

A corrupção como espetáculo midiático: análise das capas da revista *Veja* sobre a operação Lava Jato

Célia Ladeira Mota
Universidade de Brasília
cladmota@gmail.com

Paulo Henrique Soares de Almeida
Universidade de Brasília
pauloalmmeida@gmail.com

Recibido: 21/5/2017 / Aceptado: 9/6/2017
doi:<https://doi.org/10.26439/contratexto.2017.027.005>

RESUMO. Este artigo propõe uma análise das capas da revista *Veja* sobre as atividades da Operação Lava Jato, investigação da Polícia Federal e do Ministério Público Federal. A intenção do estudo não é esgotar o tema, mas discutir os significados sociais e políticos produzidos pelas narrativas. Nossa hipótese é que, além de trabalhar a espetacularização da corrupção como valor-notícia, a revista participa ativamente como ator do jogo político, não sendo apenas um observador da crise que se instalou no Brasil, mas incentivando a população a ir às ruas e lutar contra os governos e os políticos em geral.

Palavras-chave: espetáculo / escândalo / corrupção / narrativas jornalísticas

Corruption as a media spectacle: An Analysis of Veja Magazine's Covers about Operation Lava Jato

ABSTRACT. This article proposes an analysis of the covers of *Veja* magazine on the activities of Operation Lava Jato — investigation of the Federal Police and the Federal Public Ministry. The intention of the study is not to exhaust the subject, but to discuss the social and political meanings produced by the narratives. Our hypothesis is that in addition to working on the spectacularization of corruption as news-value, *Veja* actively participates as an actor in the political game, not only being an observer of the crisis settled in Brazil, but encouraging the population to take to the streets and fight against governments and politicians in general.

Keywords: spectacle / scandal / corruption / journalistic narratives

Introdução

Kellner afirma que “há uma cultura veiculada pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam a urdir o tecido da vida cotidiana” (Kellner, 2001, p. 9). Partindo desta concepção, este artigo analisa as capas da revista *Veja* na cobertura da Operação Lava Jato, investigação da Polícia Federal e do Ministério Público Federal sobre uma rede de executivos, empreiteiras, doleiros, políticos e funcionários públicos, acusados de desvio de recursos da Petrobras. Inspirada na “Operação Mãos Limpas”, que estremeceu a Itália na década de 1990, a Lava Jato foi eleita pela ONG Transparência Internacional como o 2º maior caso de corrupção no mundo, sendo considerada a maior investigação de corrupção e lavagem de dinheiro que o Brasil já teve.

Deflagrada em 17 de março de 2014 —a partir da investigação de grupos que utilizavam uma rede de lavanderias de carros e postos de combustíveis para movimentar lavagem de dinheiro— a Lava Jato vem modificando o cenário econômico, político e social brasileiro.

A Lava Jato detonou a mais eletrizante sucessão de eventos na história recente do país. Houve vários momentos dramáticos, como o dia, em março de 2015, em que a lista do procurador-geral da República Rodrigo Janot foi aceita pelo Supremo Tribunal Federal, abrindo investigação contra 49 pessoas, dentre elas 47 políticos. Ou o dia

em que a Polícia Federal bateu à porta do quarto de um hotel em Brasília, onde se hospedava o então senador e líder do governo, Delcídio do Amaral. Ao ouvir a voz de prisão, ele perguntou: “Isso pode ser feito com um senador no exercício do mandato?” Nunca havia acontecido antes. A operação foi marcada por uma sucessão de acontecimentos surpreendentes. Rompeu barreiras, derrubou mitos e tradições e mostrou que é possível mudar o que precisa ser mudado. (Netto, 2016, p. 11)

A escolha da *Veja* como objeto de estudo justifica-se por conta de sua relevância como mídia. É a revista de maior circulação nacional, com tiragem superior a um milhão de exemplares, além de ser um veículo de comunicação que assumiu um protagonismo político de oposição ao governo Dilma Rousseff. Neste estudo, são selecionadas sete capas da *Veja* entre as publicadas durante três anos, desde o início da operação até 15 de fevereiro de 2017. A intenção deste trabalho não é esgotar o tema, mas discutir alguns significados sociais e políticos produzidos pelas capas, e apontar estratégias textuais e visuais utilizadas pela revista para construir uma narrativa de espetacularização dos diferentes episódios da Lava Jato, com o objetivo de prender a atenção do público no desenrolar da operação.

A análise das capas da *Veja* é importante porque são representações de personalidades políticas e empresariais, desmistificadas em seu *ethos* de autoridade e que acabam por constituir

a imagem em decomposição de um processo político de conluio de corrupção. Por outro lado, reforça uma prática jornalística de denunciamento em busca de audiência. Ao fazê-lo, a revista constrói uma interpretação dominante da realidade, conforme afirma Kellner, segundo o qual,

uma cultura da imagem dos meios de comunicação de massa, são as representações que ajudam a constituir a visão de mundo do indivíduo, o senso de identidade e sexo, consumando estilos e modos de vida, bem como pensamentos e ações sócio-políticas. (Kellner, 2001, p. 82)

O jornalismo e a política

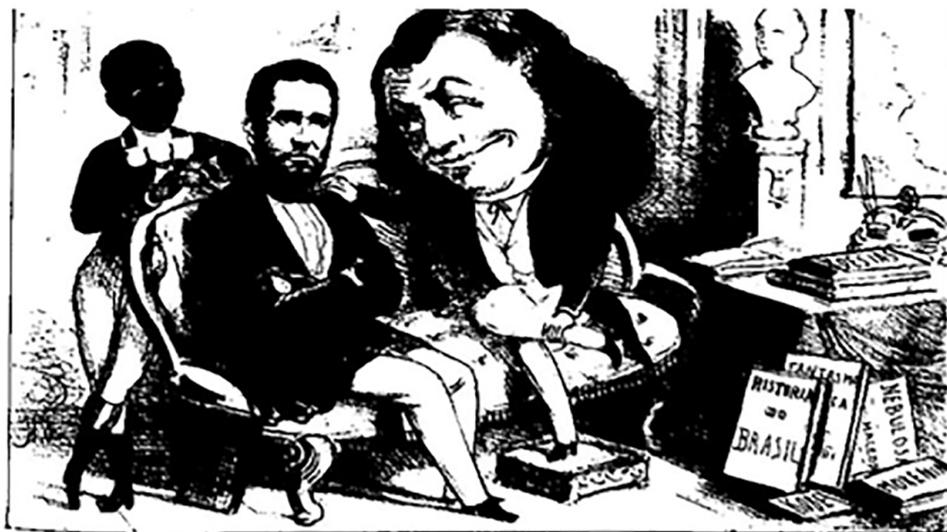
Motta (2002) destaca que a mídia jornalística passou a ser a instituição política e ideológica mais notável da contemporaneidade, onde a notícia política tende ao entretenimento.

Nesse contexto, a política mistura-se com a performance, as eleições são disputas de marketing, políticos são mais atores que ideólogos, todos desempenhando papéis cujo fim é o espetáculo em si. A ação política é valorizada não pelo conteúdo das discussões, mas pelas habilidades teatrais e comunicativas dos atores políticos, e pela interpretação seletiva do veículo de informação. Nessa atmosfera mercadológica, a notícia é curta, rápida, fragmentada; tende ao entretenimento, esvaziada que é no seu conteúdo político. (Motta, 2002, p. 17)

Ecoando Motta, acrescentamos que há momentos em que a mídia se coloca como o herói da história, sendo aquele que denuncia publicamente, acusa, cobra posicionamentos, resultados e busca desmascarar o jogo político. No entanto, sabemos que a maioria das ações, como furo de reportagem, denúncias exclusivas e entrevistas com fontes, são atitudes intencionais do veículo de comunicação para sair na frente dos concorrentes e ganhar audiência.

O protagonismo da imprensa como ator político não é recente. No Brasil, desde o final do século XIX, com a independência do país e a propagação do uso de imagens, os meios de comunicação vêm trabalhando ainda mais com processos que objetivam conquistar públicos, vender produtos e elevar ideologias. Um exemplo é a edição 138 da revista *Semana Ilustrada*, publicada em 2 de agosto de 1863. Na capa, uma charge representando os políticos dizia na legenda: “Pode tranquilizar-se, Sr. Doutor. Tomei-o sob minha proteção e tenho mais influencia do que julga. Tenho numerosos amigos no terceiro distrito, e como os conheço todos, garanto-lhe a sua eleição” (Capa da *Semana Ilustrada*, 2/8/1863). A sátira criticava a corrupção, a influência política e a troca de favores para conquistar um cargo político no Brasil.

Criada por Henrique Fleiuss, um imigrante alemão radicado no Rio de Janeiro, a *Semana Ilustrada* circulou aos domingos, de dezembro de 1860 até abril de 1876, durante o governo



Semana.—Pode tranquillisar-se, Sr. doutor. Tenço sob minha protecção e tenho mais influencia do que julga. Tenho numerosos amigos no 3º districto, e como os coubeço a todos, garanto-lhe a sua eleição. E' toda gente que presta os votos do talento e do caracter.
Candidato.—Muito obrigado. Posso agora respirar tranquillo.

(Ilustração 1: Henrique Fleiuss - *Semana Ilustrada*, 2/8/1863)

imperial de Dom Pedro II. Até hoje é considerada uma inovação na imprensa brasileira do século XIX, por aliar texto e imagem e fazer uso da liberdade de expressão por meio de críticas. O uso de ilustrações, até então pouco conhecida no jornalismo, aliada às sátiras e aos jogos de palavras, revolucionaram a imprensa da época, sendo um dos primeiros na história da mídia do país a transformar a política em entretenimento.

Na história do Brasil, a relação entre jornalismo e política vem ao encontro das observações de Pierre Bourdieu. De acordo com o pesquisador francês, “o campo jornalístico produz e impõe uma visão inteiramente particular

do campo político, que encontra seu princípio na estrutura do campo jornalístico e nos interesses específicos dos jornalistas que aí geram” (Bourdieu, 1997, p. 133). Para ele, em um universo dominado pelo temor de ser entediante e pela preocupação de divertir a qualquer preço, a política está condenada a aparecer como um assunto ingrato, que se exclui tanto quanto possível dos horários de grande audiência. Um espetáculo pouco excitante e difícil de tratar, que é preciso tornar interessante.

Bourdieu defende que os mecanismos usados para chamar atenção da audiência acabam produzindo um efeito global de despolitização ou,

mais exatamente, de desencanto com a política. “A busca do divertimento inclina, sem que haja necessidade de pretendê-lo explicitamente, a desviar a atenção para um espetáculo (ou escândalo) todas as vezes que a vida política faz surgir uma questão importante, mas de aparência tediosa” (Bourdieu, 1997, p. 139).

Ao observar a cobertura do escândalo político pela imprensa brasileira, Mario Rosa (2003) lança três perguntas importantes: até que ponto a concentração dos escândalos de grande visibilidade não produz uma distorção no Brasil? Existe o risco de enfatizar sempre o mesmo tipo de vilão, permitindo que outros atores acabem ficando impunes? Até que ponto essa distorção não decorre do próprio olhar da mídia? Para o autor, ao definir a pauta do cotidiano e expor personagens, a mídia funciona como um espelho seletivo do ambiente social, pois se concentra não sobre todos os temas, mas apenas sobre aqueles que lhe são surpreendentes. “Nesse sentido, qualquer mídia, em qualquer lugar do mundo, embute em seu âmago certo grau de distorção, pois não reflete a realidade como o todo, senão seus aspectos capitais” (Rosa, 2003, p. 494).

E nesta forma própria de relatar e observar a realidade, segundo o autor, o drama aparece como o elemento principal da narrativa midiática, inclusive com seus arquétipos básicos, como vilões, mocinhos, o ápice e o desfecho de cada espetáculo. É neste cenário,

marcado por uma relação de vale-tudo para chamar a atenção do leitor, que estudamos as manchetes da revista *Veja* na cobertura jornalística da Operação Lava Jato. A problematização é justamente este espaço dado pela mídia, que, em muitos casos, transforma o tema corrupção em espetáculo. Adotamos aqui o conceito de sociedade do espetáculo de Vargas Llosa (2013), ou seja, como “a civilização de um mundo onde o primeiro lugar na tabela de valores vigente é ocupado pelo entretenimento, onde divertir-se, escapar do tédio, é a paixão universal” (Vargas Llosa, 2013, p. 29). De acordo com o autor, ao espetacularizar a política, a mídia acaba, em muitos casos, contribuindo para deteriorá-la moral e civicamente, em vez de exigir que ela mantenha certos padrões de excelência e integridade.

A gênese do pensamento contemporâneo sobre a espetacularização tem suas raízes no pensador pós-marxista francês Guy Debord, que definiu o espetáculo “como uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (Debord, 2013, p. 22). Segundo as discussões debordianas, o espetáculo é um agente de manipulação social, onde a teatralidade e a representação dominam os meios. Com perspectiva marxista, o pensamento de Debord se concentra na crítica radical ao fetichismo da mercadoria, onde a imprensa está voltada para audiência. Na sociedade atual, onde a convergência de comunicação impera, o espetáculo é visto por

ele como um importante valor-notícia e modo de sensibilização, onde a disputa do poder e a legitimidade política estão entre os principais objetivos.

Escândalo e corrupção como noticiabilidade

Neste artigo, trabalhamos com o conceito de notícia proposto por Charaudeau (2010), ou seja, como “o conjunto de informações que se relaciona a um mesmo espaço temático, tendo um caráter de novidade” (Charaudeau, 2010, p. 132). O caráter de novidade no escândalo político sobre corrupção não quer dizer que o assunto não tenha sido falado antes, mas sim, que um novo elemento, até então desconhecido pelo público, venha entreter e tornar-se midiático.

Jardim Pinto (2011) observa a corrupção não dentro de um tempo histórico, sistema econômico ou regime político, mas sim como um fenômeno complexo, em que, para entendê-lo, é preciso considerar um conjunto variado de fatores, como poder político e econômico concentrados; profundas desigualdades sociais; pouca ou nenhuma noção de interesse público; o não reconhecimento do direito a ter direitos; elites distanciadas do restante da população; falta de controle social, entre outros. Desta forma, para o autor, “os atos de corrupção são partes constitutivas do desrespeito generalizado na sociedade com o bem público, que perpassam os agentes privados e públicos e vão desde

pequenos atos de desobediência até o desvio de vultosas somas de recursos políticos ou de agentes privados” (Jardim Pinto, 2011, p. 8).

Embora Thompson divida os tipos de escândalos políticos em sexual, financeiro e de poder, no Brasil a temática principal do escândalo político na imprensa é a corrupção - que chegou ao país logo após o seu descobrimento, com as caravelas portuguesas. “Como a Coroa não estava disposta a viver na nova colônia, delegou a outras pessoas a função de ocupar a terra e de organizar as instituições por aqui, criando um clima propício à corrupção, em que o poder e a pessoa eram vistos como uma coisa só” (Barba, 2012).

Ao estudar a relação entre escândalo e imprensa, Thompson (2002) aponta para o estreito caminho entre os interesses de quem está no jogo e a manipulação da opinião pública. Para o autor, escândalos são “ações ou eventos que envolvem, entre outras coisas, a transgressão de certos valores, normas ou códigos morais” (Thompson, 2002, p. 91). É midiático quando essas atividades de violações de valores, antes ocultas, são reveladas por meio da mídia. E político, quando o escândalo está relacionado ao poder simbólico, envolvendo e impactando indivíduos ou ações que estão situados dentro do campo político.

Thompson acredita que a crescente prevalência de escândalos políticos na imprensa ocorre por conta da maior visibilidade dos líderes políticos, de

mudanças nas tecnologias de comunicação e vigilância, mudanças na cultura jornalística, na cultura e a crescente regulamentação da vida pública. No entanto, segundo o autor, isso não significa que a maior parte dos escândalos seja resultado do fato de jornalistas seguirem sua vocação de investigadores procurando revelar verdades incômodas. Para ele, essa prática é mais exceção que regra, sendo que em muitos escândalos, as principais atividades de investigação são conduzidas por indivíduos que não são jornalistas e por organizações que não são da mídia, como a polícia, os tribunais ou investigações oficiais de vários tipos. “O papel desempenhado pela mídia é principalmente o de selecionar e retransmitir a informação produzida por outros, transformando-a em histórias atraentes e sugerindo referenciais para a interpretação” (Thompson, 2002, p. 113).

No caso da Lava Jato, o conflito “corrupção” é tomado como o valor-notícia predominante, aquele que determina a importância que um fato ou acontecimento tem para ser noticiado. Seu critério de noticiabilidade pode ser atribuído ao impacto relevante, ao interesse nacional, a quantidade de pessoas envolvidas, ao entretenimento como forma de espetáculo e ao significado do acontecimento em relação aos desenvolvimentos futuros. Sua permanência cotidiana na imprensa se sustenta por conta de elementos-chaves, como as novas delações e prisões de personalidades públicas, tornando-se

ingredientes capazes de dar continuidade ao enredo e prolongar o desfecho da história.

O caminho da análise: jornalismo e espetáculo

Adotamos como metodologia a análise da narrativa, conforme proposta pelo professor Luiz Gonzaga Motta (2013). Para o autor, toda narrativa está carregada de símbolos e poder, além de uma visão ideológica. Estudá-la, entre outras razões, é importante para compreendermos quem somos, como construímos nossas histórias, além de entendermos porque às vezes tentamos representar fielmente o mundo e, em outras, imaginativamente. “Todo discurso é poder, um poder que se exerce na relação entre quem fala e quem escuta. A análise rigorosa e sistemática da comunicação pode revelar esse jogo de poder e descortinar a correlação de forças que se exerce nas relações discursivas interpessoais e coletivas” (Motta, 2013, p. 19).

Para compreender o real sentido de uma narrativa, no entanto, é importante que o receptor devore a mensagem, mergulhe no seu processo de criação, cultura, contexto histórico e explore ao máximo seu significado. “É preciso que a significação seja desde princípio o critério da unidade” (Barthes, 2009, p. 29). É descobrir ao máximo o poder da mensagem, o uso intencional da linguagem, da imagem, dos fins e efeitos de sentidos pretendidos na relação entre quem fala e quem recebe.

Sobre narrativa jornalística, Ladeira Mota (2012) fala de “uma narrativa que se prende ao acontecimento, ao mundo dos fatos visíveis” (Mota, Motta e Cunha, 2012, p. 13). No entanto, sabendo que a “notícia é uma porta de entrada para a cultura” (Mota 2012), não se pode atribuir às narrativas jornalísticas apenas sua relação com a realidade pura, verdadeira e objetiva. Pelo contrário, ela está impregnada de subjetividade, mesmo quando tem o propósito principal de relatar os acontecimentos. É por isso que Ladeira Mota prefere a expressão “construções de significados sobre a realidade” para caracterizar uma narrativa jornalística, na qual os autores exploram bem o discurso narrativo para causar efeito de sentido, seja ele real ou emotivo.

Ao estudar as capas da *Veja* sobre a Lava Jato, nosso intuito não é apontar culpados, nem mesmo os prós e contras da operação. Mas sim, discutir os significados expressos nas mensagens da revista e os elementos verbais e não-verbais que contribuem para a dramatização do escândalo corrupção, entre eles as representações dos personagens e as figuras de linguagens utilizadas. Para isso, quatro perguntas principais percorrem o caminho metodológico: 1) Que história a capa conta? 2) quais são os elementos gráficos presentes? 3) Como esses elementos se apresentam? 4) Qual a possível interpretação da narrativa?

Desde que a Operação Lava Jato foi deflagrada, em 17 de março de 2014, até

15 de fevereiro de 2017, das 154 capas publicadas pela *Veja*, 95 dão destaque a operação, considerando sempre a corrupção como o maior mal do Brasil. Entre as capas, os personagens principais analisados neste artigo, Dilma Rousseff (PT) aparece 17 vezes, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) 12 vezes e o Juiz Sérgio Moro é destaque em quatro capas.

O ponto de partida é a observação dos conceitos de Carl Schmitt nas narrativas. Para o autor, o espetáculo midiático ocorre no contexto de uma incompatibilidade política, uma guerra entre rivais, marcada pelo antagonismo amigo-inimigo, capaz de dividir os homens e fazer com que eles lutem até que um grupo finalmente resulte vencedor. De acordo com o conceito schmittiano, o sentido da distinção amigo-inimigo é marcar o grau máximo de intensidade de uma união ou separação entre grupos de poder, devido os conflitos não serem resolvidos de forma democrática ou passiva. “O que não se pode negar razoavelmente é que os povos se agrupam como amigos e inimigos, e que esta posição continua estando em vigor e está colocada como possibilidade real para todo povo que exista politicamente” (Schmitt, 1999, p. 58).

O conceito de Schmitt é um dos elementos mais nítidos encontrados no objeto de estudo em análise. Colocando as capas em uma sequência cronológica, observamos que, para *Veja*, o mundo é dividido entre o certo e errado; o bom

e o mau, o nós contra eles, onde o sistema de justiça só ocorre quando há punição. De um lado, o Partido dos Trabalhadores (PT), sempre representado como vilão, assim como os ex-presidentes do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff. Do outro, o herói, o Brasil verdadeiro, o povo e a esperança, representados, muitas vezes, pelo juiz Sérgio Moro, que ganhou notoriedade por comandar o julgamento em primeira instância dos crimes identificados na Lava Jato.

No entanto, a imagem de vilão e herói é construída gradativamente. Tanto que a primeira capa da revista, após o início da operação, traz uma imagem de Dilma afundando no óleo da Petrobras, mas ainda representada com “virtudes”. Na legenda: “Dilma fez (quase) tudo certo no caso Pasadena, mas o aparelhamento da Petrobras está levando a presidente a sofrer até por suas virtudes” (*Veja*; 26/3/14). Destaque para a palavra “quase”, que aparece entre parênteses. Na capa editada, Dilma

está vestida com uniforme da Petrobras, em um fundo escuro e afundando no petróleo com as mãos para cima em sinal de socorro. A manchete faz referência à compra de uma refinaria de petróleo em Pasadena, Texas (EUA), em 2006, pela Petrobras, levantando suspeitas de superfaturamento.

O caso ganhou ainda mais repercussão porque, na época, quem presidia o Conselho de Administração da estatal, que deu aval à operação, era Dilma. Nota-se que, desde a vitória da presidente para o primeiro mandato, em outubro de 2010, até o início da Lava Jato, ela foi destaque em apenas seis capas da *Veja*. Com a operação, em menos de três anos, Dilma apareceu em 17 capas, sempre representada como uma mulher fraca, sozinha, sem amigos e dependente de Lula.

Em 20 de abril de 2016, dois anos depois da Lava Jato, uma edição de capa, na véspera do impeachment¹, profetiza a derrota de Dilma. Na imagem, uma foto oficial rasgada e amarelada,

1 O impeachment de Dilma Rousseff iniciou-se com a aceitação, em 2 de dezembro de 2015, pelo presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, de denúncia por crime de responsabilidade. As acusações versaram sobre desrespeito à lei orçamentária e à lei de improbidade administrativa por parte da presidente, além de lançarem suspeitas de envolvimento da mesma em atos de corrupção na Petrobras, que eram objeto de investigação pela Polícia Federal, no âmbito da Operação Lava Jato. A partir da aceitação do pedido, formou-se uma comissão especial na Câmara dos Deputados, a fim de decidir sobre a sua admissibilidade. Em 17 de abril, o plenário da Câmara dos Deputados aprovou o relatório com 367 votos favoráveis e 137 contrários. O parecer da Câmara foi imediatamente enviado ao Senado. Em 31 de agosto de 2016, Dilma Rousseff perdeu o cargo de Presidente da República após três meses de tramitação do processo iniciado no Senado, que culminou com uma votação em plenário resultando em 61 votos a favor e 20 contra o impedimento. Dilma Rousseff tornou-se a segunda Presidente da República a sofrer impeachment no Brasil, sendo Fernando Collor o primeiro, em 1992.

simbolizando o passado, com o rosto desfigurado e a faixa presidencial pouco aparente, são elementos que nos levam a uma interpretação semiótica de pouco poder. O título, “Fora do Baralho”, representa a opinião da revista, logo justificada pelo subtítulo: “Com ou sem vitória na batalha do impeachment, Dilma já perdeu a batalha do poder. Seu governo esfacelou-se e a presidente, abandonada pelos aliados, não comanda mais o Brasil” (*Veja*, 20/4/16). Os adjetivos representativos de Dilma, o verbo “perdeu” e o uso da palavra “batalha”, por duas vezes na frase, reforçam o conceito schmittiano de guerra, em que a busca pela vitória é capaz de fazer com que os personagens principais do enredo lutem até o fim.

Enquanto a revista narra, por meio de uma linguagem nítida e clara, a ruína do PT, por outro lado, o juiz Sérgio Moro é descrito como o homem que salva os brasileiros do mal. No período de recorte da pesquisa, das 95 capas sobre a Lava Jato, a imagem do Moro aparece em quatro delas. Na edição de 30 de dezembro de 2015, por exemplo, a revista traz uma foto em primeiro plano do juiz, com olhos de guerreiro, como se estivesse focado na sua presa: todos os corruptos do país. O título de capa reforça esta observação: “Ele salvou o ano! *Veja* pesquisou 300 sentenças que Sérgio Moro lavrou nos últimos quinze anos e descobriu as raízes da determinação e eficiência do juiz que deu ao Brasil a primeira esperança real de vencer a corrupção” (*Veja*, 30/12/15). Uma esperança para a

sensação eterna de que o Brasil é o país da impunidade.

Em outras capas, percebemos ainda com mais nitidez a espetacularização da política e da Lava Jato, tendo a corrupção como fio condutor da narrativa. Para prender a atenção do leitor, beirando o entretenimento, tal como conceituado por Debord e Vargas Llosa, são usadas chamadas de capas com a palavra “exclusivo” ou ainda frases do tipo “*Veja* teve acesso à íntegra”, enfatizando o caráter de novidade da notícia. Para segurar o desfecho da narrativa por meses, a revista publica delações premiadas em que os protagonistas de práticas de corrupção se acusam entre si ou vazamentos seletivos, dos quais não se sabem a origem, e não há investigação jornalística ou mera informação sobre como as acusações chegaram às redações.

E, no caminho da banalização da corrupção, parece existir um salve-se quem puder, onde os acusadores de hoje serão os acusados de amanhã e vice-versa. Por isso, todas as delações e prisões são comemoradas e entram no enredo do espetáculo. Quando a revista denuncia o vazamento de algum documento, informação sigilosa ou comunicação entre políticos, as capas procuram sempre mostrar ao leitor que este verá provas e documentos escandalosos, no melhor estilo FBI ou série de investigação americana.

Recursos gráficos também são usados para contar a história. Entre eles, na capa do dia 15 de fevereiro de 2017, a

revista colocou feixes de luzes vermelhas, que representam a mira, tendo a Lava Jato como alvo. A capa parece indicar que muitos querem atirar na Lava Jato. O fundo preto representa ainda o fim, a escuridão, algo será destruído. Sabemos que as luzes de mira são sempre vermelhas, mas neste caso, será que houve intenção de colocá-las com um reflexo da imagem formando uma estrela na ponta para fazer referência às cores e símbolo do PT?

Na imagem, os inimigos agora são o governo, o Supremo e até mesmo a Polícia Federal. A mensagem é que a operação pode perder a guerra para os corruptos se não houver uma vigilância rigorosa da sociedade. Para a revista, tudo conspira para sabotar a investigação. “Com o aval do Planalto, acusados de corrupção assumiram postos chaves no Congresso e o controle sobre a tramitação de qualquer projeto”, diz o texto da matéria de capa, que destaca o apoio do governo ao ministro licenciado da Justiça, Alexandre de Moraes, indicado ao Supremo Tribunal Federal (STF), vaga na qual poderá exercer papel de protagonista no julgamento da operação, após a morte do ministro Teori Zavascki², relator da Lava Jato no STF. Para a *Veja*,

a explicação de tudo isso é uma só: o silêncio das ruas.

A capa ainda traz a mensagem de que o sonho de sermos um país sério, sem políticos corruptos, está ameaçado. É o fantasma da impunidade, que volta a assustar. O significado da narrativa alterna entre o medo e a expectativa de dias melhores, onde os recursos utilizados pela mídia são no sentido de influenciar o leitor para que ele tome alguma providência, já que todos do poder seriam culpados e estariam preocupados apenas com a sua própria impunidade. Contra o veneno da corrupção, o povo brasileiro deve ir às ruas. É um significado de alerta, onde a revista se coloca no dever de despertar a sociedade para o perigo que está correndo.

Em quase todas as capas analisadas, *Veja* utiliza recursos semióticos para ligar o esquema de corrupção ao governo, seja ele PT ou PMDB, com o presidente Michel Temer. O artifício é sempre o mesmo: uma foto dos inimigos com uma expressão de “poucos amigos” ou um fundo escuro e caráter demoníaco para alguns personagens. Uso de hipérboles e frases de impacto como a do juiz Sérgio Moro dizendo “Espero que o Brasil sobreviva”, na

2 O ministro Teori Zavascki era relator das ações decorrentes da Lava Jato no STF e morreu no dia 19 de janeiro em um acidente aéreo. O avião em que ele estava a bordo com mais quatro pessoas caiu no mar durante o procedimento de aproximação ao aeroporto de Paraty, no Rio de Janeiro. Como Teori estava às vésperas de retirar o sigilo de cerca de 900 depoimentos e homologar as 77 delações da Odebrecht, o mais relevante acordo de colaboração da história da Justiça do país, sua morte chegou a ser cogitada como premeditada.

edição de 2 de novembro de 2016, também são alguns exemplos.

Efeitos de imagem também são muito utilizados pela revista, como Lula vestido de presidiário, na capa de 11 de novembro de 2015; a ruína da estátua de Lula, na edição de 18 de maio de 2016; o Planalto em chamas, publicada em 13 de abril de 2016; ou ainda a imagem do juiz Sérgio Moro com uma fita na boca e a legenda “O complô para calar a Lava Jato. Como os líderes do PMDB conspiram para travar as investigações”, na capa de 1º de junho de 2016.

A ideia de bem e mal é revisitada várias vezes, também com recurso gráfico e criatividade. Entre elas, o rosto do ex-presidente Lula com jararacas na cabeça, representado como Medusa, olhos e expressão de fúria, publicada em 16 de março de 2016, com o título “O desespero da jararaca”. A imagem faz referência à frase de Lula dita por ele durante seu pronunciamento, em 4 de março de 2016, logo após depor nas investigações da Lava Jato, durante uma condução coercitiva. “Se quiseram matar a jararaca, não fizeram direito, pois não bateram na cabeça, bateram no rabo, porque a jararaca está viva” (UOL, 2016). Na mitologia grega, Medusa era a guardiã, a protetora. Um monstro que transformava em pedra quem olhasse para ela. No entanto, ao contrário de suas irmãs Esteno e Euriale, a Medusa era mortal e foi decapitada pelo herói Perseu, que utilizou posteriormente sua

cabeça como arma. A frase de Lula e sua imagem como Medusa na capa da *Veja* traduzem esse mito, onde a morte só ocorrerá com a decapitação.

Conclusão

A cultura da imprensa tradicional é a de fornecer o material com que muitas pessoas constroem sua percepção de mundo. Ao fazer uma cobertura jornalística, destacando ou omitindo interpretações sobre os fatos, por meio de seus enquadramentos e significados, uma revista como a *Veja* acaba por construir uma visão hegemônica da realidade na mente de seus interlocutores. Em muitos casos, impedindo o leitor de pensar e tirar suas próprias conclusões sobre o problema. No entanto, estudar e elucidar as produções midiáticas nos ajuda a compreender nossa sociedade e nossa cultura em determinados contextos. “As representações, portanto, transcodificam os discursos políticos e, por sua vez, mobilizam sentimentos, afeições, percepções e o assentimento a determinadas posições políticas” (Kellner, 2001, p. 83).

Nosso estudo sugere que, no espetáculo da operação Lava Jato, a *Veja* colabora para que, não só os políticos, mas o Brasil todo viva um momento “schmittiano”, dividido entre amigos e inimigos, onde as ideias de cada qual estão aderidas aos rótulos a favor ou contra o governo; vermelhos *versus* azuis ou direita *versus* esquerda, com um juiz soberano que decide a apli-

cação seletiva de estados de exceção e onde a máxima “para os amigos tudo, para os inimigos a lei” está inserida no contexto da história. A questão que fica é se haverá mudanças na prática política depois da Lava Jato ou se a corrupção foi apenas usada como uma arma para garantir audiência e vender revistas.

No enredo midiático, fica claro que a *Veja* estampa em suas capas a mensagem de que a Lava Jato está em risco a todo o tempo. Por quê? O próprio Reinaldo Azevedo, jornalista da revista, publicou em seu blog que “a Lava Jato não está em risco! Isso é terrorismo mixuruca”. E completa: “então não há procedimentos institucionais no Brasil ou as decisões não são tomadas segundo a prescrição e a disciplina legais? Então somos mesmo uma república de bananas, onde o estado de direito depende do voluntarismo deste ou daquele?” (Azevedo, 2017).

As capas da revista mostram que estamos diante de um cenário sem esperanças. De um lado o governo e seus amigos e parceiros a devorar as riquezas da nação. Do outro lado, o lado do bem, segundo a revista, a *Veja* e o povo. Para combater o inimigo, é preciso lutar sem parar. Mas essa batalha depende do brasileiro. A mensagem é que apenas o povo, liderado pelo seu herói nacional, será capaz de salvar a nação. E para convencer o povo desta mensagem, o espetáculo entra em cena semanalmente, com seus efeitos narrativos e alta produção. Nas manchetes, o entretenimento é um filme de

terror, com cenas que instigam o medo e a esperança, mas onde, até o presente ato, prevalece o medo.

Referências

- Azevedo, R. (6 de fevereiro de 2017). Lava Jato não está em risco! Isso é terrorismo mixuruca. [Mensagem em blog]. Disponível em <http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/lava-jato-nao-esta-em-risco-isso-e-terrorismo-mixuruca/>
- Barba, M. D. (2012). Corrupção no Brasil tem origem no período colonial, diz historiadora. BBC. Disponível em http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2012/11/121026_corrupcao_origens_mdb.shtml
- Barthes, R. (2009). *Elementos de Semiologia*. (Trad. Maria Margarida Barahona) Lisboa: Edições 70.
- Borges, L., Pereira, D., e Rangel, R. (10 de fevereiro de 2017). “O bote contra a Lava Jato está armado”. *Veja* [online]. Disponível em <http://veja.abril.com.br/brasil/o-bote-contra-a-lava-jato-esta-armado/>
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Charaudeau, P. (2010) *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2010.
- Debord, G. (2003). *A sociedade do espetáculo*. Disponível em <https://www.marxists.org/portugues/debord/1967/11/sociedade.pdf>
- Fleiss, H. (2 de agosto de 1863). *Semana Ilustrada*.

- Jardim, C. R. (2011). *A banalidade da corrupção: uma forma de governar o Brasil*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Kellner, D. (2001). *A cultura da mídia*. Bauru: EDUSC, 2001.
- Moro, S. (2 de novembro de 2016). *Veja*, (2502).
- Mota, C., Motta, L., e Cunha, M. (Orgs.). (2012). *Narrativas midiáticas*. Florianópolis: Insular.
- Motta, L. (2013). *Análise crítica da narrativa*. Brasília: Universidade de Brasília.
- Motta, L. (2002). *Imprensa e poder*. Brasília: Editora Universidade de Brasília y São Paulo, Brasil: Imprensa Oficial do Estado.
- Netto, V. (2016). *Lava Jato: o Juiz Sérgio Moro e os bastidores da operação que abalou o Brasil*. Rio de Janeiro: Primeira Pessoa.
- Rosa, M. (2003). *A era do escândalo: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem*. São Paulo: Geração Editorial.
- Schmitt, C. (1999). *El concepto de lo político*. Madrid: Alianza, 1999.
- Thompson, J. (2002). *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Vozes.
- UOL. (4 de março de 2016). 'A jararaca está viva': veja as melhores frases de Lula se defendendo. *UOL*. Disponível em <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2016/03/04/a-jararaca-esta-viva-confira-trechos-do-pronunciamento-de-lula-sobre-a-lava-jato.htm>
- Vargas Llosa, M. (2013). *A civilização do espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura*. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Veja* (26 de março de 2014). (2366). Capa.
- Veja* (11 de novembro de 2015). (2450). Capa.
- Veja* (30 de dezembro de 2015). (2458). Capa.
- Veja* (16 de março de 2016). (2469). Capa.
- Veja* (13 de abril de 2016). (2473). Capa.
- Veja* (20 de abril de 2016). (2474). Capa.
- Veja* (18 de maio de 2016). (2478). Capa.
- Veja* (1 de junho de 2016). (2480). Capa.
- Veja* (31 de agosto de 2016). (2493). Capa.
- Veja* (15 de fevereiro de 2017). (2517). Capa.