



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

**LULA SOB AS PÁGINAS DA *VEJA*: UMA ANÁLISE DE ENQUADRAMENTO DO
PRESIDENTE NO PERÍODO DO MENSALÃO**

RAPHAEL PATI FONTES E SILVA

Brasília
2025



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

**LULA SOB AS PÁGINAS DA *VEJA*: UMA ANÁLISE DE ENQUADRAMENTO DO
PRESIDENTE NO PERÍODO DO MENSALÃO**

RAPHAEL PATI FONTES E SILVA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Departamento de Jornalismo da Universidade de
Brasília como requisito parcial para obtenção de
diploma no curso de Jornalismo, sob orientação
da Prof.^a Dr.^a Ana Gabriela Guerreiro.

Brasília
2025

RAPHAEL PATI FONTES E SILVA

**LULA SOB AS PÁGINAS DA *VEJA*: UMA ANÁLISE DE ENQUADRAMENTO DO
PRESIDENTE NO PERÍODO DO MENSALÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Departamento de Jornalismo da Universidade de
Brasília como requisito parcial para obtenção de
diploma no curso de Jornalismo, sob orientação
da Prof.^a Dr.^a Ana Gabriela Guerreiro.

Banca examinadora

Prof.^a Dr.^a Ana Gabriela Guerreiro Viola da Silveira Leite
Universidade de Brasília
Orientadora

Prof.^a Dr.^a Ana Carolina Kalume Maranhão
Universidade de Brasília
Membro

Prof.^a Dr.^a Liziane Soares Guazina
Universidade de Brasília
Membro

Prof. Dr. Solano dos Santos Nascimento
Universidade de Brasília
Suplente

A Deus e a todos os meus familiares e amigos, que sempre me fizeram acreditar. De maneira especial, a José Paulo Pati – meu avô – (*in memorian*), colecionador e contador de histórias, que me ensinou a importância de ser sempre grande, em todos os sentidos.

RESUMO

O trabalho tem como objetivo analisar o enquadramento do presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva pela revista *Veja* no contexto do estopim da crise político-financeira do Mensalão, no ano de 2005. Foram analisadas 12 (doze) reportagens no período entre maio e novembro de 2005, escolhidas pelo critério de centralidade da figura de Lula como um dos personagens principais do esquema de compra de votos. Por meio da análise, foram identificados os enquadramentos mais frequentes ao longo da cobertura, com base no método proposto por Porto (2004). A pesquisa parte da premissa que indica um aumento na frequência de enquadres negativos a respeito da figura de Lula ao longo das edições de *Veja*, com incidência maior de referências a termos como “corrupção”, “crise” e “*impeachment*”.

Palavras-chave: Lula, Mensalão, Veja, política brasileira, escândalo

ABSTRACT

The research aims to analyze the framing of President Luiz Inácio Lula da Silva by *Veja* magazine in the context of the outbreak of the political-financial crisis known as Mensalão in 2005. Twelve (12) reports published between May and November 2005 were analyzed, selected based on the centrality of Lula's figure as one of the main characters in the vote-buying scheme. Through the analysis, the most frequent frames throughout the coverage were identified, based on the method proposed by Porto (2004). The research is based on the premise that there was an increase in the frequency of negative framings of Lula in *Veja*'s editions, with a higher incidence of references to terms such as "*corruption*," "*crisis*," and "*impeachment*."

Keywords: Lula, Mensalão, Veja, brazilian politics, scandal

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Primeira edição da revista <i>Veja</i> (1968).....	18
FIGURA 2 – Propaganda eleitoral de Lula na campanha à presidência em 1989 (à esquerda) e em 2002 (à direita): do “sapo barbudo” ao “Lulinha Paz e Amor”	20
FIGURA 3 - “O homem-chave do PTB” (capa), publicada em 18 de maio de 2005, na edição 1.905 da <i>Veja</i>	23
FIGURA 4 - Roberto Jefferson mostra edição da <i>Veja</i> que revela esquema de corrupção nos Correios, em sessão na Câmara dos Deputados.....	34
FIGURA 5 – “A maior crise de Lula”, publicada em 25 de maio de 2005, na edição 1.906 da <i>Veja</i>	35
FIGURA 6 – “A maioria acha que ele sabia”, publicada em 13 de junho de 2005, na edição 1.913 da <i>Veja</i>	39
FIGURA 7 – Capas da revista <i>Veja</i> durante o Mensalão que retratam o presidente Lula como personagem principal.....	43
FIGURA 8 – “A pátria mandou recado”, publicada em 14 de setembro de 2005, na edição 1.922 da <i>Veja</i>	44
FIGURA 9 – “Da utopia ao caos”, publicada em 14 de setembro de 2005, na edição 1.922 da <i>Veja</i>	45
FIGURA 10 – “Saga dos alvos mutantes”, publicada em 12 de outubro de 2005, na edição 1.926 da <i>Veja</i>	48
FIGURA 11 – “Campanha de Lula recebeu dinheiro de Cuba” (capa), publicada em 2 de novembro de 2005, na edição 1.929 da <i>Veja</i>	52
FIGURA 12 – Material gráfico utilizado na matéria “O PT assombra o Planalto”, publicada em 29 de junho de 2005, na edição 1.909 da <i>Veja</i>	54
FIGURA 13 – Material gráfico utilizado na matéria “As cores da crise”, publicada em 10 de agosto de 2005, na edição 1.917 da <i>Veja</i>	55
FIGURA 14 – Material de campanha utilizado por Fernando Collor de Mello em 1989.....	56
FIGURA 15 – Material gráfico utilizado na matéria “Duda: a verdade que arrasa”, publicada em 17 de agosto de 2005, na edição 1.918 da <i>Veja</i>	58

LISTA DE GRÁFICOS

QUADRO 1 – Lista de matérias analisadas da <i>Veja</i>	36
GRÁFICO 1 – Enquadramentos em manchetes e kickers.....	41
GRÁFICO 2 – Enquadramentos em subtítulos.....	42
GRÁFICO 3 – Enquadramentos em fotografias.....	46
GRÁFICO 4 – Enquadramentos em <i>leads</i>	49
GRÁFICO 5 – Enquadramentos em seleção de fontes e citações.....	53
GRÁFICO 6 – Frequência do termo “ <i>impeachment</i> ” nas matérias analisadas.....	57
GRÁFICO 7 – Enquadramentos em estatísticas, gráficos e tabelas.....	59

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	7
LISTA DE GRÁFICOS	8
1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Contextualização	11
1.2 A José Paulo Pati	12
2 DO SURGIMENTO DAS REVISTAS NO BRASIL AO GOVERNO LULA	14
2.1 Nascimento e consolidação das revistas no mercado editorial brasileiro	16
2.2 Lula: do sindicalismo à presidência da República	20
2.3 Uma ‘bomba’ no Planalto	23
2.4 Escândalos políticos: discussões e abordagens	26
3 DEFINIÇÕES DE ENQUADRAMENTO COMO MODELO DE ANÁLISE NOTICIOSA	29
4 LULA E O <i>MENSALÃO</i> NA REVISTA VEJA: UMA ANÁLISE DE ENQUADRAMENTO	34
4.1 Manchetes e subtítulos	38
4.2 Fotografias e legendas	42
4.3 <i>Leads</i>	46
4.4 Seleção de fontes e citações	49
4.5 Estatísticas, gráficos e tabelas	53
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65

1. INTRODUÇÃO

No dia 4 de janeiro de 2003, chega às bancas de jornais de todo o país a edição 1784 da revista *Veja* com a foto do então presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva no dia de sua posse na Presidência da República Federativa do Brasil, desfilando no *Rolls Royce* presidencial, ao lado da então esposa Marisa Letícia, sob aplausos de uma multidão que testemunhou o evento na Esplanada dos Ministérios e na Praça dos Três Poderes, em Brasília. Começava um novo capítulo na história da política brasileira, ao mesmo tempo em que os milhares de apoiadores do novo mandatário da nação se enchiam de esperança com o início de um governo que prometia acabar com a velha política e com os escândalos de corrupção presentes na história recente do Brasil.

O episódio foi retratado por *Veja* pela manchete “Lula-de-mel” – um jogo de palavras para indicar que a popularidade de Lula com os eleitores brasileiros nunca esteve tão em alta e a população depositava confiança na figura do ex-líder sindical e metalúrgico para comandar os rumos do país. Apesar do enfoque, os editores da revista fizeram questão de incluir um subtítulo na capa, que já indicava qual deveria ser a postura do veículo nos meses subsequentes: “A partir de agora, começa a cobrança”.

Para chegar ao poder, Lula deixou de lado convicções que antes permeavam o seu discurso político, mas que eram consideradas “radicais demais” para o eleitor médio brasileiro, de maioria conservadora. Vianna (2006) argumenta que, na campanha do petista em 2002, foram abandonados os temas clássicos da esquerda e a busca pelo centro político passou a ditar o discurso do candidato que vencera as eleições daquele ano. Carreirão (2004) explica que a campanha de Lula conseguiu “neutralizar eficientemente” dois aspectos centrais da rejeição ao candidato em outras eleições: “de um lado, o ‘radicalismo’ de Lula e do PT; de outro, o ‘despreparo’ de Lula para governar” (pg. 183).

A sinalização clara de moderação por parte do PT e de Lula – coligação com o Partido Liberal; a escolha de um grande empresário para candidato a vice-Presidente; a *Carta ao povo brasileiro*, assumindo compromisso com a manutenção dos contratos, metas de inflação e superávit primário – contribuiu para reduzir o medo de certas camadas em relação ao “radicalismo” petista e de Lula.” (CARREIRÃO, 2004, p. 183-184)

Cardia (2008) argumenta que a coligação que elegeu Lula, além de opositores que foram cooptados logo no início do primeiro governo, deram um poder ao presidente como não se via há muito tempo. “Isso lhe permitiria fazer todas as reformas que quisesse, tais como a previdenciária, a tributária e a eleitoral” (pg. 100). O autor ainda cita a “incompetência” dos dois principais partidos de oposição na época, o PFL e o PSDB, como um dos fatores que facilitariam a “carta branca” que se mostrava necessária para realizar as transformações estruturais que eram necessárias naquele momento, apesar de isso não ter se concretizado (CARDIA, 2008).

1.1 - Contextualização

De 2003 a 2005, um grupo de membros e aliados do governo federal praticou um esquema de compra de votos que ficou conhecido posteriormente como “*Mensalão*”. Neste contexto, partidos da base aliada de Lula, como o PTB, o PP e o PL, que integravam o governo petista mais por conveniência do que, propriamente, por questões ideológicas, estiveram envolvidos nessa “troca de favores” que tinha o então ministro da Casa Civil José Dirceu como chefe do esquema. Delúbio Soares, tesoureiro do PT, era quem liberava o pagamento dos “mensaleiros” e o publicitário Marcos Valério, dono de agências que possuíam contratos com órgãos do governo e que foi condenado como o “operador” do esquema, também foi um dos envolvidos na organização criminosa.

Apesar de não ter sido apontado o envolvimento direto do então presidente da República como participante ativo das negociações ilegais, o que explica não ter sido condenado durante o julgamento da Ação Penal 470, no Supremo Tribunal Federal (STF), Lula era retratado constantemente pela mídia como alguém que estaria omitindo informações e fingindo ignorância diante dos atos de membros do alto escalão do governo. No caso da *Veja*, a menção ao presidente da República parecia sempre vir à tona, seja por meio de capas sugestivas com a imagem do mandatário, ou por textos, artigos e editoriais que faziam o leitor se indagar se Lula seria realmente culpado por omissão ou envolvimento em um escândalo que ganhara proporções significativas.

A origem do termo “escândalo” tem raízes indo-germânicas na palavra *skand*, que significa “pular” ou “saltar”. Em uma definição prática, Thompson (2002) sugere que o termo remete a “ações ou acontecimentos que implicam certos tipos de transgressões que se tornam conhecidos de outros e que são suficientemente sérios para provocar uma resposta pública” (pg. 40). Apesar de serem tratados frequentemente juntos, escândalo e corrupção possuem

duas naturezas distintas e ambos podem existir sem depender um do outro, como explica o pesquisador.

A história dos escândalos político-financeiros não coincide com a história do suborno e da corrupção porque a ocorrência de escândalos político-financeiros pressupõe condições sociais e culturais específicas. Um escândalo político-financeiro somente irá ocorrer se as infrações a ele referentes forem publicamente reveladas e somente se elas forem consideradas em um contexto específico como suficientemente sérias para provocar uma resposta pública de desaprovação. (THOMPSON, 2002, p. 198)

No caso do *Mensalão*, é possível afirmar que a mídia contribuiu significativamente para dar visibilidade ao escândalo. Neste sentido, *Veja* foi um dos principais meios de comunicação do país a tratar minuciosamente o passo-a-passo das denúncias que surgiram a partir de maio de 2005, que levaram a revista a enfatizar a cobertura de fiscalização e cobrança das ações dos governantes, atendendo aos interesses sociais e democráticos. Apesar disso, a mesma revista foi acusada de ser tendenciosa para a oposição, no sentido de até ser um auxílio para os concorrentes na disputa contra o presidente em 2006, quando ele acabou eleito para um segundo mandato.

Diante deste cenário, o presente estudo visa analisar um conjunto de matérias publicadas pela *Veja* durante o início da crise do *Mensalão*, mais especificamente entre os meses de maio e novembro de 2005, com base nos conceitos e no método proposto por Mauro Porto (2004) no artigo *Enquadramentos da mídia e política*¹. A premissa é avaliar se, de que maneira, os enquadramentos negativos foram evoluindo após a cobertura inicial do escândalo, nos primeiros meses após as denúncias do então deputado Roberto Jefferson. Com vista disso, foram utilizados métodos quantitativos e qualitativos para chegar ao resultado final desta pesquisa.

1.2 - A José Paulo Pati (1938-2020)

Além disso, este trabalho é uma homenagem a José Paulo Pati, professor de Química e formado em Medicina Veterinária, Direito e Teologia. Apaixonado pelos estudos e pelos mistérios da vida, esse personagem que não é famoso, tampouco conhecido como um grande

¹ Disponível em:
<https://comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2018/03/RUBIM-org-Comunicacao-e-politica-conceitos-e-abordagens-1.pdf>

nome da história literária brasileira, foi extremamente importante para que esta pesquisa se iniciasse e tomasse forma tal como publicada. Nascido em São Paulo, no ano de 1938, ainda sob o regime do Estado Novo (1937-1945), período de maior repressão do governo de Getúlio Vargas, Paulo Pati cresceu em meio ao alvorecer das principais revistas de informação e entretenimento do Brasil, que serão mencionadas nos próximos capítulos.

Em meio ao contexto de pós-guerra e avanço das tecnologias de comunicação, como o surgimento da televisão no país, em 1950, esse jovem paulistano fez parte de um grupo de estudantes universitários que valorizavam o interesse pela leitura e pela pesquisa. No final da década de 1960, já como professor, Paulo Pati inaugurou uma de suas principais coleções, que durou até os últimos dias de sua vida. Com o lançamento da revista *Veja*, em 1968, ele adquiriu o primeiro volume da publicação e seguiu esse ritmo, ao conseguir praticamente todas as edições posteriores durante muitos anos.

Com todo cuidado e zelo pelas revistas impressas, decidiu encapar todas as edições da revista durante mais de quarenta anos. O amor pela informação e pelo valor histórico que detinha foi transmitido através das gerações e possibilitou que, muitos anos após decidir iniciar uma coleção, seu neto utilizasse uma pequena parte do vasto acervo conservado para o trabalho final no curso de Jornalismo pela Universidade de Brasília (UnB). José Paulo Pati faleceu no dia 9 de junho de 2020, mas seu legado se mantém neste trabalho e nas mentes e corações de toda a sua família e de quantos os conheceram ao longo da vida.

2. DO SURGIMENTO DAS REVISTAS NO BRASIL AO GOVERNO LULA

O escândalo do *Mensalão* é um dos episódios mais emblemáticos da política brasileira e pode ser considerado um “divisor de águas” neste campo (CATUNDA; MENEZES; GARANTIZADO JÚNIOR, 2017; SANTOS et al., 2013). O discurso verbal e não-verbal utilizado para retratar personagens históricos e partidos modificou a forma como a população enxergava determinados atores políticos. É possível afirmar, ainda, que a cobertura das denúncias apresentadas sobre esquemas de compra de apoio e lavagem de dinheiro neste contexto levou à primeira associação mais enfática na história da política brasileira entre a ideologia progressista e a prática da corrupção, que centralizou-se na figura do Partido dos Trabalhadores, até então enquadrado como uma sigla “limpa”, que lutava com “unhas e dentes” contra esta prática (DA SILVA, 2006).

Com os desdobramentos do *Mensalão*, outras denúncias de corrupção atingiram os governos petistas, que somaram quantias ainda maiores de dinheiro desviado ilegalmente, como no caso do *Petrolão*, que viria a ser descoberto anos mais tarde. Silva (2014) entende que a cobertura da mídia a respeito do esquema de “mesada” no primeiro governo Lula foi responsável por polarizar “visceralmente” grupos político-partidários opostos, cidadãos e segmentos jornalísticos durante e após o escândalo, além de modificar a forma como o PT e seus membros eram simbolicamente representados anteriormente.

Se o “Mensalão” entrou para a história e está na memória dos brasileiros como um dos acontecimentos políticos mais importantes das últimas décadas no país, seus efeitos e problemas revelados continuam a afetar ou a motivar o debate de atores e instituições, interpelados ainda a intervir, a interpretar e a dar respostas ao que aconteceu. É, assim, um acontecimento ainda em curso. (SILVA, 2014, p. 73)

O autor ainda sustenta que a análise dos problemas expostos pelo *Mensalão* revela um tratamento particular e ambíguo da corrupção, que tende a ser percebida como um obstáculo moral que ocorre no país mas, ao mesmo tempo, crônico, no qual sempre existiu, mas ainda “localizado”, em que apenas alguns atores são apontados como corruptos. “Ela é

personalizada e/ou partidarizada, atribuída a desvios de indivíduos e/ou partidos” (SILVA, 2014, p. 83).

Chicarino (2020) afirma que o *Mensalão* é representado por *Veja*, desde o início, como um “microcosmo” da corrupção existente em todo o país e que, além disso, teria sua origem na disputa com “unhas e dentes” por cargos em “todos os escalões dos três níveis de governo” (Edição 1905. 18/05/2005, p. 55). “Assim, os postos de confiança do governo federal – “[...] 25.000 cargos de preenchimento político – todos eles, um a um, [são] controlados pelo chefe da Casa Civil, o ministro José Dirceu” (Edição 1905. 18/05/2005, p. 60)” (CHICARINO, 2020, p. 175).

Apesar de ser um caso iniciado há quase vinte anos, o *Mensalão* ainda é um tema muito recente e recorrente na história política nacional e que, mesmo com um “desfecho” em 2014, com o julgamento da Ação Penal 470, no STF, que resultou na condenação de 24 dos 38 réus suspeitos de envolvimento no escândalo, ainda possui “lacunas” em termos de pesquisa acadêmica. O caso ainda pode ser tratado como um dos fatores que explicam o avanço da polarização na política brasileira, que atingiu níveis mais extremos durante a última década em contextos eleitorais e com outros escândalos divulgados pela mídia (SILVA, 2014).

Além de ser a revista mais lida do Brasil na época, *Veja* também figurava entre as mais lidas globalmente. Scalzo (2009) afirma que é a única revista semanal de informação no mundo a desfrutar de tal situação. “Em outros países, revistas semanais de informação vendem bem, mas nenhuma é a mais vendida – esse posto geralmente fica com as revistas de tevê” (p. 31).

Lançada em 1968, nos moldes da norte-americana *Time*, *Veja* lutou com dificuldade, durante sete anos, contra os prejuízos e contra a censura do governo militar, até acertar sua fórmula. As vendas começaram a melhorar quando a revista passou a ser vendida por assinatura, em 1971. Hoje, as assinaturas correspondem a 80% da venda dos cerca de 1.200.000 exemplares semanais. (SCALZO, 2009, p. 31)

A escolha pelo enquadramento da figura de Luiz Inácio Lula da Silva se baseia no mesmo aspecto da relevância e pelo fato de ser uma pessoa pública que divide opiniões desde o tempo em que ingressou na vida política nos anos 1980, além de ser menos abordado pelas pesquisas já realizadas sobre o *Mensalão*, que destacam, na maioria das vezes, os personagens diretamente envolvidos no esquema, como o ex-deputado Roberto Jefferson, o

ex-ministro da Casa Civil José Dirceu e o ex-tesoureiro do PT Delúbio Soares. Em sua tese de doutorado, a pesquisadora Tathiana Senne Chicarino (2020) avalia que a personalização do *Mensalão* na figura de Lula foi construída timidamente ao longo das edições de *Veja* que trataram sobre o tema. “As continuidades e discontinuidades com relação à associação entre Lula e o escândalo que virá à tona será a marca da cobertura nos primeiros meses” (CHICARINO, 2020).

2.1 - Nascimento e consolidação das revistas no mercado editorial brasileiro

No período anterior ao lançamento de *Veja*, em 1968, outras revistas semanais já haviam conquistado proeminência e consolidação no mercado editorial brasileiro. A história do jornalismo de revista no Brasil tem como ponto de partida o início do século XIX, com a chegada da família real portuguesa ao Rio de Janeiro. Em 1808, Dom João VI, rei de Portugal, inaugurou a primeira imprensa autorizada em solo brasileiro, a chamada “imprensa régia” (BAPTISTA; ABREU, 2010).

No entanto, foi somente quatro anos após a inauguração da imprensa na capital da então colônia lusitana na América do Sul que a primeira revista produzida no Brasil foi lançada. A edição inicial de *As Variedades ou Ensaios de Literatura*, primeira revista que se tem conhecimento a ser publicada no país, foi disponibilizada aos leitores em 1812, na cidade de Salvador. Na obra *Jornalismo de revista*, de Scalzo (2003), a autora define que a publicação ainda possuía “cara e jeito” de livro.

O leitor que consumiu o conteúdo da primeira revista no Brasil, ainda no período anterior à independência do país, se deparou com textos que enalteciam os “costumes e virtudes sociais”, novelas e trechos de autores clássicos portugueses, resumos de viagens, conteúdo histórico – do antigo ao moderno –, além de anedotas e artigos “que tenham relação com os estudos científicos propriamente ditos e que possam habilitar os leitores a fazer-lhes sentir importância das novas descobertas filosóficas” (SCALZO, 2003, p. 27).

Os primeiros anos da revista no mercado editorial brasileiro foram escassos em termos de produção de conteúdos noticiosos. A maior parte dos lançamentos eram destinados a temas de variedades, literatura, científico, jurídico, médico, artístico, dentre outros. Durante o período imperial (1822-1889), uma série de novos títulos surgiram no país, mas a principal característica que unia todos eles era o período de vida curto (BAPTISTA; ABREU). Os principais motivos que levaram à queda das revistas lançadas no Brasil durante o século XIX foram a escassez de recursos e assinantes, bem como a falta de planos objetivos e

estruturados para aumentar a tiragem. “Entre elas, as revistas recordistas em permanência no mercado editorial brasileiro à época ‘duraram’, no máximo, um ou dois anos” (BAPTISTA; ABREU, 2010, p. 3).

O jornalismo em revista ganharia relevância no Brasil apenas no século XX, com o lançamento de títulos inspirados em modelos norte-americanos e europeus que já detinham prestígio nessa época, tais como *Time* (1923), *Life* (1936) e *Newsweek* (1933), nos Estados Unidos, e a *Paris Match* (1949), na França. A revista *O Cruzeiro*, lançada em 1928 por Assis Chateaubriand, o “Chatô”, ganhou proeminência nacional ao atingir públicos em todas as regiões do Brasil e adquirir sucesso de vendas como jamais se tinha visto antes no país. Na década de 1950, alcançou a marca de 700 mil exemplares por semana, e alavancou o império de veículos de comunicação criados por Chatô, incluindo conteúdos noticiosos nacionais e estrangeiros, com destaque para as fotos e ilustrações que dinamizaram a publicação (BAPTISTA; ABREU, 2010).

Com uma proposta diferente da anterior, a *Manchete* surge em 1952, pela mente do ucraniano naturalizado brasileiro Adolpho Bloch. O uso de fotografias coloridas e com notável destaque nas páginas consagram a revista como um veículo inovador para os padrões gráficos da época, além de utilizar uma proporção maior de conteúdos de informação que tratavam sobre temas diversos. Baptista & Abreu (2010), no entanto, se baseiam em Pereira Lima (1993) para argumentar que o uso massivo de imagens e recursos ilustrativos, alinhado com a falta de textos mais detalhados e o respeito aos critérios de noticiabilidade já estabelecidos em outros veículos nessa época, tornam o conteúdo noticioso da revista em apenas “comunicacional” e, não, “jornalístico”.

Talvez um dos indícios dessa superficialidade jornalística seja a sua farta presença nas salas de espera de consultórios médicos e odontológicos, substituídos, em parte, na atualidade, por revistas como *Caras*, *Quem*, e *Ricos e Famosos*, que abordam o estilo de vida de alguns membros de camadas privilegiadas socioeconômica e culturalmente no Brasil (BAPTISTA; ABREU, 2010, p. 13).

No período que antecede a instalação da ditadura militar no Brasil, o modelo jornalístico proposto por *Cruzeiro* e *Manchete* entra em declínio. Alberto Dines (1997) atribui a decadência à chegada da televisão e à popularização dos aparelhos nas casas brasileiras. “A densidade informativa dos jornais diários (...) e a velocidade da TV foram exercendo uma tremenda pressão sobre o jornalismo ilustrado semanal, que depois da fase de ouro entrou em

crise.” (p. 73). Uma das estratégias implementadas por estes veículos para conter a crise foi adotar o uso de cor com regularidade a partir de 1957 que, segundo Villalta (2002), era a maneira encontrada para competir com a TV, mas que não obteve sucesso a longo prazo.

Nos anos 1960, surgem novos apelos por parte da classe média brasileira, que passa a se informar cada vez mais pelos veículos de comunicação impressos. Dados coletados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) indicam que, em 1940, apenas 30% dos brasileiros moravam nos centros urbanos. Em meados da década de 1970, a proporção de residentes nas grandes cidades tornou-se maioria no país, consequência direta do aumento da industrialização que culminou no “êxodo rural” (IBGE).

É neste contexto que *Veja* é lançada em 1968 como um dos veículos de informação prediletos pela classe média do Brasil. A revista é inspirada no modelo proposto pela norte-americana *Time*, com maior espaço para notícias sobre os principais assuntos que interessavam ao leitor familiarizado com política, economia e outros temas do cotidiano. Com um investimento inicial de US\$ 500.000, a primeira edição da revista chegou às bancas em setembro daquele ano, com a representação de uma foice e um martelo na capa e o título: “O grande duelo no mundo comunista”, em alusão à invasão da então Tchecoslováquia pelo Pacto de Varsóvia, ocorrida em agosto daquele mesmo ano (VILLALTA, 2002).

FIGURA 1 – Primeira edição da revista *Veja* (1968)



Fonte: [Veja.abril.com.br](http://veja.abril.com.br)

Apesar do modelo inovador para a época, a revista apresentou dificuldades para se firmar no mercado editorial em um primeiro momento. Somente em 1973, cinco anos após a fundação, a *Veja* conseguiu cobrir os custos e prejuízos com salários, equipamentos e logística. A falta de um plano de assinaturas é um dos fatores apontados por Villalta (2002) que explica o fracasso do novo título nos primeiros anos de circulação, quando o número de exemplares impressos caiu para menos de 40.000. “A implantação, em 1972, de uma operação de assinaturas, que ao final de quatro anos alcançou os primeiros 100 mil assinantes, assegurou ao menos um número significativo para uma publicação que pretendia alcançar a totalidade do território nacional” (VILLALTA, 2002, p. 10).

No entanto, a publicação foi se aperfeiçoando, ganhando força e garantindo espaço permanente nas bancas de jornais e na preferência da classe média brasileira, que a elegeu como o arauto da intelectualidade no país. Era a possibilidade de adquirir semanalmente uma parcela de modernidade, impressa em máquinas estrangeiras, conforme modelos estrangeiros e com uma nova perspectiva de observação dos fatos: a interpretação, ainda uma novidade para o jornalismo brasileiro. (VILLALTA, 2002, p. 11-12)

Além da modernização estrutural, *Veja* modificou os padrões de jornalismo em revista até então utilizados no Brasil, com o investimento em capital humano. O primeiro curso voltado exclusivamente para a formação de novos profissionais capacitados em produzir notícias para revistas semanais foi conduzido pela equipe liderada pelo jornalista ítalo-brasileiro Mino Carta, primeiro diretor de redação do veículo. Para o curso, a Editora Abril selecionou cem jovens com formação no ensino superior durante três meses, dos quais cinquenta foram aproveitados inicialmente na redação (SCALZO, 2009).

A saída de Mino Carta, em 1976, provocou uma mudança da linha editorial e na corrente ideológica da revista. Com o jornalista italiano, as tendências dominantes oscilavam entre o centro e a centro-esquerda, como avalia Mendes (2014), e não tinha receio de enfrentar o regime militar, mesmo sob o período de censura. Com a chegada de José Roberto Guzzo, que assumiu a diretoria da redação ao lado de Elio Gaspari, as ideias da revista se alinham gradativamente ao campo da direita, com a defesa do liberalismo econômico e do conservadorismo político.

O avanço da defesa do liberalismo nas páginas de *Veja*, a partir do final da década de 1970, representa ainda um alinhamento com a posição do Grupo Abril, fundado pelo

jornalista ítalo-americano Victor Civita e controlado durante décadas pelo filho Roberto Civita. “O conservadorismo adotado e disseminado pela empresa através de suas publicações é observado no próprio ideário das classes-médias, o público alvo da corporação” (p. 55). Por décadas, o grupo controla uma parte extensa do mercado editorial de revistas brasileiro, além de atuar na edição de livros, o que, como argumenta Mendes (2014), explica a influência dos Civita na política brasileira.

2.2 - Lula: do sindicalismo à presidência da República

FIGURA 2 – Propaganda eleitoral de Lula na campanha à presidência em 1989 (à esquerda) e em 2002 (à direita): do “sapo barbudo” ao “Lulinha Paz e Amor”



Fonte: BBC News Brasil e Centro Sérgio Buarque de Holanda (Fundação Perseu Abramo)

Ao mesmo tempo em que *Veja* se consolida na liderança como a revista mais vendida e influente do Brasil, o ex-líder sindical Luiz Inácio Lula da Silva ganha destaque como uma das principais figuras representativas do campo da esquerda brasileira. Antes de Lula, era quase impossível imaginar um sindicalista chegar à presidência da República. Um dos fundadores do Partido dos Trabalhadores (PT), ganhou o discurso da esquerda pela radicalização no ataque ao sistema político vigente no Brasil desde o período da ditadura militar, além de criticar a posição do Fundo Monetário Internacional em relação ao pagamento da dívida externa brasileira, extremamente alta durante os anos 1980, e

principalmente pela defesa de pautas sociais, como a extinção da fome, a reforma agrária, além de garantir melhores condições de vida para os trabalhadores (DA SILVA, 2006).

Oliveira (2014) sustenta que a figura de Lula representa uma bandeira para o PT e o projeto de político que os partidários do campo progressista almejavam. A figura do líder sindical que depois foi eleito presidente representa um dos principais sinais de identificação do PT na memória social e midiática brasileira. Da Silva (2006) argumenta que Lula foi transformado em “mito” e “representante máximo da suprema utopia de esquerda”, na qual teria a missão de acabar com o poder das “elites” (p. 7). “A sua eleição também resultou da construção pelo PT, durante duas décadas, de uma ‘imagem de marca’ eficiente e moralizadora: o partido ético” (DA SILVA, 2006, pg. 7).

Lula concorreu à presidência da República em três oportunidades antes de ter sido eleito para o primeiro mandato: em 1989, 1994 e 1998. Em todas elas, terminou na segunda posição geral, sendo a mais emblemática a de 1989, quando foi derrotado no segundo turno por Fernando Collor de Mello, que seria impedido cerca de dois anos após ter tomado posse. Na abordagem de Santos (2012), o passado de Lula como representante direto do sindicalismo, com atuação contrária ao sistema socioeconômico vigente no país durante o período do regime militar e início da redemocratização foram utilizados pela mídia para reforçar uma imagem negativa do ex-presidente do Partido dos Trabalhadores, durante os anos 1980 e 1990 (SANTOS, 2012).

Apesar da fama e do sucesso entre o eleitorado de esquerda, antes das eleições de 2002, que consagraram a vitória do petismo, Lula recebia o apelido de “sapo barbudo”² por diversos setores, incluindo veículos de mídia tradicional, a exemplo de *Veja*, que por vezes foram acusados de favorecer os adversários do petista, inclusive em processos eleitorais anteriores. No intuito de deixar a imagem do ex-sindicalista mais “palatável” para eleitores de centro – ou, até mesmo, de direita –, a campanha de Lula em 2002 investiu em estratégias de *marketing* eleitoral, lideradas pelo publicitário Duda Mendonça, que criaram a figura do “Lulinha Paz e Amor”, como levanta Elaine de Moraes Santos (2012).

² A expressão “Sapo barbudo” surgiu durante a campanha presidencial de 1989 por Leonel Brizola que, ao decidir apoiar Lula no segundo turno das eleições daquele ano, após ter sido derrotado pelo representante do PT, afirmou que “a política é a arte de engolir sapos. Não seria fascinante fazer agora a elite brasileira engolir o Lula, este sapo barbudo?”.

Leia mais:

<https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/de-sapo-barbudo-lulinha-paz-amor-amigo-na-lava-jato-os-apelidos-de-lula-22329126>

Os efeitos de sentido regulares produzidos pela mídia para a construção identitária do candidato se baseiam em uma descaracterização da formação discursiva de esquerda que marcava a identidade de Lula como representante das classes populares - o “Sapo Barbudo”, favorecendo o surgimento de uma nova identidade: o “Lulinha Paz e Amor” - um candidato que defendia agora ideais de cunho capitalista, a fim de conquistar uma vitória no pleito em sua quarta disputa pela presidência do país. (SANTOS, 2012, p. 158)

A eleição de Lula para o primeiro mandato como presidente da República consagrou o sucesso da campanha publicitária e midiática para que o petista chegasse ao poder, somados às alianças com partidos de centro e centro-direita que foram concretizadas antes do pleito, a exemplo do Partido Liberal (PL), de Valdemar Costa Neto, que lançou o empresário José Alencar para a vice-presidência da chapa de Lula. Cardia (2008) sustenta que o governo eleito em 2002 tinha as “melhores condições” que um governante jamais teve na história do país para “fazer o país avançar”. “Havia dinheiro em abundância no mundo. O risco Brasil caiu de cerca de 700 pontos para 160 pontos, de 2002 para 2007, fazendo com que o ingresso de capitais, no Brasil, atingisse níveis jamais iguais na história do país” (CARDIA, 2008, p. 99-100).

Na edição publicada logo após a posse do novo presidente, *Veja* enaltece a vitória de Lula e o início do governo petista com a imagem do recém-empossado em desfile no carro presidencial, na Esplanada dos Ministérios, estampando a capa da revista, como fundo da manchete “Lula-de-Mel”, em um jogo de palavras que sinaliza um período de “trégua” da imprensa e da oposição ao novo governo. Na mesma edição, entretanto, ela avisa: “A partir de agora começa a cobrança” – um recado de *Veja* a Lula que indica que o papel dos veículos noticiosos e formadores de opinião segue o mesmo: fiscalizar, cobrar, denunciar e apontar os erros, quando eles acontecerem (DA SILVA, 2006).

Durante os dois primeiros anos do governo Lula 1 (2003 a 2006), a cobertura de *Veja* sobre o presidente e o novo governo é ligeiramente favorável ao petista, como reforça Da Silva (2006). A fase de crescimento econômico, proporcionada pelo “boom das commodities”, além da oferta maior de recursos na economia, com a expansão do mercado chinês, e o fim da dívida com o FMI, ajudaram o presidente a manter a popularidade até mesmo com os setores mais conservadores e a classe média, ao considerar o público-alvo da revista. “Até o final de 2004, em síntese, do ponto de vista dos conservadores, dos quais *Veja* é considerada um porta-voz oficioso, o governo Lula ia bem na economia, mais ou menos no social e mal na cultura, na educação e nas relações com a mídia” (DA SILVA, 2006, p. 10).

2.3 - Uma ‘bomba’ no Planalto

Em maio de 2005, a pior crise do governo Lula se inicia com uma reportagem da revista *Veja* que denuncia um esquema de “compra” de cargos em empresas estatais. Na matéria publicada no dia 18 daquele mês, com o título “O homem-chave do PTB”, é revelada a transcrição de uma gravação do então diretor dos Correios Mauricio Marinho embolsando um pacote de dinheiro entregue por dois interlocutores não revelados. O diretor da estatal cita os nomes de Roberto Jefferson, então deputado federal e presidente do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), e Antonio Palocci, ainda como ministro da Fazenda de Lula.

FIGURA 3 - “O homem-chave do PTB” (capa), publicada em 18 de maio de 2005, na edição 1.905 da *Veja*



Fonte: Arquivo pessoal

A economia foi um dos principais trunfos da primeira metade do Governo Lula e Palocci “surfou” em um cenário externo mais favorável para o crescimento econômico. Nos primeiros nove meses de 2004, o PIB do Brasil cresceu 5,3% na comparação com o mesmo período do ano anterior. Além disso, a atividade industrial e a geração de empregos também

registraram crescimento. A maior crítica da população – principalmente a de menor renda –, no entanto, foram os juros altos. O ano começou com a taxa Selic no patamar de 16,5% e encerrou em 17,75% (SILVA, 2008).

Mesmo diante deste cenário, o estouro do *Mensalão* abalou a popularidade do então ministro da Fazenda e de outros personagens do governo, como o chefe da Casa Civil, José Dirceu, afastado do cargo praticamente um mês após a primeira matéria publicada pela *Veja* sobre o esquema de corrupção. Direta ou indiretamente, a imagem do presidente foi afetada e a popularidade de Lula sofreu um considerável impacto com as denúncias de uso irregular de dinheiro público em seu governo, apesar de não ter sido suficiente para impedir sua reeleição que se consolidaria nas urnas no ano seguinte.

Contudo, a figura do presidente é obscurecida em um primeiro momento por outros atores que tiveram destaque no início do escândalo, como Jefferson, Dirceu e Palocci. Chicarino (2020) sustenta que a personalização do escândalo na figura de Lula, começa a ser traçada timidamente nas páginas de *Veja* e, com o passar do tempo, torna-se uma “política editorial” que se acentua.

Se até aquele momento Lula não é tratado como um partícipe direto no escândalo, embora os envolvidos sejam ora um ministro de Lula, ora um amigo de Lula, e, como dito na coluna de Tales Alvarenga, “desse clima de desespero salva-se Lula, mas não se coloca em situação de grande vantagem” (Edição 1907. 01/06/2005, p. 59) – ou seja, não há nada que o incrimine por enquanto, já que sua rede de relacionamento já está implicada. (CHICARINO, 2020, p. 178)

Se o presidente não era o alvo preferido no primeiro momento, o certo é que o PT foi atingido pelo escândalo desde o princípio das acusações, com a queda da imagem de um partido “ético”, que atuava contra a corrupção sistêmica no país. Chicarino (2020) considera que, a partir do *Mensalão*, há o início de um processo de “criminalização” do partido de Lula, com discursos que defendem a extinção do partido e a condenação de seus líderes por conta de um viés leviano e autoritário. Anos mais tarde, a mesma abordagem seria utilizada contra o partido no escândalo do *Petrolão*, que culminou na *Operação Lava-Jato* e a prisão de uma série de membros do PT, incluindo o próprio presidente. “Lidando com o mesmo conjunto lexical, ainda durante o *Mensalão* constatamos os primórdios de criminalização da esquerda, especialmente por colunistas que retomarão o fantasma do socialismo” (CHICARINO, 2020, p. 337).

A construção discursiva do PT é conduzida pela revista *Veja* por meio de intenções “potencialmente ideológicas”, em uma tentativa de reconstruir a imagem do partido, utilizando características alinhadas à corrupção, lavagem de dinheiro, marginal, autoritário e centralizador, como explora Santos e Silva (2012). A imagem do governo Lula foi atacada por direcionamentos editoriais que influenciam negativamente o mandato do petista, no qual todos os enquadramentos positivos foram desaparecendo ao longo do tempo em que o presidente esteve no poder durante o primeiro mandato (SANTOS; SILVA, 2012).

Silva (2014) ainda sustenta que Lula esteve presente ao longo de toda a repercussão do escândalo nas páginas de *Veja*, nos papéis de “suspeito” e “omisso”, que eram atribuídos por opositores na época do *Mensalão*, para sustentar a defesa de uma possível abertura de processo de *impeachment*, que, ao final, não aconteceu. Mesmo assim, os próprios atores políticos ligados ao governo preservam a imagem do presidente como alguém que foi “traído” por seus pares e desconhecia as irregularidades cometidas por correligionários (SILVA, 2014).

Guazina (2011) explora o tema sob o aspecto midiático do escândalo. No caso do *Mensalão*, considerado o mais relevante durante o governo Lula, foram congregados outros casos que envolveram corrupção no PT. Denunciado pela primeira vez em fevereiro de 2004, pela revista *Época*, do Grupo Globo, o caso que envolveu possíveis ligações entre o assessor da Casa Civil da Presidência da República, Waldomiro Diniz, com representantes do jogo do bicho no Rio de Janeiro, foi o primeiro elemento episódio utilizado por veículos de mídia tradicional durante o mandato do petista para sustentar que “todos os partidos e governos são corruptos, inclusive ou especialmente, os de esquerda e os do Partido dos Trabalhadores” (GUAZINA, 2011, p. 29).

Sob a retranca de mensalão, denúncias relativas a personagens e períodos diferentes do governo Lula (e do Congresso) foram agrupados. Em alguns momentos, denúncias sobre assassinatos, tráfico de influência e até festas de políticos com prostitutas foram incluídas em uma mesma cobertura, causando uma sensação de que tudo na política se resumia a denúncias de um mesmo escândalo. (GUAZINA, 2011, p. 98)

A autora ainda cita o trabalho de Lima (2006), que aponta possíveis usos do enquadramento para denotar uma abordagem de “presunção de culpa”, no qual sustenta que diversas matérias sob o tema do *Mensalão* foram encaixadas. Neste aspecto, o surgimento de uma narrativa própria da mídia é considerado o primeiro elemento que caracteriza este caso.

Alinhado a isso, o autor lembra do surgimento de novas expressões que configuraram o uso de um vocabulário próprio para se referir aos atos praticados pelos personagens suspeitos de envolvimento no esquema. Entre as expressões novas citadas pelo autor estão “mensaleiros”, “valerioduto” e “doleiro do PT”. Na edição 1911, de 29/06/2004, *Veja* dedica duas páginas para uma matéria chamada “Dicionário da Crise”, no qual são explicados – em tom irônico – o uso de palavras que se destacaram no período, como a própria expressão “mensalão” e outras como “lobby” e “bravata” (GUAZINA *apud* LIMA, 2006).

Silva (2008) vai além e afirma que o *Escândalo do Mensalão* não teria sequer existido não fosse o tratamento conferido pela mídia, que dedicou uma parte extensa de páginas, minutos e áudios para tratar sobre o tema nos mais diversos meios de comunicação do país. Diversas abordagens foram utilizadas para “colocar em questão” a reputação e confiança dos envolvidos. “Em outras palavras, a atuação da mídia como vigilante confundiu-se com o desenvolvimento do próprio escândalo, com o intuito legítimo de investigar, mas, sem dúvida, também interferindo no curso dos acontecimentos” (SILVA, 2008, p. 54-55).

2.4 - Escândalos políticos: discussões e abordagens

O papel da mídia é constantemente debatido em momentos nos quais escândalos estão em alta e a noção de justiça social e transparência entra em jogo. Neste contexto, Oliveira (2014) justifica o surgimento de um terceiro personagem no debate público que se posiciona entre o político e seu interlocutor direto: “seu público eleitor”. Desta forma, sustenta que a dinâmica das “relações de poderes e saberes”, verificadas no diálogo entre meios de comunicação e política, dita a composição identitária do sujeito político, assim como consegue “determinar o ritmo, cores e discursos que configuram o cenário da política”. (OLIVEIRA, 2014, p. 52).

Na mesma linha, Benetti (2016) alega que o jornalismo, ao se apresentar como “objetivo e neutro”, posiciona-se como uma instituição que estaria “autorizada a retratar a realidade”. “A linguagem, porém, nada tem de ingênua [*apud* Orlandi, 2002, 2004] e não é, como quer fazer crer o próprio jornalismo, um mero operador instrumental” (p. 39). Com base nisso, a autora afirma que a linguagem é considerada um “eixo de legitimação de autoridade”, no qual o jornalismo teria um “poder de voz” para narrar os acontecimentos que ocorrem durante o tempo presente, com uma autoridade estabelecida em uma espécie de “contrato de confiança” assinado pelo leitor (BENETTI, 2016).

Ao reconhecer esta premissa como verdadeira, seria necessário admitir que, além do contrato explícito firmado entre leitor e empresa, seja por meio de assinatura ou pela compra de um exemplar na banca de jornal, o leitor de *Veja* também assina outro tipo de acordo, baseado na legitimação conferida ao veículo de ser o “porta-voz” da realidade, e que tem o poder de selecionar o que seria “mais importante” para este público-alvo debater. Mendes (2014) relaciona o trabalho exercido pelos jornalistas e editores de *Veja* à teoria do agendamento, ou *agenda-setting*, que defende a ideia de que é mais importante para o veículo argumentar para convencer seu público sobre os assuntos a serem discutidos. “Pode-se dizer então que é em função da argumentação mobilizada em seus textos que os veículos de comunicação assumem o papel de formadores de opinião” (MENDES, 2014, pg. 34)

Além de decidir sobre “o que” o leitor deve discutir no dia-a-dia, é possível afirmar que *Veja* busca assumir o papel de quem decide sobre “como” este indivíduo deve se posicionar sobre determinado assunto. Baseado neste pressuposto, Benetti (2016) sustenta que “ironia” e “sarcasmo” são peças-chave para o veículo convencer o leitor de que “é melhor estar do nosso lado”, reafirmando um caráter de “cumplicidade” utilizado na relação entre revista e consumidor.

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, 2016, p. 45)

Com os desdobramentos do escândalo do *Mensalão*, é possível notar a presença maior de citações diretas a Lula em edições da revista. Nunomura (2012) sustenta que os mesmos veículos de imprensa que traçaram críticas mais fortes ao ex-presidente Fernando Henrique Cardoso não pouparam o petista quando as denúncias sobre corrupção começaram a circular no meio político. “Foram os veículos de comunicação que contribuíram para associar a palavra ‘mensalão’ ao governo Lula de um forma inequívoca e duradoura” (NUNOMURA, 2012, p. 16). O autor ainda cita uma reportagem do jornal *Valor Econômico* que defende que o *impeachment* de Lula só não avançou no Congresso Nacional pois seus opositores “desistiram de levar o processo adiante” (NUNOMURA, 2012, pg. 25).

Pedro Mundim (2011) acrescenta que a cobertura noticiosa dos veículos de imprensa durante a segunda metade do primeiro mandato de Lula [2005 e 2006] foi predominantemente negativa e uma das responsáveis por “minar” o apoio recebido nas

eleições de 2002, visto que, apesar de eleito para um novo período, recebeu uma votação bem menos expressiva em 2006 daquela que elegera o ex-sindicalista pela primeira vez.

É necessário destacar que, para Chicarino (2020), não houve linearidade no tratamento de Lula durante o *Mensalão* por parte de *Veja*. Na sua hipótese, a autora argumenta que as “continuidades e discontinuidades” discursivas sobre a associação do presidente ao escândalo nos primeiros meses podem ser divididas em duas abordagens: as utilizadas nas reportagens que tratam sobre os personagens envolvidos nas CPIs e nas denúncias que foram surgindo, que ressaltam que não haveria indícios suficientes para comprovar a participação do presidente no esquema, e as destacadas nas colunas de opinião e editoriais, no qual Lula seria retratado com suspeita e dúvida sobre o envolvimento nas práticas ilegais de próprios membros de seu partido e aliados.

3. DEFINIÇÕES DE ENQUADRAMENTO COMO MODELO DE ANÁLISE NOTICIOSA

Utilizamos no presente estudo a teoria do enquadramento, ou “*framing*” no vocábulo original, em inglês, como método de análise da representação do presidente Luiz Inácio Lula da Silva na revista *Veja* durante os meses de maio a outubro de 2005, no contexto da crise do *Mensalão*. A teoria surgiu no campo da Sociologia na década de 1970, pelo autor norte-americano Erving Goffman, em sua obra *Frame analysis* (1974), na qual trata o enquadramento como um marco interpretativo definido por construções sociais que permite que as pessoas atribuam sentido a determinados acontecimentos, pela resposta ao questionamento “o que está acontecendo aqui?” (SOARES *apud* GOFFMAN, 1974).

Na comunicação, a primeira referência ao uso do enquadramento para explicar a construção de materiais noticiosos é atribuída à socióloga Gaye Tuchman, no livro *Making news*, de 1978. “Baseada no enfoque desenvolvido por Goffman (1986), Tuchman argumenta que as notícias impõem um enquadramento que define e constrói a realidade” (PORTO, 2004, p. 79).

O enquadramento nas teorias da comunicação pode ser considerado uma defluência da hipótese de agendamento, ou *agenda-setting*. Essa teoria indica que os meios de comunicação definem com antecedência sobre “o que” o público-alvo deve pensar, aquela dá um passo além e teoriza que as matéria veiculadas pela imprensa têm um objetivo implícito, ou não, de estimular sobre “como” o leitor, espectador ou ouvinte deveria pensar sobre determinado tema. Robert Entman (1991) é um dos primeiros teóricos a analisar diretamente o uso do *framing* nos conteúdos noticiosos. Segundo este autor, os “enquadres” são princípios que orientam os acontecimentos de forma a exercer influência sobre os interlocutores (SILVA *apud* MENDONÇA; SIMÕES, 2012).

O quadro de notícias é construído e incorporado a partir de palavras-chaves, metáforas, conceitos, símbolos, e imagens visuais enfatizadas na narrativa jornalística. Ao provar, repetir e, desse modo, reforçar palavras e imagens visuais que fazem referência a algumas ideias, mas não a outras, os quadros trabalham para tornar algumas ideias mais salientes no texto, outras menos, e então, outras inteiramente invisíveis (ENTMAN, 1991, p. 7).

Neste aspecto, o enquadramento também se caracteriza como a escolha de determinados aspectos da realidade percebida para a representação em um texto comunicativo, “promovendo uma definição particular de um problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou um tratamento recomendado” (ENTMAN, 1993, p. 52). Portanto, fatos, palavras e imagens podem ser utilizados para enquadrar acontecimentos no texto noticioso, pelo poder que podem exercer para “estimular o apoio ou a oposição” a uma corrente política ou ideológica específica, considerando o poder que os veículos de mídia exercem na formação das ideias de determinado grupo (SILVA *apud* ENTMAN, 1993; 2004).

Ao mesmo tempo, o autor norte-americano sustenta que os jornalistas “refletem as informações nas notícias”, mas não são capazes de exercer influência no “jogo de poder” estimulado pela mídia e, por vezes, outros atores externos. Isso ocorre pois esses profissionais seguem os “padrões e procedimentos da produção jornalística”. Não obstante, a interferências dos jornalistas nos produtos noticiosos são limitadas pelo uso de palavras para descrever “as conversas, ações, opções sobre quem governa”. Por conseguinte, a capacidade de mudança de curso dos enquadramentos indicados pelas elites é ínfima. (SILVA *apud* ENTMAN, 2004).

Na mesma linha de compreensão do ditado popular “a primeira impressão é a que permanece”, Entman (2004) argumenta que estas são “difíceis de desalojar” no contexto de uma cobertura noticiosa. Neste ínterim, um “quadro dominante” tem a capacidade de ativar e disseminar pensamentos e sentimentos congruentes nas “redes de conhecimento dos indivíduos”, o que permite a construção de um “esquema de eventos noticiosos que orienta as respostas a todas as notícias futuras” (ENTMAN, 2004, pg. 7).

Quanto mais os jornalistas ouvem pensamentos semelhantes expressados por suas fontes e por outras fontes de notícias, maior é a probabilidade de seus próprios pensamentos seguirem essas linhas, com o resultado de que as notícias que eles produzirem contenha palavras e imagens que confirmem o mesmo enquadramento (ENTMAN, 2004, p. 11)

Hackett (1993) desmistifica os ideias de imparcialidade e objetividade ligados ao jornalismo e suas elaborações teóricas sustentam que o trabalho dos veículos de comunicação é referenciado por tipos diversos de orientação e relações sistemáticas que estruturam os produtos noticiosos. O teórico ainda avalia a ideologia como uma forma de enquadramento que tem como ponto de partida a compreensão social de que a notícia deve ser “embutida de

modo a ser inteligível para seu público pretendido”, apesar de esta construção não ser qualificada como um processo consciente dos jornalistas (SILVA *apud* HACKETT, 1993)

Existem diversos critérios definidos por teóricos da comunicação e da sociologia para distinguir os processos de enquadramento do texto noticioso. Semetko & Valkenburg (2000) propõem duas abordagens mutuamente exclusivas: a indutiva e a dedutiva. Enquanto a primeira é definida pela análise de matérias sem uma “grade prévia”, revelando desta maneira a quantidade extensa de enquadres existentes, a segunda apresenta uma definição prévia que busca “verificar sua ocorrência em uma amostra de notícias” (SOARES *apud* SEMETKO; VALKENBURG, 2009, p. 59).

Em um estudo sobre a imprensa holandesa, Semetko e Valkenburg (2000) identificaram uma frequência maior de quatro enquadramentos: (1) *Enquadramento de conflito*: “Trata-se de um dos mais frequentes enquadramentos identificados nas pesquisas, especialmente nas coberturas das campanhas eleitorais, quando se reduz o debate complexo à oposição simplista. A ênfase no conflito têm levado os meios a serem responsabilizados pelo cinismo público e a desconfiança dos líderes”; (2) *Enquadramento de interesse humano*: “Destaca o lado emocional envolvendo seres humanos, personalizando e dramatizando a notícia”; (3) *Enquadramento das consequências econômicas*: “Enfoca um evento em relação aos seus resultados econômicos para grupos, indivíduos e países”; e (4) *Enquadramento da responsabilidade*. “Atribui a responsabilidade por um problema ao governo, a um grupo ou ao indivíduo” (SOARES *apud* SEMETKO; VALKENBURG, 2009, p. 60-61).

Carragee e Roefs (2004) acreditam que os enquadramentos “expressam a distribuição do poder social e político”, e dessa forma se conectam com as correntes ideológicas dominantes pela elite. Desta maneira, os enquadres têm a capacidade de dominar o discurso hegemônico e se adequar ao senso comum e descrições transparentes dos fatos, ao invés de se basear somente em interpretações. Os autores destacam também que os enquadramentos são “patrocinados por múltiplos atores sociais, incluindo políticos, organizações e movimentos sociais” e os produtos noticiosos seriam o campo de disputa entre os enquadres concorrentes (SOARES *apud* CARRAGEE; ROEFS, 2009, p. 61).

Scheufele (1999) identifica dois tipos de abordagens nos estudos de enquadramento: a do assunto pelos meios (*media frames*) ou os enquadramentos individuais. A primeira definição se refere ao enquadramento como propriedade dos textos noticiosos enquanto que a segunda focaliza os enquadramentos dos leitores das reportagens, “dando um passo adiante das formulações iniciais, abrindo uma nova linha de investigação de tipo experimental” (SOARES *apud* SCHEUFELE, 2009, p. 62-63).

D'Angelo (2002) sustenta que a mediação de processos intervenientes sobre os enquadramentos de audiência integra o fluxo de efeitos de enquadramento. Neste contexto, o fluxo em questão indicaria que os enquadramentos não possuem “mão única”. Um exemplo utilizado por Soares (2009) denota que os movimentos sociais buscam a atenção do noticiário e, em sua maioria, são modelados pela cobertura jornalística, “mas os discursos dos movimentos sociais interagem com os enquadramentos de notícias, a fim de atenuá-los e comunicar a visão do grupo” (SOARES *apud* D'ANGELO, 2009, p. 64).

D'Angelo (2002) entende que não há um paradigma único para as pesquisas de enquadramento, mas três: o paradigma cognitivo, cuja imagem é a de negociação; o crítico, cuja imagem é a de dominação, e o construcionista, cuja imagem é a de cooptação. [...] Comparando análises de enquadramento realizadas, D'Angelo (op. cit.) considera que os pesquisadores tendem a sintetizar ideias de diferentes paradigmas, formando uma abordagem multiparadigmática (SOARES, 2009, p. 64,66).

Os enquadramentos que podem ser assumidos pelas matérias jornalísticas correspondem a percepções distintas dos eventos, na análise de Soares (2009). Em um ambiente de liberdade, competição e conflito, que caracterizam uma sociedade democrática, a tensão de interpretações é uma marca dessa realidade. Apesar disso, a diferença de enquadramentos, no caso dos meios de comunicação homogêneos, pode corresponder a uma faixa limitada do espectro das opiniões e deixar de lado um conjunto maior de interpretações, que corresponderiam à visão de outros segmentos sociais (SOARES, 2009).

No campo do jornalismo político, o enquadramento pode ser baseado, em uma ampla variedade de casos, na categoria de conflito. Na análise conduzida por Motta e Guazina (2010), o conflito é definido como um “enquadramento cognitivo utilizado para organizar as atividades dos atores políticos, definir as situações e demarcar os acontecimentos” (p. 4). Ainda de acordo com os autores, ela se define como uma categoria já preexistente na cultura dos jornalistas, por meio do qual eles “enquadram”, no caso, a realidade política. “No mundo fático da política, essa pré-categoria dramática se ajusta modelarmente ao antagonismo amigo-inimigo” (MOTTA; GUAZINA *apud* SCHMITT, 2010, p. 4).

Em vista ao antagonismo expresso pelos autores citados no último parágrafo, a pesquisa conduzida neste trabalho se baseia completamente na noção existente dentro do jornalismo político que estabelece uma dualidade conflituosa entre bem e mal, ou de “nós contra eles”. Também na visão destes autores, o jornalismo político sobrevive por meio do

confronto entre “partes e partidos”, e o relato desses conflitos torna os conteúdos mais aquecidos e atraentes para a audiência, por serem mais facilmente compreendidos, tanto pelo emissor quanto pelo destinatário da informação.

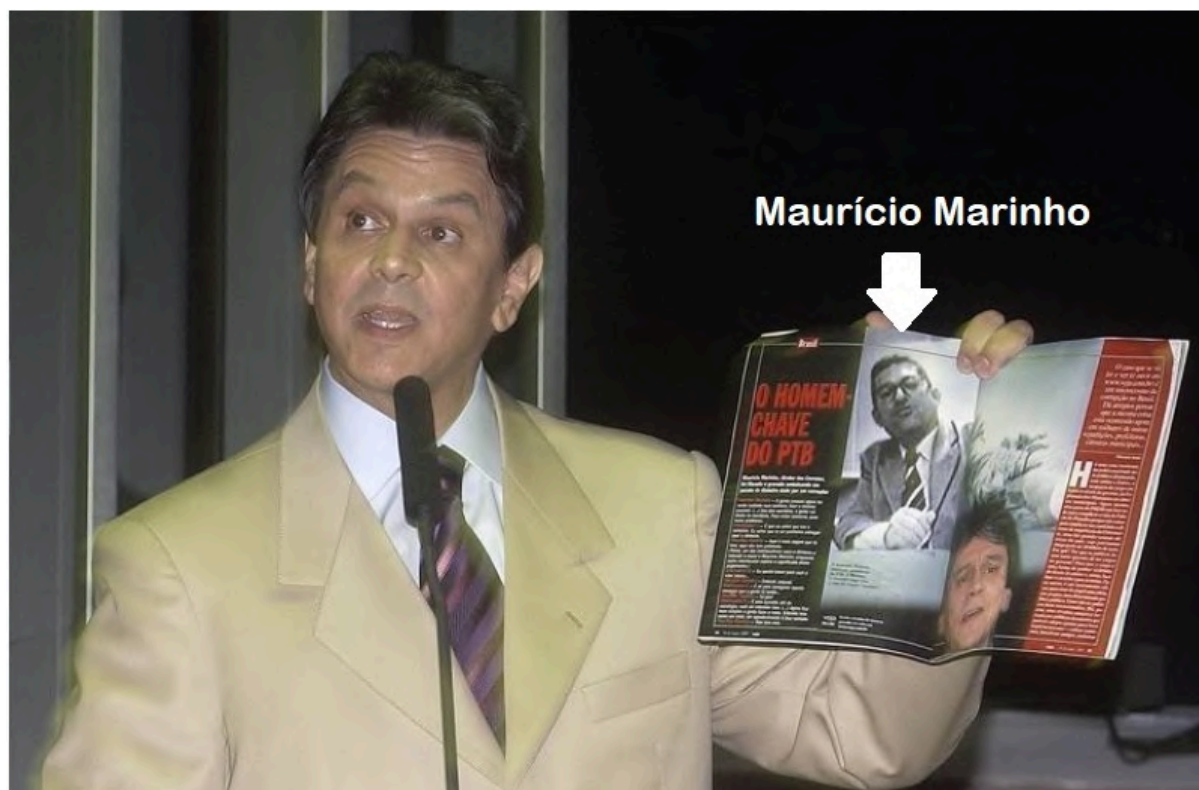
O conflito (de interesses, de posições) enquanto um *frame* cognitivo estrutura o enredo da narrativa jornalística, torna os acontecimentos isolados em histórias compreensíveis. Colocando continuamente atores uns contra os outros, o narrador-jornal tece as intrigas, promove o conflito que necessita estimular para manter a narrativa jornalística sempre “aquecida” e atraente para o destinatário (MOTTA; GUAZINA, 2010, p. 6).

Apesar de reconhecer a gama de interpretações existentes para caracterizar os tipos de enquadramentos utilizados no meio jornalístico, o embasamento deste estudo se concentra na hipótese construída por Mauro Porto (2004) no artigo “*Enquadramentos da mídia e política*”. A proposta defendida pelo autor divide os enquadramentos possíveis em dois tipos distintos: “interpretativos” e “noticiosos”. Enquanto o primeiro opera em uma área independente ao trabalho do repórter que relata os acontecimentos, portanto, de caráter mais subjetivo, o segundo compreende nos padrões de apresentação, seleção e ênfases utilizados por jornalistas para organizar seus relatos (PORTO, 2004).

Desta forma, optei pela segunda caracterização de enquadramentos com a justificativa de facilitar a compreensão dos leitores deste trabalho, por meio de análises mais claras, objetivas e diretas. Além disso, escolhi seguir as sugestões apresentadas pelo autor no mesmo artigo, que têm o objetivo de aprimorar os estudos referentes ao enquadramento e “distinguir as diversas áreas de pesquisa e estabelecer um marco teórico e conceitual mais claro e sistemático”. Os passos descritos são: (1) especificar “os níveis de análise do conceito”, (2) identificar “as principais controvérsias e os enquadramentos a elas relacionados”, e (3) desenvolver “uma análise sistemática de conteúdo” (PORTO, 2004, p. 90,93,95). Por meio destas etapas, a pesquisa teve o objetivo de responder ao dilema que envolve os principais enquadramentos utilizados por *Veja* para retratar a figura de Lula no contexto da crise inicial do *Mensalão*.

4. LULA E O *MENSALÃO* NA REVISTA VEJA: UMA ANÁLISE DE ENQUADRAMENTO

FIGURA 4 - Roberto Jefferson mostra edição da *Veja* que revela esquema de corrupção nos Correios, em sessão na Câmara dos Deputados



Fonte: Agência Câmara (2005)

O *Mensalão* não é um caso isolado de escândalo que envolve corrupção no primeiro mandato de Lula à frente do Palácio do Planalto. Outras denúncias se somaram a essa durante o período e foram incluídas no mesmo recorte temporal no qual o leitor poderia, até mesmo, ser incapaz de distinguir as diferentes acusações que marcaram os meses mais conturbados para o então presidente no poder.

Antes mesmo de os principais veículos de comunicação adotarem a palavra *Mensalão* para se referir ao pagamento de “mesadas” a congressistas com o intuito de aumentar a base aliada ou votarem a favor de projetos importantes para o governo federal, *Veja* já vendia o conteúdo para leitores e assinantes da revista como “a maior crise de Lula”. “Em seus quase trinta meses de vida, o governo Lula nunca esteve tão acuado”, destaca o repórter Otávio Cabral na abertura da primeira matéria da *Veja* que aborda de maneira mais incisiva a figura do líder do Poder Executivo após a divulgação do vídeo no qual o então funcionário dos

Correios Maurício Marinho explica como funcionava o esquema de repasse ilegal de recursos da estatal para deputados do PTB.

Por conta disso, optei por iniciar a análise das reportagens deste trabalho a partir da matéria do dia 25 de maio de 2005, assinada por Otávio Cabral, com o título: “A maior crise de Lula”, que sucede a publicação da semana anterior, que divulgou o episódio que envolveu o funcionário dos Correios, e não pela data que é considerada o marco inicial do *Mensalão* em si, o dia 6 de junho de 2005, com a entrevista concedida pelo deputado Roberto Jefferson ao jornal *Folha de S.Paulo*.

FIGURA 5 – “A maior crise de Lula”, publicada em 25 de maio de 2005, na edição 1.906 da *Veja*



Fonte: Arquivo Pessoal

A série histórica das matérias analisadas tem início no mês de maio de 2005 e se encerra em novembro do mesmo ano. Escolhi o período em questão por ser um recorte que abrange praticamente todo o início do escândalo do Mensalão, desde a divulgação do vídeo de Marinho até o fim insólito da CPI que apurou o caso sem ter publicado um relatório final.

Tendo em vista que um dos objetivos desta análise de enquadramento é avaliar o discurso construído pelos repórteres de *Veja* sobre o presidente nas reportagens dedicadas ao escândalo, optei por selecionar apenas matérias em que Lula é frequentemente citado ou que é o personagem principal.

Nesse contexto, foram selecionadas 12 (doze) matérias jornalísticas durante este marco temporal, com base em critérios de relevância sobre o assunto pesquisado – no caso, o *Mensalão* –, temporalidade (de maio a novembro) e referências centrais ao presidente da República e à sua atuação à frente do governo federal no contexto da crise.

QUADRO 1 – Lista de matérias analisadas da *Veja*

Nº	TÍTULO (autor[es])	EDIÇÃO/DATA
1	A maior crise de Lula (Otávio Cabral)	1 906 (25/05/05)
2	O PT assombra o Planalto (Otávio Cabral)	1 909 (15/06/05)
3	O assalto ao Estado (Otávio Cabral)	1 911 (29/06/05)
4	A maioria acha que ele sabia (N/A)	1 913 (13/07/05)
5	Quanto ele sabia (Otávio Cabral)	1 914 (20/07/05)
6	As cores da crise (Alexandre Oltramari)	1 917 (10/08/05)
7	Duda: a verdade que arrasa (Otávio Cabral)	1 918 (17/08/05)
8	A pátria mandou recado (Otávio Cabral)	1 922 (14/09/05)
9	Da utopia ao caos (Marcelo Carneiro e Juliana Linhares)	1 923 (21/09/05)
10	Operação Saci (Otávio Cabral)	1 925 (5/10/05)
11	Saga dos alvos mutantes (Otávio Cabral)	1 926 (12/10/05)
12	Campanha de Lula recebeu dinheiro de Cuba (Policarpo Junior)	1 929 (2/11/05)

Para definir os critérios de enquadramento, utilizei o método de pesquisa elaborado por Mauro Porto (2004), como já mencionado anteriormente, ao definir os níveis de análise do conceito e, depois disso, identificar as principais controvérsias relacionadas ao tema em

questão. Como o autor divide os tipos de enquadramento no jornalismo em “interpretativos” e “noticiosos”, resolvi trabalhar especificamente com a segunda categoria, visto que as matérias que este estudo pretende analisar contém uma série de elementos próprios dos repórteres que escrevem as reportagens. A seleção de palavras, imagens e outros elementos visuais presentes nas páginas das publicações neste período permitem considerar que houve uma priorização para certos termos ao invés de outros.

O segundo passo do método estabelecido por Porto (2004) é identificar as principais controvérsias sobre o tema analisado. Ao ter um contato inicial com o texto e levando em consideração os prováveis caminhos que um meio de comunicação deve seguir ao participar da cobertura de um escândalo jornalístico que envolve a prática da corrupção, foi possível identificar três aspectos que poderiam caracterizar a forma com que Lula foi retratado nas reportagens publicadas durante o período:

1. *Fragilidade*: Desde o início do escândalo, *Veja* já considerava que o governo e, conseqüentemente, a figura do presidente estavam abalados devido a uma crise sem precedentes na gestão petista.

2. *Culpa*: Apesar de nunca ter sido condenado por crimes que teriam sido cometidos no *Mensalão*, a hipótese de responsabilidade – ou até de chefia – no esquema de compra de deputados nunca foi descartada e foi até mesmo levantada em algumas capas da revista durante o período, embora nunca confirmada.

3. *Inércia*: Outro caminho possível para destacar o papel de Lula durante o período em questão seria o de ser conveniente ou omissos ao que estaria acontecendo. Neste caso, apesar de não ter culpa, o presidente – por opção, ou ignorância dos fatos – teria deixado de tomar atitudes para evitar o uso ilegal de dinheiro público.

Com a definição destes três aspectos, considereirei retratar a frequência e o modo com que a revista poderia se referir ao líder do Executivo com enquadramentos contrários. Desta forma, o trabalho se concentra em analisar a recorrência e o método no qual *Veja* retrata o presidente a partir de três dicotomias: *fragilidade* X *força*; *culpa* X *inocência*; e *inércia* X *atitude*. É importante ressaltar que, neste caso, um tipo de enquadramento não exclui outro, com a probabilidade de, no mesmo trecho da matéria, haver mais de um objetivo destacado pelo repórter ao selecionar determinados aspectos no texto principal e em outros componentes das matérias.

Porto (2004) enfatiza a debilidade no campo de estudos do enquadramento em definir um método conclusivo de análise jornalística. Ele cita uma série de autores que, desde a década de 1990, tentaram sistematizar esse processo. Entre as referências destacadas em seu

artigo, o pesquisador menciona a contribuição do jornalista e acadêmico norte-americano James Tankard Jr. (2001) para os estudos sobre o tema. Em artigo publicado no início deste século, o autor – especialista em teorias da comunicação – elabora uma lista que identifica 11 subgrupos de matérias jornalísticas, a exemplo de manchete, subtítulo, fotografias, que permitem que o leitor identifique características de enquadramento no conteúdo noticioso.

Deste modo, utilizei como base a lista elaborada por Tankard Jr. para analisar as doze matérias selecionadas para o trabalho e dividi as categorias, com base nos elementos presentes nas matérias publicadas pela revista com o tema do *Mensalão*, durante o período em questão, para desenvolver o terceiro passo do método de Porto (2004). Neste caso, foram observadas as manchetes, subtítulos, fotografias, lides (primeiro parágrafo do texto), seleção de fontes e citações, além de estatísticas, gráficos e tabelas de cada matéria analisada.

4.1 - Manchetes e subtítulos

Na mesma edição que publica uma reportagem revelando a denúncia de um pagamento de mesada no valor de R\$ 400 mil a parlamentares do PTB, a revista *Veja* inclui uma matéria assinada pelo jornalista Otávio Cabral com a manchete “A maior crise de Lula”. Uma semana após a publicação da matéria que denunciou o esquema de corrupção nos Correios, com o vídeo de Maurício Marinho recebendo propina e relatando o processo de uso ilegal de recursos, a revista considera que o momento já era o mais dramático, em termos políticos, para o presidente da República e seu governo.

Desde o início das apurações sobre o *Mensalão*, *Veja* reforça a ideia de que o governo testemunhava a pior crise desde quando Lula assumiu a presidência e destaca um enquadramento de fragilidade do então representante máximo do Poder Executivo no país. Na mesma matéria, o subtítulo contém uma ironia – marca registrada da revista – a respeito da atitude do governo de evitar a instalação de uma nova CPI para investigar o caso de corrupção: “Atingido por um estado de espírito que varia entre o irritado e o assustado, o governo do PT – quanta ironia! – faz tudo contra a CPI” (VEJA, 2005).

Com a publicação da entrevista de Jefferson à *Folha de S.Paulo*, as manchetes e subtítulos das reportagens sobre os desdobramentos do escândalo enfatizaram constantemente a possibilidade de o presidente da República estar envolvido no esquema. Tal situação pode ser explicada pelo fato de as denúncias envolverem pessoas de alto escalão do governo federal, o que fazia os leitores se questionarem até que ponto Lula poderia ter conhecimento sobre o caso ou, até mesmo, estar envolvido diretamente nele.

FIGURA 6 – “A maioria acha que ele sabia”, publicada em 13 de junho de 2005, na edição 1.913 da *Veja*



Fonte: Arquivo Pessoal

O título da matéria publicada na edição do dia 13 de julho daquele ano é bem direto neste sentido. Para enfatizar uma pesquisa publicada dias antes que revelava a opinião da população brasileira sobre a participação do presidente no escândalo, a reportagem inicia com a manchete: “A maioria acha que ele sabia”. No subtítulo, o autor – que, por curiosidade, é omitido na matéria – destaca que a crise começa a “erodir” a imagem de Lula, que nessa altura, já sentia diretamente os efeitos do escândalo, apesar de não existirem à época denúncias graves contra o mandatário (VEJA, 2005).

Se no dia 13 de junho a edição revelou uma pesquisa com populares, na semana seguinte, a matéria com o título: “Quanto ele sabia” contava com uma apuração realizada dentro da classe política próxima a Luiz Inácio Lula da Silva. Até então, as manchetes destacavam enquadramentos relacionados à fragilidade e culpa do presidente no escândalo. Nesta matéria, o subtítulo sugere um comportamento de inércia de Lula, mesmo tendo

informações sobre o caso em, pelo menos, cinco oportunidades, como sustenta a apuração do jornalista.

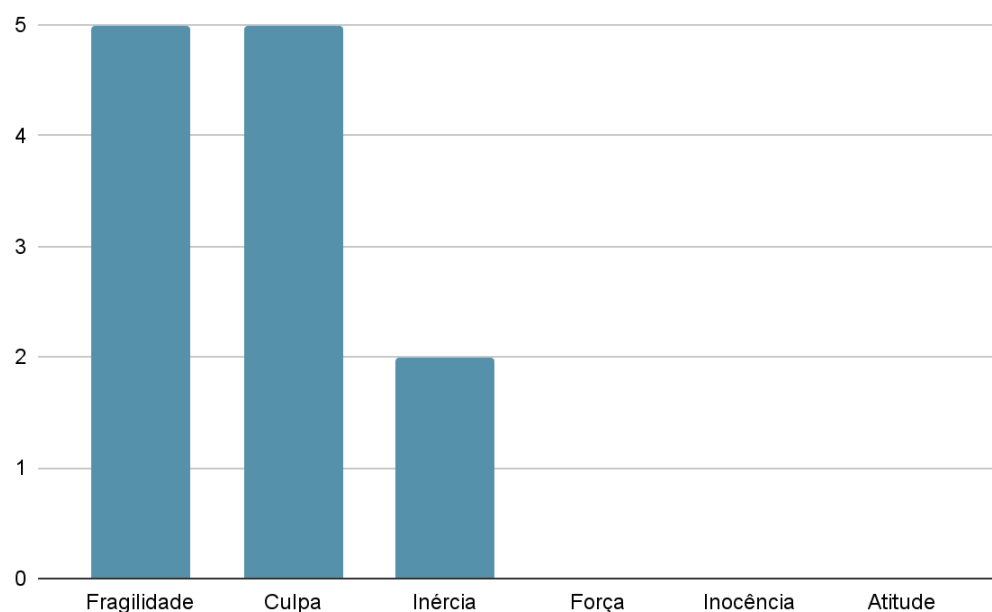
À medida em que a CPI do Mensalão no Congresso tentava descobrir os envolvidos no esquema de corrupção, a revista *Veja* tratava o governo Lula como cada vez mais instável e com reais chances de ser dissolvido. Em “As cores da crise”, matéria publicada no dia 10 de agosto, o título e subtítulo – além de outros elementos do texto – reforçam uma comparação entre o então chefe do Executivo e o ex-presidente Fernando Collor, que governou o país entre os anos de 1990 e 1992, e sofreu *impeachment* por estar envolvido diretamente em um caso de corrupção no próprio governo. Na semana seguinte, a reportagem – escrita após declarações do então publicitário e ex-marqueteiro de Lula, Duda Mendonça, à CPI –, reforçam a ideia de fragilidade do presidente e a possibilidade de ser culpado por uso ilegal de recursos durante a campanha. “O publicitário revela que o PT tinha caixa dois e dinheiro no exterior – e desperta o fantasma do *impeachment*”, escreve o jornalista Otávio Cabral no subtítulo da matéria.

A sequência de manchetes que remontam a uma ideia de fragilidade do governo federal e do presidente da República é encerrada na matéria “Operação Saci”, publicada em 5 de outubro. O título é uma ironia à eleição de Aldo Rebelo – também conhecido até então pela defesa do personagem Saci-pererê, lenda indígena e parte do folclore brasileiro – à presidência da Câmara dos Deputados. O movimento de apoio do governo a Rebelo, que ajudou a eleger o então deputado do Partido Comunista do Brasil (PCdoB) ao posto máximo da casa legislativa, foi interpretado pela *Veja* como algo formado por “negociações que beiram a desfaçatez”, no subtítulo da matéria, que é a única entre todas que foram analisadas neste trabalho que contém um enquadramento de força do presidente Lula, em contrapartida à fragilidade destacada até aquele momento.

A edição 1.926, do dia 12 de outubro, traz uma matéria especial com a manchete “Saga dos alvos mutantes”, para indicar que o presidente mudava constantemente o discurso desde o início do escândalo do Mensalão, o que ficou mais claro no subtítulo da reportagem, que reúne os três tipos de enquadramentos negativos considerados neste trabalho: “Agora, Lula tenta desprezar as denúncias, mas é tamanha sua mudança de foco que até os áulicos têm dificuldade de saber em que Lula acredita” (VEJA, 2005). Na última matéria analisada, assinada pelo jornalista Policarpo Junior, o título vai direto ao ponto: “Campanha de Lula recebeu dinheiro de Cuba”, e retoma o enquadramento que sugere que Lula poderia ser culpado pelos casos de corrupção desvendados no contexto da crise.

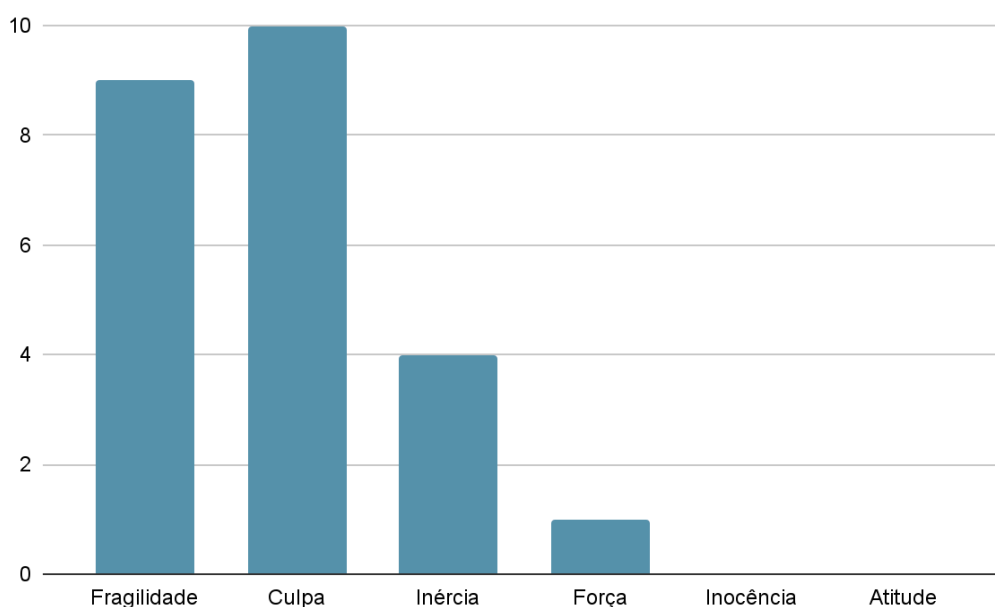
Das 12 manchetes analisadas, foram identificadas cinco ocasiões em que há destaque no enquadramento de fragilidade; cinco, de culpa; e dois, de inércia. Neste grupo, não foram contabilizados enquadramentos positivos. Em relação aos subtítulos, em nove matérias houve foco para a fragilidade; dez, de culpa; quatro, de inércia; além de um enquadramento de força, especificamente na matéria “Operação Saci”.

GRÁFICO 1 – Enquadramentos em manchetes e kickers (nº de ocorrências)



De maneira distinta à apresentada pelas manchetes (*gráfico 1*), em que não houve a incidência de nenhum enquadramento positivo ao longo dos textos analisados, os subtítulos (*gráfico 2*) apresentaram um enquadramento de força em um caso específico. Para contextualizar o uso desse tipo de enquadre, a matéria “Operação Saci”, que conta com um aspecto positivo neste sentido, foi publicada logo após as eleições de Aldo Rebelo à presidência da Câmara dos Deputados, em outubro de 2005. Este fato trouxe uma noção maior de que o governo federal ficava mais forte, visto que o cargo ocupado por um aliado de primeira hora diminuía, em tese, a possibilidade de uma abertura de impeachment do então presidente da República.

GRÁFICO 2 – Enquadramentos em subtítulos (nº de ocorrências)



4.2 – Fotografias e legendas

Entre as principais semelhanças entre a *Veja* e a revista norte-americana *Time*, há a seleção das imagens principais que, geralmente, têm sucesso em transmitir a ideia central a respeito daquela edição, em comunhão com os textos em destaque. Durante a crise do *Mensalão*, o veículo controlado pela família Civita não poupou imagens com tom apelativo sobre a participação do presidente da República no curso dos acontecimentos. Das 25 edições publicadas entre os dias 18 de maio e 2 de novembro de 2005, a imagem de Lula esteve presente em destaque em 5 capas, sem contar com o início e meio das matérias escritas durante o período.

FIGURA 7 – Capas da revista Veja durante o Mensalão que retratam o presidente Lula como personagem principal



Fonte: Jornal GGN

No conjunto de texto e reportagens analisadas neste trabalho, Lula apareceu pela primeira vez em fotografia na matéria com o título “O PT assombra o Planalto”, de 15 de junho daquele ano. Na ocasião, o presidente foi retratado com olhar distante e mãos unidas, como se estivesse pensativo no momento. É uma evidente representação de um líder frágil e inerte, o que se comprova na legenda que o autor da matéria utilizou para descrever a imagem: “O presidente Lula: ele diz que perdeu o ânimo de tentar a reeleição e, agora, só quer preservar a sua autobiografia” (VEJA, 2005).

Na análise das fotografias, foi possível reconhecer a presença de enquadres positivos de força em três oportunidades. Em uma delas, na matéria com o título “O assalto ao estado”, também foi identificado um destaque maior para a atitude do presidente em resolver a crise, em uma foto que mostra diversos televisores que transmitem um discurso de Lula que, na ocasião, defendeu que seria “implacável no combate à corrupção”. Apesar disso, na mesma fotografia, é perceptível um enquadramento de culpa na legenda da imagem, que reforça a ideia de aparente hipocrisia nas atitudes do presidente: “Lula: no discurso, combate à corrupção. Na prática, aliança com corruptos” (VEJA, 2005).

Em outras edições da revista, também foi possível destacar enquadres de fragilidade, principalmente nos meses de agosto e setembro, quando as declarações de Lula sobre a crise ficaram mais escassas e as investigações na CPI dos Correios ganharam força, com os depoimentos do ex-marqueteiro Duda Mendonça no dia 11 de agosto de 2005, por exemplo. Na edição do dia 14 de setembro daquele ano, na imagem principal da matéria “A pátria

mandou recado”, Lula é registrado olhando fixamente para uma bandeira preta com a inscrição “*impeachment*” nas cores verde, amarelo e branco, em alusão à bandeira nacional (VEJA, 2005).

FIGURA 8 – “A pátria mandou recado”, publicada em 14 de setembro de 2005, na edição 1.922 da *Veja*



Fonte: Arquivo Pessoal

FIGURA 9 – “Da utopia ao caos”, publicada em 14 de setembro de 2005, na edição 1.922 da *Veja*

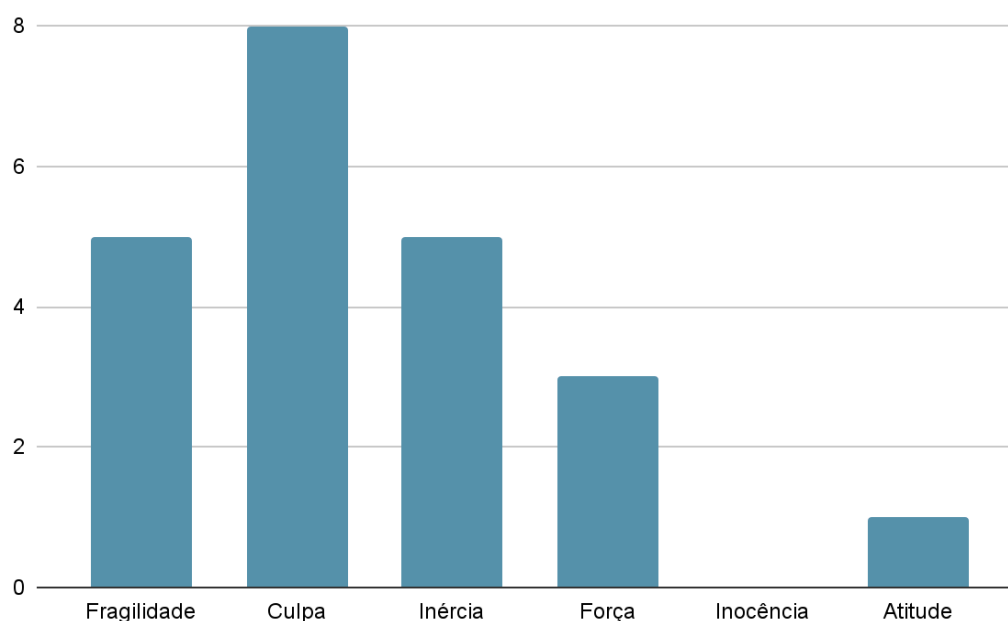


Fonte: Arquivo Pessoal

Já na reportagem publicada na semana seguinte, com o título “Da utopia ao caos”, assinada por Marcelo Carneiro e Juliana Linhares, a intenção de registrar a fragilidade de Lula e do governo é perceptível ao comparar as duas imagens principais da matéria. Na primeira, registrada em 1984, Lula aparece jovem e sorridente ao lado dos companheiros de partido José Dirceu e Luiz Gushiken, que viriam a compor o governo no primeiro mandato do petista. Na segunda, entretanto, os três estão juntos, mas com aspecto de tensão e preocupação (VEJA, 2005).

A análise das fotografias presentes nas 12 matérias selecionadas neste trabalho identificou enquadres negativos de fragilidade em cinco ocasiões distintas, além de outras três matérias com enquadres positivos de força. Também foram listadas oito matérias com enquadramento de culpa e cinco matérias onde houve destaque para a inércia de Lula em relação à crise. Além disso, foi identificado enquadramento de atitude em uma matéria.

GRÁFICO 3 – Enquadramentos em fotografias (nº de ocorrências)



4.3 - Leads

Os *leads*, ou lides – na tradução ao português – servem como referência para o jornalista iniciar o texto noticioso e, no caso das matérias analisadas neste trabalho, foi possível identificar uma série de tendências utilizadas pelos autores já nas primeiras palavras que compõem o corpo principal das notícias e reportagens da revista. O *Manual de Redação e Estilo do jornal O Estado de S. Paulo*, de autoria do jornalista Eduardo Lopes Martins Filho (1997), define o *lead* como a “abertura da matéria”. “Nos textos noticiosos, deve incluir, em duas ou três frases, as informações essenciais que transmitam ao leitor um resumo completo do fato” (MENDES FILHO, 1997, p. 154).

No caso das revistas, entretanto, que por vezes abordam temas mais generalistas e abrangentes, pode ser mais complexo definir onde se inicia e onde termina o *lead*. Desta maneira, considerei como *lead* o primeiro parágrafo de todas as matérias analisadas. Já nas

primeiras reportagens sobre o tema e que apresentam Lula como o personagem principal, ou um dos de maior destaque, as primeiras frases do texto destacam a figura de um presidente frágil, com um governo acometido pela que era considerada a pior crise do primeiro mandato do petista à frente do Palácio do Planalto. “Em seus quase trinta meses de vida, o governo de Luiz Inácio Lula da Silva nunca esteve tão acuado” (VEJA, 2005).

O trecho que finaliza o último parágrafo é a frase que abre o lead da primeira matéria analisada neste trabalho: “A maior crise de Lula”. Logo de início, é possível identificar uma tendência da revista em dar importância ao momento turbulento que o governo convivia, enfatizando um enquadramento de fragilidade, que se repete em menor ou maior intensidade ao longo do recorte temporal definido neste trabalho. Outro exemplo nesta linha é a primeira frase da matéria “O assalto ao estado”, do mesmo autor:

Há seis semanas convivendo com a pior crise de seu governo, deflagrada com a divulgação do vídeo de corrupção nos Correios, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva parece ainda distante de corrigir o pecado capital cometido pelo PT: permitir aos aliados e a si mesmo a ocupação predatória do Estado. (VEJA, 2005, p. 59)

No trecho destacado anteriormente, é possível identificar as três formas de enquadramento negativo destacadas neste trabalho. Além deste exemplo, os enquadres também foram perceptíveis na matéria “A maioria acha que ele sabia”, sem autoria, que revela uma pesquisa de opinião pública do instituto Ipsos-Opinion sobre o envolvimento de Lula no esquema de corrupção. Em um dos trechos que abrem a matéria, o texto ressalta que “na percepção da maioria dos brasileiros”, Lula não parecia honesto ou seria incapaz de “garantir a honestidade de seu governo” (VEJA, 2005).

Em “As cores da crise”, assinada por Alexandre Oltramari, publicada na edição do dia 10 de agosto, o primeiro parágrafo da matéria inclui trechos de duas músicas para descrever a crise política vivenciada pelo presidente até então. Ao citar a ópera *Turandot* (1926), do italiano Giacomo Puccini, o autor do texto faz uma comparação do personagem principal da famosa ária *Nessun Dorma* com o presidente da República: “Dissolva-se, ó noite! / Ponham-se estrelas! / Ponham-se estrelas! / Ao raiar do dia vencerei! Vencerei!” (p. 56). A matéria cita a ópera para argumentar que Lula poderia ter sido o herói da crise, ao resolver apontar culpados, mas apesar disso, segundo a revista, teria sido omissos ao agir para controlar as acusações, e cita, desta vez, a música de Zeca Pagodinho *Deixa a vida me levar* (2002):

“Confesso que sou de origem pobre / Mas meu coração é nobre, / foi assim que Deus me fez / E deixa a vida me levar / Vida leva eu” (p. 56). Um exemplo de enquadramento de inércia.

Na matéria “A pátria mandou recado”, com autoria de Otávio Cabral, o *lead* é um dos exemplos que mais reforçam a fragilidade do presidente e de seu governo durante a crise do *Mensalão*. O texto começa relembrando o desfile cívico-militar de 7 de setembro do ano anterior, quando, segundo o autor, o presidente “foi aplaudido, distribuiu sorrisos e deixou a festa acenando para uma multidão recorde de 60.000 pessoas” (p. 84). Em seguida, para reforçar uma comparação, sustentou que Lula fora, além de aplaudido, vaiado por um grupo de pessoas, e que apenas metade do público registrado no ano anterior havia comparecido na edição de 2005 da festa no Dia da Independência.

Quando Lula pegou o microfone para abrir a festa, ouviu-se novo coro de apupos, sempre vindos das arquibancadas mais distantes, onde um cartaz dizia o seguinte: “Lula, que traição! Tirou do povo para pagar o mensalão!”. Os protestos foram até discretos, mas seria um erro encará-los como desprezíveis alaridos de troça. As vaias são um péssimo sinal para Lula. (VEJA, 2005, p. 84)

FIGURA 10 – “Saga dos alvos mutantes”, publicada em 12 de outubro de 2005, na edição 1.926 da *Veja*

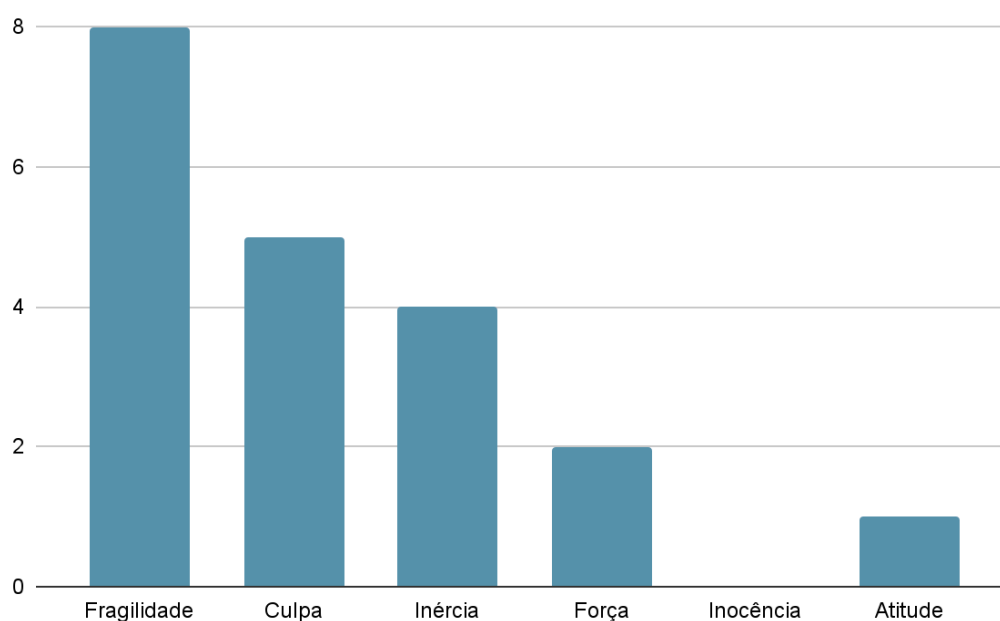


Fonte: Arquivo pessoal

Apesar da quantidade relevante de enquadres negativos após o estopim da crise, este quadro mudou após a eleição de Aldo Rebelo à presidência da Câmara, como lembrado anteriormente. No caso dos *leads*, foi possível identificar enquadramentos de força e atitude do presidente da República na matéria “Saga dos alvos mutantes”, publicada na edição de 12 de outubro daquele ano. Embora tenha levantado a tese de que o presidente teria mudado o discurso diversas vezes durante a crise do *Mensalão*, o primeiro parágrafo sustenta que Lula estaria “entusiasmado” e “fortalecido” com o novo cenário. Além disso, o texto reconhece que, em determinado momento, o presidente teria agido para tentar contornar a crise (VEJA, 2005).

Ao concluir a análise dos trechos introdutórios, este trabalho identificou uma predominância de enquadramentos de fragilidade – em oito matérias, no total –, além de cinco enquadres de culpa e quatro, de inércia. Entre os destaques positivos, foi possível identificar enquadramentos de força em duas oportunidades e de atitude, em uma matéria.

GRÁFICO 4 – Enquadramentos em *leads* (nº de ocorrências)



4.4 - Seleção de fontes e citações

Uma das principais formas de identificação de enquadramentos em produtos noticiosos é o levantamento de citações e fontes utilizadas nas matérias. Mesmo levando em

consideração que a revista utiliza o método tradicionalmente adotado por veículos éticos, ao ouvir os dois lados de uma história, foi possível identificar uma frequência maior de citações que descredibiliza ou são contrárias à postura de Lula e seu governo em relação à crise gerada com as denúncias de corrupção.

Na matéria publicada na edição de 15 junho de 2005, com o título “O PT assombra o Planalto”, houve a maior incidência, tanto de enquadramentos positivos quanto negativos, em apenas uma reportagem. Ao todo, foi possível identificar 21 fontes diferentes ao longo do texto, que mescla as denúncias do ex-deputado Roberto Jefferson na famosa entrevista ao jornal *Folha de S.Paulo*, com a posição de aliados do próprio Partidos dos Trabalhadores, ministros, além de outros parlamentares consultados pelo jornalista. Dos seis tipos de enquadramento possíveis destacados neste trabalho, foram identificados cinco, sendo dois positivos e três negativos, com destaque para o enquadre de fragilidade, no qual o governo se via exposto após as diversas denúncias relatadas por Jefferson à *Folha* (VEJA, 2005).

Além de destacar aspas e relatos de membros da classe política, *Veja* também utilizou pesquisas de opinião como fonte para as matérias sobre o *Mensalão* nesse período. A principal delas tem o título “A maioria acha que ele sabia”, que revela um levantamento da Ipsos-Opinion que, entre outras perguntas, questionou os entrevistados se eles achavam que Lula tinha envolvimento direto ou indireto no esquema criminoso. Na abertura do segundo parágrafo da matéria, o autor – não identificado – deixa claro o objetivo da revista ao dar foco principal a uma pesquisa de opinião desfavorável à imagem de Lula: “A percepção popular negativa, evidentemente, não significa que o presidente seja culpado. O problema, repita-se em outros termos, é ele parecer culpado” (VEJA, 2005).

Outro exemplo de pesquisa utilizada como fonte para a *Veja* durante o escândalo é um levantamento sobre as eleições de 2006 realizada pelo Instituto Datafolha, que apontou para uma derrota de Lula em um eventual segundo turno contra o tucano José Serra³. A pesquisa citada na matéria “Duda: a verdade que arrasa”, de 17 de agosto de 2005, ainda revelou que 29% dos entrevistados se declararam favoráveis ao processo de *impeachment* contra o então presidente da República (VEJA, 2005).

³ A pesquisa do Instituto Datafolha publicada em 12 de agosto de 2005 mostrou que Lula tinha atingido o pior patamar desde o início de seu mandato (26%). Até então, José Serra era o nome mais cotado pela oposição para concorrer à presidência da República pelo PSDB, antes do então governador de São Paulo Geraldo Alckmin ser o escolhido para a disputa.

Pesquisa disponível em:

<https://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2005/08/1222913-aprovacao-cai-reprovacao-continua-subindo-e-lula-atinge-pior-avaliacao-de-seu-mandato.shtml>

Das 12 matérias analisadas neste trabalho, há citações diretas, ou indiretas, de declarações do então presidente da República em oito delas, sendo assim, a fonte mais utilizada pelos autores dentro deste recorte. Outros personagens também tiveram grande espaço nos textos, como o ex-deputado Roberto Jefferson, que teve suas falas citadas em, ao menos, quatro matérias, e o ex-tesoureiro do PT Delúbio Soares, com declarações em destaque em três reportagens.

Apesar de terem sido identificados todos os enquadramentos analisados neste trabalho em pelo menos uma das 12 matérias, nesta seção de seleção de fontes e citações, nenhum foi mais recorrente quanto o enquadre de culpa, que apareceu em quase todas as reportagens, à exceção de duas: “A pátria mandou recado” e “Operação Saci”. Na matéria “Quanto ele sabia”, publicada na edição de 20 de julho de 2005, o autor explica, já no início do texto, que consultou “29 autoridades”, entre elas deputados, senadores, ministros e governadores, para chegar à conclusão de que Lula havia sido alertado sobre os esquemas de compra de apoio no Congresso em pelo menos cinco oportunidades, que foram relatadas ao longo do texto e em materiais gráficos (VEJA, 2005).

Além de membros da classe política, a revista também consultou especialistas da área acadêmica. Em um caso mais evidente, a matéria “Da utopia ao caos”, assinada por Marcelo Carneiro e Juliana Linhares, publicada na edição de 21 de setembro, e que tem como foco principal a “derrocada” do PT, possui aspas de filósofo, sociólogo, cientista político e um crítico literário. O sociólogo Leôncio Martins Rodrigues, um dos citados na matéria, avalia a relação entre Lula e os intelectuais: “Os intelectuais achavam que Lula seria um tapete mágico capaz de levá-los à revolução. Já Lula via nos acadêmicos outro tipo de tapete, aquele que poderia ajudá-lo a chegar ao poder” (VEJA, 2005, p. 47).

Na última reportagem analisada neste trabalho, que tem o título “Campanha de Lula recebeu dinheiro de Cuba”, publicada na edição de 2 de novembro e assinada por Policarpo Junior, o autor deixa claro que a história teve duas fontes principais: o advogado Rogério Buratti, ex-assessor do então ministro da Fazenda, Antônio Palocci, e o economista Vladimir Poletto. Ambos teriam ajudado a transportar US\$ 3 milhões em espécie, com origem no país então liderado pelo falecido ditador Fidel Castro, ao comitê eleitoral de Lula, durante as eleições de 2002. Mesmo Poletto tendo mudado de ideia sobre publicar sua entrevista, antes de ser lançada às bancas, o jornalista que assinou a matéria explicou que decidiu manter os relatos, após não ter obtido uma nova resposta por e-mail do economista (VEJA, 2005).

Veja respondeu o e-mail, indagando as razões que o teriam levado a uma mudança tão radical de postura, mas Poletto não respondeu. Por essa razão, a revista mantém, no corpo desta reportagem, os termos do acordo selado com o entrevistado, que autorizou a publicação do conteúdo da conversa e a revelação de sua identidade. [...] A tentativa de recuo de Poletto é uma expressão do peso da verdade. (VEJA, 2005, p. 51)

FIGURA 11 – “Campanha de Lula recebeu dinheiro de Cuba” (capa), publicada em 2 de novembro de 2005, na edição 1.929 da *Veja*



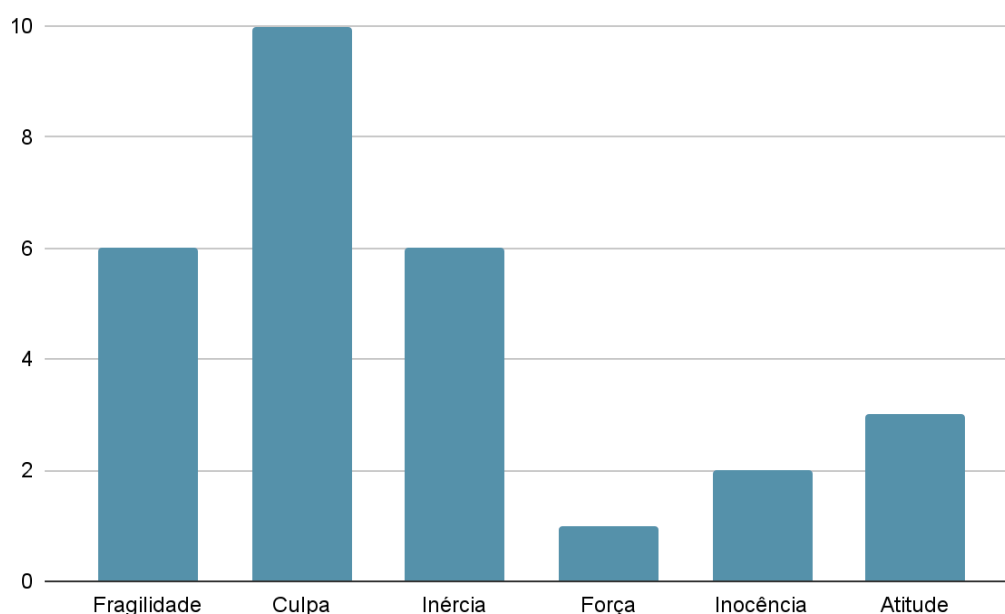
Fonte: Arquivo pessoal

Nesta reportagem, o único enquadramento identificado neste trabalho foi o de culpa, com base no conteúdo das citações, que sustentam a tese de que a campanha de Lula teria recebido dinheiro do regime cubano à época das eleições. Mesmo não sendo exatamente relacionado ao escândalo do *Mensalão*, o episódio foi mais um dos desdobramentos da crise iniciada em maio daquele ano. Ao final da matéria, o autor inclui aspas de Walter Costa Porto, ex-ministro do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), para explicar que Lula poderia ser

impedido de concorrer nas eleições do ano seguinte, caso se comprovasse o recebimento do dinheiro (VEJA, 2005).

Entre os enquadramentos positivos relacionados à imagem do então presidente na seleção de fontes e citações, foram identificadas três ocorrências de atitude, duas de inocência e uma de força. Por outro lado, este trabalho conseguiu listar enquadres de fragilidade em seis matérias, de inércia, em seis matérias, e de culpa, em dez matérias, ao todo.

GRÁFICO 5 – Enquadramentos em seleção de fontes e citações (nº de ocorrências)



4.5 Estatísticas, gráficos e tabelas

Durante os seis meses que separam as primeiras denúncias sobre o esquema de compra de apoio parlamentar até o fim da CPI do *Mensalão*, que terminou sem um relatório final, a *Veja* utilizou diversos recursos gráficos para ilustrar os capítulos da crise. Ainda no mês de junho, a matéria “O PT assombra o Planalto”, foi publicada com uma arte intitulada “Muitos escândalos, pouca explicação”, o que, de certa forma, reforçava o sentimento àquela altura, com muitas denúncias surgindo e poucas investigações, de fato. É possível destacar um enquadramento de inércia, visto que, ao enumerar os escândalos recentes, a arte busca apontar o que ainda era necessário explicar sobre cada um deles, questionando ainda qual seria o envolvimento do governo Lula nesse contexto (VEJA, 2005).

Nas matérias seguintes, o material gráfico teve como foco a opinião pública diante dos desdobramentos da crise e como ela afetava a percepção dos brasileiros em relação aos atores políticos. Uma pesquisa do instituto Ipsos ganhou uma arte na matéria “O assalto ao Estado”. O levantamento teve como objetivo mostrar o quanto a população acreditava em determinados pontos fortes e fracos de Lula e seu governo. Entre os atributos positivos, a pesquisa destacou a proximidade do presidente com os pobres e com as camadas populares da sociedade, enquanto que, pelo lado negativo, o estudo mostrou que a população ainda desacreditava sobre a experiência do presidente e as atitudes dele (CABRAL, 2005).

FIGURA 12 – Material gráfico utilizado na matéria “O PT assombra o Planalto”, publicada em 29 de junho de 2005, na edição 1.909 da *Veja*



Fonte: Arquivo pessoal

Na camada inferior das páginas, a matéria destacou a opinião de 55 pessoas que foram entrevistadas e tiveram as identidades totalmente reveladas, inclusive, as informações sobre qual candidato elas haviam votado nas eleições de 2002. Pelo fato de não haver uma tendência para um lado, ou outro, o gráfico apresentou dois tipos de enquadramento opostos:

de força e fragilidade, visto que, apesar das críticas e posicionamentos contrários ao governo e ao presidente, ele manteve um expressivo apoio durante e após o período de crise, o que se concretizou nas eleições do ano seguinte (VEJA, 2005).

Em outro exemplo de pesquisa de opinião utilizada pela *Veja*, a matéria do dia 13 de julho “A maioria acha que ele sabia” mostrou, já na primeira página, um levantamento, também realizado pela Ipsos, que mediu a percepção da população sobre o envolvimento de Lula no escândalo do *Mensalão*. Apesar de mostrar que 45% da população acreditava que o presidente não sabia de nada sobre o esquema, a matéria enfatizou que uma maior parcela de brasileiros achavam que Lula sabia, estando envolvido, ou não, nas atitudes criminosas orquestradas por correligionários durante a campanha e após ter assumido a presidência da República. Desta forma, foi possível notar a presença de todos os enquadramentos negativos considerados nesta pesquisa, visto que a sondagem ainda reforça a tese de que Lula poderia ter sido culpado ou omissos, além de demonstrar fragilidade com base na opinião popular (VEJA, 2005).

FIGURA 13 – Material gráfico utilizado na matéria “As cores da crise”, publicada em 10 de agosto de 2005, na edição 1.917 da *Veja*



Fonte: Arquivo pessoal

FIGURA 14 – Material de campanha utilizado por Fernando Collor de Mello em 1989



Fonte: Escosteguy.net

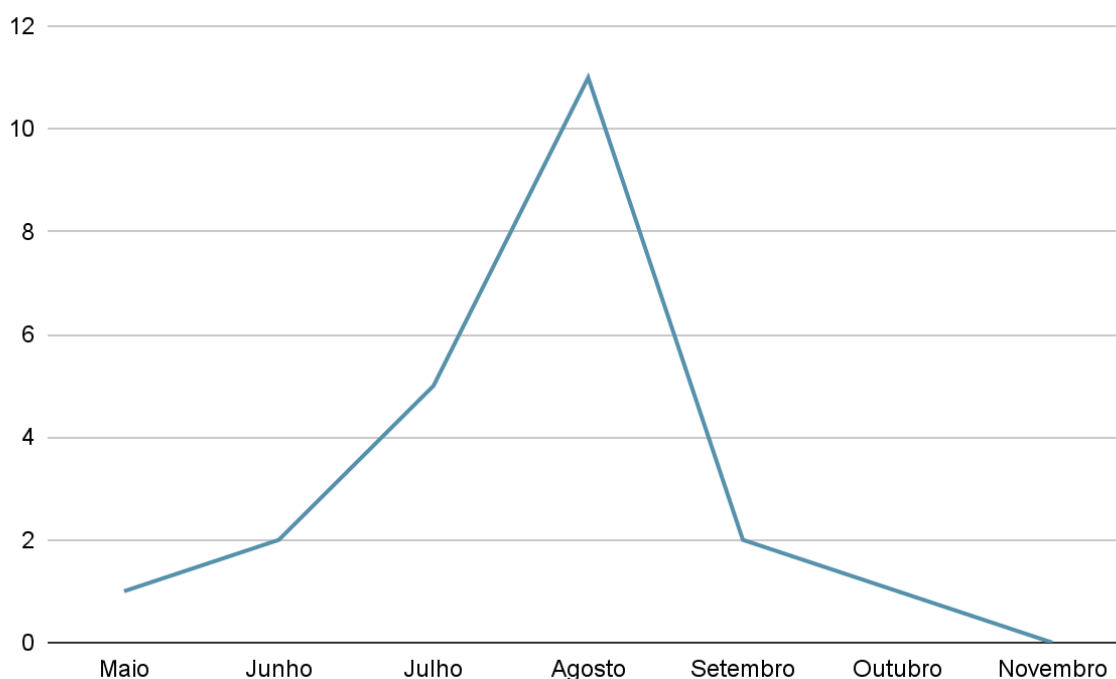
Na capa da edição 1.917 da revista *Veja*, publicada em 10 de agosto de 2005, que mostra uma foto do presidente da República com olhar melancólico, em um fundo preto, com o nome do chefe do Executivo escrito de maneira intencionalmente equivocada, como “Lulla” (com duas letras “l”), é possível identificar uma alusão à figura do ex-presidente Fernando Collor, que anos antes, havia passado por um processo de impeachment. A presença das cores verde e amarelo reforça a comparação, visto que Collor utilizava a mesma fonte e as mesmas cores em sua campanha ao Palácio do Planalto, em 1989. Logo abaixo do nome do então presidente, a legenda principal da capa era direta: “Sem ação diante do escândalo que devorou seu partido e paralisou seu governo, Lula está em uma situação que já lembra a agonia da era Collor” (VEJA, 2005).

Visto que o objetivo deste trabalho não é analisar as capas, e sim, identificar enquadramentos nas matérias, concentremo-nos no corpo da reportagem principal. Com o título “As cores da crise”, a presença do verde e amarelo em alusão a Collor se mantém no chamado “miolo” das páginas, e recebe, inclusive, um material gráfico próprio na terceira e na quarta página da matéria, intitulado “A história em verde e amarelo”. A linha do tempo utilizada nesta arte mostrou que nos últimos 20 anos que antecederam a crise do *Mensalão*, o uso dessas cores foi constantemente utilizado em momentos decisivos da política brasileira, desde a redemocratização, como as Diretas Já, as eleições e o impeachment de Collor, além de manifestações contra Lula e o PT (VEJA, 2005).

O termo “impeachment”, inclusive, foi bastante utilizado pela revista durante o mês de agosto daquele ano. Na matéria publicada na edição do dia 17, com a manchete “Duda: a verdade que arrasa”, a palavra é mencionada dez vezes, seja ao longo do texto, em

fotografias, legendas e, até mesmo, na arte gráfica. Em todas as matérias analisadas neste trabalho, foi identificado o termo 22 vezes.

GRÁFICO 6 – Frequência do termo “*impeachment*” nas matérias analisadas (nº de ocorrências/mês)



O material gráfico utilizado nesta última matéria ilustra vários círculos concêntricos, que ligam o empresário Marco Valério ao presidente da República, a partir das denúncias do publicitário Duda Mendonça à CPI dos Correios. Além desses dois personagens, a matéria também deu destaque à participação do tesoureiro Delúbio Soares, de José Genoíno, presidente do PT, e de José Dirceu, ex-ministro da Casa Civil. Por apresentar detalhes da denúncia e, além disso, reforçar o quanto ela envolveu Lula, foi possível identificar enquadres de fragilidade e culpa neste material gráfico.

A matéria “Da utopia ao caos”, publicada na edição de 21 de setembro daquele ano, volta a destacar uma pesquisa de popularidade de Lula. Os dados, levantados pela CNT/Sensus⁴, mostram que a aprovação do presidente tinha chegado ao menor patamar, naquele mês, desde o início de seu mandato – o que indica um enquadramento de fragilidade.

⁴ O levantamento mostra que a reprovação de Lula tinha subido de 30,2% para 39,4%, entre julho e setembro de 2005. Veja mais em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u72298.shtml>

Além disso, destaca que uma parcela maior da sociedade brasileira acreditava que a corrupção tinha aumentado no governo Lula, em relação a outros presidentes (VEJA, 2005).

FIGURA 15 – Material gráfico utilizado na matéria “Duda: a verdade que arrasa”, publicada em 17 de agosto de 2005, na edição 1.918 da *Veja*

Cada vez pior
Em círculos concêntricos, o esquema Marcos Valério foi engolfando, uma a uma, as principais lideranças do PT. Agora, ameaça envolver diretamente o presidente Lula

MARCOS VALÉRIO
Quando foi citado por Jefferson pela primeira vez, o empresário negou ter relações com o PT. Disse ser apenas "amigo" do então tesoureiro do partido, Delúbio Soares: "Ele é um bicho do-mato como eu".

DELÚBIO SOARES
VEJA obteve documentos do BNG que mostram que o "chapa" Delúbio é também devedor de Valério. Os documentos revelam que Valério negociou e avalizou um empréstimo de 2,4 milhões de reais para o PT, a pedido de Delúbio

JOSÉ GENOÍNO
Os mesmos documentos publicados por VEJA mostram que o ex-presidente do PT José Genoíno também avalizou empréstimo. Delúbio afirma que o dinheiro tomado por Valério foi usado para as eleições do partido. Nega porém que a campanha de Lula tenha se beneficiado do esquema. Nega também que Dirceu estivesse a par dele

JOSÉ DIRCEU
Em depoimento à CPI dos Correios, Renilda de Souza, mulher e sócia de Valério, diz que Dirceu sabia, sim, dos empréstimos feitos ao PT para montar o seu caixa dois. Valério confirma a informação em depoimento à Procuradoria-Geral da República. Os dois dizem acreditar que o presidente Lula desconhecia o modus operandi do partido

LULA
O publicitário Duda Mendonça assume ter recebido dinheiro ilegal do PT, repassado a ele por Marcos Valério por meio de contas no exterior. Os pagamentos, feitos a partir de 2003, seriam referentes a um pacote de serviços prestados ao partido nas campanhas eleitorais. Com o depoimento, Duda coloca o presidente no centro das investigações, já que desse pacote — pago mediante caixa dois — fazia parte a campanha que elegeu Lula

As revelações de Duda Mendonça sugerem que a campanha de Lula pode ter sido parcialmente bancada com dinheiro ilegal, e a consequência disso é devastadora. Significa dizer que o mais alto mandatário do país pode ter chegado ao Palácio do Planalto valendo-se de operações financeiras clandestinas e fraudulentas. O publicitário contou que cobrou 25 milhões de reais para fazer cinco campanhas do PT: duas em São Paulo (a de José Genoíno ao governo e a de Aloizio Mercadante ao Senado) e duas no Rio de Janeiro (a de Benedita da Silva ao governo e a de Edson Santos ao Senado), além da campanha de Lula. Dos 25 milhões de reais, Duda afirmou que recebeu 10,5 milhões no exterior, sem nota fiscal. Dinheiro friso, clandestino. "O dinheiro era claramente de caixa dois. Nós sabíamos, mas não tínhamos outra opção. Queríamos receber", disse. O publicitário revelou que Marcos Valério lhe pediu que abrisse uma empresa lá fora — ele abriu a Düsseldorf, nas Bahamas —, cuja conta no BankBoston em Miami, na Flórida, passou a receber os depósitos. Duda apresentou vinte comprovantes de depósitos, num total de 5 milhões de reais, feitos entre os dias 23 de abril e 15 de maio de 2003. Nos comprovantes, constata-se que os 5 milhões de reais saíram de quatro bancos: BAC Flórida Bank, Banco Rural Europa (que fica em Funchal, na Ilha da Madeira, em Portugal), Israel Discount Bank of New York e, por fim, o principal de todos, Trade Link Bank, aberto no paraíso fiscal das Ilhas Cayman e ligado ao Banco Rural. Só do Trade Link Bank o publicitário recebeu 3,4 milhões de reais. Além de envolver a campanha de Lula no balaio da clandestinidade, Duda derruba a tese

A BOMBA LANÇADA PELO MARQUETEIRO Em seu depoimento à CPI dos Correios, Duda Mendonça colocou o partido na mira e abriu caminho para o processo de impeachment do presidente

O QUE DUDA MENDONÇA DISSE

CONFESSADOS	PENALIDADE
FORMAÇÃO DE QUADRILHA "Associaram-se mais de três pessoas, em qualquer bando, para o fim de cometer crimes"	De um a três anos de prisão
SONEGAÇÃO FISCAL "Omitir informação ou prestar declaração falsa às autoridades fazendárias"	De dois a cinco anos de prisão e multa
COLARINHO-BRANCO "Manter depósitos não declarados à repartição federal competente"	De dois a seis anos de prisão e multa
CRIME ELEITORAL "É vedado receber doação procedente de entidade ou governo estrangeiro"	Detenção, se o processo começar até quinze dias após a diplomação. Bloqueio de fundo partidário e cassação no registro do partido
SÃO SUSPEITO	
CRIME DE CORRUPÇÃO PASSIVA "Solicitar ou receber, para si ou para outrem, ainda que fora da função ou antes de assumir o cargo, qualquer vantagem indevida em razão de sua função"	De dois a doze anos de prisão e multa

COMO DUDA ENVOLVEU LULA

CONFESSADOS	PENALIDADE
Se for provado que Lula sabia que os serviços de Duda não haviam sido pagos e ainda assim sua prestação de contas não registra a dívida... ...Lula terá cometido crime eleitoral ("omitir declaração ou fazer inserir declaração falsa para fins eleitorais")	Prisão de até cinco anos e multa
Se for provado que Lula sabia que a dívida com Duda foi paga com caixa dois e com recursos de empresa estrangeira... ...Lula poderá ser considerado co-partícipe nos crimes de sonegação fiscal e eleitoral por ter recebido recursos de empresa estrangeira	Prisão de dois a cinco anos e, no primeiro caso, multa
Se for provado que as dívidas de campanha de Lula foram pagas com recursos oriundos de contratos de empresas privadas com o governo e que o presidente interferiu diretamente para que isso acontecesse... ...Lula terá cometido crime de corrupção passiva	Prisão de dois a doze anos e multa
Se for provado que Lula cometeu crime de corrupção passiva... ...Lula terá cometido crime de responsabilidade ("proceder de modo incompatível com a dignidade, a honra e o decoro do cargo")	Perda do cargo (impeachment) e suspensão para exercer a função pública por até cinco anos

66 17 de agosto, 2005 veja 61

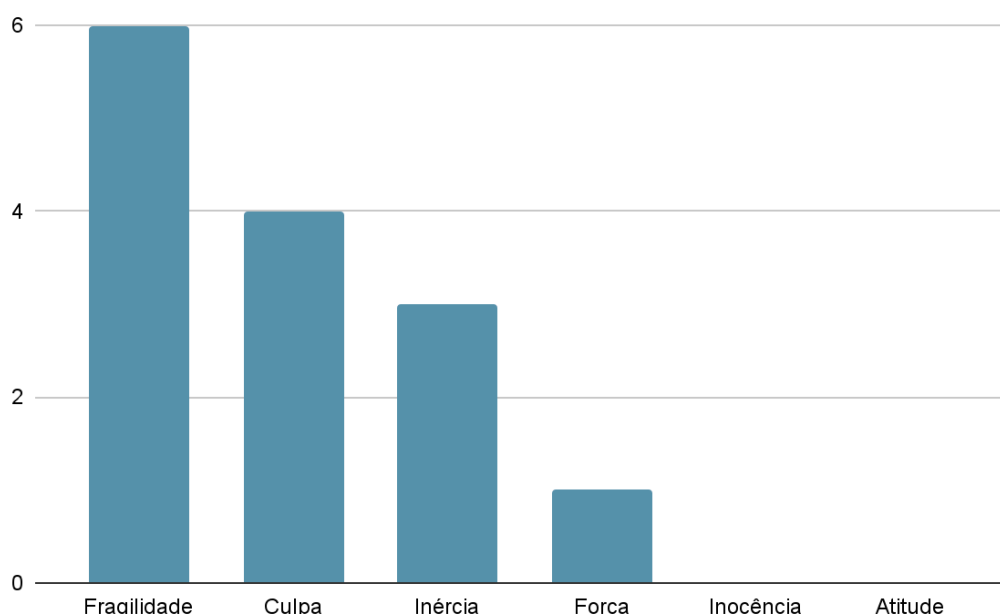
Fonte: Arquivo pessoal

Na análise, também foi possível identificar um destaque para a fragilidade do presidente na matéria “Saga dos alvos mutantes”, de 12 de outubro de 2005, assinada por Otávio Cabral. O único material gráfico utilizado na matéria foi uma tabela que caracteriza possíveis ‘fases’ de Lula no contexto da crise, reforçando a ideia de que o presidente mudava constantemente tanto de opinião quanto de atitude. O gráfico mostra seis fases do então presidente desde o início do escândalo, quando, segundo a reportagem, ele ignorava a crise, até a fase mais recente na época, no qual ele tentava “desqualificar” todas as denúncias apresentadas contra o governo (VEJA, 2005).

Das 12 matérias analisadas, dez possuíam algum material gráfico, como arte, tabela, ou pesquisa, por exemplo. Destas, seis tiveram enquadramento de fragilidade, quatro, de

culpa, e três, de inércia. Apenas na matéria “O assalto ao estado”, foi possível identificar algum enquadre positivo, no caso, de força.

GRÁFICO 7 – Enquadramentos em estatísticas, gráficos e tabelas (nº de ocorrências)



Mesmo 20 anos após a eclosão do escândalo noticiado nos principais veículos de comunicação do país, o *Mensalão* ainda suscita debates e discussões, tanto a nível acadêmico quanto na sociedade, de maneira geral. Alguns personagens principais que fizeram parte da história contada por *Veja* e outras revistas e jornais ainda atuam no meio político, como é o caso de José Dirceu, Roberto Jefferson e do próprio Luiz Inácio Lula da Silva, que após ser condenado por crimes no âmbito da Operação Lava Jato, em 2017, foi absolvido em terceira instância antes de vencer as eleições presidenciais novamente, em 2022, derrotando o opositor político Jair Bolsonaro.

Por meio das teorias de enquadramento e do método proposto por Porto (2004), este trabalho conseguiu suscitar uma nova abordagem sobre o tema, além de destacar a contribuição positiva e significativa de um autor nacional para os estudos da comunicação. Por ser uma teoria relativamente nova, os estudos sobre enquadramento ainda carecem de bases teóricas concretas, mesmo com uma série de autores de diferentes nacionalidades e gêneros tratando sobre este assunto. Nesse sentido, vejo que a adoção de fundamentos bem estruturados e a unificação das técnicas de análise podem ser um primeiro passo importante para a popularização dos estudos de enquadramento em trabalhos acadêmicos no campo da comunicação e em toda a sociedade.

Com base nos modelos e métodos propostos, pude identificar uma presença maior de enquadramentos negativos sobre a figura de Lula no contexto do *Mensalão*, que indicavam que o então presidente era, ou poderia ser, culpado ou omissos pelos crimes cometidos por membros da base aliada e do próprio partido, além de estar politicamente fragilizado diante da série de denúncias na CPI dos Correios, que ganharam notável visibilidade na mídia e intensificaram a crise na cúpula do PT e no governo federal.

Além disso, a escolha pela revista *Veja*, que na época em que o escândalo do *Mensalão* foi divulgado pela primeira vez, era totalmente impressa, foi interessante para a pesquisa por representar um dos principais veículos de informação do país nos anos 2000, apesar de sua decadência com a popularização da internet e, posteriormente, das redes sociais. Era uma das principais mídias de viés político contrário ao governo federal, além de ter sido o primeiro a tratar sobre o tema, ainda em maio de 2005, antes da entrevista de Roberto Jefferson à *Folha de S.Paulo*. A revista ainda utiliza diversos recursos textuais e visuais no corpo das matérias, o que confere uma riqueza maior de detalhes a serem observados nas análises dos textos.

Por ser um veículo alinhado com ideias neoliberais, do ponto de vista econômico, *Veja* não escondeu a divergência ideológica que tinha com as propostas do então presidente da República, o que pode ser exemplificado na forma com que Lula foi retratado e enquadrado nas matérias analisadas neste trabalho. Mesmo assim, nos primeiros dois anos de mandato do petista, a incidência de matérias com críticas contumazes ao então chefe do Executivo foi consideravelmente menor, como sustenta Da Silva (2006), que avalia que o presidente viveu definitivamente um período de “Lula-de-Mel” – utilizado o jogo de palavras elaborado pela própria revista – com grande parte da imprensa e da população.

Apesar disso, o que foi constatado após as denúncias que, posteriormente, foram incluídas no rol de acusações do escândalo do *Mensalão*, é que o enquadramento de Lula na revista, em todos os aspectos da linguagem verbal e não-verbal, sofreu consideráveis mudanças nas páginas da *Veja*. Não obstante, as formas no qual o então presidente é enquadrado pela revista também são alteradas durante o processo em que as acusações contra membros do Partido dos Trabalhadores e do governo federal são reveladas.

Nas primeiras publicações que envolvem o tema do *Mensalão* analisadas neste trabalho, a figura de Lula não é tão referenciada negativamente quanto a de demais aliados e integrantes da cúpula principal do PT e do governo, como Delúbio Soares, José Genoíno e José Dirceu, que perderam seus cargos logo após a eclosão das denúncias na mídia. Ao contrário, é possível afirmar que Lula viveu momentos de altos e baixos ao longo da

cobertura. Se no início, não era tão citado negativamente, a partir do mês de julho e, principalmente, em agosto, esteve nos holofotes da cobertura da revista, sendo constantemente citado como possível culpado pela crise política em seu governo, ou omissor em defender a justiça contra os verdadeiros culpados pela corrupção.

Nesse ínterim, conforme as acusações foram se tornando menos frequentes e a crise foi esfriando, também houve uma mudança na representação de Lula no contexto do escândalo, apesar de a revista nunca ter descartado a possibilidade do então presidente estar diretamente envolvido no esquema apontado por Jefferson e outros membros da classe política. Deste modo, é interessante ressaltar que, dos seis enquadramentos destacados neste trabalho, o que registrou a menor frequência foi o de inocência, identificado somente duas vezes, na seleção de fontes e citações. Em contrapartida, os enquadres de culpa foram os mais observados ao longo das matérias, com 42 ocorrências, no geral, considerando os componentes textuais de maneira separada.

Essa tendência de enquadramentos negativos é reforçada, também, pela incidência de termos como “*impeachment*”, “crise” e “corrupção”, e seus derivados, que foram identificados em diversas situações ao longo dos textos. Apesar de não ter sido condenado na Ação Penal 470, que julgou os denunciados por operar ou participar do esquema do *Mensalão* e foi encerrada apenas em 2014, Lula teve sua imagem prejudicada por uma grande parcela da população brasileira, que deixou de votar no então presidente em 2006, e posteriormente, contribuiu para a ascensão de partidos de centro e direita a partir dos anos 2010, tanto no Poder Executivo, quando no Legislativo.

Desta forma, como este trabalho conseguiu identificar, a análise das matérias da *Veja* publicadas no período em questão, tendo em vista o contexto social e político da época, é uma das chaves fundamentais para entender a influência midiática no primeiro governo Lula e, assim, suscitar debates construtivos sobre o papel dos escândalos na vida política do país e sua interferência direta na popularidade dos governos.

Portanto, a teoria do enquadramento foi crucial para identificar esses aspectos de maneira propositiva e estabelecer conexões entre o contexto no qual os atores políticos estavam inseridos na época do escândalo do *Mensalão* e a cobertura midiática da *Veja*, como um dos principais veículos de comunicação do país e formador de opinião, sobretudo na classe média brasileira. À vista disso, o uso das teorias de enquadramento permite o aprofundamento na análise de coberturas noticiosas, de maneira geral, contribuindo assim, para o amplo debate e enriquecimento das pesquisas em comunicação.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A noção de conflito entre o “bem e o mal”, o “nós contra eles”, o “positivo com o negativo” é uma das chaves para entender o trabalho do jornalista que cobre o dia-a-dia da política. No escândalo do *Mensalão*, a prática de definir um lado correto e um errado, embora por vezes não seja tão evidente quanto se possa imaginar, não foi diferente se comparada a outros momentos de tensão e crise política, tanto na história nacional quanto no contexto de países diversos. Na revista *Veja*, embora a constatação de que haveria mais enquadramentos negativos do que positivos já fosse esperada e que, de fato, foi confirmada nesta pesquisa, a exploração dessa abordagem relacionada aos conflitos no jornalismo político deve ser destacada para se entender outros fenômenos além da crise que foi testemunhada no Congresso Nacional e no Palácio do Planalto em meados de 2005.

A publicação deste trabalho ocorre em um marco histórico. No ano de 2025, as primeiras denúncias sobre o *Mensalão* completam 20 anos e ainda há muitas lacunas a serem exploradas no âmbito de pesquisa acadêmica, embora no tempo do jornalismo, muitos eventos já tenham transcorrido após esse episódio. Desta forma, analisar o *Mensalão* não é apenas tratar sobre um evento que ocorreu há duas décadas e não possui nenhuma influência no contexto atual. Pelo contrário, o escândalo ocorrido durante o primeiro governo Lula é considerado um marco na história política brasileira.

Primeiro escândalo de grandes proporções no Brasil que envolveu corrupção no século XXI, o *Mensalão*, como a própria *Veja* menciona em algumas de suas páginas e outros trabalhos citados ao longo dos capítulos teóricos deste trabalho reforçam, derrubou a imagem de partido ético e que lutava com unhas e dentes contra a corrupção que o Partido dos Trabalhadores (PT) ostentava até o período. O caso também foi um marco na história do combate ao uso indevido de dinheiro público, que resultou na condenação de nomes importantes da política brasileira, como José Dirceu, Roberto Jefferson e Valdemar Costa Neto, todos estes, no entanto, ainda atuam de maneiras distintas no cenário político brasileira 20 anos após as primeiras denúncias. Enquanto os dois últimos integram a oposição ao presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em seu terceiro mandato, o primeiro se prepara para regressar à vida política após dez anos preso.

Embora esta pesquisa tenha analisado como a revista enquadrava a figura do presidente da República, confirmando a tese de que houve um aumento de enquadres negativos à imagem de Lula, ela abre lacunas possíveis de serem exploradas, como os efeitos *a posteriori* sobre a popularidade do então chefe do Poder Executivo. Visto que pouco mais de um ano

após o período de pior crise de seu governo, o presidente conseguiu, mesmo assim, se recuperar politicamente para vencer pela segunda vez as eleições majoritárias, em 2006, é possível se questionar se *Veja* falhou ao tentar remeter a imagem de culpa, fragilidade ou inércia propositalmente em suas matérias, para enfraquecer ainda mais o cacife de Lula como figura politicamente forte no eleitorado brasileiro.

Portanto, é possível que a analogia feita pelo repórter Alexandre Oltramari, na matéria “As cores da crise”, entre a trajetória de Lula na crise com a ópera de Giacomo Puccini tenha, de fato, sido mais atrelada à realidade do que a comparação com a música de Zeca Pagodinho. Em *Turandot* (1926), o herói canta a vitória “ao raiar do dia”, como uma espécie de fênix (pássaro da mitologia grega) que ressurge das próprias cinzas. Obviamente, como a matéria foi publicada em agosto de 2005, era impossível prever com exatidão qual seria o desfecho da crise, mas o fato posterior é que Lula saiu vitorioso nas eleições do ano seguinte, recuperando ao menos parte do eleitorado que o elegeu quatro anos antes.

Desta forma, a pesquisa de enquadramento com base nos conflitos existentes no jornalismo político pode servir como base para outros trabalhos acadêmicos que analisem escândalos recentes da política nacional, assim como o *Mensalão*. Em 2014, no mesmo ano em que o julgamento da Ação Penal 470 teve seu ponto final, uma operação se instalou no Tribunal Regional Federal da 4ª Região (TRF-4) para investigar membros dos governos petistas, além de outros políticos e empresários que teriam agido para desviar dinheiro da Petrobras e de outras empresas estatais. A Operação Lava Jato, também conhecida como “Petrolão”, ultrapassou o *Mensalão* em quase todas as estatísticas, com mais de mil buscas e apreensões ao longo de sete anos.

Um dos condenados no âmbito da operação foi Luiz Inácio Lula da Silva, que permaneceu preso em Curitiba por 580 dias por crimes de corrupção passiva e lavagem de dinheiro na ação penal que envolveu um triplex no município de Guarujá, em São Paulo. A prisão de Lula é um dos episódios mais emblemáticos da história política recente do país, além de ser um bom exemplo de conflito no jornalismo político, ao se analisar a cobertura midiática em torno da condenação do, na época, ex-presidente da República. Ao mesmo tempo em que determinados veículos de comunicação reforçavam as conclusões do então juiz Sérgio Moro, outros espaços de mídia destacavam aspectos negativos das investigações do TRF-4 e da Polícia Federal.

Episódios ainda mais recentes também podem ser considerados casos em que o conflito entre “bem e mal”, ou “nós e eles”, se faz presente na análise de conteúdos noticiosos. Entre eles, a crise política no governo do ex-presidente Jair Bolsonaro durante a

pandemia de Covid-19, com o chefe do Executivo sendo acusado de “negacionista” e “anti-vacina” pela oposição, além dos atos do dia 8 de janeiro de 2023, quando apoiadores extremistas do ex-presidente marcharam pela Esplanada dos Ministérios e vandalizaram as sedes dos três poderes na capital federal.

Em todos os casos mencionados, a teoria do enquadramento pode ser utilizada como método de pesquisa para analisar os conteúdos publicados nos veículos de mídia. Além disso, é importante mencionar que o *Mensalão* não é um episódio isolado e ainda causa repercussões, mesmo que indiretamente, no cenário político brasileiro. Desta forma, não é possível entender com precisão o desenho político e eleitoral do país nas últimas duas décadas ignorando a crise iniciada em 2005, da mesma maneira em que é impossível deixar de lado o papel protagonizado pelos principais personagens mencionados pela mídia durante o escândalo, a exemplo do então presidente Lula.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADAMI, Giuseppe; SIMONI, Renato. *Turandot: dramma lirico in tre atti e cinque quadri*. Música de Giacomo Puccini. Milão: Ricordi, 1926. Libreto.

BAPTISTA, Íria; ABREU, Karen. A História das Revistas no Brasil: Um Olhar Sobre o Segmentado Mercado Editorial. *Rev. Científica Plural*, Tubarão, 4 ed., p. 1-23, jul. 2010. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/baptista-iria-abreu-karen-a-historia-das-revistas-no-brasil.pdf>

BENETTI, Márcia. A ironia como estratégia discursiva da revista *Veja*. *LÍBERO*, n. 20, p. 37-46, 2016. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/632/600>

CARDIA, Wesley Callegari. A Influência da Mídia na Opinião Pública e Sobre a Influência desta Mídia. Mestrado em Ciência da Comunicação - Dissertação. Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica - PUC-RS, Porto Alegre, 2008. Disponível em: <https://meriva.pucrs.br/dspace/handle/10923/2005>

CARREIRÃO, Yan de Souza. A eleição presidencial de 2002: uma análise preliminar do processo e dos resultados eleitorais. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, n. 22, p. 179-194, jun. 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rsocp/a/zzsbFkSmhyFdZfXDXwK6Xyb/?format=pdf&lang=pt>

CATUNDA, Elisabeth Linhares; MENEZES, Léia Cruz; GARANTIZADO JÚNIOR, José Olavo da Silva. As técnicas argumentativas nos discursos de parlamentares do PSDB sobre o Mensalão em sessões plenárias da Câmara dos Deputados. *Moara – Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Letras*, Belém, v. 1, n. 47, p. 1-15, nov. 2017. Disponível em: <https://www.periodicos.ufpa.br/index.php/moara/article/view/4130>

CHICARINO, Tathiana Senne. A revista *Veja* e a produção de escândalos políticos (1985-2016). 2020. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/32564>

DA SILVA, Juremir Machado. O governo Lula em revista: o jornalismo como fenômeno de descobrimento (a cobertura de *Veja*). *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, n. 29, p. 7-15, 2006. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4955/495550185001.pdf>

DINES, Alberto. 100 anos que fizeram história. Grandes momentos do jornalismo brasileiro nos últimos 80 anos. Campinas/São Paulo: Labjor/Observatório da Imprensa/LF&N, 1997

ENTMAN, Robert. Framing US coverage of international news: contrast in narratives of the Kal and Iran Air incidents. *Journal of Communication*, v. 41, n. 4, p. 6-27, 1991.

ENTMAN, Robert M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, v. 43, n. 4, 1993.

ENTMAN, Robert M. Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy. Chicago: University of Chicago Press, 2004.

GUAZINA, Liziane Soares. Jornalismo em busca da credibilidade: A cobertura adversária do Jornal Nacional no Escândalo do Mensalão. Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília/UnB. Brasília, 2011.

Disponível em:

http://repositorio.unb.br/jspui/bitstream/10482/22183/1/2011_LizianeSoaresGuazina.pdf

LO PRETE, Renata. PT dava mesada de R\$ 30 mil a parlamentares, diz Jefferson. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 6 jun. 2005. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0606200502.htm>

MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. Manual de redação e estilo de O Estado de S. Paulo. 3. ed., rev. e ampl. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1997.

MENDES, Douglas Vieira. Caso “mensalão”: uma análise da cobertura jornalística da Revista Veja. 2014. 99f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem. Universidade do Vale do Sapucaí, Minas Gerais, 2014. Disponível em:

<http://pos.univas.edu.br/ppgcl/docs/2014/dissertacoes/DOUGLAS%20VIEIRA%20MENDES.pdf>

MERITI, Serginho; CAIS, Eri do. *Deixa a vida me levar*. São Paulo: Editora Musical Talento, 2002. Partitura.

MOTTA, Luiz G.; GUAZINA, Liziane. O conflito como categoria estruturante da narrativa política: o caso do Jornal Nacional. *Brazilian Journalism Research*, Brasília, DF, v. 6, n. 1, 2010. Disponível em: <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/251>

MUNDIM, Pedro Santos. A cobertura da imprensa e o realinhamento eleitoral de 2006. In: IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR, Belo Horizonte, 2010.

NUNOMURA, Eduardo Yoshio. O mensalão impresso: o escândalo político-midiático do governo Lula nas páginas de *Folha* e *Veja*. Dissertação de mestrado. Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP). São Paulo, SP, 2012. Disponível em:

<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-18122012-125216/publico/EN.pdf>

OLIVEIRA, Josélio Paulo Macário de. Lula e o Mensalão: Memória, Identidade, Sombra e Opacidade no Discurso Jornalístico. Programa de Pós-Graduação em Linguística (PROLING), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, Paraíba, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/tede/8420/2/arquivo%20total.pdf>

PORTO, Mauro Pereira. Enquadramentos da mídia e política. In: Antonio Albino Rubim (Org.). Comunicação e Política: Conceitos e Abordagens. Salvador: Edufba, 2004, v., p. 73-104.

Disponível em: https://repositorio.ufba.br/bitstream/ufba/134/4/Comunicacao-Politica_RI.pdf

SANTOS, Edson Paulo; GARCIA, Ana Angélica da Silva; AFONSO, Ana Luiza Reiss; RODRIGUES, Ferline Targino de Oliveira; SANTANA, João Victor Pinto; XAVIER, Patrick Rafael dos Santos; DE MELO, Raquel Maia. Paradigma do julgamento “Mensalão”. Caderno de Graduação - Ciências Humanas e Sociais - UNIT - SERGIPE, [S. l.], v. 1, n. 3, p. 123–128, 2013. Disponível em:

<https://periodicosgrupotiradentes.emnuvens.com.br/cadernohumanas/article/view/974>

SANTOS, Elaine de Moraes. O “Sapo Barbudo” e o “Lulinha Paz e Amor”: as identidades de Lula construída pela mídia na campanha de 2002. In: NAVARRO, Pedro; TASSO, Ismara (Orgs). Produção de identidades e processos de subjetivação em práticas discursivas. Maringá-PR: Eduem, 2012. Disponível em:

<https://books.scielo.org/id/hzj5q/pdf/tasso-9788576285830-07.pdf>

SANTOS, Ivanaldo; SILVA, Regilberto José. O discurso da revista Veja e a construção da imagem do PT. Mestrado em Letras: Linguagem, Discurso e Cultura / UNINCOR ANO 9 - N.º 1. Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN), Natal, 2012.

Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4791911>

SCALZO, Marília. Jornalismo de revista. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2009.

SILVA, Maria Terezinha da. Acontecimento: Evocando Sentidos, Provocando ações: Uma análise do ‘Mensalão’. Intexto, nº 30, julho de 2014, p. 72-92. Disponível em:

<https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/47822>

SILVA, Vevila Junqueira da. O escândalo do mensalão em revistas semanais: uma análise de enquadramento. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2008. Disponível em:

<https://repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/162d379c-868b-4d84-83f0-184a8f85410a/content>

SOARES, Murilo Cesar. Análise de enquadramento. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. (Orgs). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SOARES, Murilo Cesar. Representações, jornalismo e a esfera pública democrática [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 272 p. ISBN 978-85-7983-018-1. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/kgsw8/pdf/soares-9788579830181-04.pdf>

TANKARD JR., James. The empirical approach to the study of media framing. In: REESE, S.; GANDY JR., O.; GRANT, A. (Ed.). Framing public life. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2001. p. 95-106.

THOMPSON, John Brookshire. O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia. Petrópolis: Vozes, 2002.

VEJA. A maior crise de Lula. Veja, São Paulo, n. 1.906, p. 44-45, 10 maio 2005.

VEJA. O PT assombra o Planalto. Veja, São Paulo, n. 1.909, p. 52-63, 15 junho 2005.

VEJA. O assalto ao Estado. Veja, São Paulo, n. 1.911, p. 52-63, 29 junho 2005.

VEJA. A maioria acha que ele sabia. Veja, São Paulo, n. 1.913, p. 60-63, 13 julho 2005.

VEJA. Quanto ele sabia. Veja, São Paulo, n. 1.914, p. 48-54, 20 julho 2005.

VEJA. As cores da crise. Veja, São Paulo, n. 1.917, p. 56-59, 10 agosto 2005.

VEJA. Duda: a verdade que arrasa. Veja, São Paulo, n. 1.918, p. 58-62, 17 agosto 2005.

VEJA. A pátria mandou recado. Veja, São Paulo, n. 1.922, p. 84, 14 setembro 2005.

VEJA. Da utopia ao caos. Veja, São Paulo, n. 1.923, p. 44-51, 21 setembro 2005.

VEJA. Operação Saci. Veja, São Paulo, n. 1.925, p. 50-52, 5 outubro 2005.

VEJA. Saga dos alvos mutantes. Veja, São Paulo, n. 1.926, p. 54-56, 12 outubro 2005.

VEJA. Campanha de Lula recebeu dinheiro de Cuba. Veja, São Paulo, n. 1.929, p. 46-53, 2 novembro 2005.

VIANNA, Luiz Werneck. Esquerda brasileira e tradição republicana: estudos de conjuntura sobre a era FHC-Lula. Rio de Janeiro: Revan, 2006.

VILLALTA, Daniela. O surgimento da revista Veja no contexto da modernização brasileira. 2002. Disponível em: <https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/300ea43da98da19f6977caba6d17d8cd.pdf>

