têm maior liberdade para expressarem-se, de acordo com suas convicções, reduzindo assim o percentual de textos favoráveis ao governo.

Este trabalho, como foi avançado desde seu início, buscou total isenção em dois segmentos: no que se referia a definir o que eram críticas ou elogios ao Governo Lula; e no tratamento das duas publicações em igualdade de condições.

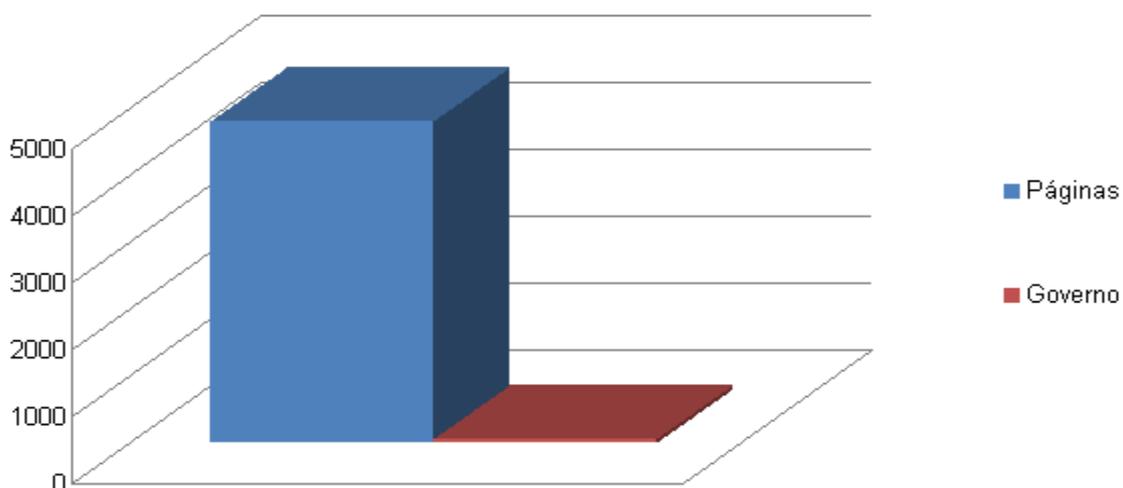
Findas as análises, veio a tona uma constatação que não pôde fugir aos olhos do autor: a discrepância de coerência entre as duas revistas. E isso deve ser dividido com o leitor. Observe-se que o fato de ser mais coerente não faz de uma melhor do que a outra. A observação diz respeito exclusivamente a coerência editorial.

Veja é francamente percebida, da primeira a última edição pesquisada como mais coerente que Época. Veja se assume como uma publicação crítica e destemida. Isso é perceptível do editorial às cartas de leitores que são publicadas. Das capas às matérias sobre política e opinião dos colunistas. Época, por sua vez, não demonstra essa coerência ou clareza em sua linha editorial. Esta nota, este matiz não poderia ser omitido ao leitor após a leitura crítica de mais de 10.000 páginas de textos e fotos.

Quando da preparação dos textos de revisão de conhecimentos, em duas oportunidades, o autor, falando da história, do momento econômico, das relações societárias e empresarias, dos grupos econômicos de ambas as revistas, ficou aventada a hipótese de Veja ter maior independência editorial, em relação ao governo, do que sua congênere, Época. Note-se que esses textos foram escritos muito antes de iniciar a análise de conteúdo. Na medida em que a análise evoluía, surgiu a hipótese de vincular certos comportamentos elogiosos (ou não-críticos, em outras situações) à mídia governamental. Sob essa hipótese, foram contabilizadas as páginas de anúncios da administração direta, indireta e empresas estatais.

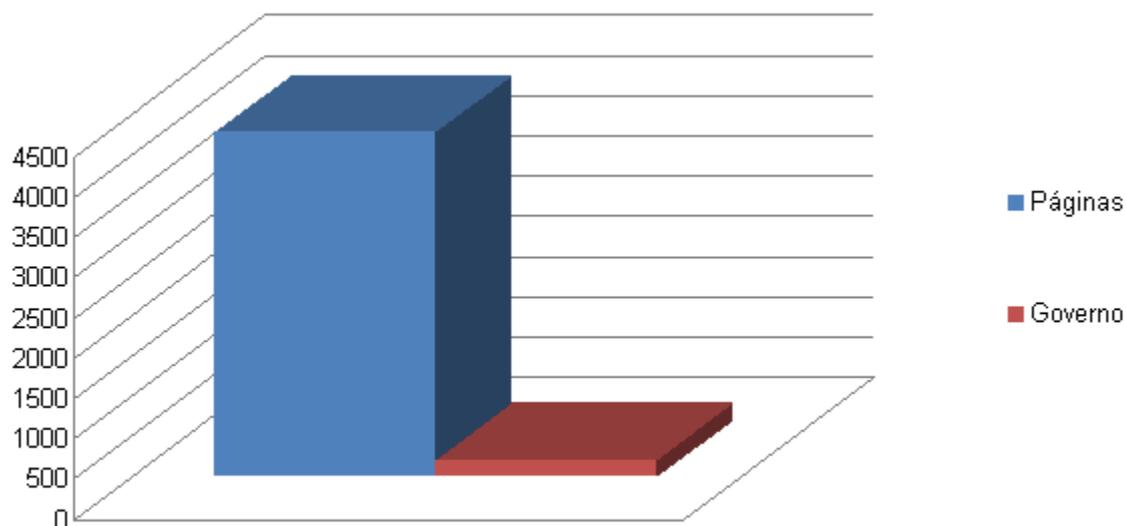
O resultado do levantamento pode ser observado nos gráficos que seguem:

### Gráfico de Volume Publicitário - Veja



Páginas	4834
Governo	69

### Gráfico de Volume Publicitário - Época



Páginas	4286
Governo	210,25

Esses quadros e esses dados são muito eloqüentes. O que levaria uma empresa estatal como Banco do Brasil ou Caixa Econômica Federal a investir em Época em detrimento de Veja. O autor deste trabalho afirma que não há nenhuma razão comercial, publicitária, econômica ou geográfica para privilegiar Época sobre Veja. Os números comprovam essa assertiva.

O escopo do trabalho não é o de fazer uma investigação do volume de verba e número de anúncios publicados em uma revista em detrimento da outra. No entanto, qualquer publicitário, se indagado sobre a tecnicidade do que foi aqui contestado, não poderia explicar a preferência por Época. Uma análise político-publicitária desses dados seria um tema para trabalhar no futuro.

A tiragem de Veja é 1.100.000 exemplares semanais. Época circula com 440.000 exemplares. (IVC, julho 2.006) (dados do momento da circulação das revistas pesquisadas.) O número de exemplares é importante, mas não é determinante no mundo da publicidade, pois o valor da página de anúncio pode ser desproporcional à circulação. Em razão disso, os profissionais de mídia, das agências, criaram uma fórmula chamada de CPM (Custo Por Mil). O que significa CPM? É o valor do custo de uma página de publicidade para atingir mil leitores (no caso das revistas). O custo de uma página de Veja é da ordem de R\$ 198.000,00. Uma página de Época custa R\$ 116.400,00. Como os dados examinados em separado são díspares, foi necessário criar esta fórmula de CPM. Assim, equacionados os dados de tiragem, em relação ao custo da página publicitária, o mercado chega ao custo equivalente para atingir mil leitores. E o CPM de Veja é de 44,9, enquanto o CPM de Época é de 52,8. Isso equivale dizer que Época é 18% mais cara do que Veja. Os dados de tiragem também correspondem ao período da pesquisa, quando Época imprimia os 440.000 exemplares mencionados acima. Caso o cálculo fosse feito com os dados do IVC de novembro de 2.007 (os mais atuais disponíveis no mercado), a tiragem cairia para 409.741 (IVC, dezembro, 2007), tornando a diferença pró-Veja ainda mais acentuada.

Os dados são claros. Ainda que Época ostente um custo 18% mais caro do que Veja, ela recebeu 210 páginas de publicidade no período pesquisado, enquanto Veja recebeu investimento publicitário do governo em apenas 69 páginas. Publicitariamente, objetivamente e comercialmente esses dados são muito difíceis de serem justificados.

Ainda no sentido corroborar a tese aqui estabelecida, o autor busca mais uma informação que reitere esse desvio publicitário. Em Veja, apenas 1,43% de suas páginas pesquisadas trouxeram publicidade governamental. Enquanto Época trouxe 4,90% de suas páginas com publicidade da administração direta e indireta federal.

Uma vez observadas as análises de ambas as publicações, é necessário confrontar o impacto das críticas e dos elogios junto à opinião pública. A questão posta no início do trabalho, sobre o poder de influência de uma mídia extremamente segmentada sobre a população em geral, será relacionada com pesquisas realizadas no período de análise de Veja e Época.

Do mesmo modo, as pesquisas editadas por CNI/IBOPE encontram-se em anexo para acompanhamento.

O período pesquisado, em razão das eleições (ou apesar das eleições, diriam outros), foi prolífico em más notícias. Os escândalos se sucederam, os ataques dos partidos de oposição contra o governo, e vice-versa, foram uma constante. A mídia acompanhou e registrou (de acordo com seu entendimento), cada um desses episódios. A mídia, e em especial as duas publicações em questão, influenciou a opinião pública na avaliação do governo? As pesquisas apontam que, mesmo com a cobertura de todos os escândalos, denúncias, queda de ministros, invasão de sigilo bancário de testemunhas contra ministro, etc. etc., enfrentados nesse período, a imagem do presidente Lula não foi afetada.

Enquanto a revista Veja trazia semanalmente uma média de 7,5 páginas e 7 colunas com conteúdo crítico contra a administração Lula; enquanto Época publicava, com menos vigor, como já foi visto, uma média de uma página e uma coluna todas as semanas, a aprovação do presidente pela opinião pública crescia. A intenção deste trabalho não é de fazer uma análise político-sociológica deste período do mandato de Lula. A intenção é exclusivamente buscar determinar se as duas principais revistas semanais, uma vez constatado seu teor de agendamento, influem, ou não, na opinião pública.

Os gráficos demonstram que, no período pesquisado, a avaliação do governo Lula, no quesito bom e ótimo, recebeu uma aprovação de 38 pontos em março; 44 em junho, 40 em julho e 49 em setembro. A nota média do governo do presidente Lula neste mesmo período cresceu de 6,0, em março de 2006, para 6,4, em junho, e 6,6, em setembro. O índice de confiança também foi positivo. O percentual daqueles que confiam no presidente sempre foi maior do que o percentual dos que não confiam. Em setembro, às vésperas das eleições, esse percentual de confiança batia na casa dos 58%, contra 38% dos que não confiavam.

Na comparação entre os governos FHC e Lula, este, sistematicamente teve uma melhor aprovação do que o presidente anterior. Em setembro, por exemplo, 61% dos brasileiros entendiam que o governo de Lula era melhor do que o governo de FHC.

O intuito não é fazer avaliação sócio-política dos resultados das pesquisas, como foi dito anteriormente, mas dados referentes à aprovação do governo em áreas de combate à pobreza são muito eloquentes. No quesito “combate à fome e à pobreza”, 67% dos brasileiros aprovavam o governo Lula, contra 30% que desaprovava, em setembro de 2006.

Os índices de aprovação do presidente Lula e de seu governo têm uma leve queda nas pesquisas tabuladas no mês de julho, quando caem de 44% (de bom e ótimo) para 40%. Esses índices voltam a subir em setembro, alcançando 49%. O saldo positivo da pesquisa (diferença entre o percentual bom/ótimo e o percentual ruim/péssimo) passa de 21 pontos para 36 pontos. Buscou-se estabelecer uma relação entre as matérias editadas nos dois períodos. O de menor aprovação e o de maior aprovação; julho e setembro. Não há nenhuma razão que possa ser atribuída aos noticiários de Veja e Época. No período de setembro já estava no ar a campanha política gratuita.

A leitura mais minuciosa das pesquisas leva, no entanto, a um entendimento mais apropriado da influência da mídia em questão – revistas semanais de informação. O público leitor de ambas as publicações é sabidamente de melhor poder aquisitivo e cultural. O mesmo público, que, se sabe, é melhor informado. Aquele que tem acesso a informação outra que não aquela exclusiva de televisão e de rádio. Por esta razão, a

aprovação do governo Lula entre brasileiros cujo grau de instrução é equivalente ou maior do que o curso superior, é de apenas 42%, quando a média nacional monta a 62% (dados de setembro/2006). A mesma inferência pode ser feita quando da análise das pesquisas sob o ponto de vista de classe social. As pessoas de classe social cuja renda é igual ou superior a 10 salários mínimos atribuiu apenas 39% de aprovação ao governo Lula, contra os mesmos 62% da população como um todo. Essas diferenças de índices de aprovação, versus índices de desaprovação, repetem-se em outros momentos das pesquisas.

O que representa essa distorção? Há uma conexão entre leitores de Veja e Época e montante de renda ou grau de instrução? Se os índices de opinião pública são mais negativos entre pessoas de melhor instrução e maior renda, isso significa que o acesso à informação de melhor qualidade pode influenciar a opinião pública?

A Teoria do Meio, de Joshua Meyrowitz, que vem a ser uma evolução das teorias de Erving Goffman e Marshall McLuhan, explica muito do fenômeno exposto nas pesquisas utilizadas nesse trabalho. McLuhan oferece uma explicação para a difusão de mudanças de comportamento social e de entendimento do mundo à volta dos indivíduos: as mudanças ocorridas na mídia. Quando a mídia era basicamente composta de jornais e revistas, o comportamento era um. O advento da televisão provocou uma transformação em todos os níveis. McLuhan acreditava que a interação com a mídia eletrônica alterava o “balanço sensorial” dos indivíduos. “Goffman oferece um fator que moldaria o comportamento: a *definição* da situação conforme ela é moldada pela interação particular de situações e públicos”. (MEYROWITZ, 1985, p. 4). No entanto, nem Goffman, nem McLuhan explicam perfeitamente como e porque a mídia eletrônica trouxe essa mudança no comportamento. A Teoria do Meio vem justamente tentar explicar o que Goffman e McLuhan falharam em esclarecer.

A teoria desenvolvida aqui sugere que essas re-estruturações de arenas sociais, assim como performances sociais, são no mínimo uma razão parcial para recentes movimentos sociais, incluindo o obscurecimento das concepções de infância e maturidade, a fusão de masculinidade e feminilidade e o apequenamento de heróis políticos ao nível de cidadãos comuns.

De forma bem simples, o argumento básico aqui é que muitas das diferenças percebidas entre pessoas de grupos sociais diferentes, diferentes estágios de sociedade e diferentes níveis de autoridade eram suportados pela divisão de pessoas em vários mundos com níveis de experiências diversas. A separação de pessoas em situações diferentes favorecia diferentes visões do mundo, permitia distinções mais agudas entre pessoas de comportamento *onstage* (no palco) e de pessoas de comportamento *backstage* (atrás do palco). Isso permitia às pessoas atuar de forma complementar e às vezes recíproca. Essas distinções de situação eram suportadas pela difusão da literatura e de materiais impressos, que tendiam a dividir as pessoas em diferentes mundos informacionais baseados nas diferentes habilidades de leitura e de seu treino e interesse e hábitos literários diversos. Essas distinções também eram suportadas pelo isolamento de pessoas distintas em locais distintos, que levam a diferentes identidades sociais baseadas em específicas e limitadas experiências que esses locais lhes proporcionavam. Ao trazer pessoas muito diferentes para o mesmo “lugar”, a mídia eletrônica embaralhou as diferenças formais de distintos papéis sociais. A mídia eletrônica não nos afetou, primariamente, pelo seu conteúdo, mas por mudar a nossa vida social dentro da *situação geográfica*.” (MEYROWITZ, 1985, p. 6).\*

A Teoria do Meio, de Meyrowitz, dentro do escopo deste trabalho, ajuda a entender a influência da televisão sobre a opinião pública; e, ao mesmo tempo, o apequenamento da importância de revistas como Veja e Época nesse contexto. O acesso à informação, no Brasil, é cada vez mais concretizada via meios eletrônicos, onde a televisão tem seu lugar de honra. O baixo nível cultural da população, agregado à facilidade de acesso à televisão, fazem dessa combinação um “lugar” onde o conhecimento é disseminado no nível mais raso possível e afeito ao interesse, ao agendamento das grandes redes. A pequena massa crítica, leitora das revistas semanais de informação, acaba por ser um aleijão cultural numa grande taba.

Os meios de comunicação não só mudam o nosso sentido de lugar como também criam novos ambientes sociais. Como poderíamos

---

\* Tradução do autor

definir o ambiente social criado pela televisão? Milhões de pessoas no Brasil dispensam parte de seu tempo acompanhando a programação televisiva para depois ter assuntos para discutir com amigos. (...) As características da televisão – que com som e imagem aproximam mais as figuras públicas e os artistas do telespectador – é o que tornou possível e comum esse tipo de veiculação (FERREIRA, 2007, p.58).

Ao mesmo tempo em que “tornou possível e comum esse tipo de veiculação”, a proximidade e facilidade do meio serviu para tornar mais raso o nível cultural e educacional. A televisão, por ser um meio onde o espectador é 100% passivo, não lhe é requerido nenhum esforço, o “prato lhe é servido pronto”, produz preguiça intelectual. O livro, a revista ou o jornal requerem maior esforço, mais atenção e, portanto, certo grau e capacidade intelectual. A televisão nada requer. E por isso ela tem o poder de penetração que tem. Reside aqui a razão da pouca influência das revistas Veja e Época sobre a opinião pública. Ambas as publicações atingem uma parcela influente, mas pequena da população brasileira.

Meyrowitz defende que um meio de comunicação é capaz de mudar nossas performances porque derruba as fronteiras físicas e espaciais e cria novas situações que demandam novos comportamentos. Utilizando um meio podemos conhecer melhor o comportamento e ações de nossos próprios grupos e dos outros. Sendo os meios de comunicação os responsáveis pelo acesso ao conhecimento eles têm uma relação direta com os modelos de inclusão e exclusão, que definem as situações sociais. Os grupos sociais são formados geralmente pelo conhecimento em comum entre os membros dos grupos (FERREIRA, 2007, p. 61).

A necessidade de pertencer a um determinado grupo, como disse Noelle-Neumann, essa sensação de pertencimento, associado à interação comportamental dentro de um grupo e o conhecimento em comum dos membros desse grupo, faz de uma população, como a brasileira, um campo aberto para a “cultura” televisiva. Esse imenso grupo, privado de cultura formal, de acesso a melhores fontes de informação, acaba por ser o grande vetor das pesquisas de opinião pública.

Iyengar e Kinder não discutem *framing* explicitamente no seu livro *News that Matters*. Eles focam na forma como as notícias de televisão afetam a agenda política do público, e como a agenda política agenda o modo como os presidentes são avaliados. No entanto, seus experimentos e suas estatística de análise paralela de pesquisas de opinião pública e noticiários televisivos oferecem fortes evidências da forma como se dão esses efeitos, isto é, *framing* na política. (POPKIN, 1994, p. 84).

Os estudos de Shanto Iyengar e Donald Kinder, que ilustram o trabalho de Popkin trazem resultados significativos sobre o fato de que a televisão, seu agendamento e seu enquadramento influenciam na percepção do público sobre assuntos políticos. E como esse agendamento do noticiário de televisão influencia, também na agenda política dos presidentes. Os autores também fizeram pesquisas tabulando, mês a mês, tanto o público quanto os noticiários de televisão em quatro assuntos importantes para a vida dos americanos: energia, preço da gasolina, inflação e desemprego. Em paralelo, eles estudaram o número de discursos proferidos pelo presidente sobre esses assuntos durante o mesmo período de tempo. “Ambos os experimentos, e suas análise através do tempo, demonstraram que tanto os noticiários de televisão, como os discursos presidenciais mudaram a agenda dos eleitores” (POPKIN, 1994, p.85).

As pesquisas de Rubin, em conjunto com aquelas realizadas por Iyengar e Kinder, sobre os efeitos da televisão, levaram para uma conclusão diferente sobre o papel da televisão do que aquele das expectativas dos primeiros tempos de televisão. (...) Esta antiga pesquisa, no entanto, esqueceu o mais importante efeito da televisão. O maior impacto da televisão vem, não de enfatizar ou minorar determinadas características da personalidade, mas do foco sobre o indivíduo político, às expensas do partido ou das instituições (POPKIN, 1994, p.90,91).

Essa pesquisa conduzida por Alan Rubin e referida no trabalho de Samuel Popkin ajuda ao leitor entender o porquê do presidente Lula ter passado incólume pelas crises enfrentadas durante esse período de março a novembro de 2.006. Enquanto tudo ruía à volta do presidente, ele, sabiamente, ia descartando ministros, rechaçando

relações e até se afastando do seu próprio partido. Em outras palavras: ele entregava todos aos leões para se preservar. O resultado era o crescimento de seu prestígio nas pesquisas. De que forma? Enquanto a mídia, principalmente escrita, criticava, ele, Lula, discursava sobre o Bolsa Família nos estados do Nordeste.

O agendamento crítico encontrado em maior escala em Veja, e o agendamento cuidadoso de Época (sem deixar de veicular uma parcela de textos, fotos e colunas críticas), são uma gota num oceano, no que se refere à influência sobre a opinião pública.

A televisão está mudando a política. A primeira transformação engloba a segunda. Porém, é a videopolítica a que melhor representa, neste momento, o videopoder, a força que nos está modelando. E por isso mantereí que a videopolítica transforma a política no mais amplo contexto de um videopoder que está transformando em homo ocular o homo sapiens produto da cultura escrita (LIMA, 2004, p.191).

O Brasil, como um país *media-centered*, cada vez mais se transforma num país refém da baixa escolaridade, do baixo nível cultural e de precários meios, por parte da população, de entendimento e compreensão do que significam política de qualidade, e homens públicos de alta casta. Enfim, predicados que a televisão não vai ajudar a formar. E publicações como Veja e Época, ao que parece, pouco poderão influenciar, até porque, também divergem entre elas.

Publicações da classe de Veja e Época tem o mérito de interagir com a pequena parcela de brasileiros de melhor escolaridade e de melhor nível econômico. Mas seu poder de influenciar é limitado. Talvez, se as duas publicações, aliadas a Isto É, por exemplo, tivessem o mesmo padrão crítico consistente, seu poder de pressão seria maior. O resultado desse esforço concentrado, no sentido de esclarecimento da população, é uma mera conjectura, uma vez que não há coesão entre as publicações. Portanto, o quanto isso influenciaria ou determinaria um resultado diverso no processo eleitoral não passa de especulação. É possível, a partir da força crítica de Veja, seguida em menor escala por Época, supor que o fato de as eleições terem alcançado um segundo turno foi obra de matérias críticas e esclarecedoras desses e de outros veículos.

Mas infelizmente isso não passa de conjectura, uma vez que não há fórmula capaz de prova-la. A força dos programas sociais do governo, aliada ao poder de alcance da televisão, levaram legiões de eleitores a reafirmar seu apoio ao governo Lula. O fator Bolsa-Família, por exemplo, é facilmente identificável junto ao eleitorado de menor poder aquisitivo, no Nordeste. Porém, trazer esses dados para dentro da análise seria conduzir o trabalho noutra direção.

Restam uma certeza, e um questionamento: o poder e a relevância das mídias eletrônicas, e a abrangência dessas entre o grande eleitorado de baixa-renda e de baixa escolaridade, continuará a definir muitas eleições no Brasil. A questão que permanece é o quanto revistas como Veja e Época (em menor escala), influíram, influem e poderão influir no futuro para que a população tenha chances de pesar e cotar críticas e elogios aos governos antes de optarem por um candidato ou por outro.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves et alli. Mídia e política no Brasil. Rio de Janeiro, FGV, 2003.

ALDÉ, Alessandra. A construção da política. Rio de Janeiro, FGV, 2004.

ARENDT, Hanna. Origem do totalitarismo. São Paulo, Cia. Das Letras, 2000.

BALANDIER, Georges. O poder em cena. Coimbra, Minerva, 1999.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa, Edições 70, 2006.

BARTHES, Roland. Aula. São Paulo, Cultrix, 1997.

BERRIO, Jordi. Teoria social de la persuasión. Barcelona, Mitre, 1983.

BENETTI, Márcia. “A ironia como estratégia discursiva de Veja”. São Paulo, Líbero, Ano X, número 20, dezembro, 2007.

BURKE, Peter. A fabricação do rei. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1994.

BUTCHART, Garnet. “On ethics and documentary.” Boston, Communication Theory. Volume 16, número 4, novembro, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso político. São Paulo, Contexto, 2006.

CHONG, Dennis et alli. “A theory of framing and opinion formation in competitive elite environments.” Boston, Journal of communication. Volume 57, número 1, março, 2007.

COLLING, Leandro. “*Agenda-setting e framing*: Reafirmando os efeitos limitados”. In: Revista FAMECOS. Porto Alegre. Edipucrs, número 14, 2001.

- DÉBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro, Contraponto, 2005.
- DUARTE et BARROS. Métodos e técnicas de Pesquisa em comunicação. São Paulo, Atlas, 2006.
- EDDY, Jill et alli. “Wanted, dead or alive.” Boston, Journal of communication. Volume 57, número 1, março, 2007.
- ESTEVES, Ana (Org.). Mídia 360°. Porto Alegre, DCS, 2007.
- ESTEVES, João Pissara. Espaço público e democracia. São Leopoldo, Unisinos, 2003.
- FERREIRA, Giovandro (Org.). Teorias da comunicação. Salvador, EFUBRA, 2007.
- FIGUEIREDO, Rubens. Marketing político e persuasão eleitoral. Rio de Janeiro, Fundação Konrad Adenauer, 2000.
- FERRY, Jean-Marc et alli. El nuevo espacio publico. Barcelona, Gedisa, 1998.
- FREUD, Sigmund – Psicologia das massas e análise do eu, in Obras Completas, Madrid, Nueva, 1974.
- GOFFMAN, Erwing. Desbravador do cotidiano. Porto Alegre, Tomo Editorial, 2004.
- GOMES, Neusa D. Formas persuasivas de comunicação política. Porto Alegre, Edipucrs, 2004.
- GOMES, Wilson. Transformações da política na era da comunicação de massa. São Paulo, Paulus, 2004.
- GOMIS, Lorenzo. Teoria del periodismo. Barcelona, Paidós, 1997.
- GORP, Baldwin van. “The constructionist approach to framing.” Boston, Journal of communication. Volume 57, número 1, março, 2007.

HABERMAS, Jürgen – Mudança estrutural da esfera pública, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1984.

HOHLFELDT, Antônio. “Os estudos sobre a hipótese do agendamento”. In Revista FAMECOS. Porto Alegre. EDIPUCRS, número 7,1977.

HOHLFELDT, Antônio et alli. Teorias da Comunicação. Petrópolis, Vozes, 2001.

HWANG, Hyunseo et alli. “Aplying a cognitive-processing model to presidential debate effects.” Boston, Journal of communication. Volume 57, número 1, março, 2007.

ITEN, Marco. KOBAYASHI, Sérgio. Eleição – Vença a sua. Cotia, Ateliê, 2.002.

KRIPPENDORFF, Klaus. Content Analysis. Newbury Park, Sage, 1980.

LIMA, Venício A. de. Mídia: Teoria e política. São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 2004.

LIND, Rebecca et alli. “The framing of feminists and feminism in news and public affairs programs in U.S. electronic media.” Boston, Journal of communication. Volume 52, número 1, março, 2002.

LIPPMANN, Walter. Public opinion. Mineola, Dover, 2004.

LITTLEJOHN, Stephen. Fundamentos teóricos da comunicação humana. Rio de Janeiro, Zahar, 1982.

LOCKE, John – Segundo tratado sobre o governo e ensaio acerca do entendimento humano. São Paulo, Abril Cultural, 1973.

MARCONI, Paolo. A censura política na imprensa brasileira. São Paulo, Global, 1980.

McCOMBS, Maxwell. “The agenda-setting role of the mass media in the shapping of public opinion”. Austin, University of Texas, 1973.

McCOMBS, Maxwell et SHAW, Donald. “The evolution of agenda setting research: twenty-five years in the marketplace of ideas”. Journal of Communication. Oxford, Spring, 1993.

McCOMBS, Maxwell et SHAW, Donald. “The agenda-setting function of mass media”. Oxford, Public Opinion Quarterly, Vol. 36, número 2, Summer 1972.

MELLO, José Guimarães. Dicionário multi mídia. São Paulo, Arte e ciência, 2003.

MEYROWITZ, Joshua. No sense of place. New York, Oxford University, 1985.

MONZON, Cándido. Opinión pública, comunicación y política. Madrid, Tecnos, 2000.

MOUCHON, Jean. Política y medios. Barcelona, Gedisa, 1999.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. Jornalismo em revistas no Brasil. São Paulo, Annablume, 2002.

NOELLE- NEUMANN, Elisabeth. Les sondages d’opinion. Paris, Minuit, 1966.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. The spiral of silence. Chicago, The University of Chicago, 1993.

ORTEGA y GASSET, José. A rebelião das massas, São Paulo, Martins Fontes, 1969.

O’SULLIVAN, Tim et alli. Conceitos-chave em estudos de comunicação e cultura. Piracicaba, UNIMEP, 2001.

PENA, Felipe. Teoria do Jornalismo. São Paulo, Contexto, 2005.

PLATÃO. Os pensadores. São Paulo, Abril Cultural, 1972.

POPKIN, Samuel L. The Reasoning Voter. Chicago, The University of Chicago, 1994.

QUINODOZ, Jean-Michel. Ler Freud. Porto Alegre, Artmed, 2007.

RAMOS, Roberto José. Telejornalismo: a pacificação do sentido. São Leopoldo, Verso e reverso, p.1-7,2005.

REARDON, Kathleen. La persuasión en la comunicación. Barcelona, Paidós, 1981.

REESE, Stephen. “The framing project.” Boston, Journal of communication. Volume 57, número 1, março, 2007.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Dicionário breve da informação e da comunicação. Lisboa, Presença, 2000.

ROIZ, Miguel. La sociedad persuasora. Barcelona, Paidós, 2002.

ROIZ, Miguel. Técnicas modernas de persuasión. Madrid, Pirámide, 1996.

SAUSSEZ, Thierry. Nous sommes ici par la volonté des médias. Paris, Robert Laffont, 1990.

SCHEAFER, Tamir. “How to evaluate it.” Boston, Journal of communication. Volume 57, número 1, março, 2007.

SCHEUFELE, Dietram. “Framing, agenda setting and priming.” Boston, Journal of communication. Volume 57, número 1, março, 2007.

SCHLESINGER, Philip. “Nación y espacio comunicativo”. In La comunicación política. Barcelona, Gedisa, 2002.

SCHWARTZENBERG, Roger Gerad. L'état spectacle. Paris, Flammarion, 1977.

SHAKESPEARE, William. O mercador de Veneza. Rio de Janeiro, Ediouro, 2.005.

SILVEIRA, Flavio (Org). “Democracia, mídia e cultura política” In Civitas – Revista de Ciências Sociais. Porto Alegre, EDIPUCRS, Dez 2002, Vol. 2, Nº 2.

STUART MILL, John – Sobre a liberdade. Petrópolis, Vozes, 1991.

TARDE, Gabriel – A opinião e as massas. São Paulo, Martins Fontes, 1992.

THOMPSON, John B. – Ideologia e cultura moderna. Petrópolis, Vozes, 1995.

THOMPSON, John B. – O escândalo político. Petrópolis, Vozes, 2002.

TOCQUEVILLE, Aléxis de – A democracia na América. São Paulo, Abril Cultural, 1973.

TRAQUINA, Nelson (Org). Jornalismo: questões, teorias e estórias. Lisboa, Vega, 1993.

WAINER, Samuel. Minha razão de viver. Rio de Janeiro, Record, 1987.

WEAVER, David. “Thoughts on agenda setting, framing and priming.” Boston, Journal of communication. Volume 57, número 1, março, 2007.

WEILL, Georges. El periodico. Cidade do México, UTEHA, 1962.

WEBER, Max. Ensaio de sociologia. Rio de Janeiro, Zahar, 1982.

WIMMER, Roger D. – Mass media research. An introduction. Belmont, Wadsworth, 1987.

ZHOU, Yuqiong et alli. “Parsing framing process.” Boston, Journal of communication. Volume 57, número 1, março, 2007.

YOUNG, Paul. The nature of information. New York, Praeger, 1987.

## Revistas Veja

Relação dos exemplares pesquisados:

Edição 1946, 08/03/06

Edição 1947, 15/03/06

Edição 1948, 22/03/06

Edição 1949, 29/03/06

Edição 1950, 05/04/03

Edição 1951, 12/04/06

Edição 1952, 19/04/06

Edição 1953, 26/04/06

Edição 1954, 03/05/06

Edição 1955, 10/05/06

Edição 1956, 17/05/06

Edição 1957, 24/05/06

Edição 1958, 31/05/06

Edição 1959, 07/06/06

Edição 1960, 14/06/06

Edição 1961, 21/06/06

Edição 1962, 28/06/06

Edição 1963, 05/07/06

Edição 1964, 12/07/06

Edição 1965, 19/07/06

Edição 1966, 26/07/06

Edição 1967, 02/08/06

Edição 1968, 09/08/06

Edição 1969, 16/08/06

Edição 1970, 23/08/06

Edição 1971, 30/08/06

Edição 1972, 06/09/06

Edição 1973, 13/09/06

Edição 1974, 20/09/06

Edição 1975, 27/09/06

Edição 1976, 04/10/06  
Edição 1977, 11/10/06  
Edição 1978, 18/10/06  
Edição 1979, 25/10/06  
Edição 1980, 01/11/06  
Edição 1981, 08/11/06

### Revistas Época

#### Relação dos exemplares pesquisados

Edição 407, 06/03/06  
Edição 408, 13/03/06  
Edição 409, 20/03/06  
Edição 410, 27/03/06  
Edição 411, 03/04/06  
Edição 412, 10/04/06  
Edição 413, 17/04/06  
Edição 414, 24/04/06  
Edição 415, 01/05/06  
Edição 416, 08/05/06  
Edição 417, 15/05/06  
Edição 418, 22/05/06  
Edição 419, 29/05/06  
Edição 420, 05/06/06  
Edição 421, 12/06/06  
Edição 422, 19/06/06  
Edição 423, 26/06/06  
Edição 424, 03/07/06  
Edição 425, 10/07/06  
Edição 426, 17/07/06  
Edição 427, 24/07/06  
Edição 428, 31/07/06  
Edição 429, 07/08/06  
Edição 430, 14/08/06  
Edição 431, 21/08/06

Edição 432, 28/08/06

Edição 433, 04/09/06

Edição 434, 11/09/06

Edição 435, 18/09/06

Edição 436, 25/09/06

Edição 437, 02/10/06

Edição 438, 09/10/06

Edição 439, 16/10/06

Edição 440, 23/10/06

Edição 441, 30/10/06

Edição 442, 06/11/06

Anexos:

Pesquisas:

Pesquisa CNI-IBOPE, Brasília, DF. Título CNI/IBOPE, Março de 2.006

Pesquisa CNI-IBOPE, Brasília, DF. Título CNI/IBOPE, Junho de 2.006

Pesquisa CNI-IBOPE, Brasília, DF. Título CNI/IBOPE, Setembro de 2.006