

2 – O que está, afinal, por trás do discurso?

Quando se tem familiaridade com a linha editorial de determinado veículo de comunicação, particularmente quando se discorda dos preceitos usados no decorrer de uma rotina de produção e veiculação de informações, ideologias e pontos de vista, muitas vezes se torna inevitável opinar prematuramente sobre o papel representado por este veículo na sociedade. A descrença no mito da imparcialidade da notícia acaba nos pondo diante de deduções pertinentes sobre qual lado escolhe cada jornal, revista ou noticiário televisivo, quais suas intenções e interesses. No cenário político, os lados acabam sendo facilmente identificados quando a leitura torna-se constante, e o que poderia ser apontado ingenuamente como veiculação pura e simples dos fatos é logo descaracterizado de sua neutralidade. Seria pouco cauteloso encarar todos os veículos de comunicação como panfletários de determinada ideologia, mais ingênuo do que a leitura pura e simples das diversas editoriais de política, unicamente encarando-as como fontes de informação. Entretanto, tratando-se dos que são – ou pretendem ser –, detentores de uma informação que se mostra não apenas como um relato dos fatos, há de se atentar para suas ambições, e mais ainda às suas conveniências.

Usar termos como conveniências, ambições ou, até mesmo, panfletagem resulta às vezes numa dicotomia imatura – induz-nos a crer em mídias sérias ou mídias partidárias, jornalismo crítico ou imprensa facciosa. Muitas vezes os antagonismos são mais tênues, e embora seja possível que num mesmo contexto social haja discursos rivais e concorrentes, é mais comum encontrar diferentes intenções e pontos de vista numa redação de jornal, onde diferentes profissionais, advindos de distintas formações ideológicas, nutrem concepções

diversas acerca do mundo, das pessoas e das coisas. Só para mostrar que a construção de maniqueísmos ao se analisar a imprensa acaba impossibilitando-nos de enxergar que os diferentes, muitas vezes, acabam trabalhando lado a lado.

É devido aos maniqueísmos, muitas vezes, que alguns trabalhos traduzem-se numa análise adiantada, numa crítica que já tem suas conclusões e busca apenas justificativas que se encaixem na hipótese inicial. Não se pretende, aqui, cometer tal erro. Se as impressões iniciais coincidirem com a tese conclusiva, tal resultado será fruto de uma desconfiança assertiva, e não de resultados pré-estabelecidos.

Não é precipitado, entretanto, presumir quando um veículo de comunicação de circulação nacional como *Veja* – cujo raio de abrangência territorial num país de dimensões continentais acaba transformando-o num recorde de tiragens – pratica o chamado jornalismo de trás pra frente. Contudo, o que se pretende ao estudar um veículo cuja familiaridade já permite criar ou desconstruir algumas expectativas é, acima de tudo, investigar os reais motivos para a postura que este mesmo veículo nos impõe, entender seus mecanismos de construção da notícia e avaliar se realmente há algo de nefasto no seu suposto “jornalismo tendencioso”. Muitas vezes, a idéia prévia que se tem de determinado discurso acaba nos impossibilitando de ver mais além, de perceber, por exemplo, que antes de a notícia chegar às bancas de jornal há uma rotina de produção, debilidades estruturais dentro da redação e outras interferências que não necessariamente têm a ver com correntes ideológicas dentro do campo de produção. A “confecção” da notícia é, acima de tudo, passível de uma série de interferências, sejam editoriais, estruturais ou ideológicas.

Estudar um veículo de comunicação impresso, de circulação nacional e tiragem semanal como a revista *Veja* impõe-nos um modo de olhar diferente, por exemplo, do de se analisar um jornal diário e local. Obviamente, os fatores internos ou externos que atuam

num e noutro não são semelhantes, e culminarão em discursos distintos. Quando se analisa um jornal, subtende-se que alguns quesitos como o breve tempo entre uma edição e outra, a estrutura mais factual dos textos e as condições de trabalho, que requerem resultados imediatos num curto espaço de tempo, não competem com o funcionamento de uma revista, caracterizada primeiramente pela narrativa mais reflexiva e por uma apuração, *a priori*, mais elaborada. É até arriscado assegurar que um periódico semanal, por demandar mais tempo para sua produção, seja necessariamente mais “cuidadoso” na apuração e na produção de seus textos, mas é inevitável estabelecer tal comparação entre dois produtos distintos, principalmente devido à rotina de produção e estrutura aos quais cada uma se submete desde o início.

O trabalho aqui apresentado, fundamentado na Análise Crítica do Discurso (ACD), surge a partir de questionamentos já existentes acerca da linha editorial da revista *Veja*¹. Num estudo anterior, pôde-se observar como *Veja* abordava temas relacionados ao Movimento dos Sem Terra (MST) em suas reportagens de capa, analisando estas e os textos que se seguiam em cada edição. Os impulsos que movem os questionamentos posteriores à primeira pesquisa advêm, assim, do estudo em Análise do Discurso e, sobretudo, do o tema analisado inicialmente. Há a tentativa de se dar continuidade a investigações que não alcançaram todas as respostas desejadas.

Agora, tentar-se-á entender como a revista abordou fatos envolvendo o Governo e a crise do mensalão em suas reportagens principais – período que envolveu o ano de 2005 –, buscando no contrato de leitura da revista suas reais motivações, e a partir de uma série de

¹ SOMBRA, Emanuella: *Nós e eles: A construção do MST nas páginas de Veja nos anos de 2003 e 2004*. Trabalho de graduação desenvolvido nos anos de 2004 e 2005 na Universidade Federal da Bahia sob a orientação do professor Giovandro Marcus Ferreira pelo Programa de Iniciação Científica veiculado ao sistema de bolsas Pibic/Fapesb.

características estruturais analisadas, entender como se deu o discurso da revista naquele período.

A questão principal está em como a crise foi retratada nas páginas do semanário. As matérias analisadas são correspondentes a reportagens capa, muito porque é nelas onde se pode melhor observar o uso de caricaturas, montagens e outros tipos de disposição imagética de um tema, fato ou acontecimento. Acredita-se que o endereçamento de uma revista se estabelece primeiro na capa, nos títulos, na resolução final entre texto e imagem. O estudo das capas é um dos pontos mais importantes para se entender o contrato inicial com o leitor, a forma como a revista “vende” a notícia nas bancas e se posiciona diante de um presumido público alvo.

Num contexto que englobou uma séria crise política no país, é importante pensar e analisar como a mídia retratou os fatos, especificamente, como um veículo de comunicação como Veja se posicionou durante aquele momento político. Até porque o governo, acusado de envolver-se em atividades como uso ilícito de dinheiro em campanhas políticas, “mesada” oferecida a parlamentares em troca de apoio e de ter um possível envolvimento no assassinato de um partidário, foi amplamente noticiado nos veículos de comunicação nacionais e internacionais – e por parte destes, comumente transformado em réu.

2.1 – Discurso e ideologia

Alguns questionamentos acerca do discurso de Veja poderão ser ponderados a partir das idéias de Fairclough sobre um modo tridimensional² de se entender e alisar a “fala” de da revista no período que se pretende analisar, desde a disposição do vocabulário textual até a atuação discursiva no âmbito da sociedade. Seguindo as idéias dispostas por Fairclough, o discurso é o uso da linguagem como uma forma de prática social, uma maneira pela qual determinado grupo pode agir sobre outras camadas sociais³, o uso da linguagem como prática social, mais que uma atividade meramente individual. Ainda nesta seara, o autor atenta para uma interação – no caso de discursos escritos – entre escritor e leitor, os processos de produção e interpretação do texto e as relações de poder de um sobre o outro, se estas relações são veladas ou abertas. O discurso pode ser, ainda, tanto uma representação do mundo quanto uma prática social.

Fairclough ainda explica como partir para uma análise discursiva do cerne de sua produção até o efeito provocado no seu receptor:

Para chegar aos determinantes sociais, ele [o analista] deve indagar quais são as relações de poder, sejam estas no nível situacional, institucional ou

² Fairclough, em *Análise Crítica do Discurso*, Londres: Longman, 1995, acredita numa tridimensionalidade a partir da qual se pode analisar, por exemplo, um discurso jornalístico: primeiro, a descrição do texto propriamente dito, analisando-se vocabulário, a disposição das palavras, uso de voz ativa e passiva, a estrutura do texto etc; segundo, a interpretação, ou seja, a relação do intérprete, do produtor do texto e do texto propriamente dito; e, terceiro, a explicação, o tratamento do discurso como um processo social.

³ Fairclough, *Discurso e Mudança Social*, Cambridge: Polity Press, 1998.

societário que ajudam a moldar determinado discurso. Para localizar a ideologia, deve-se indagar se os elementos utilizados pelos recursos dos membros têm caráter ideológico. Por fim, para identificar os efeitos do discurso, o analista deve indagar sobre o modo como o discurso está posicionado em relação às lutas nos níveis situacional, institucional e societário; deve indagar, ainda, se tais lutas são abertas ou veladas (...) deve indagar, por fim, se o discurso em questão contribui para sustentar relações de poder existentes ou se contribui para transforma-las.⁴

Qual expectativa se poderá criar, a partir de então, a respeito de um estudo discursivo de *Veja*? Para entendermos sua atuação contextualizada no cenário jornalístico nacional, como influenciadora de valores, pontos de vista ou ideologias, algumas questões poderiam emergir nesta análise. A primeira delas seria como parte da mídia nacional atua sobre a classe média, impondo formas de enxergar qualquer facção ou grupo político de uma maneira determinada. Outra seria como se dão as relações de poder entre a revista e seu público leitor – se é que realmente se desenvolvem estas relações. Num dado momento da análise, responder algumas perguntas sobre a estrutura discursiva propriamente dita: a) qual o vocabulário, as disposições verbais e expressões correntes usados pela revista? b) como se dá a relação entre o produtor do texto, seu intérprete – o leitor – e o próprio texto? c) quais efeitos as estruturas sociais detentoras do discurso podem ter sobre as demais estruturas sociais, modificando-as ou sustentando-as?

⁴ BONFIM, João Bosco Bezerra, *A fome que não sai no jornal: o discurso da mídia sobre a fome*. Brasília: Plano Editora, 2002. Análise discursiva fundamentada nos estudos de Fairclough.

Fairclough também atenta para uma interdiscursividade dentro da própria fala: o uso das aspas através de discurso direto ou indireto pode indicar, por exemplo, distanciamento ou aproximação do enunciador; o uso da fala do entrevistado como legitimação de um discurso; como forma de ironizar o autor da declaração etc. A mistura de vozes, para Fairclough, implica numa não-neutralidade do discurso, tendo este, verdadeiramente, como resultante de um processo de escolhas, de arrumações das aspas, de critérios estratégicos que culminam na forma como o enunciado irá se mostrar para quem lê, ou seja, para o intérprete do texto.

Ainda neste mesmo ponto da análise, recorrendo-se a um conceito de ideologia que a divide em ideologias neutra e crítica⁵, buscar-se-á entender a prática discursiva de Veja, se esta realmente defende posicionamentos e pratica um velado apoio político a determinadas facções, convencendo, com isso, a sua audiência de que sua posição é legitimamente digna de apoio.

É então que, a partir da concepção de ideologia crítica formulado por Thompson, esta análise tentará aferir se Veja exerce poder de uma maneira permanente sobre o seu leitor padrão e sobre os demais atores sociais aos quais se direciona, e como atua no cabo de guerra social no qual está imersa. Thompson, neste sentido, será de fundamental importância para se entender ideologicamente a atuação da revista no contexto social brasileiro.

⁵ John Thompson, em *Ideologia e Cultura Moderna*, Petrópolis: Vozes, 1995, classifica as concepções de ideologia em neutras ou críticas. As neutras tentam considerar os fenômenos ideológicos sem que eles sejam necessariamente enganadores, ilusórios ou de interesse de algum grupo particular. As críticas, ao contrário, vêem os fenômenos ideológicos sob este ponto de vista. Thompson inclina-se ao longo dos seus estudos para a segunda concepção de ideologia, a qual, segundo ele, serve para “estabelecer e sustentar relações de dominação”.

2.2 – Jornalismo, política e comunicação de massa

Questões políticas impressas numa revista de grande abrangência territorial e com certa credibilidade – no sentido lato do termo, e inclui-se ai, também, a credibilidade que o produto conquista no seu consumidor, a fidelidade por assim dizer –, atuam paralelamente com interesses fora da cena meramente comunicacional, imbricados em certas relações de poder e contextos históricos bem definidos. É importante atentar para uma relação bastante estreita que se estabelece entre o jornalismo e a política, principalmente quando o produtor da notícia subtrai do contexto político elementos para a construção de um jornalismo espetacularizado, a se conferir nas manchetes, imagens, emprego das aspas e no texto propriamente dito. Observa-se, sobretudo, que a partir do jornalismo na sua gênese até os dias atuais, a prática comunicacional está submetida às regras do jogo dos meios de massa⁶, diferentemente das práticas da imprensa quando o jornalismo ainda funcionava basicamente na condição panfletária.

Aqui, entende-se Veja num contexto no qual a política contemporânea está emersa na chamada “espetacularização midiática”, na representação de “vilões” e “mocinhos” no jornalismo de massa, seja no cuidado com a imagem do político impressa no *marketing* das eleições quadrienais, seja nas feições teatrais das declarações dadas à mídia. Feições teatrais que muitas vezes se fazem presentes tanto entre agentes políticos da sociedade quanto nos produtores da notícia, que captam tais trejeitos do cenário político e imbuem

⁶ Wilson Gomes, em *Transformações da política na era da comunicação de massa*, Paulus, 2004, estabelece a relação atual entre a comunicação e a política num contexto em que a prática jornalística é, no geral, massiva e empresarial. Gomes atenta para uma comunicação, *a priori*, não apenas como receptáculo, mas organismo regimentado por negociações, interesses e jogo de poder.

algum senso crítico ou parâmetro ideológico no texto. A análise crítica de Veja está, assim, ancorada na crença em uma comunicação cada vez menos como mero dispositivo de exibição, e cada vez mais produtora de opiniões:

Além disso, frequentemente se entende a interface presente [dos universos da política e da comunicação] na idéia de comunicação política como se o universo político entrasse com o propósito, os agentes, suas habilidades, sua arte, seus valores e, é claro, com o seu conteúdo, enquanto a comunicação funcionaria apenas como um conjunto de dispositivos de exibição, difusão, circulação dos conteúdos que a destreza política lapidaria e formataria segundo seus propósitos e conveniências. Como se pretende demonstrar, esta compreensão é falsa e se apóia numa compreensão grosseira e apressada dos insumos que o universo da comunicação de massa investe na interface com a política.⁷

A partir deste ponto, as indagações deste trabalho também serão fundamentadas nas idéias de Gomes, para quem no contexto atual a política passa por um processo de encenação nos meios de comunicação de massa. Segundo ele, a política, dentro do modus operandi dos meios de comunicação brasileiros, se configuraria pela necessidade de se compor representações:

⁷ GOMES, Wilson: *Transformações da política na era da comunicação de massa*, Paulus, 2004.

A política se encena. No Brasil, não causa estranheza a ninguém que o universo político se apresente na cena pública mediante uma grande variedade de enredos, por meio de múltiplos personagens constituídos e conduzidos, por arte, através de falas, cenários, antagonismos e protagonistas, peripécias e desenlaces. (...) Por fim, a partir da nossa última restauração democrática, que tem durado desde a metade dos anos 80, recuperamos avidamente o que os trinta anos de hiato representado pela última ditadura nos tirou, e conhecemos todas as dimensões da cena oferecida pela comunicação de massa, principalmente a comunicação televisiva, como espaço de representação política.⁸

A sociedade política e a sociedade civil nunca precisaram tanto da comunicação de massa para se fazer funcionar de maneira eficiente o jogo político. Dentro desse contexto, fica mais fácil perceber os jogos de cena de Veja para, a partir de então, enxergar melhor suas estratégias comunicativas, sejam elas discursos direcionados às oposições que sumariamente critica, sejam falas que pretendem doutrinar uma camada social específica, que já tem consolidado o contrato de leitura com a revista.

Mais adiante, após um estudo *in loco* da revista, baseado nos preceitos da análise discursiva, retornaremos aos conceitos apresentados inicialmente de ideologia e discurso – recorrendo aos postulados apresentados por Fairclough e Thompson –, além do que Gomes afirma a respeito da relação estabelecida entre os meios de comunicação de massa e a política nos dias atuais. Em cima principalmente destes três autores (Fairclough, Thompson

⁸ GOMES, Wilson: Transformações da política na era da comunicação de massa, Paulus, 2004.

e Gomes) tentar-se-á, posteriormente, uma análise sobre qual papel Veja ocupa quando se posiciona a respeito da crise do mensalão, suas intenções e reflexos no contexto comunicacional em que se insere, numa sociedade cuja classe média é quem mais consome o conteúdo da revista. Mas, antes disso, tentar-se-á destrinchar, dentro da análise discursiva: a) as capas e o que elas querem dizer, qual seu papel no discurso com o um todo, b) os títulos, as manchetes e chamadas e o que representam como enunciação dos textos, e c) o conteúdo das mensagens propriamente dito, e qual o discurso empregado pela revista. A seguir, um breve ensaio sobre estes três questionamentos.

3 – O primeiro contrato de leitura

A análise discursiva das capas de Veja parte, sobretudo, da idéia de que não poderemos analisar unicamente suas imagens, mas o resultado da composição texto/imagem, não sendo separada a foto ou desenho dos elementos lingüísticos que comentam a sua disposição na capa.

A primeira constatação, ao longo de ao todo 25 capas analisadas, foi quanto à inexistência do que se poderia chamar de imprensa testemunhal⁹: o fragmento da realidade, o flagrante do acontecimento. Todas as capas dispunham o escândalo político ora sob a forma de ilustrações (normalmente charges, desenhos e montagens), ora com a imagem (em pose ou “postura neutra”) de um dos protagonistas das denúncias, às vezes acrescida de alguma colagem que a distorcesse do contexto real.

*A imagem testemunhal, por fim e por conseqüência, é perfeitamente coerente com a deontologia clássica da informação: os fatos são uma coisa, as opiniões e as interpretações da mídia são uma outra, e a objetividade se mede pela manutenção escrupulosa da fronteira entre uns e outras.*¹⁰

⁹ Eliseo Verón, em *Fragmentos de um tecido*, Unisinos, 2004, fala dessa imprensa testemunhal, expressa nas imagens de flagrante onde o discurso informativo (a imagem captada) é separado do discurso construído pelo jornalista. A imprensa seria, neste caso, responsável pelo discurso moral da cena, por estabelecer a ponte e permitir a mediação entre os meios de comunicação e o público.

¹⁰ VERON, Eliseu: *Fragmentos de um tecido*, Unisinos, 2004.

Verón neste caso específico se concentra na exemplificação da notícia como produto de um trabalho testemunhal, explicando que muitas vezes o receptor mira o jornalista como se ele estivesse no *front* da guerra, naquela condição com o principal intuito de relatar os fatos como se o próprio leitor, ao visualizar a imagem, também fosse testemunha ocular da realidade noticiada. De maneira geral, Veja – e não está se falando apenas do período desta crise política – raramente propôs capas testemunhais que surtiram este efeito na recepção, salvo raras exceções. Prática comum em jornais impressos e na mídia da internet, para falar a verdade poucas revistas nacionais informativas o fazem, preferindo comumente as capas com ilustrações, charges ou montagens.

Outra observação diz respeito ao grande número de títulos não-informativos – aqueles que se reportam ao leitor como se o mesmo já estivesse a par do assunto, fazendo referência ao tema num segundo plano, o da análise.



Figuras 1 e 2 – Capas de 15/06/05 e 22/06/05, respectivamente.

Nestes casos normalmente não há furo, já que outras mídias se encarregaram anteriormente de levar ao leitor a novidade. A função da revista é, portanto, mais analítica e menos factual.

Tanto na figura 1 como na figura 2, a manchete de capa faz alusão a situações de conhecimento da população, que aqui são desdobradas em outros questionamentos: primeiro, qual será o próximo escândalo político, e, segundo, uma dúvida sobre se há solução sobre a crise instaurada sobre o PT e Lula. Não há fato novo, tampouco um furo de reportagem.

A impressão que se tem é de que Veja já imbuí na já imagem da capa sua opinião sobre o tema, impressão que pode ser evidenciada nas figuras 3 e 4. Quando mistura uma imagem real com uma ilustração ou submete a primeira a alguma montagem, tal inferência é ainda mais flagrante.



Figuras 3 e 4 – Capas de 10/05/06 e 25/05/06, respectivamente.

A natureza das charges ou ilustrações, neste caso, é agressiva antes mesmo de chegarmos à linguagem escrita, seja ela manchete ou texto. Embora a figura 3 não se insira dentro do período da crise deflagrada, está contextualmente agrupada nas reportagens de capa daquele período pela predileção da revista em abordar a crise do governo, crise esta que ainda estava na agenda da mídia, mesmo que desdobrada em outras polêmicas envolvendo o PT. É interessante como existe um posicionamento claro em ambos os casos, tanto na figura 3 quanto na figura 4, no que diz respeito à “culpa” do governo. Ora, dentro do sistema de signos do imaginário coletivo, a figura de um rato por si só explica o que a revista insinua sobre os políticos aos quais se refere. No primeiro caso, ainda mais flagrante, Veja usa a expressão popular do “pé na bunda” para induzir sobre o que Chávez teria feito com o Brasil.

3.1 – A retórica das capas

Outro ponto interessante ao analisar as capas é quanto à inexistência do que Eliseo Verón chamaria de “fundo semântico”, quando a imagem simplesmente evoca o campo semântico designado pelo texto, normalmente com o uso de estereotípias visuais, signos comuns para se remeter a um assunto: a imagem de uma muçulmana para falar da guerra santa, uma mulher grávida numa reportagem especial sobre o aborto, a bandeira chinesa ao se discutir o crescimento econômico da China, armas para se remeter à insegurança no Rio

de Janeiro¹¹. Em nenhum caso se viu tais exemplos, embora seja estratégia comum do semanário fazer uso destes tipos de capa, principalmente em matérias mais “frias”, nas quais o elemento factual ou não existe ou é encoberto por uma temática mais ampla e de inúmeros desdobramentos.

Ao contrário, aparece em grande número a chamada retórica visual do personagem. Nestes casos, aparece normalmente o protagonista da cena sem o seu valor referencial, apenas a serviço da situação a qual a manchete lhe caracteriza: ora com ares de preocupação, ora de arrogância, por vezes temeroso, preocupado ou resolutivo. Nenhuma destas imagens corresponderá, na grande maioria dos casos, realmente ao sujeito em questão nestes ímpetos de humor. Trata-se apenas de determinado close “incidentalmente” captado, e inserido num contexto especialmente criado pela revista, que deseja uma boa expressão para a sua capa, uma feição que incorpore os elementos teatrais dos quais ela necessita.

Na figura 5 vemos o presidente Lula apreensivo, enquanto a imagem de Roberto Jefferson evoca um tom ameaçador e irônico. Especialmente no segundo caso, a legenda reforça o tom provocativo de Jefferson ao completar com a seguinte manchete: “O homem bomba – Se for incriminado pela CPI dos Correios, Jefferson ameaça levar junto Dirceu, Silvio e Delúbio, do PT”. O “Ele sabia?” da figura 6 não necessariamente reforça a tensão do presidente, deixando ao leitor o encargo de acreditar ou não na credulidade de Lula, principalmente pelo subtítulo abaixo: “55% disseram que Lula sabia da corrupção/ 48% acham que o PT é um partido desonesto”.

¹¹ Verón, numa exemplificação de *Fragmentos de um tecido*, explica a natureza meramente decorativa das imagens ao elucidar um caso limite de fundo semântico: uma imagem fotográfica mostrando muita gente como fundo para a manchete sobre as eleições na França. A imagem mostra simplesmente muitas pessoas juntas, mas acrescida do texto acaba induzindo que aquelas pessoas são eleitores franceses.



Figuras 5 e 6 – Capas de 13/07/05 e 01/06/05, respectivamente.

Nas figuras 5 e 6 existe uma equivalência entre texto e imagem apontando inconscientemente ao leitor que Lula e Roberto Jefferson são o centro da notícia, tornando a imagem um operador direto de identificação. Além disso, há uma equivalência retórica entre as expressões “flagradas” dos dois políticos e os elementos textuais que denotam apreensão e ameaça.

Também podem ser notadas nas reportagens de capa deste período – estratégia recorrente na linha editorial da revista, não apenas nestes casos em particular – a presença de metáforas visuais, fotográficas ou gráficas. Um caso de metáfora é a própria figura 4. Nota-se nos quatro exemplos uma retórica simples e explícita – ao associar um político a um rato, ao sugerir que a Amazônia estaria sendo serrada ao meio pela lâmina da corrupção, ao “adaptar” o brasão da República Federativa afixando uma estrela do PT no

centro, ao cunhar na moeda americana a imagem de Fidel Castro –, caracterizada pela leitura imediata sobre o que quer chamar atenção a revista.



Figuras 7,8 e 9 - Capas de 08/06/05, 29/06/05 e 02/11/05, respectivamente.

Aqui, a equivalência exercida entre texto e imagem é mais imbricada, e o observador acabará absorvendo as linguagens icônica e textual simultaneamente. Especialmente na figura 8, por os elementos textuais fazerem parte propriamente do brasão, a existência deste acaba sendo comprometida sem aqueles. Acima, a estrela do Partido dos Trabalhadores é representada em vermelho, com as iniciais do partido, e abaixo há uma paródia às inscrições originais do brasão republicano: “República Federativa do Zé – 1º de janeiro de 2003”. Independente do que diz a legenda abaixo, a existência da imagem sem seus elementos textuais perderia completamente seu sentido ideológico.

3.2 – O contrato de leitura nas capas

Sigamos às modalidades de enunciação de Veja, analisando mais globalmente suas capas, a interação entre texto e imagem e como se dá o processo de contrato de leitura com o receptor:

*As modalidades de enunciação na capa são, em todo caso, um suporte de imprensa, um fator crucial na construção do contrato: a capa pode mostrar de um modo simultaneamente condensado e preciso a natureza do contrato, ou então, ser mais ou menos incoerente com este último.*¹²

Veja se mostra, ao longo de suas publicações semanais, um modo pitoresco de expor a notícia nas capas, principalmente no caso das reportagens de cunho político. Pitoresco no sentido de que o tom acusatório normalmente é tão explícito a ponto de fugir completamente da imparcialidade, denotando nas manchetes o tom agressivo para com os “réus” de alguma denúncia, polêmica ou escândalo. Afora tais características, notou-se também casos em que a revista buscou ser claramente cúmplice do leitor, portando-se quase como um outro espectador que lê a revista, ou casos em que se portou notadamente como enunciador pedagógico.

¹² VERON, Eliseu: *Fragmentos de um tecido*, Unisinos, 2004.

- **O pavor da CPI: Delúbio Soares e Sílvio Pereira, operadores do PT, não escapariam da investigação.**
- **As “mesadas”: Só de uma estatal, Roberto Jefferson, do PTB, exigia 400 000 reais por mês.**
- **Microcâmeras: aprenda a flagrar um corrupto.**

Um exemplo é o da figura 4. Notamos sobreposto à imagem de um suposto político com feições de um roedor o seguinte título: “Corruptos – Estamos perdendo a guerra contra essa praga”. No lado direito da foto, de cima para baixo, os subtítulos acima complementam a imagem.

Ao afirmar já no título que, tanto o leitor quanto Veja, estão perdendo a guerra contra a corrupção, é possível notar traços desta cumplicidade. É provável que a revista queira, com isto, estabelecer mesmo uma relação de intimidade, positiva para o contrato de leitura, fazer seu leitor modelo entender que, grosso modo, a revista está do seu lado, é susceptível aos prós e contras do que acontece no contexto político do país. Mas esta capa, especificamente, é um exemplo heterogêneo de relação com o leitor, já que ao mesmo tempo em que a revista se aproxima do receptor, se distancia quando “ensina” a flagrar um corrupto. Aqui, a pedagogia funciona como uma pré-ordenação no universo do discurso com o leitor, relação esta que supõe o enunciador como guia: quem explica, detêm as

informações, informa. A distância objetiva é assim consumada, mesmo que a própria capa comporte-se de maneira distinta no título.

O enunciador pedagógico (expressão frisada pelo próprio Verón) aparece como um direcionador – que, distanciado do leitor, porta-se como alguém que sabe mais e dá conselhos – cumprindo o papel de quem avisa, alerta, comporta-se como um catalisador entre a notícia e o público. Casos anteriores extraídos da revista exemplificam esta relação, que parece ser construída ao longo do tempo e atuar de maneira semelhante sobre determinados acontecimentos políticos. Abaixo, um exemplo datado em 2003 de como se estabelece a tutela. Trata-se de uma carta ao leitor publicada pela revista na qual a mesma faz referência às capas anteriores relacionadas com o mesmo tema.

VEJA AVISOU:



Figura 10 – Editorial publicado em 02/07/2007 que enumerava as reportagens de capa em que veja teria “avisado” o leitor sobre a “ameaça” do MST na sociedade civil

Capas de VEJA sobre o MST, suas táticas e seus líderes: há dezoito anos, a revista trata do assunto e sempre alertou para os abusos.

O título e o subtítulo, intercalados pela imagem, posicionam-se dialogando com um público que, supostamente, foi avisado, alertado, e que agora tem as provas de uma situação para a qual parece ter sido prevenido o tempo todo. Mais que isso, Veja assume claramente o distanciamento para com este público. Isso talvez nos aponte para as marcas de uma linha editorial que pretende estabelecer esse distanciamento porque julga distintos os sujeitos (emissor e receptor) e se diferencia daquele do qual fala, seja socialmente ou intelectualmente. Estabelece-se, aqui, o perfil de um veículo que trata homogeneamente os acontecimentos referentes a uma minoria específica, no caso o MST. Tanto pelo encabeçamento da carta ao leitor, que qualifica o sujeito pelo “modo como diz”, como pela totalidade de seus títulos, que apontam para uma mesma perspectiva do sujeito noticiado, há claro um tipo preferencial de abordagem que se prolonga por suas edições.

O emissor faz uso de termos para pontuar sua opinião. O próprio verbo “avisar” já transmite, como vimos, a idéia de conselho, de alerta, cautela. Mais abaixo, no subtítulo, a confirmação de que Veja realmente avisara seu público: as capas elucidadas comprovam sua afirmação, num joguete de imagens e palavras que caminham para um nítido direcionamento de pensamento. O uso de determinados termos completam a mensagem: o próprio “avisar”, e, mais adiante, “abusos” exemplificam a tendência editorial. Ao tratar o assunto delegando ao MST a responsabilidade por tais “abusos”, mais uma vez a revista deixa claro quem é o vilão da história, passando-se ilesa das responsabilidades diante do fato.

De uma forma geral, não são percebidos com freqüência casos em que os personagens da notícia se direcionam diretamente ao destinatário da mensagem. Nas fotos, Lula, Valério ou Palocci estão sempre com um olhar evasivo e distante. Uma das exceções é a figura 6, em que Jefferson parece se direcionar diretamente ao receptor, como se a este fizesse a

denuncia. Mas também há casos em que as personalidades-centro da polêmica posicionam-se olhando diretamente para o leitor (figuras 11, 12 e 13).



Figuras 11,12 e 13 – Capas de 17/08/05, 19/10/05 e 30/11/05, respectivamente.

No primeiro caso a revista se apropria de uma foto de um discurso qualquer do presidente para, em cima desta, simular uma explicação do chefe de estado para com seu eleitorado. Nota-se uma expressão tensa no flagrante, um posicionamento aparentemente desconfortável, de quem foi acusado e tenta elaborar uma explicação. Diferentemente, o Celso Daniel da segunda imagem insinua dedurar supostos corruptos e entregar informações incriminatórias diretamente ao público, ao passo que a última imagem demonstra uma outra apreensão, de quem mira o receptor de forma tensa e impotente. O detalhe na boca insinua um Palocci amordaçado.



Figuras 14 e 15 – Capas de 21/09/05 e 19/04/05, respectivamente.

De modo geral, existe uma intenção da linha editorial de se alertar seu público, mas este sentimento de cumplicidade com o leitor – caráter que muitas vezes pretende fazer o receptor “comprar” a opinião da revista – não é feito em cima de furos de reportagem na maioria das capas: estas, ao contrário, cumprem bem o papel cabido às revistas informativas semanais, *a priori* mais analíticas e opinativas. Portanto, ideologicamente falando, é mais fácil detectar neste caso um traço tendencioso na condução das reportagens, principalmente nas manchetes de capa.

Antes mesmo de se partir para as páginas internas já é possível notar traços ideológicos, característica que por muitos é atribuída ao sensacionalismo da linha editorial da revista. Não é intenção deste trabalho entrar no demérito de Veja quando ela pratica um jornalismo parcial, bem como dissertar aprofundadamente sobre seus interesses dentro e fora do campo jornalístico, mas algumas obviedades analíticas acabam brotando de

observações simples, que muitas vezes se quer ultrapassam a análise discursiva na qual se baseia este estudo.

Na figura 14 o enunciado acaba se antecipando quanto ao grau da crise política:

PT ... Era de vidro e se quebrou – A história de uma tragédia política.

De uma forma ou de outra, o enunciado acaba agendando o público, e o que é pior, dimensionando a crise. Transformá-la em “tragédia política” diz muito sobre o papel representado pelo enunciador, e qual posicionamento ele quer para si diante do fato, o de quem tem o aval para analisar se um acontecimento é ou não verdadeiramente uma tragédia – o uso de vocábulos como “tragédia” acaba trazendo uma carga inflamada ao discurso. Mais uma vez, nota-se o enunciador pedagógico se distanciando do leitor.

Na figura 15 observamos os seguintes título e subtítulo:

**O bando dos 40 – A denúncia do procurador-geral não deixa dúvida:
Lula é o sujeito oculto da “organização criminosa que tinha como
objetivo garantir a continuidade do projeto de poder do PT”**

Nota-se também neste caso outro termo que imbui no objeto da notícia caráter pejorativo: a expressão “organização criminosa”, ao se referir a determinado grupo político envolvido num escândalo de corrupção, acaba ultrapassando o limite de um discurso meramente informativo, caracterizando-o pela avaliação sobre o fato e pela atribuição clara da opinião.



Figura 16 – Capa de 10/08/05.

O caso da figura 16, dentro da análise como um todo, acaba explicitando bem a tendência da revista de pender para um dos lados, caracterizando-se claramente como de

oposição ao governo. Mesmo que nas outras capas já seja evidente este traço, na figura 16 Veja reproduz uma realidade política anterior, quando a distinção entre os dois assuntos acaba tornado tal comparação forçada: o fundo preto, em alusão ao luto político dos caras-pintadas, que saíram às ruas na época do governo Collor exigindo o *impeachment*, é cortina para um presidente com expressão de pesar, posicionando-se como réu, enquanto abaixo a palavra “Lulla” faz referência direta ao presidente anterior. Mais uma vez, a revista não busca aqui um furo de reportagem, mas tenta desdobrar um acontecimento que, por já ter sido noticiado em veículos impressos, talvez “careça”, aos olhos de sua equipe editorial, de uma análise menos neutra da que se faz no *press news*. Ao optar pela não-neutralidade, acaba demonstrando seu ponto de vista logo na primeira página.

Esta capa em especial acaba – dentro desta análise – sobressaindo-se como a mais agressiva, seja porque compara situações distintas tentando forçar uma semelhança da situação anterior com a crise política mais recente quando não há elementos suficientes que aproximem os dois fatos, seja porque induz o leitor a pensar num possível *impeachment*, quando o contexto político apenas insinua esta possibilidade. Notamos aqui também a presença do fenômeno da *agenda setting*¹³.

O diário da crise: os 100 fatos e as mentiras mais absurdas ditas para esconder a corrupção.

¹³ A teoria da agenda setting, desenvolvida por Mc Combs & Shaw em 1972 e estudada até hoje, é sustentada pela hipótese de que as pessoas conversam, comentam ou discutem determinado assunto a depender do que a mídia veicula nos meios de comunicação.

O excerto anterior acaba se destacando na página inteira. O enunciador pedagógico, mais uma vez, atua como direcionador da leitura, entregando nas mãos do leitor praticamente um relatório dos absurdos ditos pelos políticos. É como se Veja dissesse ao seu público: “Preparei especialmente para vocês com toda apuração e cuidado: 100 absurdos e fatos ditos pelos membros do governo com o objetivo de enganar você. Com isso, quero lhe alertar para o que está acontecendo”.

3.3 – A quase homogeneidade de assuntos na primeira página

Normalmente a revista, ao dispor o tema principal quase que totalmente na capa, relega aos cantos superiores outras informações, temas que variam entre economia, lazer ou comportamento. Um exemplo é o da figura 14, na qual a uma pequena referência ao aquecimento global lembra o leitor sobre outros temas do semanário, sem deixar de focar o tema-chave da edição: a crise pela qual passava o PT. Noutros – figuras 5 e 6 – assuntos relacionados a terrorismo, internet e crescimento econômico do Chile aparecem discretamente no canto superior. Entretanto, normalmente o que se observou ao longo das capas foi uma homogeneidade quanto aos temas: ou estes tomavam toda a página, ou dividiam o espaço gráfico com um desdobramento do mesmo tema, ou até mesmo com assuntos diversos, dispostos discretamente no canto superior da página. Característica de Veja, tal arrumação não é encontrada apenas nas reportagens de capa retratando a crise do Mensalão, mas de uma forma geral, na maioria das suas publicações.

No caso das capas abaixo, recortadas do primeiro semestre de 2007, há esta mesma disposição de um só tema na capa, privilegiando o assunto principal em detrimento de temas secundários que, se retratados nas capas, acabam aparecendo num canto discreto da página:



Figuras 17, 18 e 19 – Capas de 14/02/07, 07/02/07 e 14/03/07, respectivamente.

Nas três figuras há um tema central, seja factual (figura 17), transcendental (figura 18) ou comportamental (figura 19). Em nenhum dos casos o assunto compete com um outro da página, caracterizando um semanário que prioriza a tematização da sua narrativa. Cada assunto recebe um destaque maior, que cobre toda a extensão da capa – o limite espacial primeiro de uma revista.

4 – A unidade principal do texto jornalístico

Os títulos, como recorte da análise, acabam transparecendo o instrumento poderoso que são, já que é através deles que o leitor decide entrar pela notícia adentro ou ficar à porta, satisfeito com o simples enunciado. No jornalismo impresso, a expectativa antecipada sobre do que se trata o material da leitura é em grande parte nutrida nos títulos. Por serem teoricamente fiéis ao que está escrito no texto, acabam sintetizando a notícia, captando a atenção do receptor e criando neste a expectativa sobre o que encontrar durante a leitura.

*O título será encarado e estudado em local próprio, não como um enunciado posto sobre um suporte, mas como uma inscrição, quer dizer, como enunciado da língua e como uma marca – a marca maior – da articulação do jornal: uma região-chave que é o articulado e articulador do jornal, a expressão de sua estrutura.*¹⁴

Ainda sobre os títulos, Mouillaud traça a seguinte análise:

¹⁴ MOUILLAUD, Maurice – *O jornal – Da forma ao sentido*, Editora UnB, 2002.

O título representa uma região-chave do jornal na medida em que aparece na interseção de suas duas articulações; constitui uma unidade de corte do estrato e uma unidade de corte da coluna. Tentaremos mostrar como os dois valores do título, mesmo estando opostos, sustentam um ao outro, de sorte que o título constitui a abóbada do dispositivo completo do jornal. Eis porque o título não representa simplesmente uma variedade de enunciado em um corpus lingüístico, nem um item no fluxo das informações, mas a inscrição do jornal por excelência.¹⁵

Neste sentido, é interessante buscar nesta “região chave” elementos condizentes com o contrato de leitura já observado nas capas: características discursivas que já apontam o posicionamento da revista diante do seu público destinado, seja ao direcionar a leitura com uma opinião já estabelecida na primeira página, seja ao caracterizar o elemento noticiado qualificando-o ou desqualificando-o, relegando ao emissor um juízo prontamente fabricado sobre o escândalo político.

Vale lembrar que se tentará analisar os títulos das capas juntamente com os títulos internos nas páginas respectivas de cada matéria, a fim de se estabelecer um elo entre um e outro. Entretanto, esta análise conjunta só será exemplificada quando o exemplo em questão trouxer elementos que justifiquem o estudo paralelo entre o título externo (da capa) e o interno (da matéria), como eles se inter-relacionam, qual a importância – se é que há esta importância – de um para o outro. Nos demais casos, os exemplos partirão de análises

¹⁵ MOUILLAUD, Maurice – O jornal – Da forma ao sentido, Editora UnB, 2002.

individuais de cada título encabeçando cada matéria, e sua relevância dentro do discurso como um todo. Por se tratar de muitas edições, a análise de todos os casos será substituída pelo estudo dos exemplos mais elucidativos do contrato de leitura, já que o espaço é limitado para um destrinchamento de todas as evidências sobre o discurso estabelecido por Veja.

4.1 - A disposição dos títulos

De uma forma geral, nas páginas internas da revistas foram observados com maior frequência casos em que um título assunto¹⁶ antecedia o título informacional. Nestes exemplos, a presença do encabeçamento “Brasil” foi observada na maioria das matérias, situações estas em que o primeiro título e o segundo foram alinhados sem a necessidade de um título referência no meio, intercalando um e outro.

Notamos a seguir um título assunto ou título referência (1) sucedido pelo título informacional (2) e pelo olho da matéria (3). Dentro da sucessão de publicações envolvendo o escândalo político do mensalão em Veja, esta foi a disposição mais frequente, ocorrendo, em alguns casos, a presença dos chamados títulos anafóricos:

¹⁶ Maurice Mouillaud, em *O Jornal – Da forma ao sentido*, constrói uma linha de raciocínio a partir da qual os títulos, particularmente nos jornais impressos, podem ser classificados, por exemplo, como títulos assunto ou de referência (Brasil, Mundo, Internacional), títulos anafóricos (A crise do dólar, O caso PC) ou simplesmente títulos informacionais que trazem a notícia propriamente dita.

Brasil (1)

Campanha de Lula recebeu dinheiro de Cuba (2)

Os dólares, acondicionados em caixas de bebida, andaram por Brasília e Campinas até chegar ao comitê eleitoral de Lula em São Paulo. Dois ex-auxiliares do ministro Palocci confirmaram a história a VEJA. São eles: Rogério Buratti e Vladimir Poletto, que transportou o dinheiro de Brasília a Campinas a bordo de um avião Sêneca. (3)

O título anafórico (4) corresponde neste e em outros casos a enunciados nos quais o acontecimento não é pontual, mas corre numa temporalidade determinada, não se refere a um fato passado, mas a um tempo que não é fechado. Isto porque os títulos anafóricos instituem um presente temporal – o presente da informação –, que é independente da temporalidade histórica. Basta que Veja elabore o título “Corrupção” ou “Crise” para que perdure um momento jornalístico no qual as matérias sobre o assunto serão publicadas.

Corrupção (4)

A estranha sociedade (2)

O enigmático corretor, que vive de obter privilégios nas estatais, é um elo que aproxima perigosamente o PT das negociatas do PTB (3)

Crise (4)

A ópera do malandro (2)

Com garganta bem treinada no canto lírico e a cancha de muitos anos de tribuna, Roberto Jefferson estremeceu a República – e um ele já levou. (3)

Em primeiro lugar, há uma característica básica nos títulos temporários que subscrevem a notícia: não são autônomos, ou seja, não podem vir desacompanhados de um título informacional. Estes títulos, também chamados de títulos anafóricos, excedem a duração cotidiana e exigem um saber latente do leitor a respeito da temática. São criados pelos meios impressos num dado período em que a mesma notícia se desdobra em acontecimentos ou fatos sucessivos. É importante lembrar que o exemplo acima, pelo fato de o título anafórico ser uma palavra genérica e de uso corrente no vocabulário da imprensa (“Corrupção” encabeçar tanto o escândalo do mensalão como o caso PC Farias ou a CPI dos bingos), pode retornar outras vezes, como abóbada de outro assunto. Como corresponde a uma anúncio prévia sobre qual assunto o jornal está falando, poderia vir acompanhado de um artigo definido: “O escândalo Jefferson”, “O caso Delúbio”, mas mesmo num ou noutro caso, difere-se dos títulos referência, que comumente aparecem como “Brasil”, “Economia e negócios”, “Política”, “Cultura” etc.

O título anafórico normalmente deve sua existência a um acontecimento temporário, que se transforma igualmente em pauta temporária. Isto porque em muitos casos a cobertura jornalística feita em um dia difere daquela cujos desdobramentos exigem várias

edições permitindo a existência das chamadas “suítes” (expressão normalmente usada em jornais diários), e o *background* sobre o assunto, dado na própria matéria, muitas vezes é indispensável para a compreensão global por parte do leitor. A auto-referência de Veja, nestes casos, ultrapassa a mera explicação sobre o fato anterior nas linhas da matéria: o editorial “Veja avisou” dá apenas um exemplo sobre como a revista busca fazer de si mesma um “arquivo” sobre a cobertura jornalística do país.

Um caso interessante é o dos títulos internos que acompanham a edição de 10 de agosto de 2005 – edição cuja capa corresponde à figura 16, caracterizada como uma das mais contundentes sobre a possível culpa do presidente. A interação entre a primeira página da revista e os títulos internos mostra um pouco da agressividade discursiva usada no exemplar:

Brasil

As cores da crise

As duas tiras nas cores verde e amarelo foram o símbolo das Diretas Já, da ascensão e depois da agonia de Collor. Agora elas voltam às ruas. O que Lula fará delas definirá sua presidência.

A referência à capa é feita já no título, através dos vocábulos “cores”, “verde” e “amarelo”, trazendo de volta a alusão ao ex-presidente Collor. Comparando dois momentos políticos de dimensões nacionais, ao dizer que as cores da indignação popular voltam às

ruas, o enunciado dá entender que a manifestação popular atual é dimensionalmente semelhante à anterior, como se o fenômeno político de mais de uma década atrás estivesse se repetindo numa nova roupagem. Abaixo, a explicação para a alusão feita pela revista:



Figura 20 – Imagem anexa à matéria da edição de 10/08/05

Percebe-se que a aglomeração popular é infinitamente inferior à do movimento dos Caras Pintadas, não havendo se quer uma mobilização nacional indo às ruas ou pedindo o *impeachment* do presidente Lula. Quem presenciou o noticiário da época sabe que a alusão foi mais parlamentar do que popular, não atingindo várias camadas da sociedade como aconteceu em 1992. Ao expor na capa uma realidade não condizente com a real, Veja conduz o leitor a uma interpretação distorcida dos acontecimentos, influenciando-o a encarar o escândalo político sob uma outra perspectiva.

Quando o fato em si ganha um status maior do que é lhe cabido, fica evidente a intervenção do enunciador, independente dos interesses em jogo por traz da sua “manipulação”. Neste caso, a hipótese da *agenda setting* é mais uma vez recorrida. A idéia de *impeachment* noticiada nacionalmente acaba tomando força, e independente da legitimidade ao se cogitar esta saída democrática, fica claro a tomada de posicionamento do corpo editorial da revista. O histórico de posicionamentos contra o PT, tomados por Veja, ancorados numa postura conservadora e ao lado de partidos políticos de direita acabam suscitando o argumento esquerdista de que a revista executa o chamado jornalismo de trás para a frente, que vai em busca das fontes já sabendo qual partido tomar, que não busca a imparcialidade mas recorre a um discurso tendencioso e pré-moldado por interesses que vão além da apuração e ponto de vista do repórter.

Noutro exemplo, caracterizado pela agressão gratuita exercida sobre o sujeito noticiado, fica clara a opinião que a revista nutre a respeito de alguma das suas fontes – neste caso, independente da apuração dos fatos, a revista agride logo de início, deflagrando uma antipatia que independe da notícia em si:

Corrupção

O mensalão da perua

As denúncias de suborno a vereadores paulistanos, durante a gestão de Marta Suplicy, resulta em pedido de instauração de CPI

4.2 – As estratégias de uma cobertura “dentro da normalidade”

Voltando à ocorrência dos chamados títulos assunto, impressão ao se observar a predominância destes, mais especificamente do encabeçamento “Brasil”, é de que, mesmo trazendo uma cobertura ampla da crise, Veja prefere não fazer uso dos títulos anafóricos, como se quisesse não transparecer ao leitor seu empenho em cobrir quase ininterruptamente os desdobramentos envolvendo Lula, o PT e o momento político do governo. “Brasil”, por ser uma editoria perene, dá a entender que a revista não fugiu da sua normalidade ao retratar e disponibilizar o assunto para o leitor, mas ao mesmo tempo fez bem o papel de testemunha do fato, de imprensa preocupada com o interesse público. A visibilidade que a revista dá à transgressão política é, por si só, suficiente para o agendamento do público, e isto se faz sem o uso constante dos títulos anafóricos.

Para entender a notoriedade que Veja deu ao mensalão, é importante compreender como surgiu a hipótese do *agenda setting*, cujos precursores, Donald L. Shaw e Maxwell McCombs, defendiam a grande influência que a mídia tinha sobre os acontecimentos. Influenciados por Walter Lippmann, defenderam a legitimidade conquistada pelos meios de comunicação nos seus públicos receptores, pelo fato de aqueles serem o único canal de informação precisa da realidade. Assim sendo, a dicotomia exercida por Veja de “dar visibilidade” e ao mesmo tempo “não criar sub-editorias que recortem a crise política num espaço tempo”, não deixa de ser uma boa estratégia para se camuflar o agendamento imposto, dando a quem lê a falsa impressão de que os fatos estão ali impressos apenas por fazerem parte do cotidiano que os circunda.

4.3 – As marcas da identidade

Partindo da configuração de cada título no período escolhido para a análise, torna-se impossível elucidar todos os títulos devido à característica espacial do trabalho. Ainda assim, é possível concluir que estes, por excelência, possuem alguns traços discursivos relevantes, que por estarem inseridos num mesmo veículo impresso dizem muito sobre a revista.

O primeiro deles é que os títulos de Veja são matriz para a compreensão do discurso do meio de comunicação como um todo, pelo fato de o título ser a abóbada do texto e a porta de entrada para a leitura. O que vem depois dele nas linhas escritas pelo repórter é mera confirmação do que dá entender a primeira linha, seja através da reiteração do que o título disse ou da negação irônica.

Um outro é que os títulos, neste caso, são detentores de marcas de identidade dentro do texto, e que mesmo negando ironicamente o que as linhas do discurso afirmam, não deixam de ser uma reafirmação, um resumo, uma chave para a primeira compreensão da leitura. São, além disso, uma síntese do acontecimento, a unidade principal o texto jornalístico.

5 – O discurso nos textos

A partir deste ponto, a análise dos textos se faz indispensável para a compreensão do caráter ideológico das notícias correspondentes ao recorte desta pesquisa. Busca-se agora analisar a estrutura do texto e o contexto cognitivo ou histórico, além das funções sociais e culturais do discurso. Características como o estilo da escrita, o uso do vocabulário e o padrão discursivo das reportagens – conseqüentemente, representações freqüentes de discursos semelhantes que provocam certa identificação no receptor – serão levadas em conta para se entender um pouco qual o posicionamento Veja teve diante do seu público. Outra característica discursiva é a construção perene de um padrão de notícia que a própria linha editorial faz questão de alimentar ao longo do tempo, que pode provocar no leitor uma sensação de familiaridade com a ideologia predominante da mídia a qual tem acesso.

A idéia de notícia jornalística como um tipo específico de discurso, proposta apresentada em alguns estudos do teórico Teun Van Dijk, nos trás, sobretudo, um entendimento sobre os elementos textual e contextual aos quais o leitor tem acesso, bem como as características discursivas e estruturais do texto e as informações que digam respeito ao âmbito social, político e ideológico no qual a mídia se insere.

...las maneras em que los fabricantes de la noticia y los lectores representan efectivamente los acontecimientos informativos, escriben o leen los textos periodísticos, procesan diferentes textos fuente o participan em los hechos de comunicación. Sin una explicación detallada tanto de las estructuras

*textuales como del procesamiento cognitivo, no nos será posible explicar cómo se hace realmente la noticia, a qué responden sus estructuras características o qué hacen los lectores con la información que obtienen del periódico.*¹⁷

Analisar tanto a estrutura da notícia como as implicações sociais para o surgimento das ideologias de seus emissores pode ajudar a compreender o discurso da revista, através principalmente: a) das propriedades gerais do discurso jornalístico (estilo gramatical), b) das propriedades referentes aos dispositivos de atenuação ou reforço dos fatos através de jogos de linguagem (uso de forma passiva e forma ativa) e c) do uso de termos que carregam idéias depreciativas. Todos estes aspectos, longe de compor apenas o universo lingüístico de como a notícia é produzida, podem representar as diversas formas de como a ideologia implícita no emissor traz a macroestrutura social para dentro do texto.

Alguns questionamentos seguem esta mesma linha de raciocínio para a compreensão discursiva de *Veja*, tais como quais são as fontes ouvidas e a focalização dos “atores principais” da notícia, quais os interesses consonantes com determinadas camadas sociais ou quais as restrições institucionais destes meios informativos. Também se pretende levar em conta o grau de noticiabilidade e no que este grau infere na disposição das notícias, se *Veja* agenda ou não seu público.

¹⁷ VAN DIJK, Teun: *La noticia como discursos*, Paidós Comunicación, 1990.

5.1 - Características discursivas para uma aproximação com o leitor

O posicionamento de Veja segue uma linha editorial nítida, sendo reconhecível para além das capas e dos títulos. Embora nestes seja mais nítido observar de qual lado se encontra o emissor, nos textos a leitura vai permitindo conhecer a postura discursiva da revista, muito através do vocabulário, da manifestação de opiniões e da apropriação da fala, características bem comuns nas reportagens estudadas. Há dois desdobramentos correntes durante a abordagem – o primeiro trata propriamente da questão do mensalão no contexto político brasileiro, e o segundo evidencia os personagens principais do escândalo, o posicionamento do Presidente Lula diante da questão político-social ou personagens secundários relacionados ou não com o esquema de corrupção.

Termos como “ataque”, “trabalho sujo”, “ciclo perverso” e “sujeira política”, referidos ao governo da época ou ao partido político no poder, no caso o PT, dão exemplo de como a crise foi retratada em muitas reportagens de capa. Embora o vocabulário isoladamente não dê conta de uma análise mais profunda acerca dos textos, já possibilita uma idéia de como se dá a construção do assunto pelos detentores da informação, aqueles que têm poder de voz e certa credibilidade para a construção da notícia.

As propriedades que cada vocábulo potencialmente confere ao texto jornalístico são conhecidas na Análise do Discurso, haja vista casos apontados por Van Dijk dessas ocorrências na imprensa da Europa. Não correspondem a palavras aleatórias dentro da matéria, e por mais que até certo ponto sejam produzidas involuntariamente, carregam conotações valorativas implicitamente.

A concepção de como determinado veículo de comunicação trata seus leitores como pares ou cúmplices, e o objeto da notícia como “ele” ou “outro” pode ser observada nestes casos. Como revista cujo público alvo é majoritariamente a classe média do país, que em mais de 70% das vezes adquire seus exemplares através de assinatura, Veja fala diretamente para um leitor o qual ela presume ser partidário de suas opiniões, haja vista o posicionamento pedagógico diante do mesmo, a cumplicidade estabelecida, a idéia implícita de que, assim como a população, a publicação semanal também fora enganada. O tempo todo o discurso compartilha a indignação cabível também à classe média que lê a revista, relegando ao objeto da notícia uma referência em terceira pessoa. Ao leitor, uma abordagem sobre réus para os quais não se dirige, mas de quem se fala. Esta visão também pode ser encontrada em algumas análises de Van Dijk, que atribui ao emissor e seu público o termo Nós, e ao sujeito depreciado, o Eles¹⁸. Veja corrobora concepções fincadas a receptores presumidos, tratando-os como cúmplices de uma opinião similar, com quem pode compartilhar juízos, enquanto transfere ao objeto noticiado o papel do marginal, do rebelde e do insurreto.

¹⁸ Van Dijk em *Racismo y análisis crítico de los medios*, explica que, ao se referir a determinados grupos sociais da Europa, a mídia daquele continente comumente criava um vínculo de cumplicidade com o seu leitor, chamando-o para perto, se aproximando deste e criando uma cumplicidade subentendida a ponto de a mídia falar por si e por este público (a idéia de “nós”), enquanto que ao objeto da notícia era relegado o distanciamento, uma referência em terceira pessoa (a idéia de “eles”).

5.2 - Exemplos do discurso de Veja nas páginas sobre o mensalão

No fragmento a seguir, de uma matéria veiculada em 24 de agosto de 2005, intitulada “A dama e os vagabundos”, é possível encontrar traços que exemplificam o discurso empregado pelo emissor:

Com a instalação da República de Alagoas, Jeany fez de Brasília sua base. Teve clientes em todos os governos. O de Collor, para ela, "foi o melhor de todos. Pena que tenha durado tão pouco", costuma dizer. O de Fernando Henrique foi "marrom" (abreviação de "marromenos"). Já o de Lula, afirma, "estava bom demais para ser verdade". Ela conta que as festas promovidas por empresários ligados ao PT eram animadas e que os pagamentos vinham sempre em cash (150 reais por menina, podendo chegar a 5.000 reais no caso de funcionárias "especialíssimas"). (...) Desde a semana passada, circulam pelo Congresso notícias sobre a existência de uma fotografia tirada pelo telefone celular de uma delas. A foto mostraria um deputado petista, famoso pelos modos francos e pela baixa estatura (moral, inclusive), posando ao lado de duas garotas como veio ao mundo – e com um charuto na boca. Pois é, quem disse que as mulheres de Jeany levam uma vida fácil? Apesar de se sentir abandonada por deputados e empresários que sempre usufruíram de

seus serviços, Jeany diz que não pretende revelar a identidade deles. Nessa novela do mensalão ela parece ser uma das únicas pessoas que agem com honestidade. Nas atuais circunstâncias, uma dama entre muitos vagabundos.

No que diz respeito ao vocabulário, palavras como “novela” e “vagabundos” trazem uma conotação pejorativa quando se referem aos sujeitos noticiados. Quando, entre parênteses, o texto faz uma ressalva sobre a moral do político comparando a sua estatura com o caráter do mesmo, cai num jogo de palavras que explicita qual opinião a revista nutre sobre este mesmo político, cuja identidade fica apenas subentendida. Noutra situação, compara a cafetina a uma dama, sugerindo que esta teria uma idoneidade menos abalada do que a dos parlamentares envolvidos na situação noticiada. Independente da validade das insinuações, fica clara a intenção da revista em provocá-las, seja para incitar o leitor a pensar de maneira semelhante, seja para desmoralizar o sujeito da notícia.

Em outro exemplo, de 3 de agosto de 2005, intitulado “A ópera do malandro”, Veja estabelece outra comparação ao falar sobre o presidente Lula:

Se fosse uma ópera – Turandot, de Giacomo Puccini, por exemplo –, a crise ética que paralisa o governo Lula estaria naquele estágio em que os personagens menores já cantaram e toda a expectativa se concentra sobre o príncipe-tenor e sua ária definidora do enredo: "Dilegua, o notte! /

Tramontate, stelle! / Tramontate, stelle! / All'alba vincerò! Vincerò!"
("Dissolva-se, ó noite! / Ponham-se, estrelas! / Ponham-se, estrelas! / Ao raiar do dia vencerei! Vencerei!"). Bem, sendo mais realista, a crise não tem a dinâmica de uma ópera. Lula a está conduzindo mais ao ritmo de cerveja e samba de seu ídolo Zeca Pagodinho: "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 / E deixa a vida me levar".

Aqui, a comparação segue uma metáfora musical, mas além da própria sujeição de Lula ao clímax da ópera, insinuando que este estaria no ápice da crise política, o texto exerce uma opinião preconceituosa que relega o presidente ao samba, caracterizando este como um estilo musical menor. Além da intenção política da revista, claramente de oposição ao presidente, Veja transparece um pensamento burguês característico das classes sociais às quais se direciona.

Ao perpetuar esse ciclo perverso, que começa com a barganha carguista, passa pelo fisiologismo e acaba se degenerando na corrupção, o presidente Lula está perdendo uma oportunidade histórica de reformar antigos hábitos

da política nacional. Pior que isso: há sinais de que o governo levou a coisa ao paroxismo.

Neste exemplo, de 29 de junho de 2005 e cujo título era “O assalto ao Estado”, as características do próprio vocabulário – “ciclo perverso”, “barganha”, “degenerando” – já demonstram o posicionamento da revista, a rigor, menos preocupada com a imparcialidade e com uma notícia “neutra” e mais interessada em atender aos anseios de sua linha editorial. Ao perceber esta homogeneidade ideológica na maioria dos textos, nota-se um claro direcionamento editorial por parte do grupo Abril, ou então, o mais sensato é acreditar que todos os seus jornalistas compactuam da mesma ideologia política e da mesma opinião acerca da crise.

5.3 – Polifonia, discurso indireto e forma híbrida

Um traço observado ao se folhear as edições como um todo – não apenas as estudadas – foi que as matérias, de uma forma geral, não priorizam o uso das aspas, preferindo o

discurso indireto, no qual o autor do texto se apropria das informações e das declarações. São raros os casos em que o discurso direto, no qual o enunciador não se coloca como responsável pela fala, prevaleceu. Genericamente, o “eu” do jornalista prevalece nas notícias veiculadas por Veja. Característica comum em publicações semanais, fugindo da realidade dos jornais impressos diários, o discurso indireto é mais freqüente nas mídias opinativas.

As aspas são recorridas em quase todas as matérias, mas sua incidência dentro do texto é bem menor do que em jornais impressos, por exemplo – o discurso acaba se apoiando num caso que Dominique Maingueneau chamaria de modalização em discurso segundo:

O discurso relatado constitui uma enunciação sobre outra enunciação; põem-se em relação dois acontecimentos enunciativos, sendo a enunciação citada objeto da enunciação citante. Existe, todavia, um modo mais simples e mais discreto para um enunciador indicar que não é responsável por um enunciado: basta-lhe indicar que está se apoiando em um outro discurso: fala-se então de modalização em discurso segundo.¹⁹

Na matéria “Dólar na cueca”, de 13 de julho de 2005, um exemplo de como se dá esta modalização, não havendo a necessidade de se empregar as aspas para dar veracidade ou legitimar o discurso:

¹⁹ MAINGUENEAU, Dominique: *Análise dos Textos de Comunicação*, Cortez Editora, 2000.

José Adalberto Vieira da Silva, que tentava embarcar em um vôo de São Paulo para Fortaleza, foi preso carregando 100.000 dólares e 200.000 reais em espécie. Detido em flagrante por agentes da Polícia Federal e levado para a delegacia do aeroporto, Vieira da Silva disse que era agricultor e que o dinheiro era fruto da venda de legumes efetuada na Ceagesp, central de abastecimento de frutas e hortaliças em São Paulo.

Também há casos em que a forma híbrida se faz presente, situações em que o enunciador isola em itálico ou aspas um fragmento que, ao mesmo tempo, ele utiliza em menciona, emprega e cita. Mesmo se tratando de discurso indireto, o fragmento contém algumas palavras atribuídas aos enunciadores citados, o que Maingueneau chama de “ilha textual” ou “ilha enunciativa”. De uma forma geral, estas ilhas ocorreram em quase todos os fragmentos de texto analisados, situações correntes tanto para o leitor quanto para o enunciador.

6. O mito da imparcialidade e a ideologia dos *mass media*

O desafio de se aproximar a notícia do fato ocorrido não pode ser pensado ingênua e utopicamente sob a égide da neutralidade, por não ser possível exigir imparcialidade do jornalista frente ao crime ou à corrupção – questões afeitas ao terreno da ética. As armas do jornalismo em busca da objetividade têm de ser o conhecimento, a inteligência, o treino e o exercício cotidianos. Embora seja muito fácil sugerir que a mídia faz parte de um complô para enganar o povo, é importante se saber que de um fato é possível extrair dezenas de leituras, pois eles passam pela peneira da subjetividade e dos interesses humanos. De um fato é impossível apreender todas as nuances, pois toda notícia é apenas um recorte e uma representação da realidade, não a realidade em si. É por isso que se deve – e esta é uma premissa importante para não se cair em clichês e lugares comuns sobre o discurso de Veja – analisar com cuidado seu posicionamento: ele é apenas um recorte, uma representação da realidade, que justamente por passar pelas mãos de um jornalista acaba trazendo suas opiniões particulares, sua leitura particular sobre o tema? Ou o posicionamento de Veja é resultante de uma linha editorial presumida, de uma orientação prévia ao repórter sob como conduzir e opinar sobre o elemento noticiado?

Após uma observação minuciosa acerca do enquadramento dado pela revista a assuntos referentes não só ao mensalão, mas ao PT, ao MST e ao presidente Lula e seus partidários, a primeira hipótese acabou sendo a menos acreditada. Ideologicamente falando, a opinião da revista foi sempre única: a de ser, invariavelmente, contrária ao PT, ao presidente Lula e a seus correligionários, fossem os argumentos apresentados lícitos ou não. E isto, obviamente, não surge da hipótese de que todos os jornalistas do grupo Abril

compactam das mesmas opiniões políticas, esta seria uma tese ingênua e falha a respeito da sua homogeneidade discursiva, da sua predominante agressividade nos textos, da quase totalidade de matérias contrárias ao governo do PT. Ao longo do tempo, sabe-se do posicionamento editorial da revista, avessa aos pensamentos esquerdistas e partidária dos grupos políticos de direita, cujo conservadorismo foi sempre útil para galgar leitores de classe média.

É neste ponto que a concepção de Thompson sobre ideologia, a dicotomia estabelecida pelo autor sobre ideologias neutras e ideologias críticas, acaba esclarecendo sobre sua atuação discursiva no âmbito social como um todo, sobretudo porque acreditar que a revista traça seu posicionamento antes mesmo da apuração é validar o fenômeno ideológico proposto por Thompson pelo qual as mídias atuam sob interesse de algum grupo particular, sustentam relações de dominação já existentes. O estudo da ideologia requer, assim, o levantamento sobre como o sentido é construído e usado no discurso, nas falas lingüísticas cotidianas, nas imagens e nos textos complexos. A investigação dos contextos sociais nos quais se dá este fenômeno ideológico é de suma importância para o entendimento do processo como um todo.

O cenário político brasileiro da época, ambientado numa democracia que há pouco havia vivenciado as Diretas Já e o processo de *impeachment* do presidente Collor, vivia uma vulnerabilidade natural para a série de acontecimentos históricos que reconfiguraram a sociedade e o governo, e a ascensão do presidente Lula, ex-operário de passado esquerdista radical, foi um destes acontecimentos. Este, em particular, representou a mudança partidária no Palácio do Planalto, que por oito anos teve como governista o PSDB do presidente Fernando Henrique Cardoso. A predisposição tucana de Veja, notadamente expressa nas suas páginas na década de 90, não contava com a ascensão política de um

partido esquerdista e conhecidamente radical, e o momento político do mensalão não deixou de ser uma oportunidade para por em xeque a honestidade da estrela vermelha: logo o PT, que antes de assumir a presidência tinha como bandeira combater a corrupção dos governos vigentes. Veja atuou neste período afim de um único objetivo: derrotar o PT e estabelecer as relações de poder anteriores, das quais era partidária.

Ideologicamente, a luta por modificar a situação política daquele período fez com que alguns meios de comunicação de massa, incluindo Veja, atuassem ativamente para a modificação de um contexto vigente, cujos atores políticos eram contrários ou desfavoreciam estes meios, seus interesses e ambições dentro de um contexto social mais amplo.

6.1 – A fala dentro do contexto sócio-político brasileiro

Uma análise mais global da estrutura do texto e das funções sociais e culturais do discurso se faz importante, já que revela um pouco das estratégias de manipulação, legitimação e criação de um consenso construídas durante o contrato de leitura, além de outros mecanismos discursivos que influem no pensamento – e indiretamente nas ações – de quem consome a notícia.

A imagem negativa construída sobre determinado assunto, tema ou sujeito pode ser identificada através do uso do vocabulário, além disso, baseia-se numa já prevista

representação do texto no receptor – o modelo mental que ele constrói sobre a notícia, o contexto em que esta notícia é inscrita e o crédito ou descrédito do leitor por parte da opinião do texto. A ideologia dos grupos que detêm a informação, portanto, é característica fundamental para se entender como determinados grupos sociais atuam sobre outros.

Haja vista os textos serem compostos por um vocabulário muitas vezes agressivo (vide capítulo 5) e as características discursivas que comprovam o posicionamento ideológico da revista diante de um público presumido, é possível concluir que, diante deste, há três hipóteses quanto à parcialidade da informação: a) o enunciador crê estar desempenhando um papel social importante de esclarecedor diante do seu público acreditando no que diz e na forma como diz, b) o enunciador, intencionalmente, constrói seu discurso tentando angariar o público a pensar de maneira afim ao enunciado, atuando pedagogicamente diante deste ou c) o enunciador constrói seu discurso tentando angariar o público a pensar de forma semelhante, atuando pedagogicamente, e ao mesmo tempo direciona-se para o objeto da notícia, provocando-o e acuando-o.

A terceira hipótese parece ser a mais provável, dedução feita a partir da observação dos textos, capas e títulos como um todo – estes, muitas vezes, parecem não se direcionar única e exclusivamente para o leitor-padrão, mas também aos sujeitos da notícia. O próprio tom agressivo faz coro a esta hipótese: quando Veja chama Marta Suplicy de “perua” acaba sendo impossível não acreditar que aquele discurso fora pensado para ela ler.

O fato de Veja direcionar-se também para o sujeito da notícia confirma a tese de Fairclough de que o discurso atua como uma prática social, que se posiciona diante de camadas sociais específicas a fim de transformar ou sustentar relações de poder existentes: neste caso, de modificar as relações de poder vigentes, cujos atores principais eram membros do PT e o presidente Lula. Esta luta, longe de ser velada, sabia para quem estava

se direcionando, e não fazia esforços de esconder, através de um discurso mais brando, as suas intenções.

6.2 – O contexto social brasileiro

A partir da era Collor, quando a comunicação política no Brasil sofreu um processo de americanização²⁰, no qual a cobertura política encontrava um novo ambiente para se desenvolver, já que a televisão, a imprensa e o rádio agora podiam servir como instrumento democrático da representação dos propósitos políticos, as relações de poder existentes entre os veículos de comunicação, bem como sua inter-relação com a esfera política, se configuraram de maneira bem mais ampla e aberta. Seguida pelo governo de Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso, a representação da política na comunicação de massa encontrava-se quase sem limites, os veículos impressos e televisivos começavam a perceber que o “*show político não precisava de autorização ou direção do universo político para funcionar*”²¹, e o cenário da imprensa poderia a seu bel prazer construir personagens, enredos e situações dramáticas que emoldurassem a cobertura dos fatos. A respeito especificamente da utilização dos meios de massa como mecanismos eleitorais, Gomes tece o seguinte comentário:

²⁰ Wilson Gomes, em *Transformação da política na era da comunicação de massa*, fala sobre a adaptação da política brasileira neste período às novas condições civis, comerciais e leigas da vida pública pós governos militares.

²¹ GOMES, Wilson: *Transformações da política na era da comunicação de massa*, Paulus, 2004.

A construção de personagens conforme perspectivas de ganhos eleitorais controladas por sondagens de opinião, o controle sobre os textos e sobre os modos de sua recitação, a programação e a administração das emoções do público, a adaptação do que se diz e do modo como o personagem político se apresenta em conformidade com os auditórios, a economia narrativa que busca construir e distribuir os conflitos, a luta pela ocupação dos lugares narrativos do “herói”, do “condutor”, do “competente”, a constituição planejada de figurinos e maquiagem... tudo isso constitui o último ato (o mais recente, não o derradeiro) da dramaturgia política brasileira²².

No cenário político em que se encontrava Lula, não mais o candidato à presidência de muitas eleições, mas o chefe de estado o qual o estigma da ética e da honestidade ainda fazia eco sobre o imaginário popular, as regras do jogo não foram diferentes. O grau de exposição na esfera civil de um governo em plena crise política nunca, no Brasil, atingira proporções tamanhas: levando-se em conta a abrangência de tecnologias como internet e a existência há cerca de uma década da cobertura jornalística nacional por TV a cabo, além das próprias transformações sociais pelas quais o país veio passando após o fim da ditadura militar, a magnitude tanto da cobertura do escândalo como do consumo destas informações por parte do público alcançou proporções inéditas. Levando-se em conta a existência da internet na forma como ela se configura hoje, a cobertura jornalística dos sucessivos escândalos envolvendo o presidente Collor, por exemplo, não teriam os mesmos tentáculos

²² GOMES, Wilson: *Transformações da política na era da comunicação de massa*, Paulus, 2004.

do escândalo do mensalão. A cena predominante onde o “drama” político se realizou não deixou de ser, claro, a chamada comunicação de massa.

As mudanças provocadas pela democratização tardia no Brasil fizeram com que o país dependesse cada vez mais dos meios, instituições e recursos da comunicação de massa. Neste contexto, a mídia impressa, televisiva ou digital pôde se desenvolver e ampliar seu raio de abrangência, além de possuir agora uma liberdade de expressão que outrora jamais poderia existir. Estes meios de comunicação, por ganhar proporções empresariais ao longo das últimas décadas, não se permitiam mais depender do estado, invertendo as relações de poder nas quais antes a comunicação estava a serviço do poder político. Agora era o contrário: os *mass media*, com todo o seu raio de alcance, eram quem ditavam as regras na representação política para as camadas sociais. Veja, como não poderia deixar de ser, aproveitou-se desta nova configuração da comunicação no Brasil, atuando diretamente na política nacional e sendo parte importante e transformadora desta política.

7. Considerações finais

Não seria redundante defender, portanto, a tese de que Veja constrói sua argumentação ideológica justamente a partir de uma pré-concepção a respeito do seu público alvo, em cima de um posicionamento que se mostra presunçoso no sentido de antever a opinião do seu leitor e de se mostrar pedagogicamente diante deste, presumidamente partidário das mesmas opiniões, ideologias e pontos de vista.

Também não seria precipitado concluir que a revista se direciona a quem acusa, funcionando como elemento provocador e insuflador de crises dentro de diversos grupos sociais. Veja não fala apenas para o seu público modelo, mas também ao acusado direto, ao sujeito noticiado.

Partindo do pressuposto de que os textos jornalísticos não cometem esta chamada imparcialidade justamente por compreenderem microestruturas sociais que refletem macroestruturas político-ideológicas mais complexas, o objetivo do trabalho foi tentar responder quais as implicações do discurso de Veja sobre o leitor, qual seu interesse por trás da notícia e como se estabeleceu a relação entre destinatário e receptor: o contrato de leitura estabelecido entre ambos. A revista, voltada a um público específico, tendeu a incorporar papéis, seja por suas opiniões particulares, seja pelas crenças ao qual é subjugada, seja até mesmo pelas implicações de um contexto sócio-político no qual os interesses partidários vão além de uma mera veiculação de notícias. Veja, neste sentido, é apenas uma publicação, dentre tantas outras, onde uma ideologia predominante rege a produção de informação e constrói uma linha editorial ao longo do tempo.

Tratando-se de um assunto ligado a um partido político brasileiro que por muito tempo inflamou as classes direitistas e “ameaçou” partidos que há pouco tempo atrás detinham o governo, o assunto retratado na imprensa conservadora insufla esta dualidade de valores: os radicais contra os conservadores (mesmo que de radicalismo no PT não houvesse quase mais nada). Conhecendo minimamente o contexto político nacional, seria idealista uma visão que sugerisse ser diferente esta relação entre Veja e o governo petista. Devido ao conflito de idéias e interesses e a um desequilíbrio de poderes no qual a imprensa tem mais força, culpado ou não, o PT inevitavelmente seria alvejado pela mídia na qual Veja se insere. Ingênuo seria crer na imparcialidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BONFIM, João Bosco Bezerra, *A fome que não sai no jornal: o discurso da mídia sobre a fome*. Brasília: Plano Editora, 2002.

DIJK, Teun A. *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona:

DIJK, Teun A: *La noticia como discursos*, Paidós Comunicación ,1990.

Ediciones Paidós Ibérica, 1997.

FAIRCLOUGH, *Análise Crítica do Discurso*, Londres: Longman, 1995.

FAIRCLOUGH, *Discurso e Mudança Social*, Cambridge: Polity Press, 1998.

GOMES, Wilson *Transformações da política na era da comunicação de massa*, Paulus, 2004

MAINGUENEAU, Dominique: *Análise dos Textos de Comunicação*, Cortez Editora, 2000.

MOUILLAUD, Maurice – *O jornal – Da forma ao sentido*, Editora UnB, 2002.

NOBLAT, Ricardo. *A arte de fazer um jornal diário*. São Paulo: Contexto, 2002.

TEIJEIRO, Carlos Álvarez. *Comunicación, Democracia y Ciudadanía –*

Fundamentos teóricos del Public Journalism. Buenos Aires: Ediciones

Ciccus-La Crujía, 2000.

THOMPSON, John: *Ideologia e Cultura Moderna*, Petrópolis: Vozes, 1995.

VERÓN, Eliseo: *Fragmentos de um tecido*, Unisinos, 2004