

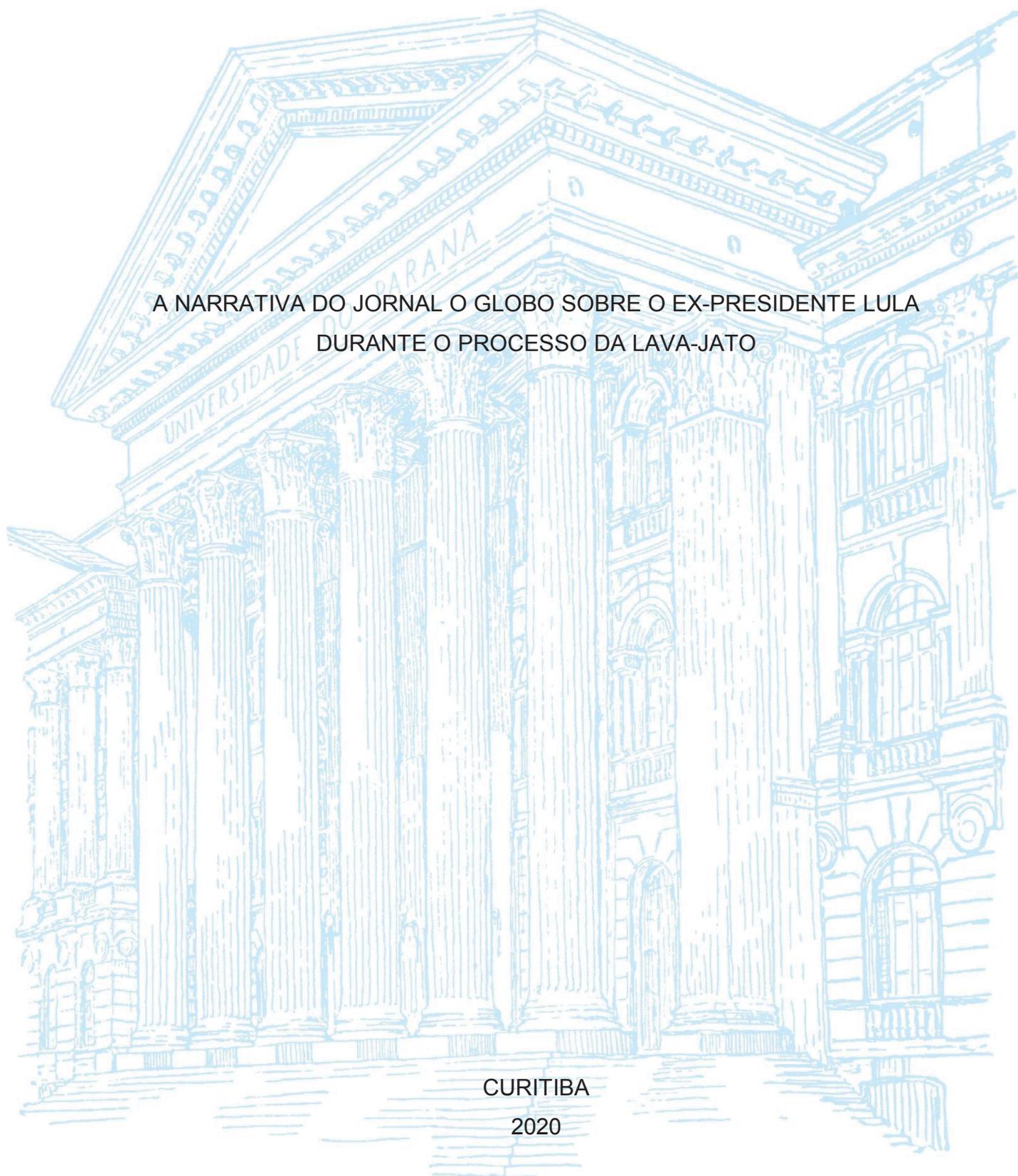
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

DEBORA CRISTINA ALVES DA CUNHA MILLA

A NARRATIVA DO JORNAL O GLOBO SOBRE O EX-PRESIDENTE LULA
DURANTE O PROCESSO DA LAVA-JATO

CURITIBA

2020



DEBORA CRISTINA ALVES DA CUNHA MILLA

A NARRATIVA DO JORNAL O GLOBO SOBRE O EX-PRESIDENTE LULA
DURANTE O PROCESSO DA LAVA-JATO

Dissertação apresentada ao curso de Pós-Graduação em Comunicação, Setor de Artes, Comunicação e Design, linha de pesquisa em Comunicação e Política, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Panke

CURITIBA

2020

Catálogo na publicação
Sistema de Bibliotecas UFPR
Biblioteca de Artes, Comunicação e Design/Cabral
(Elaborado por: Sheila Barreto (CRB 9-1242))

Milla, Debora Cristina Alves da Cunha

A narrativa do jornal O Globo sobre o ex-presidente Lula durante o processo da Lava-Jato./ Debora Cristina Alves da Cunha Milla. – Curitiba, 2020.

121 f: il. color.

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Panke.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Paraná, Setor de Artes, Comunicação e Design, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2020.

1. Comunicação. 2. Jornalismo político. 3. Enquadramento noticioso. 4. Imagem pública. I.Título.

CDD 302.2



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SETOR DE ARTES COMUNICAÇÃO E DESIGN
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
COMUNICAÇÃO - 40001016071P8

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em COMUNICAÇÃO da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da dissertação de Mestrado de **DEBORA CRISTINA ALVES DA CUNHA MILLA** intitulada: **A narrativa do jornal O Globo sobre o ex-presidente Lula durante o processo da Lava- Jato**, sob orientação da Profa. Dra. LUCIANA PANKE, que após terem inquirido a aluna e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de mestre está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 31 de Julho de 2020.

Assinatura Eletrônica 20/09/2020 12:20:07.0 LUCIANA PANKE

Presidente da Banca Examinadora (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica 17/09/2020 12:15:20.0 RAFAEL CARDOSO SAMPAIO

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica 17/09/2020 12:34:52.0 LUCAS GANDIN

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Rua Bom Jesus, 650 - CURITIBA - Paraná - Brasil
CEP 80035-010 - Tel: (41) 3313-2025 - E-mail: ppgcom@ufpr.br
Documento assinado eletronicamente de acordo com o disposto na legislação federal Decreto 8539 de 08 de outubro de 2015.

Gerado e autenticado pelo SIGA-UFPR, com a seguinte identificação única: 53035
Para autenticar este documento/assinatura, acesse <https://www.prppg.ufpr.br/siga/visitante/autenticacaoassinaturas.jsp> e insira o código 53035

AGRADECIMENTOS

Uma só página pode não ser suficiente para uma tarefa como esta. Quando penso em agradecer, muitos são os nomes que devem fazer parte desta seção. Espero não incorrer no erro de deixar de mencionar pessoas e instituições essenciais a esta dissertação, pois essa pesquisa representa não só a realização de um sonho que achava impossível, mas a conclusão de um ciclo que me tornou, sem dúvida alguma, melhor.

À UFPR, pela oportunidade de ter me concedido a realização de um sonho, assim como a todos seus funcionários, da secretaria, da limpeza, da portaria, da segurança e a todo seu quadro que são indispensáveis para que ela exista.

À CAPES, pela concessão de bolsa que foi essencial para manutenção da minha pesquisa em todo esse período.

À minha orientadora, professora Luciana Panke, por ser uma mulher inspiradora, por toda contribuição durante esse processo, por sua mão amiga em momentos cruciais, por ter me trazido tanto conhecimento e amadurecimento.

Aos professores que me auxiliaram nessa jornada, à Valquiria John, por toda sua troca de conhecimento, a Rafael Sampaio, pelo despertar das metodologias possíveis, a Mauricio Liesen, por me trazer ainda mais pensamento crítico, a Jamil Marques por todo auxílio na pesquisa, a Lucas Gandin por todos os seus apontamentos.

Aos meus amigos amados, ao Lucas, por ser meu incentivo e força, à Kel, por ser alegria em vida, ao Giu, por ser amor, ao Jeff, meu imunizado preferido, à Fernanda, que mesmo longe se faz perto, à Andressa, minha amiga eterna, à Michelle, minha amada de longa data, à Rose, que tanto me encorajou, à Carla, minha artilheira preferida, aos queridos Leo Souza e Lucas Siebert por toda contribuição, ao Erivelto, meu querido parceiro de artigos e cafés, à Aline, por ser tão especialmente humana, à Fabia pela revisão pontual e a todos os outros companheiros dessa jornada.

À minha mãe Vera, que me deu a vida, a meu irmão, por ser pura vida.

À minha vó Maria, por ser tão especial e meu eterno amor.

Ao meu pai, que mesmo fora do plano terreno ainda segue sendo luz.

À minha filha Nicole, razão da minha vida e existência, por quem tenho força para lutar, por me fazer melhor a cada dia.

A Deus.

“Lutar com palavras
é a luta mais vã.
Entanto lutamos
mal rompe a manhã...”.

Carlos Drummond de Andrade

RESUMO

Esta dissertação propõe um estudo das capas do jornal O Globo para verificar como ocorre a narrativa jornalística sobre a imagem pública do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. O recorte delimitado é entre 02 de dezembro de 2015 a 13 de julho de 2017, período que compreende a investigação da Operação Lava Jato, o mandato e o *impeachment* de sua sucessora Dilma Rousseff. Corresponde, ainda, à fase de investigação, processo e condenação do ex-presidente. O objetivo dessa pesquisa é identificar como ocorreu o enquadramento do ator político Lula nas capas do jornal e se há notícias que se configuram como acusações e/ou opiniões que venham causar prejuízos à imagem pública dele no intervalo que antecede sua condenação judicial pelo juiz Sergio Moro. Portanto, aplicamos duas análises, uma de enquadramento noticioso com base em Entman (1993) e outra de análise de conteúdo por eixos. Essa proposta de investigação se dá a partir da acusação proferida por Lula durante depoimento ao juiz Sergio Moro no dia 10 de maio de 2017. De acordo com o ex-presidente, houve uma perseguição midiática, pontuando 530 matérias contrárias à sua imagem no referido jornal. Diante desse cenário, o presente estudo mapeou o contexto social e político, as atribuições à figura de Lula, o posicionamento político do jornal O Globo e o enquadramento noticioso das capas desse veículo de comunicação. Os resultados evidenciaram que do total de 336 notícias, 64% se apresentaram num contexto de valência negativa, sendo 32% neutras e somente 4% positivas. E ainda, das 190 notícias que tinham como assunto predominante a Operação Lava-Jato, 42,6% incitavam a culpabilidade de Lula nos acontecimentos, ou então, o associavam a outro nome, vinculando-o como culpado ou corresponsável no ocorrido.

Palavras-chave: Enquadramento noticioso. Imagem pública. Jornalismo político. Lava-Jato. Lula.

ABSTRACT

This dissertation proposes an analysis on covers of "O Globo" newspaper in order to verify the journalistic approach on former president Luiz Inácio Lula da Silva's public image. Clipping content published between December 2nd, 2015, and July 13th, 2017, period that comprehends the undergoing of "Operação Lava-Jato" investigations, tenure and impeachment of his successor Dilma Rousseff, as well as the time of investigations, court proceedings and conviction of former president Lula. The aim of this research is to determine how did the framing of Lula as a political actor on news covers took place and whether there were reports which inculpate or impair his public image through the period that antecedes his conviction by Judge Sergio Moro. Therefore, are applied two distinct analysis, based on Entman's news framing (1993) and on-axis content analysis. This investigation proposal takes place from a complaint placed by Lula on his deposition to Judge Sergio Moro on May 10th, 2017. According to the former president a media persecution has taken place, pointing 530 articles in opposition to his image in that newspaper. Facing this scenario, the present study mapped the social and political contexts, the attributions to the figure of Lula, the political position of the newspaper "O Globo" and the framing on the covers of this media vehicle. The results showed that of the total of 336 news items, 64% are presented in a negative valence context, being 32% neutral and only 4% positive. And yet, of the 190 news items that had "Operação Lava-Jato" as their predominant subject, 42.6% of them incited the culpability of Lula in the events, or else, associated him with another name, linking him guilty or co-responsible for what happened.

Keywords: News framing. Public image. Political Journalism. Operação Lava-Jato. Lula.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – CONFIANÇA EM JORNAIS E REVISTAS	31
FIGURA 2 – ELENÇOS DE VALORES-NOTÍCIAS	34
FIGURA 3 – CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES.....	43
FIGURA 4 – BUSCA NO ACERVO DO JORNAL O GLOBO.....	53
FIGURA 5 – ZONAS DE VISUALIZAÇÃO DA PÁGINA	74

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – VALÊNCIA TOTAL.....	75
GRÁFICO 2 – VALÊNCIA ANUAL	77
GRÁFICO 3 – VALÊNCIA MENSAL.....	78
GRÁFICO 4 – VALÊNCIA POR FORMATO.....	84
GRÁFICO 5 – VALÊNCIA POR VISIBILIDADE (ZONA DA PÁGINA E TAMANHO DA FONTE)	85
GRÁFICO 6 – GÊNERO JORNALISTICO.....	87
GRÁFICO 7 – VALÊNCIA COLUNISTAS.....	88

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO.....	10
2.DA COMUNICAÇÃO À POLÍTICA	14
2.1.REFLEXÕES CRÍTICAS SOBRE O JORNALISMO	16
2.2.O POLÍTICO E A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM NO JORNALISMO	20
2.3.PARA PENSAR A COBERTURA POLÍTICA.....	24
2.4.OS MEIOS E O FATO, A LINGUAGEM E A MENSAGEM.....	30
3.CONTEXTUALIZAÇÃO DA LAVA-JATO, LULA E O GLOBO	37
3.1.BREVE HISTÓRIA DE LULA	40
3.1.1.Lula na Lava-Jato.....	42
3.1.2.A imagem pública de Lula	45
3.2.JORNAL O GLOBO	48
4.METODOLOGIA.....	52
4.1.O CONCEITO DE ENQUADRAMENTO.....	54
4.2.VALÊNCIA E EIXOS	59
5.ANÁLISE EMPÍRICA.....	62
5.1.ANÁLISE DE VALÊNCIA E EIXOS	73
5.1.1.Valência total.....	75
5.1.2.Valência anual.....	77
5.1.3.Valência mensal.....	78
5.1.4.Formato.....	82
5.1.5.Visibilidade.....	85
5.1.6.Tipo.....	86
6.CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	90
REFERÊNCIAS	98
APÊNDICE 1 – LIVRO DE CÓDIGOS	107
APÊNDICE 2 – CAPAS DO JORNAL O GLOBO.....	112

1.INTRODUÇÃO

No dia 10 de maio de 2017, em seu depoimento ao juiz Sérgio Moro, Luiz Inácio Lula da Silva, réu, declarou, em sua defesa, que pesava a favor de sua possível condenação uma perseguição midiática sofrida ao longo de todo o processo (CARTA CAPITAL, 2017). Segundo o ex-presidente, ninguém jamais havia sido condenado tantas vezes por antecipação pelos veículos de comunicação quanto ele nesse período, relatando que apenas o jornal O Globo publicou 530 notícias negativas a seu respeito. Essa fala do ex-presidente foi uma das motivações que nos conduziram a desenvolver esta pesquisa.

A constatação, contudo, mesmo que para o ex-presidente pareça ser evidente, só é suficientemente fundamentada e sua potência só se mostra legítima, a partir do momento em que for revelada ou negada por investigações, as quais estejam isentas de interesses alheios à prática científica e que sejam genuinamente apartidárias.

Pesquisas recentes sobre a cobertura jornalística dada ao ex-presidente Lula durante a Operação Lava-Jato revelam que veículos de comunicação “diversas vezes [colocam] em cheque a inocência de Lula nos casos de corrupção”, como apresentado em estudo dos jornais Le Monde e Le Figaro pelos autores Anita Hoffmann e Luís Martino (2018, p.161). Para Dimitrius Pulvirenti (2017, p. 108), em investigação do jornal Folha de São Paulo, “a presunção de inocência foi afetada”, pois “não houve, por parte da imprensa, a necessária fiscalização, naquele momento, dos atos do Judiciário em proporção adequada à sua importância e em comparação à cobertura sobre as acusações contra Lula”.

Os números apontados pelo réu (ex-presidente Lula), assim como o descrito acima, suscitam algumas perguntas: Como ocorreu a narrativa jornalística do jornal O Globo durante o processo da Operação Lava-Jato a respeito do ex-presidente? As notícias apresentadas nas capas do jornal O Globo, ante a condenação judicial do ex-presidente Lula pelo juiz Sergio Moro, possuem viés condenatório?

Para responder a essas questões, a presente pesquisa utiliza como base a teoria de enquadramento, na qual Robert Entman (1993), Todd Gitlin (1980), Erving Goffman (1974), Mauro Porto (2004) e James Tankard (2001) discorrem sobre as perspectivas de enfoque dadas pelos veículos de comunicação, os mecanismos utilizados para elaboração de mensagens e precedência de temas ao invés de outros.

O período investigado é de 02 de dezembro de 2015 a 13 de julho de 2017 e se reveste de interesse por: compreender a fase de investigação da Operação Lava Jato; englobar o processo de impeachment de sua sucessora e companheira de partido, Dilma Rousseff; e, datar a condenação (em 12 de julho de 2017) do ex-presidente pelo juiz Sergio Moro.

O veículo escolhido é o jornal O Globo e se deve a dois fatos: a acusação realizada pelo ex-presidente contra o jornal, e por este fazer parte do 17º maior conglomerado de mídia do mundo¹ sendo o terceiro jornal brasileiro mais lido em dias de semana e o segundo mais lido aos finais de semana, conforme aponta o relatório desenvolvido pela Secretaria Especial de Comunicação Social (SECOM) do Governo Federal (2015)². Justifica-se, ainda, pelo veículo ter em seus princípios editoriais conceitos como a isenção, a correção e a agilidade, deixando descritiva sua condição apartidária, seu compromisso em publicação de reportagens legítimas e de denúncias/acusações que tenham sido amplamente investigadas e sustentadas³.

Dentre todos os veículos de informação disponíveis na contemporaneidade, os jornais, ainda que alvo de críticas, continuam a gerar confiança nos brasileiros. Esta confiança relatada se fundamenta, entre outros fatores, no rigor que parece caracterizar a escrita jornalística: o jornal apresenta a seus leitores “garantias factuais”, imagens, números, estatísticas, além de informantes especializados em diversas áreas do conhecimento, fazendo com que evidências e argumentos imprimam ainda mais crédito à veracidade das notícias (LISBOA; BENETTI, 2015). Para Silvia Lisboa e Marcia Benetti (2015, p.18), não é possível um indivíduo sintetizar, por si mesmo, as informações e “verificar com precisão a autenticidade de um relato” jornalístico.

As empresas de comunicação de massa ocupam uma posição privilegiada no que se refere à obtenção de informações e, conseqüentemente, sobre a narração de fatos de uma dada realidade. À vista disso, os veículos de mídia podem também atuar em prol da consolidação de seu poder e interesses, utilizando-se de estratégias

¹ROSA, Bruno. **Grupo Globo é o 17º maior conglomerado de mídia do mundo**. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/grupo-globo-o-17-maior-conglomerado-de-midia-do-mundo-16159426/>. Acesso em: 15 jul. 2018.

² SECOM. **Relatório Final de Pesquisa Brasileira de Mídia – PBM 15**. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/relatorio-final-pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015/view/>. Acesso em: 15 jul. 2018.

³ O GLOBO. **Princípios Editoriais do Grupo O Globo**. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/principios-editoriais/>. Acesso em: 10 jan. 2019.

discursivas para incutir em seus leitores o pensamento (social, econômico etc.) dos conglomerados aos quais pertencem (ABRAMO, 2016; MARCONDES FILHO, 1989). Outrossim, eles podem organizar textos (segundo exposto em estudos de enquadramento) se dispendo “do auxílio de técnicas específicas (seleção, ênfase, exclusão) de maneira a construir uma determinada interpretação de fatos”, atenuando ou ressaltando sua relevância, chamando a atenção para aquilo que, neles, deve ser tomado como essencial (PORTO, 2004, p.6). Os veículos de mídia, portanto, podem estar intrinsicamente ligados a ideologias e aos discursos que são interceptados. Para Stuart Hall, o valor ou inferência que está presente como um significado de implicação depende da sua posição conotacional (HALL, 2003), isto é, “muitas poucas vezes os signos organizados em um discurso significarão somente seus sentidos "literais"” (HALL, 2003, p.395).

Segundo Roger Silverstone (2014, p.283), “estudamos a mídia porque precisamos compreender como ela contribui para o exercício de poder na sociedade tardo-moderna, tanto dentro como fora do processo político estabelecido”. Dessa forma, os estudos nesse campo podem também demonstrar de que maneira os veículos de comunicação dizem o que pretendem de modo implícito, frente aos seus posicionamentos ideológicos, favorecendo ou não seus aliados políticos.

A pertinência da presente pesquisa justifica-se ao verificar a relevância de obter resultados fidedignos que compreendam como ocorreu a narrativa do jornal O Globo, e, a partir disso, verificar como estas narrativas foram predominantemente compostas. A hipótese é a de que O Globo pode ter se inclinado à construção de notícias desfavoráveis à imagem de Lula. No que se refere ao objetivo específico, será analisado se o jornal utilizou fontes majoritariamente acusatórias e, ainda, se o julgamento de valor dado a Lula foi, em maior número, negativo ou positivo. Para tanto, selecionamos as capas do referido jornal por se tratar do primeiro elemento visual que o leitor tem contato. Maria Weber (2004) exprime essa importância ao pontuar que a primeira página é uma espécie de ordenação do mundo ou da realidade, ou seja, a empresa jornalística organiza as informações nas capas de modo hierárquico e o jornalismo atua como um “tradutor da realidade” (WEBER, 2004, p.284).

A investigação das capas se faz elementar a esta pesquisa, posto que, os temas e fatos públicos considerados mais importantes pelos periódicos são expostos nesta primeira página. Em um primeiro momento, foi realizado um levantamento das

matérias do jornal O Globo, no período relativo à abertura do processo de *impeachment* da ex-presidente Dilma até a condenação de Lula. Desse modo, foi possível averiguar 336 notícias relativas a este tema. Após essa etapa de levantamento, aplicamos dois tipos de análise, uma, a partir do enquadramento de Entman (1993), outra, de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2016), combinando variáveis quantitativas de valência e eixos.

A dissertação está dividida em quatro capítulos. O primeiro é esta introdução. O primeiro apresenta estudos em comunicação política, conceitos e estudos de teorias do jornalismo, a relação entre os meios de comunicação de massa e a política, a construção da imagem pública de um ator político, o jornalismo político e a linguagem jornalística. No segundo, contextualizamos a Operação Lava Jato, Lula e também o nosso observável empírico, o jornal O Globo. No capítulo seguinte, são apresentados os procedimentos metodológicos adotados. No quarto, aplicamos as análises empíricas mostrando os resultados a partir dos dados quantitativos das investigações realizadas. Ademais, todo esse percurso foi resumido, unificado e descrito no espaço dedicado à conclusão.

2.DA COMUNICAÇÃO À POLÍTICA

Comunicação e política são termos que podem se complementar. Os processos comunicacionais que são desenvolvidos no âmbito do ecossistema midiático e que são responsáveis pelo contato do público com o ambiente político formam um elo entre os cidadãos e as questões públicas, por meio da propagação de discursos e/ou propostas/ações dos candidatos, partidos, governos, fatos acerca da política.

Ciro Marcondes Filho (2013) se refere à comunicação como um acontecimento que transforma, que força a pensar e “cria memória” (MARCONDES FILHO, 2013, p. 23). Na interpretação filosófica salientada por Friedrich Nietzsche (2012), “a sutileza e a força da consciência estão relacionadas à capacidade de comunicação”, ou seja, sua necessidade é condicional e constitutiva humana (NIETZSCHE, 2012, p. 221). Já Marcondes Souza (1973) descreve que a comunicação “pressupõe um intercâmbio entre os homens a fim de que seja possível a transmissão, de um para o outro, de experiências, conhecimentos e apelos” (SOUZA, 1973, p. 209).

Com o termo política também não é diferente, uma vez que muitos conceitos são observados. Conforme Norberto Bobbio e Col (1999), o termo é “derivado do adjetivo originado de pólis (politikós), que significa tudo o que se refere à cidade e, conseqüentemente, ao que é urbano, civil, público, e até mesmo sociável e social” (BOBBIO; COL, 1999, p. 954). Em Aristóteles, a política serve à “felicidade” coletiva da pólis, tratando-se de um campo de formação e compreensão do Estado (ARISTÓTELES, 1998). Para Hannah Arendt, a política baseia-se no “fato da pluralidade dos homens”, e deve, “portanto, organizar e regular o convívio de diferentes, não de iguais” (ARENDR, 1999, p. 21). Ainda em Bobbio (2000), o conceito de política está relacionado ao conceito de poder e este é conduzido pela prática humana, pontuando que é uma “atividade ou conjunto de atividades que têm de algum modo, como termo de referência, a pólis, isto é, o Estado” (BOBBIO, 2000, p. 160).

Os conceitos em relação aos termos não se esgotam nas definições acima descritas, e ilustram ideias a respeito de como se dá o entrelaçamento desses dois aspectos. Apesar de serem múltiplos, é fato que não é possível pensar a política sem a comunicação. Esse enlace implica no reconhecimento de que a comunicação pode vir a ser um instrumento ao campo político (RUBIM, 2004), da mesma forma que “sem

democratização da mídia”, sem a sua existência “não há como tornar possível a democracia política e social na contemporaneidade” (RUBIM, 2004, p.107).

Nesse sentido, Hans Kelsen (1993) relata o que difere um regime democrático de uma autocracia: no primeiro, a de sujeitos livres politicamente, com direito à participação nas decisões de governo, e, no segundo, a restrição da participação cidadã no processo deliberativo do Estado. Estas características quanto ao exercício político em cada regime exteriorizam e subentendem as diferenças que são praticadas acerca da comunicação política em democracias e aquelas que são em regimes autoritários. O que se verifica nas democracias é que quanto melhor forem os processos comunicacionais, melhor se tangencia um regime não autoritário. Desde os primeiros moldes de uma composição democrática, como proposto por Aristóteles, de “homens livres”, a reunião, a comunicação e a ação constituem um dever do “animal político” em sociedade e estes elementos são vitais à sua manutenção. (ARISTÓTELES, 1998).

São diversas as formas da comunicação política: das restritas à política e aos partidos; da comunicação pública, da comunicação mediática e da comunicação direta (WEBER, 2009, p.17). Quanto maior é o acesso à informação, maior pode ser o conhecimento sobre o que ocorre na administração pública, nos assuntos relativos ao governo, nos projetos acerca das políticas públicas, no que tange aos atores, aos partidos e aos processos eleitorais. Esse acesso passou a pertencer a quase toda comunidade com a popularização das formas e tipos de distribuição de informação (GASPAR, 2009). Nessa mesma lógica, sempre que há um fluxo contínuo, aberto e permanente de informação, ele acaba indiretamente por contribuir com uma nação democrática e operante num sistema de livre acesso e conhecimento político aos cidadãos (GOMES; MAIA, 2008).

No entanto, muito se fala que os *media* possuem processos expositivos distintos, sob os quais há uma escolha na distribuição da informação do que deve se tornar notícia. Tal processo pode implicar num recorte de realidade, culminando na possibilidade de orientar a discussão pública, influenciar os processos de tomada de decisão e valorar determinados pontos de vista (ABRAMO, 2003). A centralidade de assuntos sobre política no fazer jornalístico tem demonstrado que esses meios de comunicação não só cumprem com seu dever de informar, mas também têm papel ativo nestes processos.

Sob essa ótica, Luis Felipe Miguel (2004) relata as quatro principais dimensões em que as práticas políticas sofrem alteração pela presença do jornalismo: 1) como “principal instrumento de contato entre a elite política e os cidadãos comuns”; 2) o “discurso político” e sua fragmentação adaptada “às formas preferidas pelos meios de comunicação de massa”; 3) “a produção de agenda pública”, dada “a visibilidade de cada questão nos meios”; e 4) referente à “gestão da visibilidade” considerando a mídia como palco dos “espetáculos políticos” que ocorrem (MIGUEL, 2004, p.8-9).

Esse “palco do espetáculo político” pode atuar como “epifenômenos das grandes correntes de opinião, conduzidos pelas classes em conflito, classes essas que carregam, cada qual grupos em constante disputa de poder” (FILHO, 1989, p.13). Haja vista que atores políticos desejam encontrar suporte e canais adequados para difundirem suas mensagens de forma positiva, os *media* podem conferir a eles, de acordo com seus interesses, mecanismos para ofuscar ou enaltecer determinados acontecimentos políticos. Dessa forma, numa lógica de valores e ideologias profissionais sobre as notícias, há a possibilidade de veículos noticiosos, por meio da fragmentação da realidade social e política, definir sobre quais fatos são relevantes (ou mais relevantes) por meio de uma prévia seleção e ênfase de assuntos (ABRAMO, 2003; ENTMAN, 1993; TUCHMAN, 1978).

Assim, os veículos noticiosos são capazes de construir um pseudoambiente, determinando mapas cognitivos de uma visão de mundo (LIPPMANN, 1922). Autores como Harold Lasswell (1927) ressaltam a possibilidade dos *media* usarem seu poder para persuadir a opinião pública, enquanto Maxwell McCombs e Donald Shaw (1972) levantam a questão de uma conexão entre uma agenda midiática e uma agenda pública. Já Entman (1993) e Porto (2004) constatarem que há uma interpretação, apresentação, seleção e ênfase pelos *media*, nas definições das problemáticas públicas. Esses estudos tratam primordialmente a respeito da influência dos *media* na opinião pública, abordando, de forma direta ou indiretamente, a questão política.

2.1. REFLEXÕES CRÍTICAS SOBRE O JORNALISMO

Entre os elementos que compõem a comunicação política, consideramos para os fins a que se destina a presente pesquisa, a escola de pensamento centrada na Comunicação que avalia o meio informativo como “lugar onde as sociedades

industriais produzem nossa realidade” (VERON, 1995, p.II). A partir dela, centralizamos nossa pesquisa no estudo da atividade relativa à imprensa, tendo como observável empírico o jornal e, como objeto, o próprio jornalismo.

Certamente, um dos papéis dos meios de comunicação de massa, considerando sua capacidade de propagar informação a partir da exposição de conteúdos e o peso e poder de sua fala, é conferir ao público conhecimento, estabelecendo uma inter-relação de dependência. Nesse contexto, parte-se do entendimento de que a “dependência” da comunicação de massa torna os meios de comunicação essenciais à população, seja para o alcance de informações, seja para a obtenção de entretenimento (MIGUEL; BIROLI, 2011). Como argumentam Wilson Gomes e Rousiley Maia (2008), “a comunicação massiva oferece uma oportunidade essencial para a expansão das causas cívicas e para a inserção de novos pontos de vista, argumentos ou preocupações para o debate público” (GOMES; MAIA, 2008, p. 214). E essa relação permite que, de certa forma, a experiência pessoal, as percepções, os acontecimentos e a realidade sejam interpostas. McQuail et al. (2003) enfatizam que

Tal conhecimento permite-nos fazer sentido da nossa experiência social, mesmo que “a aquisição de significados” ocorra de maneira relativamente autônoma e muito diversificada. A informação, as imagens e as idéias tornadas disponíveis pelos *media* podem, para a maioria das pessoas, ser a fonte principal da consciência de um passado comum (história) e de sua localização social actual. São também um armazém de memórias e um mapa de onde estamos e de quem somos (identidade) e podem ainda oferecer os materiais para a orientação do futuro. (MCQUAIL et al., 2003, p. 67).

Na relação de estudos apresentados entre os *media* e a sociedade, perpassamos tanto pelas Teorias de Comunicação de massa quanto as de jornalismo. Tendo em vista que as teorias de comunicação de massa não são unânimes, seguimos as categorizações propostas por Mcquail et al. (2003), suas relações e influências. Os autores relatam que há três teorias-macro: uma, das que questionam se a influência dos *media* parte de uma visão alternativa ou reflete linhas de um poder dominante, outra, das que centralizam os estudos nas próprias instituições e organizações midiáticas e, ainda, as que concentram os esforços no entendimento das audiências e suas experiências sociais (MCQUAIL et al., 2003). Nesse contexto, esta pesquisa tem aderência àquelas cujo interesse está na persuasão, atração ou

direcionamento de público de uma realidade apresentada, transitando entre os aportes teóricos da “perspectiva marxista”, que relata uma atuação de interesse de classe e a detenção de propriedade dos principais meios de comunicação por uma classe privilegiada. Ainda nesse diapasão, as contribuições da “economia política crítica” favorecem uma compreensão mais estrutural do contexto em estudo, podendo-se destacar três pilares nela contidos: os conteúdos e audiências são considerados mercadorias; a oposição pode ser marginalizada; e o controle e a lógica econômica podem ser determinantes (MCQUAIL et al., 2003, p. 79-80). Logo, as que identificam as notícias como não refletoras de uma verdade inquestionável da realidade.

Na perspectiva marxista há “uma ligação direta entre a propriedade econômica e a disseminação de mensagens que afirmam a legitimidade e o valor de uma sociedade de classes” (MCQUAIL et al., 2003, p.80). Dentre os estudos de teorias de comunicação de massa e de teorias do jornalismo, a teoria instrumentalista é uma das que mais se aproximam dessa perspectiva, pois inclui a relação de submissão dos jornalistas às estruturas organizacionais de uma empresa jornalística, o que pode conferir constrangimento na execução de pautas por quem de fato detém o maior grau hierárquico na empresa. Ainda nesse diapasão, conforme Antonio Gramsci (1978), os meios de comunicação de massa podem ser atuantes social e politicamente, como instituições pertencentes à sociedade civil que conferem propagação de ideologias, de percepção e concepção de mundo, como igrejas, partidos políticos, escolas, associações, movimentos sociais, dentre outras (GRAMSCI, 1978). O autor exemplificava que a imprensa poderia servir de aparelhamento político-ideológico e que “os jornais burgueses apresentam os fatos, mesmo os mais simples, de modo que favoreçam a classe burguesa e a política burguesa em prejuízo da política e da classe trabalhadora” (GRAMSCI, 2005, não p.).

A “economia política crítica” identifica que as instituições midiáticas fazem parte de um sistema econômico, o qual está diretamente ligado ao sistema político. Nessa lógica de mercado, em que o conteúdo é uma moeda de troca, há pressão dos proprietários ou daqueles que podem conceder apoio ou rejeição à instituição (MCQUAIL et al., 2003,p.85). Ainda, essa teoria reflete sobre a forma, gênero e conteúdo de mensagens desenvolvidas pelos meios de comunicação de massa, bem como as relações de regulação entre o Estado e os *media*.

As duas abordagens têm por características uma visão de sociedade num “estado de conflito”, na relação entre os que detêm o poder e dos que não o têm, e ainda, estão mais próximas de uma perspectiva de “centração” na sociedade do que, propriamente, nos *media* (MCQUAIL et al., 2003).

Já com base nas teorias do jornalismo, este estudo apresenta uma discussão tanto dos pressupostos da teoria da ação política ou instrumentalista quanto dos do paradigma construcionista. Em oposição à teoria do espelho, que determinava que a notícia era reflexo puro da realidade, a de ação política percebe distorção na realidade, ou seja, indica que o jornalista acaba por auxiliar a construir uma realidade sob determinados interesses políticos. Em consonância com a perspectiva marxista, essa teoria salienta que as notícias podem ser manipuladas, silenciadas ou distorcidas conforme interesses e na busca de lucro, e se apresentam em duas correntes teóricas. Nesse sentido, Felipe Pena (2010, p.146) aponta que “na versão da “esquerda”, as notícias são vistas como instrumentos para manter o *status quo* capitalista. Na versão “direita”, elas são usadas para questionar o mesmo sistema.

No paradigma construcionista, Nelson Traquina (2001) apresenta duas teorias, a estruturalista e a interacionista, vistas como complementares e também opostas à teoria do “espelho”. Diferentemente da teoria da ação política, Traquina afirma que na teoria estruturalista há uma relativa autonomia dos jornalistas. Nela, a notícia é percebida como uma construção social, ou seja, jornalistas não apenas reproduzem, eles acabam por auxiliar na construção da realidade. O autor enfatiza que na estruturalista os jornalistas têm papel fundamental na reprodução de uma ideologia dominante e, além disso, destaca a relevância da própria cultura jornalística. Na interacionista, por sua vez, há uma estratificação, uma avaliação quanto ao poder noticiável de um acontecimento, que pode surgir a qualquer espaço e tempo, sendo os jornalistas ativos em sua ordenação, assim como responsáveis por essa “construção”. E as duas seriam “o resultado de processos complexos de interação social entre agentes sociais” (TRAQUINA, 2001, p. 85).

Nessa composição de significados, os jornalistas refletem não somente interesses a partir de ações individuais (tendo em vista que há uma descrença relativa sobre sua autonomia), mas também num combinado de influências definidas pelas empresas de comunicação. Estas empresas atuam por formadores de opinião, pelas fontes de informação, pelas coletas e pesquisas realizadas, pelas leis que incidem

sobre a profissão jornalística, assim como pela necessidade de tornar notícia um produto comercializável.

O jornalismo opera de forma não totalmente independente, atuando, por vezes, como uma instituição que pode vir a ser política, como também governamental (COOK, 2011). As interpretações e fatos narrados pelo jornalismo podem implicar um viés da realidade distorcida, comprometer o protagonismo de uma história ou mesmo favorecer determinado político.

2.2.O POLÍTICO E A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM NO JORNALISMO

É notório que parte da disputa política – convertida em luta por uma circulação de imagem pública favorável no espaço midiático – inclui o entendimento de que “da batalha eleitoral ao jogo político normal” esta disputa “se resolve na forma de uma competição pela construção, controle e determinação das imagens dos indivíduos, grupos e instituições participantes do jogo político” (GOMES, 2014, p.239).

O ator político tem o intuito de desenvolver uma imagem coerente com seu posicionamento e sua estratégia, e, principalmente, esforça-se para que o público assimile uma conotação positiva quanto a ela. Quando se apresenta ao público, combina vários elementos visuais que transmitam tanto credibilidade, carisma, apreço, quanto o seu esforço, o trabalho, suas ações mais expressivas, de modo a manter ou modificar a percepção que o público tem sobre ele e sua imagem política (GALICIA et al., 2010). Essa construção se dá a partir da criação tanto da aparência quanto da expressão e seu comportamento. A intenção do político é obter repercussão e reconhecimento, a fim de que ele seja valorizado, desejado, querido.

A imagem pública dos atores políticos reflete a informação enviada pelo emissor referente ao candidato e/ou ao partido político, e a mensagem percebida pelo “eleitor”, ou seja, “na interação entre a identidade do emissor e a experiência de como aquela identidade é reconhecida de uma perspectiva subjetiva por parte de um receptor” (GALICIA et al., 2010, p.156, tradução nossa⁴). A opinião a respeito de uma figura pública deriva “de fontes diversas: meios de comunicação de massa; notícias, análises e boatos que circulam pela internet; comentários de familiares, amigos e conhecidos” (PANKE, 2014, p.51). Essa construção tem crucial relevância para o

⁴No original: “La interacción entre la identidad del emisor y la experiencia de aquella identidad reconocida desde una perspectiva subjetiva, por parte del receptor”.

período eleitoral e o embate nas arenas políticas (GOMES, 2014). É responsável, da mesma forma, por angariar opiniões favoráveis ao político, ao partido e/ou ideias que ele representa.

Esse processo depende da identificação e reconhecimento de um sujeito, da publicidade e seu aceite, da avaliação da postura e seus aspectos, do idealizado se aproximar do concreto, e não se dá somente por sua exposição em período de campanha. Ela é continuamente construída e desconstruída ao longo de toda sua trajetória política. O reconhecimento dos sujeitos políticos deriva das “mediações (comunicação direta com seus públicos) e midiatisações (comunicações atravessadas pelas mídias)” (WEBER, 2004, p. 276). Conforme salienta a autora, os sujeitos políticos e as suas respectivas imagens são geradas

na esfera da “política estetizada”, onde sujeitos e instituições se comparam e são comparados, em complexas instâncias: de visibilidade, opacidade e ocultamento, mostrados em espelhos midiáticos; da crítica e das paixões dos espectadores; de opiniões expressas pela “entidade” opinião pública, por formadores de opinião e manifestações da sociedade. Estes são lugares de confirmação e suspeição, pois servem de balizas à formação da opinião pública e à (des) construção da imagem pública. (WEBER, 2004, p. 260).

A imagem é determinante na criação de sentido ou na comunicação de algo. Quando Lucia Santaella (1999) discorre sobre imagem na perspectiva da semiótica, primeiro distingue duas características: quanto à imagem perceptível e quanto à imagem mental. Considerando que o estímulo visual pode incorrer em falha, a autora aponta duas possibilidades, uma, do que é percebido, outra, do que é imaginado. Por esse ângulo, a imagem é gerada não somente em seu campo visual, mas na questão da representação que lhe é conferida, se desenvolvendo no cognitivo e no conceitual (GOMES, 2014, p.247). Uma coisa é sua atribuição, sua representação visual, outra é sua imagem pública.

Se adentrarmos no campo do discurso, Ruth Amossy (2005) vê em todo ato de fazer, uma palavra pública, uma construção de imagem. Quando alguém se apresenta ao público, está impresso ali não só seu estilo, mas também suas crenças, além de suas competências e a sua fala, suficientes para auxiliar na construção do que confere a representação de tal pessoa (AMOSSY, 2005, p. 9).

As ações e discursos dessa personalidade levam em consideração sua condição pública, conferindo a esse “personagem” o uso de uma “representação do

eu” (WEBER, 2009, p. 15), uma interação entre homem e imagem, de forma que seu comportamento individual e social esteja abarcado por “uma caracterização”, que promova a sua identificação perante a coletividade. Todavia, não determina que essa construção de imagem seja alicerçada totalmente em uma imagem falsa (LUNA; MAIA, 2005, p.96).

Nessa mesma linha de atribuições e definições acerca de imagem, Wilson Gomes (2014) discorre que há possibilidade “de se ter imagem mesmo não tendo uma representação visual de algo”, que “certas imagens públicas não podem ser traduzidas visualmente” e que, até mesmo “uma imagem em sentido visual pode não ser essencial na construção de uma imagem pública” (GOMES, 2014, p.251). Segundo o autor, essa construção deriva de “mensagens, fatos e configurações significativas” (GOMES, 2014, p.268). E só será definitivamente concebida pelo público, se o real e o imaginado sobre eles forem sobrepostos.

Desse modo, como já mencionado anteriormente, tanto o aspecto visual, quanto discursos e atos modelam uma percepção inicial. Além disso, incidem características que transcendem este julgamento. Elementos como símbolos, imagens e signos que residem na própria comunicação e memória compõem sua “imagem simbólica” (GALICIA et al., 2010). A esta composição de imagens de um candidato, muitos elementos são igualmente importantes, visto que os eleitores fazem um julgamento visual, intelectual, moral, entre outros, acerca do sujeito político.

Como relata Gomes (2014), esta produção de imagens depende de três fases: a primeira, “consiste em facilitar acesso aos fatos, discursos”; a segunda, na “transformação em material homogêneo ao conjunto dos materiais da esfera de veiculação” a partir da “recodificação dos materiais provenientes da primeira fase”; a terceira, na “recepção e consumo da esfera da visibilidade pública” (GOMES, 2014, p.280). Para Weber (2004), esse processo acontece, primeiramente, pelas ações dos sujeitos políticos, ou instituições a que pertencem, na sequência, pelas informações das quais a mídia tem papel primordial na repercussão, e posterior a isso, no envolvimento do público (WEBER, 2004, p. 262).

A imagem pública de um ator político provém, assim, de uma complexidade de fatores, “informações, noções, conceitos” (GOMES, 2014, p.254), ações e discursos, não somente os personalísticos e de instituições públicas, mas também os originados no processo de midiaticização, que transformado em matéria jornalística, podem servir de argumentos (favoráveis ou não).

Em se tratando do atravessamento midiático, é geralmente nesse espaço que o ator político é reconhecido, é nele que a audiência toma conhecimento de sua existência (LUNA; MAIA, 2005). Nesse sentido, tanto a frequência, quanto o teor do que é noticiado, são elementos cruciais na construção de uma personalidade pública. Nem sempre aquele que é citado mais frequentemente, necessariamente, tem vantagem na construção, visto que o dito pode ser até mesmo um discurso inverso ao desejado, de maneira a influenciar a opinião pública e até mesmo, o processo político.

A questão política é permanente, da mesma forma que os assuntos pertinentes a ela não cessam de ser divulgados. Estes também podem ser reportados fora do período eleitoral e produzem informações relativas a atores políticos e seus partidos. Pode-se dizer que cabe também aos *media* não só uma exposição de assuntos públicos e políticos, como também o poder de agir de uma forma cidadã sob forma de relatos e “denúncias”.

Na repercussão de informações produzidas na narrativa jornalística é que podem ser expostos fatos que escapam ao seu domínio, ampliando ou reduzindo o foco sobre a “realidade” política, pois quanto maior o alcance da audiência, maior é a dificuldade em manter controle de uma imagem pública favorável. Sendo assim, ainda que detenham um poder “financeiro, político e mediático”, não possuem controle total sobre essa exposição (WEBER, 2009, p.12). Ações podem ser “justificadas, contestadas ou ignoradas em instâncias de produção de opinião e ações equivalentes” (WEBER, 2009, p. 16), na qual o jornalismo pode até mesmo disseminar discordância, auxiliando a conferir descrédito e desconfiança a uma personalidade pública (SILVA; MARQUES, 2009, p. 45).

A julgar que a política é “disputada na arena das imagens públicas, através dos seus meios típicos: declarações e os fatos políticos” (GOMES, 2014, p. 241), os agentes políticos tendem a se adequar à lógica do jornalismo já que este dispõe de credibilidade junto a seu público. À vista disso, em busca de uma boa apresentação, investem em assessorias especializadas que são a ponte entre o político e jornalistas e em estudos direcionados a identificar e monitorar a opinião pública. Dessa forma, é possível “adaptar, rever, modificar ou reforçar estratégias de apresentação, seus discursos e suas práticas, na cena pública” (LUNA; MAIA, 2005, p. 96). A gestão dessa imagem pública é fundamental para a trajetória de um ator político, pois é ela que fomenta “as construções e desconstruções de verdades, da realidade e de legitimidade sobre seus próprios espelhos” (WEBER, 2004, p.260). As formas dessa

visibilidade orientam carreiras políticas, pois, como descrevem os autores Luis Felipe Miguel e Flavia Birolli (2010), essas

possuem impacto sobre a compreensão que os cidadãos comuns têm da política e do comportamento de atores específicos e fazem parte, também, das relações e formas de valorização dentro de partidos políticos e em diferentes espaços e dimensões em que essas carreiras se constroem. Por isso, a gestão da imagem pública, que é sobretudo a gestão da visibilidade pessoal na mídia, é uma preocupação central e permanente dos atores políticos e não se limita aos períodos de competição eleitoral. (MIGUEL; BIROLI, 2010, não p.).

Essa manutenção de imagem torna-se uma preocupação constante àquele que pertence ao cenário político, visto que exige praticamente uma consonância ininterrupta entre o que é exposto e o que é percebido, entre o planejado e o identificado, entre o decodificado e o aceito e entre o que é visto e o que é lembrado.

2.3.PARA PENSAR A COBERTURA POLÍTICA

Uma das bases sobre as quais se assenta a exposição de temas públicos, permitindo que parte do conhecimento da política e do jogo político seja adquirida, situa-se no campo do jornalismo. É notório que o espaço viabilizado serve ao interesse da sociedade e, de algum modo, cumpre seu papel na transmissão de informações relevantes e de bem comum aos cidadãos.

Admitindo-se que a instituição jornalística, bem como afirma Gomes (2014), remete a um sistema de valores reconhecido, Josenildo Guerra (2005, p.3) pontua que uma instituição “se afirma pela sua própria dinâmica de sustentação e reprodução social”, em que há vínculos com demais atores sociais estabelecendo-se “padrões de conduta”. Estes são acompanhados pela sociedade tornando-se “objeto de controle social”, “seja por imposição seja por acordos de conveniência mútua entre os membros da instituição e os demais atores sociais, e ajudam a definir um modo socialmente aceitável para o exercício da prática”⁵.

As instituições revelam ser uma forma de orientação e referência frente à realidade do mundo, criando vínculos entre o subjetivo e a experiência coletiva, segundo a qual “selecionam, organizam (empacotam), transformam, na maioria das

⁵ Ibid.

vezes no curso desse processo, e decidem sobre a forma de sua difusão” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 68). Assim, legitimam suas condutas por meio de ações padronizadas, nas quais fazem a intermediação destes universos⁶.

Sob essa perspectiva, Peter Berger e Brigitte Berger (2008) definem como características-base das instituições: a exterioridade, a objetividade, a coercitividade, a autoridade moral e a historicidade. A primeira é aquela em que o indivíduo experimenta algo fora do subjetivo, uma realidade externa; a objetividade torna algo possível de ser experimentado, codificado de tal maneira que haja a admissão de que este algo existe; a coercitividade admite que há o uso de poder e força, em que há possibilidade de mudança em algo já existente; a autoridade moral remete à legitimidade, que tem na moral sua limitação ao indivíduo; e a historicidade se traduz nos fatos, que permitem edificar uma base histórica. Nesse sentido, em alusão à instituição tal qual a jornalística, essas características permitem situá-la como deve ser. Se a instituição atende ao “aspecto coletivo e organizacional do jornalismo” e “organiza e dá unidade a normas de ação e valores culturais institucionalizados” (FRANCISCATO, 2003, p. 22), “a organização é a manifestação empírica da instituição jornalística”, estando sob sua responsabilidade, “a captação e a oferta de informações com o objetivo de disponibilizá-las para sua audiência e a sociedade” (GUERRA, 2005, p.8).

Esta organização se constitui de forma diferenciada à que prevalecia em seu início, caracterizada, predominantemente, seja por sua condição estatal, seja por seu partidarismo e teor prioritariamente opinativo. A imprensa brasileira configurava em um alinhamento a ideais e interesses, caracterizando-se por “veicular organizadamente a doutrina e a opinião dos partidos na sociedade civil” (RÜDIGER, 2003, p.37).

Entretanto, não há uma reconfiguração ampla desse cenário, visto que, como relata Igor Fuser (2007, p.150), o fenômeno do “novo coronelismo” revela essa “monopolização pelos latifúndios da mídia, nas mãos de velhos e novos coronéis”. Há uma concentração da mídia nas mãos de pequenos grupos detentores de poder e dinheiro, uma espécie de poder explícito que passou a ser “simbólico”, perfazendo um “trabalho de produção ou de manipulação das representações do mundo social”

⁶ Ibid.

(BOURDIEU, 1989, p. 47). Essa concentração gerada representa menor pluralidade de informação.

Já Fernando Azevedo (2006) assevera, com base em Daniel Hallin e Paolo Mancini (2004), que o sistema de mídia brasileiro se aproxima do modelo dito pluralista polarizado, apresentando

como principais elementos do seu sistema de mídia jornais com baixa circulação e orientados predominantemente para a elite política e a centralidade da mídia eletrônica (rádio e TV) no mercado de informação. A liberdade de imprensa e o desenvolvimento da mídia comercial são relativamente tardios e recentes, e os jornais frequentemente são frágeis do ponto de vista econômico, dependentes de subsídios e ajuda governamental (via publicidade oficial) para sobreviver. Há alguma diversidade externa, mas o paralelismo político é alto, com a predominância de um jornalismo opinativo orientado para a defesa de interesses ideológicos, políticos e econômicos ou, em casos mais extremos, simplesmente a serviço de governos, partidos ou grupos econômicos. O sistema público de televisão, quando existente, tende a apoiar as políticas de governo e o profissionalismo no campo jornalístico é de desenvolvimento relativamente recente. Não há, também, um claro predomínio das regras legal-rationais na regulação do setor da comunicação. No que diz respeito ao sistema político, esse modelo trata como características básicas períodos de autoritarismo e democratização recente e/ou pluralismo polarizado, a forte presença dos partidos políticos na vida pública, o predomínio da representação coletiva sobre a individual, o forte envolvimento do Estado e dos partidos na economia (dirigismo) e, em alguns lugares (França e Itália), a presença de um *welfare state*. (AZEVEDO, 2006, p. 90)

Ainda que haja alguns pontos não coincidentes de características do sistema pluralista polarizado com o nosso sistema de mídia, é fato que temos um histórico de “passado autoritário”, uma “democratização relativamente recente”, “embates partidários polarizados” em um “nítido pluralismo polarizado” (AZEVEDO, 2006, p. 92). No mesmo estudo, Azevedo (2006) finaliza com a observação de que nosso sistema não é estático e que mudanças significativas já ocorreram, como, por exemplo, a “presença de meios de crítica de mídia” e a ampliação e “democratização da cobertura eleitoral na televisão”, já tendo contribuído para uma aproximação a um modelo “pluralismo regulado” em que a “vigia e fiscalização de poder” se fazem presente (AZEVEDO, 2006, p.109-110). No entanto, como exemplifica Emanuel Barreto (2006)

Da mesma forma que o hífen, como circunstância linguística reúne, e move para um terceiro sentido, duas palavras que, em sua nuclearidade, encontravam-se distanciadas e a estas se inclui como elemento ressignificador, o jornal coloca-se como dispositivo entre o fato e o receptor da mensagem, fazendo sua interligação. Desta forma, redinamiza uma visão de mundo socialmente experienciado, tanto por parte dos atores do fato relatado, no caso os políticos, quanto pelo lado do público. (BARRETO, 2006, p. 21)

E ainda, não há como negar que o papel mediador está envolto de interesses mercantis ou não explícitos, permitindo que controlem uma agenda específica (BRANTS, 2007, p. 26) podendo sobressair a seu “papel socialmente responsável”, mesmo que não se possa reduzir que “a atuação dos jornalistas e das organizações jornalísticas seja influenciada pelos seus interesses econômicos ou pela agenda de atores políticos aliados” (ALBUQUERQUE, 2013, p. 4). Se a lógica de órgãos da imprensa cada vez mais independentes, neutros, inseridos em suas rotinas produtivas e a favor da objetividade fosse imperativa, não haveria questionamento quanto a sua possível “seletividade” e “parcialidade”. “Os jornalistas podem criar importância e certificar a autoridade tanto quanto refleti-la, ao decidir quem deve falar sobre o que e em que circunstâncias” (COOK, 2011, p. 206).

Sob essa ótica, Lisboa e Benetti (2015) qualificam ainda o jornalismo como um conhecimento que é alicerçado em condições de “verdade, justificação e crença”, se tornando “confiável à medida que consegue dar provas da veracidade do seu testemunho” (LISBOA; BENETTI, 2015, p.22) numa mutação de crença simples a autêntica. Aprofundando o termo, Miguel (1999) conceitua o jornalismo como sistema perito, aliando preceitos com base no sociólogo Anthony Giddens. Nesse sistema, o leitor/ouvinte estabelece uma relação de crença no jornalismo e espera que as notícias sejam transmitidas conforme a “veracidade das informações” e tenha a “justeza de seleção e hierarquização dos elementos importantes ao relato” (MIGUEL, 1999, p. 199). Sendo assim, tal crédito é “sustentado pela experiência cotidiana” em que consumidores presumem que “tais sistemas funcionam” (MIGUEL, 1999, p. 200). O público pode depositar confiança nos discursos proferidos pelos meios de comunicação, pois, supõe que saberes científicos e técnicos os fundamentam e conferem validade. Nessa seara, a obtenção de informações pelo público depende da escolha entre vários veículos de comunicação disponíveis, mas não, necessariamente, representa uma multiplicidade de discursos (MIGUEL, 1999).

Para Thomas Patterson (1996), o jornalista produz a notícia com base no que acredita ser verdade ou que acha ser verdade e, portanto, molda os fatos conforme sua interpretação pessoal deles. Ele é o narrador da história, na qual “o tema é primário e os fatos são ilustrativos” (PATTERSON, 1996, p. 101-102). Pesquisadores como Eugênio Bucci (2000) também questionam a condução ética dos profissionais frente à concorrência e busca diária por audiência, que tem muitas vezes um modo de espetáculo/entretenimento ao noticiar acontecimentos, acabando por distorcer ou sensacionalizar fatos em vez de apenas informar. Quando a notícia adquire uma importância baseada em seu grau de dramaturgia e entretenimento, faz com que conteúdos que serviriam de orientação a respeito de questões públicas essenciais tornem-se objetos minimizados. Há também aqueles centrados em demonstrar o quão a própria política e políticos devem ser tratados com desconfiança contribuindo para um aumento de um sentimento antipolítica (PATTERSON, 1996). Dessa forma, o jornalismo que compactua com tais ações se distancia ainda mais de seu “fim” democrático.

Sobretudo, ainda que o jornalismo seja “parcialmente independente de suas fontes na produção do conteúdo das notícias”, ele “pode ser capaz de influenciar quem tem autoridade, quais são os valores da política e quais alocações são feitas” (COOK, 2011, p. 205). Por esse ângulo, a produção de notícias pode comprometer a assimilação do que há disponível na realidade que concerne às atividades políticas e mesmo provocar aderência e mudança de valores já interiorizados na opinião pública. “Todo o processo noticioso [possui] trajeto relacional entre jornalista e fonte e diz respeito à ideologia que o perpassa como um todo, desde a coleta de informações, até a notícia como sua consequência” (BARRETO, 2006, p.13).

A existência de uma dependência jornalística de fontes pode ocasionar uma preferência, seja pela facilidade, hábito ou outro, a determinadas agências, instituições ou pessoas, e, conseqüentemente, restringir e limitar uma visão mais ampla dos acontecimentos. Não obstante, é comum o político fornecer informações a jornalistas de forma a beneficiar a si próprio, assim como, fornecer o contrário, de modo a prejudicar um desafeto e/ou inimigo político (MARTINS, 2009). O ato de coletar declarações sem uma checagem mais aprofundada é classificado como um jornalismo declaratório, ou seja, “provocado pela dificuldade de infiltração na notícia e pela falta de tempo” (BELARDIN; GARCIA, 2011). Dessa forma,

o jornal fica preso aos fatos políticos acontecidos, ao dito, ao declarado, quando poderia buscar, pela ação investigativa, um aprofundamento crítico e desvelador de quadro, uma vez que em política é larga a teia de interacontecimentos. Nada acontece sem causa remota ou próxima a essa ocorrência. E essa, por si só, implicará outro fato, previsto ou inesperado. (BARRETO, 2006, p.15)

Nesse contexto, o ato político coexiste ao jornal e ao jornalismo a fim de exercer um espaço de “interferência, inserção e visibilidade” (BARRETO, 2006, p.12). Na interferência, o esforço se concentra em tornar-se um relato noticioso, na inserção, que este relato divulgue o que é pretendido pelo “ator político”, e, na visibilidade, na exposição em maior grau da atuação benéfica desse político (BARRETO, 2006, p.12). Esse processo é mais perceptível em período no qual o foco é a cobertura das eleições, em que o ator político estima ser o alvo noticiado, e, certamente, noticiado de forma favorável.

A julgar que a cobertura noticiosa se torna mais significativa em período eleitoral e respectivas campanhas de cada ato político, a influência segue além deste, pois “os meios de comunicação de massa ecoam nos discursos parlamentares, têm impacto na formação da agenda legislativa, fazem às vezes de fórum de discussão para as elites políticas” (MIGUEL; BIROLI, 2010, não p.), afinal

Toda notícia que reflita atividade política e crenças, não só discursos e propaganda de campanha, tem alguma relevância sobre o voto. Não somente durante a campanha, mas também entre os períodos, os mass media constroem perspectivas, conforme as imagens dos candidatos e dos partidos ajudam a destacar os conceitos em torno dos quais se desenvolverá uma campanha e definem a atmosfera particular e as áreas sensíveis que marcam uma campanha específica. (LANG; LANG apud RUBIM, 2004, p. 43)

Assim, continuamente, a questão da objetividade, da profundidade, da ética e da independência, valores de primeira necessidade para que um bom jornalismo aconteça, são permeados pela dúvida de sua real e possível materialização. É cada vez maior a compreensão de que o aspecto maléfico de uma notícia tem mais vigor do que uma de caráter comum, caracterizada por sua condição de boa notícia. Numa cobertura de política há a possibilidade da centralização em uma narrativa de conflitos, e esta seleção pode conter predileção no “negativo, populista, centrada nos escândalos, no pessoal, no sensacional” (BRANTS, 2007, p. 27).

Quando jornalistas tratam assuntos de personagens políticos ressaltando aspectos pessoais e em seu caráter negativo, há uma espécie de descaracterização de autoridade em que a dramaticidade e a personalização fazem-se presentes (BENNET, 2004). Já Lippmann (1922) sustenta que o cidadão comum não possui tempo e até mesmo capacidade para entendimento de certas questões complexas da sociedade, portanto, os jornais acabam por conduzir e influenciar opiniões tanto políticas como sociais.

2.4.OS MEIOS E O FATO, A LINGUAGEM E A MENSAGEM

Ao passo que o papel da imprensa sofre de um debate incansável sobre como deve ou não ser, uma notícia só pode ser bem compreendida e assimilada na medida em que a linguagem seja acessível e assertiva e a mensagem seja coerente e honesta. Se a essência de uma boa comunicação é a relação de se fazer entender tendo de um lado um emissor e do outro um receptor, a partir do momento que essa linguagem e mensagem possam estar comprometidas, o contexto e a informação se desvanecem.

A informação como “bem simbólico” produzida na esfera jornalística depende de um conjunto de elementos; da exposição de um projeto gráfico, ou seja, a disposição de blocos, traços e manchas que integram sua estruturação estética; de seu sistema analógico composto por “fotografias, ilustrações, charges, *cartoons*” e seu sistema linguístico; “manchetes, títulos, textos, legendas” (LAGE, 1993, p. 6-7). Dessa maneira, o conteúdo gerado pela junção de “informação, interpretação e opinião” fornece “o contorno e a dimensão” que “dá sentido a todo o conjunto” (LAGE, 1993, p.9). Nesse sentido, “a linguagem cria a imagem do mundo, mas é também produto social e histórico” (FIORIN, 2003, p. 53).

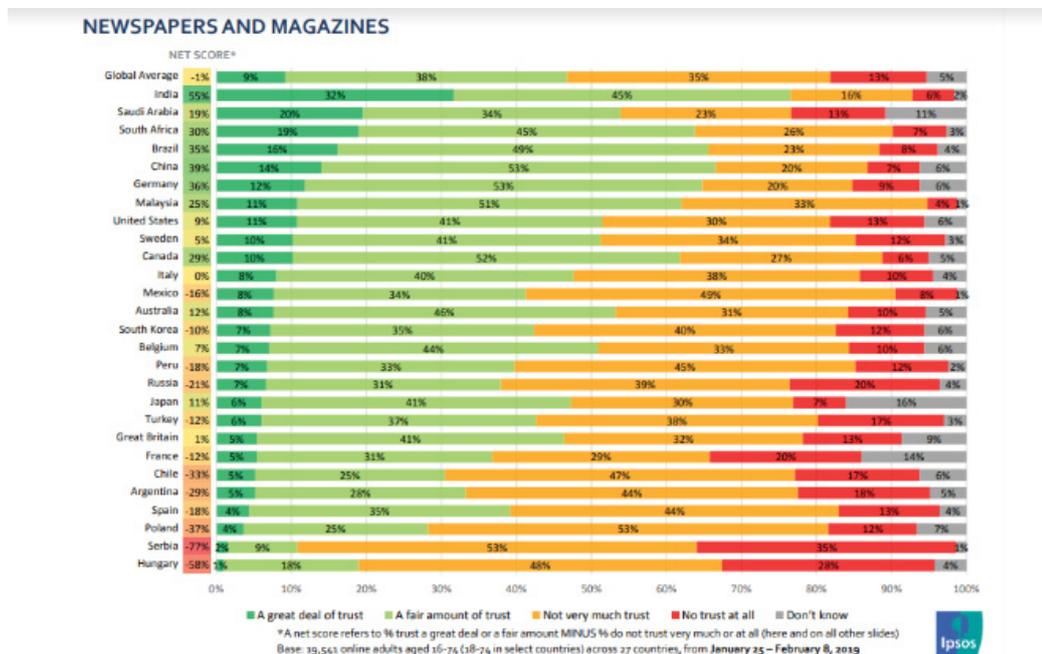
Essa narração de fatos e acontecimentos no jornalismo impresso deve transpor o máximo de informação em um mínimo de espaço disponível. Logo, além da necessidade de clareza e simplicidade no poder da síntese, o jornalista deve dispor do entendimento acerca da atualidade e permanência da notícia (ERBOLATO, 1985, p. 81-82). É fato que o caráter inquestionável de uma notícia se encontra quando esta “conserva sua pureza objetiva”, como, por exemplo, se o narrado é “o estado do tempo, os resultados esportivos, os horários de transportes e o anúncio de espetáculo” (RODRIGUEZ, 1974 apud ERBOLATO, 1985, p. 81). Ainda que a aproximação do

real e a busca pela verdade sejam tônicos na cobertura jornalística, o que se tem é o referencial do real, visto que este “real” é mediado.

É por isso que as palavras como verdade e verdadeiro vem sobrepor-se a verossímil e credibilidade. O verossímil encontra-se em direta relação ao efeito de real discursivamente construído. E credibilidade, hoje em dia a palavra-chave em todas as instâncias sociais, é sua contrapartida na ausência de uma verdade em sua plenitude. (GOMES, 2000, p. 30)

Segundo pesquisa realizada pelo Instituto IPSOS⁷, a confiança em jornais e revistas brasileiros é a quarta maior do mundo, conforme mostra a FIGURA 1. Somando aqueles que confiam nos jornais e revistas brasileiros, o total é de 65%, sendo 16% que confiam muito e 49% que confiam, contra uma média global total de 47%, com 9% que confiam muito e 38% que confiam. Na mesma pesquisa, se comparada à crença brasileira em relação a outros meios de comunicação de massa como a televisão e o rádio, o Brasil perde duas posições, ficando em 6º lugar, atrás da China e da Alemanha.

FIGURA 1 – CONFIANÇA EM JORNAIS E REVISTAS



FONTE: Instituto Ipsos, Trust in the media (2019, p. 4).

⁷ IPSOS. Índice de confiança nos jornais e revistas. Disponível em: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-06/global-advisor-trust-in-media-2019.pdf>. Acesso em: 01 fev. 2019.

Não obstante, os jornais representam a liderança de meios de comunicação de massa mais credíveis que outros meios, conforme dados de pesquisa⁸ de mídia já apresentados na introdução desta dissertação. Se “a leitura ainda é a melhor maneira de adquirir informação sobre as transformações que ocorrem” (LAGE, 1998, p.46), a imprensa, por sua vez, dribla sua contínua previsão de morte e mantém sua característica de não “superficial por natureza”, permitindo o aprofundamento de questões assim como a recuperação da informação, onde um fato pode ser relido, conferido, averiguado e guardado tal qual um documento (ERBOLATO, 2008).

Seguramente, o jornal deve prezar pela divulgação de notícia “recente, inédita, verdadeira, objetiva e de interesse público” (ERBOLATO, 2008, p. 46) e os critérios de escolha variam de acordo com as empresas jornalísticas, o espaço e o tempo. As notícias são orientadas por aquele que as produz, pela organização a que estão submetidas e pelos elementos que as compõem, desde a estrutura, a organização e a exteriorização do conflito. Não representa necessariamente uma narração de fatos, mas uma exposição destes, não seguindo uma sequência temporal e sua ordem depende da perspectiva de quem está contando o fato, seja por interesse ou por seu grau de importância (LAGE, 1998).

Tanto Traquina como Lage relatam a possibilidade de que o produto final - a notícia - passe por um processo de produção composto por três fases. Com base na teoria interacionista, Traquina (2001, p. 60) relata essas fases como “percepção, seleção e transformação de uma matéria prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)”. Já Lage (1998, p. 21) menciona: a seleção dos eventos, a ordenação dos eventos e a nomeação.

Ainda que haja certa complexidade em definir quais são os requisitos para que um fato seja relatado na imprensa e quais critérios delimitam a atividade jornalística em sua prática, alguns estudos acerca da questão da escolha de notícias recaem sobre a própria importância do acontecimento. Por pura observação, é notório que há um aspecto fundamental, uma concordância de importância, um valor que possa dizer que é indispensável, visto ser coincidentes algumas notícias mesmo se

⁸ Pesquisa Brasileira de Mídia (2015) apontava que 59% dos entrevistados que relatam confiar sempre, ou, muitas vezes, nas notícias que circulam em jornais impressos. SITE SECOM. **Relatório Final de Pesquisa Brasileira de Mídia** – PBM 15. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/relatorio-final-pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015/view/>. Acesso em: 15 jul. 2018.

tratando de veículos de imprensa distintos ou até mesmo não pertencentes a uma mesma nacionalidade.

Os critérios de noticiabilidade, segundo a professora Gislene Silva (2005), partem de um conjunto de fatores que tem, na origem dos fatos, sua seleção primária; no tratamento dos fatos, sua hierarquização; e balizados por “fundamentos éticos, filosóficos e epistemológicos do jornalismo” (SILVA, 2005, p. 96). Complementa, ainda, que tais critérios não atuam de forma isolada, mas simultânea. Assim, para que ocorra um filtro de seleção de fatos, há critérios de escolha dos que podem ou não ser noticiados, os quais são denominados “valores-notícias”. Para Mauro Wolf (2003), são “regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redatoriais” (WOLF, 2003, p.195).

Os principais atributos contemplados por diferentes autores como essenciais aos acontecimentos para que sejam selecionados como notícia estão dispostos na FIGURA 2.

FIGURA 2 – ELENÇOS DE VALORES-NOTÍCIAS

Elencos de valores-notícias
Stieler: novidade, proximidade geográfica, proeminência e negativismo.
Lippman: clareza, surpresa, proximidade geográfica, impacto e conflito pessoal.
Bond: referente à pessoa de destaque ou personagem público (proeminência); incomum (raridade); referente ao governo (interesse nacional); que afeta o bolso (interesse pessoal/econômico); injustiça que provoca indignação (injustiça); grandes perdas de vida ou bens (catástrofe); conseqüências universais (interesse universal); que provoca emoção (drama); de interesse de grande número de pessoas (número de pessoas afetadas); grandes somas (grande quantia de dinheiro); descoberta de qualquer setor (descobertas/invenções) e assassinato (crime/violência).
Galtung e Ruge: freqüência, amplitude, clareza ou falta de ambigüidade, relevância, conformidade, imprevisão, continuidade, referência a pessoas e nações de elite, composição, personificação e negativismo.
Golding-Elliott: drama, visual atrativo, entretenimento, importância, proximidade, brevidade, negativismo, atualidade, elites, famosos.
Gans: importância, interesse, novidade, qualidade, equilíbrio.
Warren: atualidade, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoção e conseqüências.
Hetherington: importância, drama, surpresa, famosos, escândalo sexual/crime, número de pessoas envolvidas, proximidade, visual bonito/atrativo.
Shoemaker et al: oportunidade, proximidade, importância/impacto, conseqüência, interesse, conflito /polêmica, controvérsia, sensacionalismo, proeminência, novidade/curiosidade/raro.
Wolf: importância do indivíduo (nível hierárquico), influência sobre o interesse nacional, número de pessoas envolvidas, relevância quanto à evolução futura.
Erbolato: proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência, aventura/conflito, conseqüências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial, oportunidade, dinheiro, expectativa/suspense, originalidade, culto de heróis, descobertas/invenções, repercussão, confi-dências.
Chaparro: atualidade, proximidade, notoriedade, conflito, conhecimento, conseqüências, curiosidade, dramaticidade, surpresa.
Lage: proximidade, atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo, identificação humana.

FONTE: Silva (2005, p. 102-103).

Quando refletimos mais adiante em relação à materialização provinda dessa seleção, ou seja, quando consideramos a estruturação da notícia em si, não há como olvidar a importância da linguagem, do texto, da mensagem. Essa produção de textos no jornalismo pressupõe o uso de formas linguísticas compatíveis com o meio em questão. O jornalista narra fatos assentado na objetividade de um mundo real, com base em histórias que sejam verdadeiras e, acima de tudo, retratando os fatos e acontecimentos mais próximos deste mundo com linguagem em estilo e forma adequados para a compreensão (LOPES, 2010). Portanto, “valores como a simplicidade, a concisão e a vivacidade, respondem a um imperativo de clareza, de eficácia”, e esta informação “predominantemente substantiva” deve “evitar a

complexidade gramatical e de vocabulário, recusando a utilização de adjetivos, advérbios, metáforas e outras figuras de estilo” (LOPES, 2010, p.1-2). Da mesma forma, a mensagem deve responder a perguntas fundamentais como: “quem?, o que?, onde?, quando?” e, “por princípio”, ser “referencial ou denotativa”⁹, tendo o jornalista como uma “testemunha dos fatos”. Este deve lidar com uma escrita pautada nessa “objetividade”, a prazos estipulados, a limites de espaço, à possibilidade de um contato contínuo com o leitor priorizando, assim, a eliminação de ruídos, o esclarecer da audiência e, até mesmo, o “convencimento” e “adesão” de um público consumidor. Como enfatiza Barreto, “entre o fato e o relato há um longo caminho a ser percorrido” (BARRETO, 2006, p. 20).

Ao contrário de um romancista literário, cabe ao jornalista não atribuir a fatos floreios desnecessários. Porém, no jornalismo opinativo, a utilização de figuras de estilo e outros elementos linguísticos são admitidos, possibilitando um impacto emocional mais expressivo, dando outra aparência ao acontecer. Assim, alguns recursos de manejo de linguagem são utilizados. Os espaços mais comuns a este tipo de jornalismo são classificados como: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica e caricatura (DE MELO, 2003, p. 65). Nesses espaços a questão subjetiva pode sobressair à objetiva, e a produção de opinião é do próprio jornalista, ou então, da empresa à qual está submetido.

É sabido que um jornal, submetido a uma determinada lógica empresarial, adere a posicionamentos e discursos compatíveis com aqueles que representam os interesses de tal organização, assim como, indiretamente, a opinião de seus leitores também é levada em conta, exatamente por tentarem se adequar às expectativas desse público. Para João Correia (2000), a linguagem jornalística “tende a reproduzir o que é socialmente aceitável e predictível” e, acima de paradigmas como constrangimentos nas organizações jornalísticas e da tendência a uma parcialidade dos fatos, o autor afirma que é a busca por aceitação que a opera, modulando “o consenso à medida que o reflete” (CORREIA, 2000, p. 2-6).

Além do consenso, essa necessidade de aprovação pela audiência também acaba por incidir em uma tendência jornalística de inclinação ao sensacionalismo, a julgar que, em uma cobertura com ênfase e saliência na dramaticidade e no exagero,

⁹ Ibid.

pode-se provocar ainda mais aderência do público, devido a um grau maior de impacto emocional que é gerado.

3.CONTEXTUALIZAÇÃO DA LAVA-JATO, LULA E O GLOBO

Em meados de 2014, uma investigação apura crimes de lavagem de dinheiro. Após denúncia de um empresário à Polícia Federal sobre um esquema de lavagem, surge, a princípio, uma investigação que pretendia averiguar a condução de uma rede de postos de combustíveis e lava-carros, constatando em seguida a “atuação de quatro doleiros que comandavam quatro núcleos que trocavam informações e práticas ilícitas entre si”¹⁰. Um dos doleiros investigados era Alberto Yousseff, que já havia sido preso anteriormente por lavagem de dinheiro. Nessa investigação foi identificado o envolvimento do ex-diretor de abastecimento da Petrobrás, Paulo Roberto da Costa, com Yousseff a partir de um registro de veículo utilizado por Costa, que tinha como endereço um apartamento de Alberto. Tal conexão culminou numa possível ligação entre o esquema de lavagem de dinheiro e a empresa estatal Petrobrás.

Segundo a página oficial do Ministério Público Federal (2019), o esquema consistia em pagamentos de propinas de grandes empreiteiras tanto a agentes públicos como a executivos da Petrobrás. O suborno garantia contratos de licitação da empresa estatal. De acordo com Mariana Barros (2015),

as empreiteiras se cartelizaram em um “clube” para substituir uma concorrência real por uma concorrência aparente. Os preços oferecidos à Petrobras eram calculados e ajustados em reuniões secretas nas quais se definia quem ganharia o contrato e qual seria o preço, inflado em benefício privado e em prejuízo dos cofres da estatal. O cartel tinha até um regulamento, para definir como as obras seriam distribuídas. (BARROS, 2015, p. 3)

A investigação toma corpo e ganha a denominação de Operação Lava-Jato, tendo como principal nome o juiz de primeira instância Sergio Moro. O juiz teve como inspiração a Operação Mãos Limpas (*ManiPulite*) ocorrida na Itália, argumentando ser semelhante à corrupção sistêmica de agentes, partidos políticos e empresários que ocorria em solos brasileiros. O próprio juiz afirmou, no entanto, que o “sucesso judicial” foi “seguido de frustrações decorrentes do sistema político” (MORO, 2016, prefácio).

Os resultados gerados no país europeu, segundo um dos estudiosos sobre o tema na Itália, foi “a maior crise política da história”, provocando “deslegitimação de

¹⁰MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. **Linha do Tempo**. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/grandes-casos/lava-jato/linha-do-tempo/>. Acesso em: 12 mar. 2020.

instituições e autoridades públicas”, revelando “a incapacidade de remoção das causas mais profundas da corrupção”, onde corruptos desenvolveram uma maior habilidade de cometer ilícitos e permanecerem na impunidade (VANNUCCI, 2016, p. 63-67–tradução nossa)¹¹. Se, na Itália, os resultados podem ter sido estes, no Brasil temos algumas consequências geradas, porém ainda não finalizadas visto que a Operação (até o dia da escrita desta dissertação) ainda está em curso.

Do ponto de vista econômico, um dos apontamentos realizados por Luiz Belluzzo (2018) foi o de que a estrutura de condenação não conseguiu separar a pessoa física do ente privado, prejudicando empreiteiras, construtoras, indústrias e a própria estatal, intensificando a crise em sua parte vital, a área de infraestrutura. Já do ponto de vista jurídico, Leonardo Avritzer (2018) relata que os procedimentos adotados podem ter ferido e comprometido o próprio Sistema de Justiça e até mesmo a Constituição de 1988. Em contrapartida, houve quem também defendesse a Operação, assim como, em pesquisa¹² de opinião pública realizada pelo Instituto de Pesquisa Datafolha nos dias 2 e 3 de abril de 2019, em que a maioria dos brasileiros (61%) avaliava como ótimo ou bom o desempenho da Operação. Apesar de ser apresentada como a “maior investigação de corrupção e lavagem de dinheiro que o Brasil já teve”¹³, alguns pesquisadores e estudiosos apontam que ela pode significar um atentado à democracia (LEITE, 2015; LIMA, 2018; SOUZA, 2017).

A Lava-Jato foi impulsionada por vários fatores, sendo um deles a insatisfação política existente nas manifestações realizadas em 2013, a qual acarretou na sanção da ex-presidente Dilma, institucionalizando a colaboração premiada pela Lei de Organizações Criminosas. O instrumento - embora haja previsão de forma genérica em outras leis no ordenamento jurídico brasileiro - teve, na Lei 12.850, seu procedimento completo e foi constantemente aplicado no decorrer da Operação. O ex-diretor Paulo Roberto Costa foi um dos primeiros a firmar acordo com o Ministério Público Federal para ter sua pena reduzida e em troca revelou como operavam os cartéis, salientando que havia repasses para partidos políticos, entre eles o PT, PMDB e PP.

¹¹No original: “The most serious political crisis in the history of the Italian Republic. The delegitimization of public institutions and authorities But they cannot remove the deep-rooted causes of corruption”.

¹² Instituto de Pesquisa DataFolha – **Lava-Jato** (2019). Disponível em: <https://bit.ly/31WMt47/>. Acesso em: 07. nov. 2019.

¹³MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. **Caso Lava Jato**. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/grandes-casos/lava-jato/>. Acesso em: 14 mar. 2020.

A delação premiada, como ficou popularmente conhecida, se tornou o mecanismo pelo qual o contido na lei da colaboração premiada previu, dentro do processo investigatório, que as declarações somadas às provas poderiam consubstanciar indiciamentos de novos atores. Assim, uma sequência de delações ocorreu num total de 68 operações, com 49 acordos de colaboração, em 113 denúncias apresentadas (somente na 1ª Instância em Curitiba) e 159 condenados nas 1ª e 2ª Instâncias, conforme dados¹⁴ apresentados pelo MPF até a data de 1º de fevereiro de 2020.

O “sucesso” da Operação foi reverberado por alguns meios de comunicação de massa, em todo esse período de atuação da Lava-Jato, com amplo espaço de cobertura revelando os atos provenientes das decisões de juízes, dos personagens envolvidos no caso, dos números de delação e condenação, entre outros atos referentes ao processo, o que, para muitos autores, revelou ser uma forma de espetacularização midiática (DALCOL; FLORES; FOSSÁ, 2018; DIAS, 2018; MOTA; ALMEIDA, 2017; SOUZA, 2017). Não há de se deixar de mencionar também que a medida de publicidade total dos autos disponibilizada por Moro contribuiu para que estes fossem facilmente coletados e divulgados pelos meios.

A figura do juiz Sergio Moro obteve períodos de enaltecimento em que uma construção e narrativa de “herói contemporâneo” foram constatadas por pesquisas como as de Cathia Oliveira (2019) e James Rodrigues (2017), revelando o vínculo de imagem de Moro à ideia de luta do bem contra o mal, de herói contra a corrupção, na revista *Veja* e no programa de televisão *Fantástico*, da Rede Globo. Quanto à opinião pública, em 2014 e 2015, através da sugestão de 15 personalidades possíveis de serem votadas pela revista *Veja.com*, os leitores do periódico elegeram¹⁵ por dois anos consecutivos o juiz Sergio Moro como personalidade do ano. A revista *Isto é*, em 2014, o escolhe¹⁶ como “Brasileiro do Ano”, citando em sua página que a homenagem deve-se a “sua busca implacável pela justiça na condução da Operação Lava Jato”.

¹⁴MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. **Caso Lava Jato**. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/grandes-casos/lava-jato/resultados/>. Acesso em: 14 mar. 2020.

¹⁵ VEJA.COM. Complemento da Revista *Veja*. **Personalidades**. Disponível em: <https://complemento.veja.abril.com.br/vida-digital/personalidade-2015/>. Acesso em: 14 mar. 2020.

¹⁶ REVISTA ISTO É. **Brasileiros do ano 2014**. Disponível em: https://istoe.com.br/397389_BRASILEIROS+DO+ANO+2014/. Acesso em: 20 mar. 2020.

Em 2015 é a vez do jornal O Globo, elegendo-o¹⁷ personalidade do ano com um júri “composto por votos dos jornalistas do Globo”.

Se a imagem de Moro foi percebida por algumas investigações em meios de comunicação de massa como pautada na construção de “herói”, ainda no que se refere à avaliação da opinião pública também foram identificados dados que corroboraram com essa percepção. Em 10 de janeiro de 2017, o Instituto Ipsos divulgou¹⁸ que 66% da população brasileira fazia uma boa avaliação do juiz de 1ª Instância.

Em contrapartida, é possível encontrar narrativas que o associam a uma imagem contrária, como a de “vilão”. Dados trazidos por pesquisadores como Raul Ramalho e Kênia Maia (2019); André Mendes e Graziela Vianna (2018); Rodrigo Seefeld e Natália Rese (2019) relatam que essa produção de sentidos com base na composição de um arquétipo tal qual se identifica o “vilão” são projetadas por veículos de comunicação com posicionamento à esquerda, tendo uma estratégia discursiva pautada na argumentação de dúvida quanto à conduta de Moro. Nessa mesma linha, saindo do escopo de análise de mídia noticiosa, tanto a defesa de Lula (Dr. Cristiano Zanin e Dra. Valeska Teixeira Zanin) quanto estudiosos do Direito (ESTEVEZ; COSENTINO, 2018; DORNELLES; SOBRINHO, 2018; RIBEIRO, 2018) alegam que Moro teria incorrido em uma prática de *lawfare*, termo utilizado para designar o uso de instrumentos jurídicos como forma de perseguição política a fim de inabilitar um adversário.

Enquanto Moro divide opiniões tanto de pesquisadores, cidadãos comuns, intelectuais e operadores do Direito, Lula, nosso principal objeto de pesquisa, também se debruça nessa dicotomia. Se a antítese entre o bem e o mal, herói/vilão, está presente na trajetória de Moro, principal figura da Operação, ela também se expressa na história de um dos principais condenados na Operação, o ex-presidente petista.

3.1. BREVE HISTÓRIA DE LULA

¹⁷ G1. **O juiz Sergio Moro ganhou prêmio de personalidade do ano (2015)**. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/03/juiz-da-lava-jato-ganha-premio-de-personalidade-do-ano-do-globo.html>. Acesso em: 15 fev. 2019.

¹⁸ INSTITUTO IPSOS. **Barômetro Político** (2017). Disponível em: <https://www.ipsos.com/pt-br/barometro-politico/>. Acesso em: 01 fev. 2019.

É a partir de uma consagração histórica que se define a posição de uma figura de liderança política. De acordo com Carlos Melo (2012, p. 2015), “aqueles que venceram desafios, marcaram por seus feitos, deixaram legado, conduziram processos políticos, persuadiram pessoas e promoveram transformações” são tratados como líderes. Com Lula não é diferente. Ainda que ideias e posições contrárias estabeleçam apreços e despreços por sua pessoa, não há como negar que está imbuída em sua história a composição de um líder.

Em 1945, nasce Luiz Inácio da Silva, na cidade de Caetés, no Estado de Pernambuco. Filho de um casal de lavradores, Luiz Inácio da Silva vivenciou a fome e a miséria junto a seus sete irmãos. Em busca de melhores condições de vida, a família muda para São Paulo, onde ele, ainda criança, trabalha como engraxate, *office-boy*, ambulante. Aos 14 anos, após um curso no Senai (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), torna-se torneiro mecânico. E aos 17, já empregado em uma metalúrgica, sofre um grave acidente perdendo o dedo mínimo de uma das mãos durante o trabalho.

O início da mudança na vida de Luiz Inácio da Silva ocorreu por volta de 1966, quando adere ao movimento sindical, e três anos depois torna-se suplente da diretoria do Sindicato dos Metalúrgicos. Tempos depois estava à frente das principais greves realizadas pela classe no ABC paulista. Ali, começou a se firmar como um líder, uma voz dos trabalhadores, e em 1975 é eleito presidente do sindicato. Em 1980, lidera a maior greve da categoria de dentro da prisão, onde foi mantido por 31 dias. No mesmo ano funda o Partido dos Trabalhadores (PT). Dois anos depois acrescenta o nome pelo qual será mundialmente conhecido, Lula.

A sua atividade político-partidária e sua luta por direitos sociais cresce impulsionada por militantes, trabalhadores, estudantes, artistas e outros apoiadores. Em 1984, participa das campanhas por eleições diretas e, em 1986, é eleito deputado constituinte. À frente do principal partido de oposição ao governo, disputa as eleições presidenciais e é derrotado por três vezes consecutivas, conseguindo somente em 2002 ser eleito presidente na disputa com José Serra, candidato do PSDB. Nas eleições presidenciais de 2006, vence o candidato Geraldo Alckmin (PSDB) e é reeleito. Acusações de corrupção e escândalos emergiram durante seu governo, como o caso que foi intitulado de “Mensalão”. No entanto, Lula deixa o governo em 2010 com uma aprovação em torno de 87% e ajuda a eleger sua sucessora, Dilma Rousseff. Dilma governa por dois mandatos consecutivos e em 2016 sofre um

*impeachment*¹⁹. Durante o segundo mandato de Rousseff, Lula enfrenta um processo judicial da então Operação Lava-Jato, culminando em sua prisão no ano de 2018, e cujo processo será melhor descrito à frente.

3.1.1. Lula na Lava-Jato

Uma das primeiras menções ao nome do ex-presidente durante o processo da Operação Lava-Jato ocorreu no dia 8 de outubro de 2014, a partir do depoimento do doleiro Alberto Youssef, que disse à Justiça que a nomeação de Paulo Roberto da Costa (ex-diretor de Refino e Abastecimento da Petrobrás) feita por Lula aconteceu devido à pressão de agentes políticos. No mesmo dia, o ex-diretor Costa, também em depoimento, relatou que parte do dinheiro (propina) cobrado de fornecedores da estatal abastecia os cofres dos partidos do PT, PMDB e PP e também teria sido usado em campanha eleitoral de 2010.

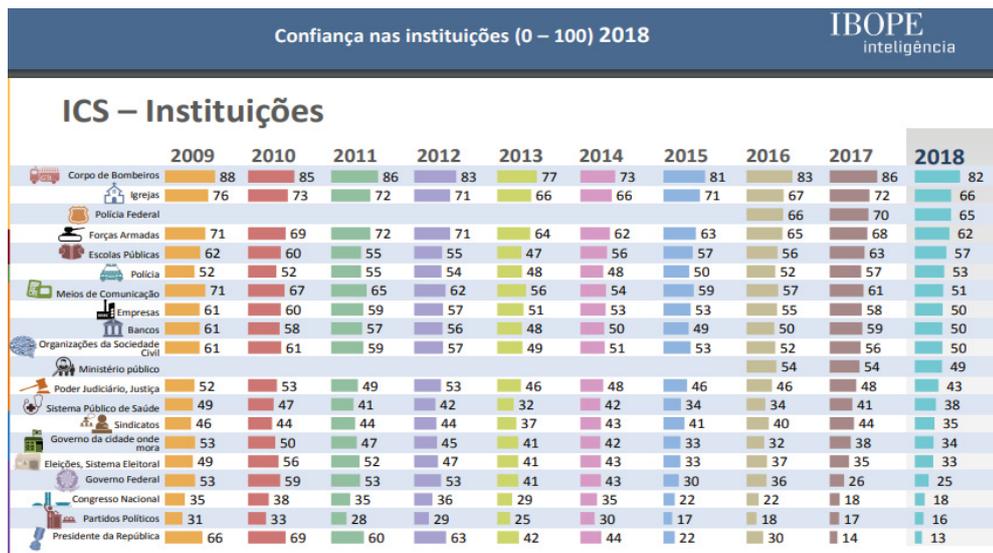
No ano seguinte, em abril, João Vaccari Neto, ex-tesoureiro do PT, é preso suspeito de receber dinheiro de propina de contratos da Petrobrás. Em agosto, o ex-ministro da Casa Civil do governo Lula, José Dirceu, também é preso; em novembro, é a vez do senador do PT, Delcídio Amaral, por obstrução de investigação sobre o esquema de corrupção. Ainda no mês de novembro, o pecuarista José Carlos Bumlai é preso, acusado de forjar empréstimos e repassar dinheiro ao PT. Em dezembro do mesmo ano, Lula é chamado a depor na condição de informante em inquérito. Das 14 legendas implicadas²⁰ em processos na força-tarefa, a mais atingida foi o PT e a base aliada. É relevante também frisar que em meio a todo esse processo da Lava-Jato, de 2014 a 2015, uma crise política já se descortinava em um contexto sociopolítico de acentuada polarização e de uma confiança menor²¹ da população no Governo Federal e na Presidência da República, conforme mostra a FIGURA 3 abaixo.

¹⁹A biografia de Lula foi narrada a partir de relatos que constam no livro de PARANÁ (1996).

²⁰ O GLOBO. **Em quatro anos Lava-Jato já alcançou 14 partidos.** <https://oglobo.globo.com/brasil/em-quatro-anos-lava-jato-ja-alcancou-14-partidos-22569538/>. Acesso em: 02 abr. 2020.

²¹ O índice de confiança nas instituições estabelece o valor numérico de 0 a 100, de forma crescente em relação ao grau de confiança, ou seja, quanto maior o número, maior é o grau de confiança. Disponível em: https://www.ibopeinteligencia.com/arquivos/JOB%2018_0741_ICS_Apresenta%C3%A7%C3%A3o.pdf. Acesso em: 14 abr. 2020.

FIGURA 3 – CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES



FONTE: Ibope Inteligência (2018)²².

Com suspeitas do Ministério Público Federal contra Lula já em curso, o ex-presidente é conduzido coercitivamente a depor no dia 4 de março de 2016, o que ocasiona manifestações favoráveis e contrárias, além de ampla cobertura da mídia durante todo o período em que ficou detido para prestar esclarecimentos. Posteriormente, dois fatos foram divulgados quase que simultaneamente. Lula é nomeado ministro da Casa Civil pela então presidente Dilma Rousseff e toma posse em 17 de março. No mesmo dia, estampava nas principais capas dos jornais em circulação um grampo ilegal²³ divulgado por Sergio Moro, com uma conversa entre Lula e Dilma. No trecho da conversa transcrita, o diálogo foi entendido por parte da população como uma tentativa de interferência da presidente Dilma em nomeá-lo para protegê-lo de uma possível detenção. No dia 18, o ex-presidente tem a nomeação suspensa pelo ministro Gilmar Mendes, do Supremo Tribunal Federal (STF). Dilma é afastada no dia 12 de maio de 2016 devido ao processo de *impeachment* e Michel Temer, vice-presidente, assume a presidência interina.

Em 29 de julho de 2016, Lula é indiciado junto a outras cinco pessoas pelo suposto crime de obstrução de Justiça e “compra de silêncio de um dos acusados”. No mês seguinte, no dia 31, Dilma Rousseff é afastada definitivamente do cargo. Em setembro, Lula é denunciado pelo Ministério Público Federal por corrupção ativa e

²² Ibid.

²³ De acordo com o ministro do Supremo Tribunal Federal, Teori Zavascki, que faleceu num acidente aéreo em 2017, o grampo divulgado por Sergio Moro foi ilegal e inconstitucional.

passiva e lavagem de dinheiro, sendo acusado por benefícios indevidos de obras num imóvel da construtora OAS, além de outras acusações virem à tona. Em outubro, o STF autoriza inquérito que inclui na investigação Lula e outros 66 investigados. Confissões dos executivos da Odebrecht revelam atividades ilícitas praticadas pela maioria da classe política brasileira, no entanto, as supostas acusações recaem sobremaneira em Lula. Em depoimento ao juiz Sergio Moro, em 10 de maio de 2017, em uma audiência de cinco horas, Lula alega que está sendo vítima de um massacre, o qual pontua que também seria um “massacre midiático”. Em 12 de julho ele é condenado à prisão²⁴.

Lula tem seis processos julgados na Operação Lava-Jato. Foi absolvido em dois casos, um por obstrução de Justiça, no qual foram consideradas provas insuficientes referente à “compra de silêncio de Cerveró”, e outro por “organização criminosa”, no qual era atribuído à cúpula do PT propinas de 2002 a 2016. Um dos processos foi arquivado, como é o caso da nomeação para a Casa Civil realizada na época por Dilma Rousseff, em que a defesa de Lula pediu ao STF que reconhecesse erro por ter barrado sua nomeação e, em resposta, o STF não admitiu erro na decisão, acabando por arquivar o caso. A outra ação foi uma denúncia rejeitada, em que Frei Chico teria sido acusado de receber “mesadas” da Odebrecht, e o pagamento seria parte de vantagens indevidas oferecidas ao ex-presidente.

Dos processos, Lula foi condenado em dois casos, um referente ao triplex do Guarujá e outro pelo sítio do Atibaia. No primeiro, responde o processo em liberdade após ficar preso por 580 dias na Superintendência da Polícia Federal em Curitiba, do dia 7 de abril de 2018 a 8 de novembro de 2019. Neste em específico, Lula foi condenado a nove anos e seis meses de prisão no dia 12 de julho de 2017 pelo juiz Sergio Moro. Segundo a sentença, Lula cometeu crimes de corrupção e lavagem de dinheiro, sendo acusado de receber ilegalmente R\$ 3,7 milhões da empresa OAS em

²⁴ Este é um levantamento dos principais acontecimentos realizados a partir de conferências com os fatos divulgados pelo Ministério Público Federal. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/grandes-casos/lava-jato/linha-do-tempo/>. Acesso em: 14 mar. 2020. Informações divulgadas pelo Jornal de Negócios. Disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/economia/justica/detalhe/cronologia-das-fases-da-lava-jato-que-envolvem-lula-da-silva/>. Acesso em: 14 mar. 2020. Informações divulgadas pelo jornal El País. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/04/05/politica/1522917041_563602.html/. Acesso em: 14 mar. 2020. Informações divulgadas pelo Portal G1. Disponível em: <https://especiais.g1.globo.com/politica/2015/lava-jato/linha-do-tempo-da-lava-jato/>. Acesso em: 14 mar. 2020.

troca de contratos da Petrobrás, o que, para a acusação, seria o referente ao imóvel triplex de “propriedade” de Luiz Inácio. Já no segundo, a defesa apresentou ao Tribunal Regional Federal da 4ª Região (TRF-4) embargos de declaração e não houve prisão. Há ainda outras três ações contra o ex-presidente que poderão ser julgadas no ano de 2020, no âmbito da Operação Lava-Jato²⁵.

Mesmo que tais ações possam suscitar dúvidas e levantar debates quanto à referida inocência da qual o próprio ex-presidente atesta, não é possível relatar tais acontecimentos sem mencionar que muitos foram os questionamentos da real intencionalidade desses processos. Para autores como Alessandro Begossi (2019) e Carlos Carvalho e Maria Fonseca (2019), a tentativa de incriminá-lo se configurou em um exercício de *lawfare*, ou seja, a utilização de instrumentos legais e da justiça para perseguir e destruir adversários políticos, além de uma tentativa de retirá-lo da disputa à presidência nas eleições de 2018²⁶.

3.1.2.A imagem pública de Lula

A história de Lula poderia ter saído de uma obra literária. Da pobreza do sertão pernambucano à cadeira de presidente do Brasil, da prisão à liberdade, sua história é transpassada por ascensões e quedas. A representação que recai em sua figura pública e que tem, nos desdobramentos do exposto no palco midiático, sua contínua construção e desconstrução, demonstra a complexidade gerada em torno da percepção pública de seu “personagem”. A construção dessa carga semântica, por assim dizer, oscila entre o “herói”, o “pai dos pobres”, o “inimigo” a ser combatido, ou, ainda, o “comandante máximo da corrupção”. Contudo, essas denominações não são estanques, elas coexistem entre si e até mesmo se sobrepõem, de tempos em tempos, de grupos a grupos, umas às outras. Como salienta Weber (2004, p.260), a constituição da imagem pública é “um processo de construções e desconstruções de verdades, realidades e de legitimidade, tanto de quem fala sobre si próprio, como sobre os próprios espelhos – mídias, espaços, palcos”.

²⁵BBC. **Entenda em que pé que estão os processo e acusações contra Lula**. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-49647499/>. Acesso em: 15 abr. 2020.

²⁶ Lula era líder nas pesquisas de intenção de voto para presidência em 2018. Disponível em: <https://valor.globo.com/politica/noticia/2018/08/22/datafolha-lula-lidera-com-39-sem-petista-bolsonaro-e-lider-com-22.ghtml/>. Acesso em: 10 de fev. 2020.

Quando realizamos uma “pesquisa avançada” pelo *site Google Scholar* (uma das principais ferramentas de busca de trabalhos acadêmicos) para “imagem pública de Lula”, o retorno foi de aproximadamente 122 resultados²⁷. Há os que apresentam pesquisa de imagem pública a partir de investigações que se concentram em período de campanha utilizando como recurso a análise da propaganda eleitoral (GOMES, 2006; LUNA; MAIA, 2005; RODRIGUES, 2015; RUBIM, 2003), haja vista que é neste espaço de tempo que se intensifica a tentativa de construção de imagem de um personagem político. Há aqueles em que existe a predominância de pesquisa sob análise da construção discursiva, ou seja, a imagem de si pela perspectiva da linguagem (GONÇALVES, 2008; PANKE, 2014; SANTOS, 2017; TOMAZ, 2014; TUPYNAMBÁ, 2010). Há outros que analisam a imagem pública em contextos de crise (PASSOS, 2017), os que o fazem selecionando períodos de mandato do ex-presidente (BULHÕES, 2019) e, ainda, dentro de um contexto midiático (AZEVEDO, 2017; BEZERRA, 2011; NECKEL, 2019; NAVA, 2017; SILVA, 2005). E mesmo dentre estes exemplos citados, alguns apresentam entrecruzamentos de análises.

Sobre a imagem pública de Lula, Luciana Panke (2014) descreve a trajetória política através dos discursos que levaram o ex-metalúrgico à presidência, retratando os conteúdos simbólicos dessa imagem pública, de suas diversas fases e transição, assim como as estratégias políticas, da evolução estética ao abrandamento dos discursos, que impulsionaram sua vitória em 2002 para o mais alto cargo eletivo do país.

Ainda no campo de análise do discurso, Natália Tomaz (2014, p.98) relata em sua pesquisa que nos dois anos de mandato de Lula como presidente, “a imagem de Lula era a de um político popular, de origem humilde, sem que isso representasse um sentimento de alteridade no auditório”, demonstrando também a intenção do próprio Lula em promover uma imagem de liderança, de seriedade e competência.

Essa produção de sentidos também é identificada no cenário midiático. Em estudo de Ada Bezerra (2011, p.21), Lula “enfrentou momentos de aceitação e rejeição” e, ainda, “sua imagem suscitou seguidores e despertou paixões”. A origem e os percalços congêneres a um cidadão comum, além da “luta por uma categoria, a

²⁷ Google Scholar. Pesquisa realizada no buscador no dia 20 de janeiro de 2020. https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=%22imagem+p%C3%BAblica+de+lula%22+&btnG=/. Acesso em: 20 abr. 2020.

fundação de um partido”, o enfrentamento de “cinco candidaturas” auxiliam a caracterizá-lo como um “mito político moderno”. Nesse sentido, o autor identifica que a Lula pertence uma narrativa “mitologizada”, em que características de “mito”, “herói”, “salvador” podem ser identificadas.

Em uma investigação de um periódico específico como a revista *Veja*, o identificado por Silva (2005, p.42) foi de que matérias de 1998 apresentavam Lula como “ex-líder sindical envolvido com greves e simpatizante das ideias do Movimento dos Sem-Terras”, até mesmo como um “homem truculento, pouco disposto ao diálogo e mais preparado para brigas e discussões”. Já em 2002, “deram lugar a ilustrações de um Lula bem humorado e humano”, entendimento que a autora expressa que ocorreu também devido ao ingresso de Duda Mendonça²⁸ como responsável pela campanha do presidente e, também, responsável por reformular a imagem de Lula.

A respeito do considerado em análises de conteúdos midiáticos, temos, por exemplo, a pesquisa de Mariana Nava (2017), a qual conclui que nos espaços editoriais do jornal *O Estado de São Paulo* Lula sofre transformações de caracterização, de “esquerdista”, “oposicionista” a “presidente”, e essas diferentes imagens são construídas ao longo dos anos no periódico. Já Fernando Azevedo (2017) faz uma análise sobre o papel da mídia em relação à imagem de um partido, o PT, a qual também acaba por incidir em um personagem político, Lula. Apesar de voltar sua pesquisa para análise de cobertura eleitoral, o autor identifica que há uma continuidade na narrativa majoritariamente crítica a representantes de um espectro ideológico tal qual é o PT e Lula, no qual foram identificados pacotes interpretativos que culminavam numa associação de imagem dos atores políticos pesquisados, no caso em sua grande parte a Lula, à imagem que se sustentava em argumentos como “populismo” e “corrupção”. Para o autor, esse “alinhamento partidário” depende de conjunturas específicas, nas quais “poderiam ou não se realizar”.

Já um estudo recente de Ângelo Neckel (2019, p.179) sobre o ex-presidente como pré-candidato às eleições de 2018, identificou que “o carisma de Lula sofria tentativas predominantes de deslegitimação e retirada de credibilidade pela *Folha de São Paulo*”, o qual destacou que diante de “acontecimentos desfavoráveis” a Lula nos anos de 2016 a 2018, o periódico intentou uma “desconstrução da imagem pública de Lula”.

²⁸ Duda Mendonça é um publicitário brasileiro que foi responsável por campanhas do Partido dos Trabalhadores (PT).

Como mencionado, esse universo de análise necessita de seleções, delimitações, períodos e abordagens distintas, a partir de recortes de fatores e elementos que auxiliam a construir e/ou formar uma imagem pública. Destarte, a partir deste constante estudo e investigações sob diversos aspectos é que se faz possível ter algum entendimento e proximidade acerca do que pode ser ou ter sido caracterizado em relação à imagem pública do ex-presidente. Lula já foi anteriormente saudado como o melhor presidente que o Brasil já teve, com aprovação de mais de 87% da população, segundo o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE)²⁹, ao final de seu mandato. Mas essa popularidade caiu vertiginosamente, como mostra pesquisa³⁰ desse mesmo Instituto, em abril de 2016, sobre rejeição de voto para presidente. A pesquisa revela que 65% dos entrevistados mencionou que não votaria de jeito algum em Lula para presidente. Não obstante ser preponderante a influência de fatores como escândalos, economia, aversão partidária etc, que contribuíram sobremaneira para tal cenário de rejeição, há de se verificar se o jornal O Globo também pode, de certa forma, ter contribuído em uma formação de imagem negativa, averiguando como o jornal em questão construiu sua narrativa a esse respeito.

Ademais, a Lula não é destinado ser qualificado como uma figura qualquer, e conseqüentemente, devido a toda sua narrativa, sua trajetória, sua condição pública, não é esperado, da mesma forma, uma cobertura noticiosa qualquer.

3.2. JORNAL O GLOBO

O veículo de comunicação escolhido para análise do presente estudo, o jornal O Globo, tem sua razão de ser. O Grupo Globo, pertencente à família Marinho, é o maior³¹ conglomerado de mídia do país, composto por sistema de rádio, editora,

²⁹Lula foi considerado um dos melhores presidentes com aprovação maior de 87% e os brasileiros apostavam que sua sucessora faria também um bom governo. Disponível em: <https://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/maioria-dos-brasileiros-acredita-que-dilma-fara-um-bom-governo/>%3b/>. Acesso em: 07 maio 2018.

³⁰ GARCIA, Maurício. **Artigo: Potencial e Rejeição de voto para presidente**, (2016). Disponível em: <http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/artigo-potencial-e-rejeicao-de-voto-para-presidente-hoje/>. Acesso em: 07 maio 2018.

³¹ ASSOCIAÇÃO DOS PROFESSORES DA UFPR. **Cinco grupos controlam 50 dos principais veículos de mídia do país**. Disponível em: <https://apufpr.org.br/2017/11/13/cinco-grupos-controlam-50-dos-principais-veiculos-de-midia-do-pais-diz-relatorio/>. Acesso em: 14 abr. 2020.

produtora de filme e musical, plataformas digitais, programadora de tv por assinatura, portal de imóveis, além dos conhecidos jornais (como O Globo) e revistas impressas e digitais, cinco emissoras próprias e empresas afiliadas em mais de 100 países. O jornal, fundado em 1925, no Rio de Janeiro, possui circulação nacional, versão impressa e digital e é o terceiro mais lido em dias de semana³².

Na contramão de vários indicativos de morte da imprensa, muitos jornais impressos seguem circulando e ainda contabilizaram um aumento no crescimento médio de circulação (índice que soma dados de circulação impressa com os de circulação digital) se comparado os anos de 2019 e 2018, conforme divulgação³³ da revista Meio e Mensagem. O Globo cresceu de uma média de circulação de 301.490 para 323.172, de um ano para o outro.

De acordo com dados divulgados no *site*³⁴, o impresso possui 1.194.000 leitores e conta com uma circulação de 286.944 exemplares nos dias úteis e 352.516 exemplares aos domingos. Ainda, conta com nove suplementos, duas revistas e oito jornais de bairro. O perfil dos leitores é de 50% da classe B, 28% da classe C, 15% da classe A e 6% da classe DE, sendo 52% dos leitores do sexo masculino e 48% do sexo feminino. Quanto à faixa etária, 20% está na faixa acima de 60 anos, 19% entre 30 a 39 anos, 18% entre 20 a 29 anos, 16% entre 40 a 49 anos, 15% entre 50 a 59 anos e 12% está na faixa de 10 a 19 anos. O nível de escolaridade dos leitores é de 39% com ensino superior, 22% com ensino médio e 14% com ensino fundamental. E, segundo o mesmo *site*³⁵ do Grupo, se caracteriza por “ser um jornal essencialmente noticioso e voltado para a prestação de serviços”.

O periódico tem em juízo próprio um cartaz projetado e orientado em uma imagem pautada na “imparcialidade”, na “ampla informação” e “absoluta independência”. Todavia, sustenta Baron (2015, p. 235) que é possível identificar nas linhas editoriais um posicionamento de centro para direita, com “forças afinadas ao

³²SECOM. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2018.

³³ SACCHITIELLO, Barbara. **Circulação dos maiores jornais do país cresce**. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/01/21/circulacao-dos-maiores-jornais-do-pais-cresce-em-2019.html>. Acesso em: 20 nov. 2019.

³⁴ INFOGLOBO. Disponível em: <https://www.infoglobo.com.br/Anuncie/ProdutosDetalhe.aspx?IdProduto=91/>. Acesso em: 20 out. 2019.

³⁵O GLOBO. **História/Grupo Globo**. Disponível em: <https://robertomarinho.globo.com/hgg/>. Acesso em: 20 out. 2019.

liberalismo econômico, no sentido da limitação da intervenção do Estado na economia”.

No livro “A História Secreta da Rede Globo” de 1989, Daniel Herz trata dos procedimentos ilegais que fortaleceram e ampliaram a estrutura da emissora, a ligação de Marinho com a ditadura militar, além de relatar conflitos e “apadrinhamento políticos” nas concessões de canais de TV e de emissoras de rádio. Ainda, segundo o próprio autor, o “poder da Globo” “é usado indiscriminadamente, de acordo com seus [Roberto Marinho] mais privados e imediatos interesses políticos e econômicos” (HERZ, 1989, p. 25).

O Grupo, com seu poderio econômico e sua perceptível concentração de propriedade, já tentou, por muitas vezes, promover influência cultural e orientação da opinião pública. Há evidências, como, por exemplo, do apoio da Globo à ditadura e militares, assim como houve uma tentativa de apagamento de atos pró-democráticos como o Diretas Já, além de episódios isolados como a edição do debate eleitoral entre Collor e Lula (com intuito de beneficiar Collor). Tais atos não só propiciam dúvidas quanto à credibilidade da Rede, como levantaram questionamentos quanto a sua parcialidade. Essa observação é detalhada por Marcus Ianoni (2014).

O partidarismo da grande imprensa no Brasil tem feito parte da história neste país. O Jornal O Globo recentemente se desculpou pelo apoio editorial ao golpe de 1964. A Rede Globo foi fundada em 1965, mas já nasceu apoiando a regime militar. Na campanha das Diretas Já, em 1984, essa emissora escondeu o quanto pôde de seu noticiário que havia milhões de brasileiros nas ruas lutando pela aprovação de emenda constitucional que visava restabelecer as eleições diretas para presidente da República. Nas eleições de 1989, a mesma emissora tomou partido a favor da candidatura de Fernando Collor de Mello, contra a de Lula, em um contexto de acirrada disputa. (IANONI, 2014, não p.).

Para João Areas (2012, p.32), O Globo procurou vulgarizar os valores neoliberais, de apologia à iniciativa privada e ao mercado, transformando-os em dogmas. O autor incita o presente posicionamento que, sob interesses como a desestatização das telecomunicações e grande influência política, dissemina um horizonte intelectual sob valores capitalistas, respaldado em reflexos partidários, à luz de associações como “iniciativa privada”, “eficiência” e “modernidade”. Nesta mesma tese, Areas (2012) relata que editoriais construíam um consenso em torno de medidas privatistas e enalteciam os interesses do capital em detrimento do Estado, dos

movimentos populares e das ideologias progressistas. Já o estudo de Fabrício Ferreira (2018) traz a conclusão de que o projeto político do jornal, durante um período específico (1994), está “inserido no campo das direitas, particularmente da direita (neo) liberal, manifestando uma falta de “proposta alternativa ao neoliberalismo”, enquanto “projetos políticos da esquerda são desqualificados por completo, sendo seu conteúdo caracterizado como inconsistente, anacrônico e fora da realidade” (FERREIRA, 2018, p. 315).

Ainda, analisando estudos sobre o viés da cobertura política em eleições, autores (MUNDIM 2018; ALDÉ; MENDES; FIGUEIREDO, 2007) salientaram um possível viés de cobertura por parte do jornal O Globo, apontando uma cobertura com um “tom mais negativo” sobre candidatos petistas em relação aos demais. Como relatado, não é de agora que a cobertura realizada pelo O Globo é observada, seja no meio acadêmico, seja no meio político, seja, ainda, no meio social. A constatação de Azevedo (2006) em relação aos grandes jornais em circulação entra em consonância com a ideia de que tais meios podem ser capazes de produzir uma agenda e até mesmo influenciar opiniões.

Com uma circulação dirigida para os leitores das classes AB (os chamados “formadores de opinião”), os grandes jornais, além da linguagem sóbria e culta, priorizam a cobertura política e econômica e praticam um jornalismo opinativo que coexiste com a tendência mais recente de se fazer um jornalismo de informação. Orientados para a elite e os formadores de opinião, estes jornais compensam a baixa penetração nas camadas populares com a grande capacidade de produzir agendas, formatar questões e influenciar percepções e comportamentos tanto no âmbito político-governamental quanto no público em geral, este último através dos líderes de opinião ou através da repercussão da pauta dos jornais na televisão aberta. (AZEVEDO, 2006, p.95).

Desse modo, mesmo que existam estudos singulares que comprovem um posicionamento político-ideológico de atuação do jornal como ator político inserido num contexto social, estes não compõem elementos suficientes para certificar a hipótese levantada, qual seja, a de que houve uma cobertura jornalística negativa a respeito de Lula durante a Lava-Jato. Com o intuito de validar essa hipótese, no capítulo a seguir descrevemos os procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa para levar a cabo a tarefa aqui proposta.

4.METODOLOGIA

A aplicação de métodos adequados, assim como a base teórica de uma pesquisa, demanda escolhas para alcançar o resultado pretendido. Um estudo empírico tem sua consistência revelada “nas dimensões concernentes à adequação dos métodos de coleta, dos métodos de análise e à profundidade da interpretação dos resultados – que deve se dar em confronto direto com a literatura pertinente” (MARQUES; MIOLA, 2018, p.114).

Como mencionado na introdução, estabelecendo uma conexão entre objeto e teoria, o presente estudo tem como objetivo demonstrar como as capas do jornal O Globo externaram sua narrativa a respeito de Lula durante o processo da Operação Lava-Jato, se o jornal utilizou fontes majoritariamente acusatórias e, ainda, se o julgamento de valor dado a Lula foi, em maior número, negativo ou positivo. O recorte temporal vai de 02 de dezembro de 2015 a 13 de julho de 2017. A pesquisa é dividida em dois tipos de análise: (i) a análise de enquadramento noticioso proposta por Entman (1993) e (ii) a análise de valência e eixos: formato, visibilidade e tipo.

Em primeiro lugar, fizemos uma busca no *site* do jornal O Globo³⁶, onde há disponível no “menu” a opção “acervo”, conforme mostra a FIGURA 4. Nesse campo, todo o jornal impresso está digitalizado em páginas, sendo possível realizar um filtro de busca dividido em período; edições; editoriais; cadernos e suplementos. Nesta página, selecionamos o filtro “2010”³⁷ e o filtro “editoriais: primeira página”, bem como, no item de localizar páginas aplicamos na unidade “todas essas palavras” o nome “Lula”. Feito isso, para que prosseguíssemos com o objetivo traçado na busca, a partir do filtro “2010”, selecionamos o de “2015” e sucessivamente o de “2016” e o de “2017”.

³⁶O GLOBO. **Acervo**. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/>. Acesso em: 20 ago. 2019.

³⁷ O filtro seleciona páginas de 10 em 10 anos, portanto, a partir do filtro 2010, selecionamos os anos do período delimitado: 2015, 2016 e 2017.

FIGURA 4 – BUSCA NO ACERVO DO JORNAL O GLOBO

The image shows a search interface for the newspaper 'O GLOBO' archive. On the left, there is a search bar with the word 'Lula' entered. Below it, there are options to refine the search by decade (2010, 2015), month (Dezembro), and day. There is also a calendar view for December 2015. Below the search bar, there are options for editions: Matutinas (26) and Vespertinas (0). The main part of the image is a grid of 12 newspaper page thumbnails, each showing a different article with a headline and a date. The dates range from December 11 to December 16, 2015. The headlines include: 'Dilma, Rense e Janet contestam rito de Cunha', 'Pais defende Dilma e ataca PMDB ligado a Temer', 'PF fecha cerco a PMDB e Cunha, acusado de coagir testemunhas', 'Temer ameaça retirar apoio do PMDB a Dilma', and 'Troca de Levy por Barbosa provoca temor de recuo'.

FONTE: Página do Jornal O Globo (2019)³⁸.

Aliada à busca em sua forma digital, realizamos toda a conferência manual das páginas pertinentes ao período a ser estudado. Encontramos 202 páginas que faziam menção ao nome de Lula, sendo 12 em 2015, 141 em 2016 e 49 em 2017. Após essa coleta, todas as páginas selecionadas foram analisadas uma a uma e dispostas em uma planilha de dados. Nestas 202 páginas, algumas somavam mais de uma notícia com menção ao nome do ex-presidente Lula, portanto, as notícias computadas para a pesquisa totalizaram 336 unidades.

A definição da metodologia partiu da compreensão de que o enquadramento seria a teoria mais adequada por “entender o processo de produção das notícias e sua relação com a cultura e com a política em uma determinada sociedade” (BONONE, 2017, p. 79). O enquadramento ou *framing* possui amplas opções metodológicas, as quais possibilitam que o próprio pesquisador estruture uma investigação segundo a necessidade de pesquisa, contanto, evidentemente, que seja precisa, coerente e rigorosa. Essa característica proporcionou que utilizássemos a orientação teórica do enquadramento como base e aplicássemos uma técnica

³⁸O GLOBO. **Acervo**. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/>. Acesso em: 20 ago. 2019.

apresentada por Entman (1993). A rigor, a escolha por este método e esta técnica se deu por sua viabilidade e compatibilidade em medir quantitativamente e responder aos objetivos da pesquisa. O autor estabelece que é necessário definir um problema, fazer um diagnóstico das causas do problema, analisar a presença de julgamentos morais e também de eventuais soluções ou recomendações para o problema (ENTMAN, 1993, p.52).

Além disso, realizamos como complementação à pesquisa uma aplicação de análise de valências e eixos. O intuito é a realização de uma investigação textual quantitativa que consiste primeiramente em uma fase de pré-análise e coleta de dados, uma segunda de codificação, e por fim, uma definição por categorização e interpretação dos resultados. Essa técnica é semelhante à disposta em análise de conteúdo. Desse modo, manualmente, foi possível quantificar em variáveis os fatos narrados, de maneira a delinear as unidades de análise e estabelecer categorias e suas divisões. O modelo de interpretações foi dividido por: valência, formato, visibilidade e tipo, tendo como base de referência os descritos por Fernando Azevedo (2001), Emerson Cervi e Diego Antonelli (2007), Rafael Silva (1985), José de Melo (2003), respectivamente, adaptados conforme a proposta e objetivo específico desta investigação.

4.1.O CONCEITO DE ENQUADRAMENTO

O enquadramento noticioso ou *framing* teve como principais expoentes Gregory Bateson (1955) e Erving Goffman (1974). A aplicação empírica depende de fatores que possam identificar: o que determina a escolha da proeminência de vozes contidas numa narrativa midiática; a preferência de algo noticiado e as fontes nele contidas; o discurso tanto linguístico quanto imagético; e até mesmo, a relação de saliência de determinados assuntos em vez de outros.

Bateson (1955) utilizou o enquadramento para entender a esquizofrenia na psicoterapia, concluindo que as interações se formam a partir de um “quadro de sentido” no qual interpretações são formadas. Bateson (2000) relata que o enquadre demonstra mensagens que são “relevantes” e aquelas que devem ser “ignoradas”, e o enfoque da mensagem se constrói alicerçado numa tentativa de que o entendimento que tenha sobre ele seja o esperado (BATESON, 2000, p.43-45). Salienta, ainda, que a comunicação humana se desenrola em níveis além de seu sentido denotativo, sendo

envolta pela abstração, definindo como metalingüística as “mensagens implícitas ou explícitas em que o assunto do discurso é a linguagem” e como metacomunicativa aquela em que “o assunto do discurso é a relação dos falantes” (BATESON, 2000, p.35).

Em 1974, Goffman (2012) estudou a questão do enquadre a fim de compreender as interações interpessoais que são estabelecidas no cotidiano. Ele identificou a necessidade de perceber as influências de sentido, que fazem com que determinada situação seja dada como real, os fatores que incidem entre o real e irreal, além de refletir sobre o que, e em qual grau, a crença referente a “um funcionamento de mundo” é estabelecida. O autor distinguiu duas formas pelas quais essa composição pode ser exercida: uma, de um “quadro primário natural”, em que há uma “literalidade” de um evento, um conhecimento dado como certo, uma moldura quase fixa; outra, um “quadro primário social”, onde definiu variações que surgem sob a égide de uma avaliação social, de um comportamento guiado, e, ainda, a partir de interpretações de acordo com as várias subjetividades do comportamento humano (GOFFMAN, 2012). A experiência individual pode determinar como essa “realidade” será externada. O “quadro” refere-se a uma interpretação individual a partir de uma experiência quanto ao objeto, considerando todos os elementos, fatos e acontecimentos que são revelados a um entendimento coletivo.

Se Goffman refletiu a respeito dos sentidos, percepções e interpretações acerca de uma realidade apresentada, Gaye Tuchman (1978) foi uma das primeiras a lançar a aplicabilidade do estudo em uma investigação sobre os meios noticiosos e a construção da realidade. A pesquisa de Tuchman investigou a rotina de um canal de TV, três periódicos e também a redação da prefeitura de Nova York e identificou que a questão de tempo e ordem são elementos cruciais e interferem diretamente na produção noticiosa. A questão da área geográfica e a especialização tanto organizacional como temática incidem na forma como são produzidas as notícias, assim como fatores que são determinados pelo tempo, desde a construção de pautas “agendadas” ao imediatismo de uma matéria urgente, ou mesmo, segundo critérios de noticiabilidade (PIMENTEL; TEMER, 2012). Tal estudo, que desvelou ser a notícia um não reflexo da sociedade, com ênfase na rotina jornalística e não necessariamente na ideologia existente na produção de notícias, ensejou a abordagem de um novo conceito, o *newsmaking*.

Uma das vozes mais proeminentes quando nos referimos a *newsmaking* é a de Gaye, e o termo relata a construção social da realidade consoante os processos produtivos e organizacionais que compõem a estrutura de uma empresa jornalística. Segundo Pimentel e Temer, o *newsmaking* seria uma hipótese e não uma teoria, por se tratar de um sistema, uma experiência, por não “assumir uma determinada linha de pesquisa”. Esses autores apontam que Pena (2008) e Traquina (2001) concebem o *newsmaking* como pertencente à Teoria do Jornalismo; já Wolf (1994) relaciona-o à Teoria da Comunicação (PIMENTEL; TEMER, 2012, p.119). Como já relatado no Capítulo 2 desta dissertação, nesta pesquisa parte-se do pressuposto de que o jornalismo colabora com a construção das percepções da realidade.

A pensar no apontado por Tuchman (1978), da importância da objetividade jornalística caracterizada no modo pelo qual rotinas, procedimentos e práticas formatam o trabalho jornalístico, e conduzem a uma construção de “realidade”, Robert Hackett (1984), em contraponto, salientou a importância de se compreender uma estrutura profunda da empresa jornalística, adotando um posicionamento crítico. Para ele, as narrativas dos *media* não se configuram numa ausência total de imparcialidade e a construção reflete uma representação, por muitas vezes não objetiva, de uma realidade. Dentre as observações por ele trazidas, estão: além dos critérios de noticiabilidade e a lógica de produção, há a lógica da audiência, as imposições orçamentárias, a necessidade empresarial, as preferências jornalísticas, os valores individuais políticos, a ideologia como sistema de valores de uma classe, a naturalização “ideológica” (HACKETT, 1984).

No entendimento de que o trabalho jornalístico mesmo que esteja amparado por preceitos de manuais de redação e conhecimento acadêmico, a verdade sobre determinado acontecimento depende de fatores sociais e das empresas pelas quais os jornalistas estão submetidos. Por esse ângulo é possível constatar que, para além de suas rotinas produtivas com base num sistema “industrial”, a inevitabilidade de o retratado ser apenas uma “aproximação” do real, pois há a interferência humana nesse processo, demonstra que as escolhas do que será ou não publicado podem derivar de uma batalha de interesses e/ou ideologias.

Em se tratando de batalhas, na seleção de como um fato deve ser narrado, é que Entman (1993) define o enquadrar como: “selecionar alguns aspectos da realidade percebida e ressaltá-los promovendo uma definição de um problema, uma interpretação causal; uma avaliação moral e/ou um tratamento recomendado”

(ENTMAN, 1993, p. 52, tradução nossa)³⁹. Segundo o autor, a produção de uma notícia passa por um processo de seleção, ênfase ou silenciamento dos acontecidos, de forma a promover certos debates ou mesmo de modo a influenciar determinadas opiniões e atitudes (ENTMAN, 1993). Essa produção de sentidos, conforme Entman (1993), deriva de quatro instâncias que estão inter-relacionadas: o comunicador, o texto, o receptor e a cultura. O primeiro, o comunicador, pode realizar de forma até mesmo inconsciente, um julgamento prévio que o orienta conforme seu sistema de valores e crenças; o segundo, o texto, pode imprimir um conjunto de imagens, palavras e símbolos que estabeleçam sentido e formatem algum tipo de juízo; o terceiro, o receptor, pode ter “quadros” anteriores próprios, em que pensamentos e interpretações podem ou não ser influenciados pelos enfoques; e o último, a cultura, relaciona-se às “pressões” existentes no meio social e a determinados discursos e pensamentos de um grupo ou classe específica (ENTMAN, 1993). A questão do enquadramento aborda vários estudos no campo das relações sociais e humanas e sua noção se adapta conforme a especificidade da busca e as resoluções a problemas distintos.

Quanto à operacionalização do enquadramento, esta pode ser dividida em três tipos: a partir de uma análise interativa, sob a qual o foco está para o modo em que atores sociais, diante do enquadramento, o percebem; outra, uma análise discursiva, que pesquisa a respeito dessa moldura realizada pela cobertura midiática, e, uma terceira, dita *frame effects*, que estuda as consequências desse enquadramento no aspecto individual e social de um público (MENDONÇA; SIMÕES, 2012).

São muitas as variáveis de estudo do *framing*. Enquanto autores como Gamson e Modigliani (1989) priorizam “os pacotes interpretativos”, desde metáforas a chavões e imagens, Matthes e Kohring (2008) trabalham com uma análise indireta de enquadramento, em que investigam os *frames* a partir de um cruzamento de dados numa perspectiva denominada “cultural”.

Uma pesquisa que também não poderíamos deixar de mencionar é o trabalho da cobertura midiática sobre a Guerra do Vietnã, em que Todd Gitlin (1980) apresentou respostas semelhantes às identificadas por Entman (1993), da existência

³⁹No original: “To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation”.

de uma “interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão” no “discurso, seja verbal ou visual” (LEAL, 2007, não p. apud GITLIN, 1980, p.6-7)

É possível dividir os enquadramentos em dois grupos de análise, um, *generic news frames*, e outro, *issue-specific news frames*. O primeiro se refere a um gênero de análise mais geral, de coberturas diversas tanto em relação a tempo quanto lugar (DE VREESE, 2001), enquanto o segundo aborda assuntos específicos e de temas delimitados (ENTMAN, 1993). Nesse sentido, James Tankard (2001) relatou a importância de que sejam observados os focos de enquadre, e ainda, que o enquadramento “pode eliminar vozes e enfraquecer argumentos, que a mídia pode enquadrar problemas de maneira que favoreçam um lado particular demonstrando um viés explícito” (TANKARD, 2001, p.95, tradução nossa)⁴⁰. Reafirmando os pressupostos de Entman (1993) e Gitlin (1980), também descreveu que o enquadramento refere-se a um quadro de imagem submetido à seleção, ênfase e exclusão (TANKARD, 2001, p.98 apud GITLIN, 1980, não p.).

Tankard (2001) define três formas de análise: “pacote de mídia” (palavras chave para identificação de um quadro), “conceito multidimensional” (elementos ou dimensão de histórias) e “lista de quadros” (onze pontos focais) (TANKARD, 2001, p.99-104, tradução nossa)⁴¹. A análise lista de quadros identifica onze mecanismos (pontos focais) para investigação de um enquadramento: “manchetes, subtítulos, fotografias, legendas da foto, leads (o início de notícias), seleção de fontes, seleção de citações, aspas, logotipos, estatísticas, tabelas e gráficos e declarações finais ou parágrafos de artigos” (TANKARD, 2001, p. 100, tradução nossa)⁴². A respeito das operacionalizações propostas, salientamos especial interesse naquela cujos preceitos são apontados por Entman (1993) e Tankard (2001). Nesse sentido, com base em Entman (1993), executamos uma análise de enquadramento noticioso e, nos pressupostos de Tankard (2001), refletimos em uma análise própria, a partir da investigação de “pontos focais”, responsável pelo desenvolvimento de uma análise de conteúdo quantitativa de valência e eixos.

⁴⁰No original: “that news framing can eliminate voices and weaken arguments, that the media can frame issues in ways that favor a particular side without showing an explicit bias”.

⁴¹No original: “media package – multidimensional concept – list of frames”.

⁴²No original: “headline and kickers, subheads, photographs, photo captions, leads, selection of sources or affiliations, selection of quotes, pull quotes, logos, statistics, charts and graphs, concluding statements or paragraphs of articles”.

4.2. VALÊNCIA E EIXOS

O estudo que se propõe analisar seu aspecto enquanto conteúdo, se prontifica à investigação de enunciados e/ou discursos, principalmente aqueles que são empregados nos meios noticiosos e em sua relação de provocação de sentidos que causem determinada visão interpretativa (MENDONÇA; SIMÕES, 2012). A análise de conteúdo serve como ferramenta para descrever, codificar e interpretar dados que abarquem todo o conteúdo presente no texto e, assim, compreender diante de um recorte e perspectiva específicos como essas falas emolduram sentidos. Heloisa Herscovitz (2008) relata que tal método

recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas, ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação". (HERSCOVITZ, 2008, p. 126-127)

Sobre a análise de conteúdo, Laurence Bardin (2016) assevera que essa técnica, de extensa contribuição para análise das comunicações e seus correlatos, possui duas incumbências, as quais não devem ser separadas: uma de seu caráter exploratório cujo fim é uma “descoberta”, outra, com o objetivo final de certificação e validação de uma hipótese levantada (2016). A investigação proposta pela autora tem por base três fases cronológicas: 1) uma fase de pré-análise, 2) uma de exploração do material a ser examinado, e, por fim, 3) “o tratamento de resultados, a inferência e interpretação” (BARDIN, 2016, p. 125).

Primeiramente, com vistas a sistematizar a operacionalização de análise, é necessária a escolha do material a ser utilizado para pesquisa, traçando assim os objetivos a que se pretende chegar. Bardin (2016) propõe que essa primeira fase esteja submetida a um contato direto com o texto, documento ou material a ser investigado, a fim de que se possa extrair as primeiras impressões e projetar as aplicações que serão utilizadas no decorrer do processo. Para uma definição quanto ao *corpus*, este será utilizado a partir de seu universo total, ou então, a uma amostragem. Outros elementos pertinentes a essa fase são os relativos à “exaustividade, homogeneidade e pertinência”, caracterizados por: o primeiro, no

tocante à utilização de todo e qualquer elemento definido em *corpus*, sem que haja afastamento de algum sem prévia justificativa para o ato; o segundo, no que diz respeito à uniformidade dos elementos conforme critérios de escolha estabelecidos; e o terceiro, no que se refere à adequação do objetivo pretendido à análise determinada (BARDIN, 2016).

A “exploração do material”, segunda fase do processo, consiste nas “operações de codificação, desconto ou enumeração, em função das regras previamente formuladas” (BARDIN, 2016, p. 131). Assim como, a última fase compreende realizar as operações estatísticas, de maneira a fornecer resultados que permitirão a interpretação final do conjunto de procedimentos realizados.

Os procedimentos adotados a partir da coleta do material, com base nos pressupostos de análise de conteúdo, seguem para ser classificados nos seguintes eixos: a avaliação da valência, formato visibilidade e tipo das notícias. A busca será pelas notícias das capas do jornal O Globo, por estas sintetizarem o que há de mais importante a ser retratado, e também, produzirem o maior grau de atenção primária de um leitor.

Quanto ao estudo de valência, levamos em conta o apresentado por Fernando Azevedo (2001) e também incluímos os argumentos de João Feres Júnior (2016), pois as investigações de valência: “(1) enfocam o emissor somente, sem prejuízo para a análise; (2) reduzem complexidade como outras metodologias em ciências sociais; (3) não dependem do pressuposto da imparcialidade para serem feitos” (FERES, 2016, p. 278). Feres (2016) complementa que essa investigação é análoga e integrável a outras técnicas contidas, por exemplo, para análise de enquadramento (FERES, 2016, p.278). Assim, as notícias coletadas foram classificadas em positiva, negativa e neutra. Ainda que a metodologia de avaliação de valência (MAV) tenha sido criticada por Luiz Felipe Miguel (2015), seguimos o argumento de Feres (2016) que defende que o método é “um tipo de análise de enquadramento de valores extremos” (FERES, 2016, p. 283).

Para o eixo visibilidade, seguimos os preceitos descritos por Silva (1985), que determina zonas de visualização e sua relação de atenção e interesse do leitor, formatando índices de avaliação de 4 a 1. Neste, consideramos também o tamanho da tipografia apresentada. Para o formato, adotamos o proposto por Cervi e Antonelli (2007), porém, adicionamos mais variáveis como: manchete com charge, chamada com charge, charge e chamada-título com charge, visto que o material encontrado

possuía mais opções do que os pesquisadores haviam determinado. Os apontados por Cervi e Antonelli (2007, p.244) foram: manchete com foto, manchete sem foto, chamada com foto, chamada sem foto, foto-legenda, chamada-título. O tipo categoriza as notícias em informativo ou opinativo, segundo classificação mencionada por José de Melo (2003, p.42), distinguindo textos que relatam fatos dos que apresentam “opiniões explicitas”. Ainda, apresentamos a relação dos respectivos comentaristas das notícias opinativas.

5. ANÁLISE EMPÍRICA

A proposta desta primeira etapa é identificar sob qual perspectiva tais conteúdos são expostos, verificando como este enquadramento foi realizado. Como já supracitado, o *framing* considera os elementos contidos no texto e sua relação além emissor. Para Entman (1993, p. 52), esse processo pode ser compreendido a partir da: (i) identificação de um problema; (ii) um diagnóstico das causas do problema; (iii) a presença de julgamentos morais; e (iv) de eventuais soluções ou recomendações para o problema. As categorias criadas foram adaptadas ao objeto pesquisado. Assim, foram desenvolvidas e dispostas em um livro de códigos (APÊNDICE 1), elaborado após o material coletado e codificado das notícias.

Na primeira parte, a variável destinava-se a identificar o assunto predominante nas notícias. Portanto, as categorias encontradas foram: (i) Lava-Jato; (ii) Processos Judiciais contra Lula; (iii) Impeachment Dilma; (iv) Crise; (v) Lula; (vi) Familiares Lula; (vii) Eleições 2016; (viii) Dilma e (ix) Outros, conforme mostra a TABELA 1.

TABELA 1 – ASSUNTO

Assunto	Contagem	N % da coluna
Lava-jato	190	56,5%
Lula	38	11,3%
Crise	27	8,0%
Processos Judiciais contra Lula	25	7,4%
Impeachment Dilma	22	6,5%
Outros	18	5,4%
Familiares Lula	7	2,1%
Eleições 2016	5	1,5%
Dilma	4	1,2%
Total	336	100,0%

FONTE: a autora (2020).

O assunto, portanto, caracteriza a forma pela qual o jornal prioriza certos fatos e acontecimentos que são hierarquizados conforme seu “grau de importância”. Assim,

a capa ou primeira página de um jornal “representa a embalagem de todo o produto” (SILVA, 1985, p. 46). Nela, por síntese, as notícias tidas como essenciais ao público-consumidor são expostas de forma que reúnam “características e atrativos individuais” ao leitor (SILVA, 1985, p. 46).

Nas notícias analisadas, o assunto predominante era a “Operação Lava-Jato”. Das 336 notícias que faziam menção ao nome do ex-presidente, 190, ou seja, mais da metade (56,5%) das unidades pesquisadas, o nome de Lula estava presente em notícia relacionada à Lava-Jato. Como, por exemplo, em: “*Lava-Jato faz ligação explícita do Petrolão com Lula*” (14/01/2016), “*Lava-Jato se aproxima de Lula e preocupa Planalto*” (28/01/2016) e “*Caseiro dá telefone de advogado de Lula como contato de dono de sítio*” (18/02/2016).

Em segundo lugar, 38 notícias (11,3%) tinham como assunto principal o próprio ex-presidente. Exatamente metade destas notícias apresentadas, isto é, 19 unidades apresentavam conteúdo não favorável ao ex-presidente. Lula não representava à época político em exercício de cargo, apesar de nome líder do partido que governava, e, também, nome que se tornou presente em acusações diversas. Exemplos como: “*Lula sempre manipulou o radicalismo alheio*” (15/05/2016) e “*Ideia de que todo político é pilantra favorece Lula*” (21/02/2017). A “crise” foi o terceiro assunto mais abordado no período analisado, contando com 27 notícias (8%) de crise política e/ou econômica evidenciadas em tal período, excetuando-se aquelas que tratavam prioritariamente de uma causa específica, como o impeachment da Dilma. Na sequência, 25 notícias (7,4%) relacionavam o nome de Lula a “processos judiciais contra ele”, como, por exemplo, referentes à Operação Zelotes e Operação Janus (ambas operações que tiveram pouca menção e visibilidade midiática).

A menção a Lula também foi encontrada em notícias que tinham como assunto principal o *Impeachment* de sua sucessora política, Dilma Rousseff. O “Impeachment de Dilma” figurou o quinto lugar de assuntos mais abordados pelo jornal no período, contando com 22 notícias a respeito, ou seja, 6,5% do volume total pesquisado. Nessas, o nome do ex-presidente por muitas vezes era citado de maneira sobressalente ou até mesmo sem constar o nome de Dilma (quem sofria diretamente o processo), expressando a relevância política que Lula tinha no governo petista, como em: “*Lula recorre agora a Jader Barbalho*” (01/04/16), “*Lula tem buscado apoio em antigos aliados*” (01/04/16), “*Ministros e o ex-presidente Lula vão intensificar as negociações junto a parlamentares para tentar conseguir os 172 votos necessários à*

derrubada do impedimento de Dilma no próximo fim de semana” (11/04/16), por exemplo.

A categoria “outros” corresponde a 18 unidades (5,4%) do total, com assuntos variados que foram desde a cerimônia de abertura das Olimpíadas, processo de indenização contra O Globo, a posse de novo ministro da Justiça, e assim por diante. As categorias “familiares Lula”, “eleições 2016” e “Dilma” somaram, juntas, menos de 10% do total do volume de notícias pesquisado.

A partir desse levantamento, tratamos de identificar somente nas notícias que tinham como assunto predominante a Operação Lava-Jato, quais foram as principais citações das notícias, incluindo as diretas e indiretas, visto que um dos objetivos da pesquisa era verificar como o jornal O Globo realizou essa cobertura noticiosa, avaliando também em qual medida o nome de Lula estaria atrelado a tal cobertura. As categorias nomeadas foram: (i) Ausente; (ii) Lula; (iii) Dilma, PT e/ou Aliados; (iv) Outros Partidos; (v) Citados e/ou Réus; (vi) Agentes; (vii) Sociedade Civil; (viii) Defensores de Lula e (ix) Outros. Diferentemente das outras 4 análises definidas, nesta categoria há a possibilidade de mais de uma variável, ou seja, a possibilidade de mais de uma fonte encontrada em uma mesma notícia haja vista a diversidade de vozes utilizadas nos textos noticiosos. Assim, a análise se concentrou nas 190 notícias encontradas, porém, conforme dito anteriormente, o número de fontes encontradas em único texto ultrapassa o total de notícias pesquisadas, portanto o número total de fontes encontradas foi de 250 fontes, como mostra a TABELA 2.

TABELA 2 – FONTES

VARIÁVEL	CATEGORIAS	ASSUNTO	
		Lava-Jato	
		Contagem	% da coluna
	Ausente	67	26,80%
	Agentes	63	25,20%
	Citados e/ou réus	48	19,20%
	Lula	32	12,80%
	Dilma, PT e/ou aliados	12	4,80%
	Defensores de Lula	8	3,20%

	Outros partidos	8	3,20%
	Outros	6	2,40%
	Sociedade Civil	6	2,40%
	Total	250	100%

FONTE: a autora (2020).

De um modo geral, as notícias eram, em sua maioria, sem citações diretas ou indiretas e somaram 67 unidades (26,8%). Em 63 unidades (25,2%), as vozes dos “agentes” foram selecionadas/autorizadas a compor a notícia. Se comparado à quantidade de notícias que tiveram a voz do ex-presidente “Lula” em sua composição, temos um número menor, de 32 unidades (12,8%). Um dado importante foi observado nas que continham citação de “agentes”, bem como citação de “Lula”, somente. Enquanto “agentes” seriam as vozes de ministros ou juízes do STF, juízes de primeira e segunda instância, MPF, Procuradoria-geral, polícia federal, entre outros, em sua maioria vozes de acusação, a voz de “Lula” não significava exatamente uma defesa ou contraditório do ex-presidente, como o demonstrado em: “*Lava-Jato força Lula a depor, e petista apela à militância...*” (05/03/16); “*Carmen Lucia defende Lava-Jato, Lula pede pressão*” (24/03/16); “*Lula ainda tenta adiar depoimento a Moro*” (10/05/17), entre outras. Como assevera Kunczik (1998, p. 270), mesmo que a questão do pouco tempo disponível seja um obstáculo permanente a jornalistas certificarem a confiabilidade das citações no texto, ainda assim, há outras formas de divulgar uma informação objetiva, a qual o autor justifica afirmando que

existem acontecimentos e afirmações cuja verdade não pode ser comprovada porque se encontram fora da experiência pessoal do jornalista. Grande parte da matéria-prima do jornalista consiste nas opiniões expressas pelos políticos, comunicados de organizações, empresas, etc. A única forma de evitar acusações de parcialidade é deixar que fale também o oponente. A apresentação de opiniões contrárias não significa fazer uma declaração sobre a veracidade de um informe, mas colocá-la lado a lado com outras declarações para elevar a credibilidade do órgão informativo. Supõe-se que o jornalista “objetivo” permite que o consumidor das notícias decida quem diz a verdade. O resultado é uma cobertura “equilibrada”. (KUNCZIK, 1998, p. 270)

Além disso, outro dado relevante a ser comentado é que vozes de “citados e/ou réus” da Operação Lava-Jato tiveram saliência no conteúdo pesquisado, 48 unidades (19,2%) continham citações daqueles que estavam sofrendo processo de acusação ou que iriam sofrer. A questão da delação premiada pode ter tido interferência para tal acontecimento, posto que a continuidade do processo demandava, em sua maioria, de acusações a outros nomes para que fosse concedido benefício legal ao réu. Como exemplo: “*Delatores e Lula têm versões contraditórias sobre indicação à BR*” (13/01/2016) e “*Lula discutia divisão no esquema, diz deputado*” (28/05/2016).

Na quinta posição, “Dilma, PT e/ou aliados” corresponderam a 12 unidades (4,8%). Nas notícias, a voz em texto foi dada a Dilma Rousseff, políticos do PT e/ou seus aliados políticos. O período analisado nesta dissertação inicia na data de abertura do processo de *impeachment* de Dilma (02/12/15) e transpassa o dia do afastamento da ex-presidente (31/08/16). Após essa data, notamos que das 40 notícias que traziam como assunto principal a Lava-Jato, a fala da ex-presidenta é ínfima, sendo quase todas elas (retirando-se uma única) descritivas.

Com oito unidades (3,2%), tanto a categoria “defensores de Lula” quanto a categoria “outros partidos” partilharam da mesma quantidade de voz em texto nas capas pesquisadas. Para a primeira, a fala contava com advogados de defesa de Lula ou representantes, movimentos sindicais e/ou entidades com vínculo a ele, como, por exemplo, o Instituto Lula. Já a segunda, a fala foi concedida a políticos pertencentes a outros partidos, considerando todos aqueles que faziam oposição no período, excluindo os pertencentes ao PT ou partidos aliados ao PT. Logo em seguida, a categoria “outros” e a categoria “sociedade civil” somaram seis unidades (2,4%) cada uma. Há que se mencionar também que a categoria “fontes” foi disposta em uma tabela de cruzamento de dados com as frequências recodificadas no Apêndice 1.

Dando seguimento, verificamos as principais causas descritas ou apontadas pelos jornalistas nas notícias, com indicações da origem do problema em questão, seja por elementos intertextuais, seja pelos descritos no texto. As categorias encontradas foram: (i) Ausente; (ii) Liderança política; (iii) Figura pública (iv); Culpa partido; (v) Crise; (vi) Corrupção; (vii) Má administração; (viii) Operação; (ix) Política; (x) Múltiplas e (xi) Outras. A partir disso, por ausência de ocorrência da categoria “Má Administração”, a mesma foi retirada da contagem. Os resultados estão dispostos na TABELA 3, a seguir.

TABELA 3 – CAUSAS

VARIÁVEL	CATEGORIAS	ASSUNTO	
		Lava-Jato	
		Contagem	% da coluna
CAUSAS	Corrupção	87	45,60%
	Operação	61	32,10%
	Ausente	14	7,40%
	Figura pública	11	5,80%
	Múltiplas	4	2,10%
	Crise	3	1,60%
	Culpa partido	3	1,60%
	Outras	3	1,60%
	Liderança política	2	1,10%
	Política	2	1,10%
	Total	190	100%

FONTE: a autora (2020).

A categoria “corrupção” corresponde a notícias que atribuíam como causa o desvio de conduta ou prática de ilícito, ação ou resultado de suborno em benefício próprio ou de outrem, utilização de recursos para obtenção de informações, entre outros decorrentes de práticas indevidas. Esta categoria representou 87 das 190 notícias da Lava-Jato, liderando com 45,6% do total de notícias pesquisadas. De certa forma, por uma percepção quase lógica, a “corrupção” apresentada como causa era esperada aparecer nas notícias analisadas, visto que a própria Operação se anunciava “como maior iniciativa de combate à corrupção” e, como tal, foi encontrada nos textos noticiosos do jornal pesquisado. Notícias como: “*Investigado Lula terá de explicar triplex e sítio*” (30/01/2016) e “*Delator: Lula é o "amigo" em planilha da corrupção*” (08/03/2017).

Com 61 unidades, a própria “Operação”, isto é, seus procedimentos comuns, está associada como causa dos fatos noticiados e que ocorreram durante o processo da Lava-Jato, como a delação premiada, o áudio vazado, o depoimento de Lula e outros decorrentes de seu mecanismo de investigação. Tal categoria somou um percentual de 32,1% do total. Em seguida, 14 não apresentaram causas para o fato

ou acontecimento noticiado, equivalendo a 7,4% do total das unidades analisadas. Por exemplo, temos: “*A irritação do ex-presidente Lula com o cerco da Lava-Jato*” (01/03/2016), “*Gilmar Mendes suspende nomeação de Lula e devolve inquérito a Moro*” (19/03/2016) e “*Rosa Weber decidirá pedido de Lula*” (22/03/2016).

Com 5,8%, ou seja, 11 unidades, a causa estava atrelada à força político-partidária de Lula como central na ocorrência dos fatos, melhor dizendo, à sua liderança como “figura pública”, porém aqui tratada como influência negativa. Na categoria “múltiplas”, com apenas quatro unidades (2,1%), encontram-se notícias em que subentendia-se mais de uma causa encontrada, ou então, provocavam dúvidas quanto a uma só causa existente, tendo em seus textos causas diversas noticiadas em uma suposta imparcialidade.

Ainda, contrariando o esperado, apenas três unidades (1,6%) se referiam a “culpado partido” petista como motivo do fato ou acontecimento descrito na notícia analisada. Com três unidades, a categoria “outras” teve causas diversas às categorias apresentadas e somou somente 1,6% do valor total. Na sequência, duas das unidades analisadas (1,1%) tinham como categoria “liderança política”, isto é, causa com argumentos favoráveis a Lula, dos quais a figura dele é vinculada a benfeitorias realizadas no passado e/ou presente, em seu vínculo e defesa de trabalhadores, sindicalistas, movimentos sociais ou, então, na valoração de seu personagem, atributos favoráveis e/ou qualidades, na sua força política vista como benéfica, nos quais podem se relacionar também com argumentos de defesa de Lula no processo da Lava-Jato. A categoria “política” também foi encontrada como causa presente em duas unidades (1,1%). Nela, a causa está associada a procedimentos comuns da política, como a aliança política realizada entre partidos e nomes de partidos, campanha ou relativos a atores políticos. As categorias “familiar” e “má administração” não tiveram nenhuma ocorrência.

Uma das propostas de análise com base em Entman (1993) é o julgamento. Nesta variável isolamos o principal personagem e objeto de pesquisa proposto, Lula, e elencamos as avaliações projetadas na narrativa linguística do jornal (que têm nas falas, pensamentos ou ações reproduzidas em discurso direto ou indireto do jornalista). Assim, chegamos a uma lista de adjetivos/substantivos que caracterizam papéis associados a Lula e/ou atributos de personalidade. Dessa maneira, as categorias elencadas foram: (i) Ausente; (ii) Competente; (iii) Incompetente (iv);

Vítima; (v) Vilão; (vi) Honesto; (vii) Desonesto; (viii) Ambíguo; (ix) Líder; (x) Oportunista (xi) Enfraquecido; (xii) Outro.

Sendo assim, reduzimos ainda mais as categorias devido à ausência de ocorrência de duas delas, retirando tanto a categoria “competente” quanto a categoria “honesto”. Uma vez que não obtiveram nenhuma ocorrência, este resultado por si só já revela um dado. Não há, nas notícias pesquisadas, nem o atributo de que Lula foi “competente” em suas ações, discursos e/ou atos, fazendo uma referência positiva às capacidades e/ou conhecimentos do ex-presidente, nem que foi “honesto” em suas ações, discursos e/ou atos, sem a prática de ilícitos, os quais poderiam estar descritos de forma direta ou indireta na notícia. A TABELA 4 apresenta os detalhes da variável julgamento.

TABELA 4 – JULGAMENTO

VARIÁVEL	CATEGORIAS	ASSUNTO	
		Lava-Jato	
		Contagem	% da coluna
JULGAMENTO	Vilão	81	42,6%
	Desonesto	44	23,2%
	Ambíguo	21	11,1%
	Ausente	17	8,9%
	Outros	9	4,7%
	Enfraquecido	8	4,2%
	Líder	5	2,6%
	Oportunista	4	2,1%
	Vítima	1	0,5%
	Total	190	100%

FONTE: a autora (2020).

A categoria mais encontrada, compondo 81 unidades (42,6%), foi a de “vilão”. Nela, o descrito em notícia poderia incitar que Lula era culpado nos acontecimentos, ou que era responsável por algum acontecimento desfavorável que incidisse diretamente na população ou governo, ou na possibilidade dele estar associado a outro nome de partido, vinculando-o culpado ou corresponsável nos fatos descritos.

Nesse sentido, essa categoria representa um dos principais resultados obtidos nesta pesquisa, já que aponta resposta ao questionamento inicial levantado: se os textos noticiosos do jornal O Globo faziam menção a uma possível culpabilidade do ex-presidente Lula. Como exemplos: *“Lava-Jato faz ligação explícita do Petrolão com Lula”* (14/01/2016), *“Lula fez 111 viagens ao sítio de Atibaia”* (02/02/2016), *“Lula é vítima de sua vaidade e ambição desmedida”* (15/02/2016); *“Para o chefe e a madame. Mensagens mostram que dois dirigentes da OAS discutiram detalhes sobre reformas no sítio frequentado por Lula e no triplex”* (20/02/2016), *“Delator: Lula mandou comprar silêncio de Cerveró”* (04/03/2016), *“Lava-Jato desmente versão de Lula sobre triplex”* (06/03/2016), *“PF encontra cofre com presentes de Lula”* (12/03/2016); *“Lula ganhou não o Ministério, mas um salvo-conduto”* (17/03/2016), *“O pior dos diálogos foi Lula interferir na atuação da Receita Federal”* (19/03/2016), entre outros. Ressaltamos também que essa categoria se difere da categoria “desonesto”. A categoria “desonesto”, que vem logo em seguida com 44 unidades (23,2%), apesar de se assemelhar à primeira, tem como característica textos que relativizam que o ex-presidente poderia ter sido culpado, enquanto a categoria “vilão” traz consigo incitações e/ou afirmações. Portanto, tal categoria é fruto do entendimento de que há textos cuja descrição possui termos não afirmativos, bem como suposto, suspeita, presunção etc, ou apresenta fatos de maneira a não atestar, ou, ainda, confere certa dúvida se Lula é mesmo culpado, assegurando sua presunção de inocência.

A seguir, na terceira posição, está a categoria “ambíguo”, somando 21 ocorrências (11,1%). Nela, não foi possível definir um julgamento moral prioritário acerca de Lula, ou então, em uma mesma notícia, julgamentos contraditórios eram dispostos em equivalente proporção. Como exemplos: *“STF envia inquérito de Lula a Moro e anula escuta de Dilma”* (14/06/2016) e *“Lula se diz mais honesto que Moro”* (25/03/2017).

Na quarta posição, a categoria “ausente” representou 17 unidades, isto é, 8,9% do total. Como o próprio nome diz, essa categoria retrata a ausência em notícia de um julgamento moral a Lula. Logo em seguida, a categoria “outros” computou nove unidades (4,7%). Nessa, encontramos julgamentos morais que eram dispostos, e até mesmo escritos *ipsis litteris*, tais como: “grosseiro”, “sexista”, “autoritário”, e assim por diante. O próximo identificado foi “enfraquecido”, com oito unidades, somando 4,2%. O termo “enfraquecido” engloba todas as notícias que davam a entender que Lula

estava fisicamente abalado, desacreditado e/ou sem forças morais ou políticas, podendo também significar que havia uma tendência do ex-presidente a se vitimizar.

A categoria “líder” vem na sétima posição, com cinco unidades (2,6%). Este, em específico, é um julgamento que insinua que o ator político Lula se caracteriza em sua figura de líder e/ou pessoa carismática, ou seja, faz uma referência no sentido positivo de liderança. O próximo encontrado, com quatro unidades (2,1%), foi o “oportunista”, termo no qual fica subentendido nas notícias que o ator político Lula tira proveito das oportunidades e relacionamentos políticos em benefício próprio. Na última posição, “vítima” apresenta apenas uma unidade, ou seja, 0,5% do total analisado. Aqui, o termo “vítima” considera, em acontecimentos descritos em notícia, que Lula é tido como inocente ou que não é responsável por algum ato desfavorável que incida diretamente à população e/ou governo.

Por fim, temos a recomendação de tratamento, quando a notícia supõe alguma solução para o problema e que, geralmente, está inserida na frase final do texto. As variáveis contavam com os termos: (i) Ausente; (ii) Acusação contra Lula; (iii) Defesa de Lula (iv); Acusação contra PT; (v) Acusação contra outros partidos; (vi) *Impeachment* de Dilma; (vii) Defesa de Dilma; (viii) Continuidade do Processo; (ix) Outros, conforme a TABELA 5.

TABELA 5 – TRATAMENTO

VARIÁVEL	CATEGORIAS	ASSUNTO	
		Lava-Jato	
		Contagem	% da coluna
TRATAMENTO	Ausente	105	55,30%
	Acusação contra Lula	28	14,70%
	Defesa de Lula	19	10,00%
	Outros	16	8,40%
	Continuidade do processo	13	6,80%
	Acusação contra outros partidos	3	1,60%
	Acusação contra PT	3	1,60%
	Defesa de Dilma	2	1,10%
	Impeachment de Dilma	1	0,50%
	Total	190	100%

Das 190 notícias analisadas, 105 têm a recomendação de tratamento “ausente”, ou seja, mais da metade (55,30%) não emitia nenhum tipo de “tratamento”. Em segundo lugar, com 28 unidades (14,70%), a solução apresentada incitava algum tipo de “acusação contra Lula”, ou então apresentava que o ex-presidente deveria ou poderia ser condenado pelas acusações que o envolviam no processo da Operação Lava-Jato. Veja-se: *“A PF achou em depósito caixas de mudança do petista referentes a praia e sítio”* (10/03/2016), *“O petista é acusado pelo ex-senador Delcídio de ordenar a compra do silêncio de Cerveró, delator da Lava-Jato”* (11/06/2016) e *“Lula, porém, não rebateu as evidências de que foi beneficiado por empreiteiras”* (16/09/2016).

Em contrapartida, 19 unidades (10%) apresentavam no final da frase o oposto disso, isto é, uma “defesa de Lula”. No entanto, urge assinalar que em grande parte dos textos encontrados essa defesa consistia, por muitas vezes, em uma única e última frase de defesa, perante um texto significativamente direcionado a supostas acusações contra o ex-presidente. Na quarta posição, “outros”, com 16 unidades (8,40%), o encontrado foram recomendações de tratamento diversas que não correspondiam às principais categorias elencadas. Em 13 delas (6,80%) a recomendação de tratamento sugeria que uma provável continuidade da Operação Lava-Jato ocorresse. Desse modo, podemos inferir uma possível inclinação do periódico a um “incentivo” de forma indireta à própria Operação. Veja-se: *“A ministra também reforçou a equipe do relator da Lava-Jato, Edson Fachin, para acelerar a análise dos processos”* (18/04/2017) e *“Palocci disse a Moro: Posso dar um caminho que vai lhe dar mais um ano de trabalho, que faz bem ao Brasil”* (21/04/2017).

Em seguida, com apenas três unidades (1,60%), “acusação contra outros partidos” foi encontrada; sob a mesma cifra, “acusação contra o PT” somou também três unidades (1,60%). Vale dizer que a variável “acusação contra o PT” excluía prontamente aquelas consideradas somente contra Lula. Nesse sentido, mesmo o assunto principal sendo a Operação Lava-Jato, ainda assim foram encontradas recomendações de tratamento que envolviam o nome da presidente Dilma Rousseff. Com duas unidades (1,10%), a categoria “Defesa de Dilma” foi verificada, correspondendo a soluções com argumentos favoráveis à presidente, ditos ou não por ela mesma. Em último lugar, a solução apontada como *“Impeachment de Dilma”* figurou uma unidade (0,50%).

5.1. ANÁLISE DE VALÊNCIA E EIXOS

Nesta etapa, as páginas identificadas conforme seu conteúdo e data foram classificadas quanto à “valência”, “formato”, “visibilidade” e “tipo”. Na variável “valência”, os estudos partiram da argumentação de interpretação de fatos, baseada em avaliações negativa, positiva e neutra. O meio noticioso pode imprimir criticidade em sua forma de abordagem nas notícias, nas quais ele enquadra e infere saliência em determinado assunto, resultando num “saldo de informações”, sendo, por assim dizer, também “benéfica, prejudicial ou neutra” à imagem do ex-presidente (AZEVEDO, 2001, s/p). Consideramos,

Valência positiva-matérias sobre ou com o político a respeito de programas de governo; promessas; declarações dele ou do autor da matéria ou de terceiros (pessoas ou entidades) favoráveis (contendo avaliação de ordem moral, política ou pessoal); resultados de pesquisas ou comentários favoráveis. **Valência negativa**-matérias reproduzindo ressalvas, críticas ou ataques (contendo avaliação de ordem moral, política ou pessoal) do autor da matéria, de candidatos concorrentes ou de terceiros ao político pesquisado; resultados de pesquisas ou comentários desfavoráveis. **Valência neutra**-matérias sobre procedimentos comuns políticos, matéria sobre ou citação de candidato sem avaliação moral, política ou pessoal do candidato, do autor da matéria ou de terceiros, contextualização da política. (AZEVEDO, 2001, não p., grifo do autor).

Sendo assim, seguimos o também disposto por Azevedo (2001), julgando por valência neutra aquelas notícias em ambiguidade, em que critérios favoráveis e contrários eram apresentados ao mesmo tempo.

Quanto ao “formato”, em semelhança à ordem decrescente de importância dada pelo jornal a um tema, classificamos por: manchete com foto, manchete com charge, manchete, chamada com foto, chamada com charge, chamada, foto-legenda, charge, chamada-título com charge, chamada-título (CERVI; ANTONELLI, 2007, p. 244).

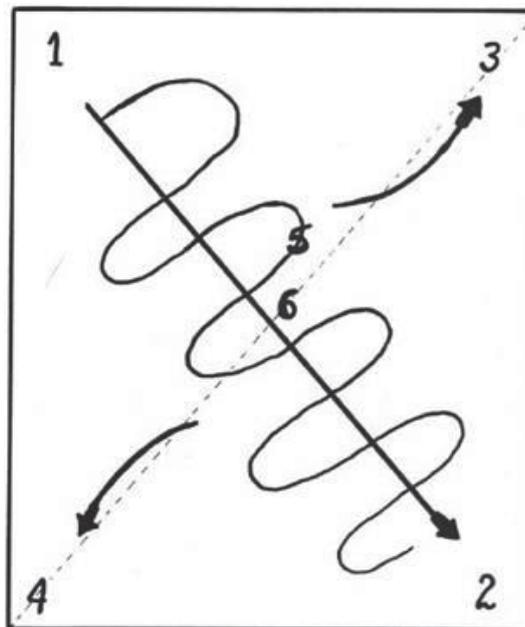
No que se refere à “visibilidade”, os critérios de análise foram determinados segundo a zona de visualização da página a partir dos achados em estudo de Silva (1985). Nessa variável, tivemos que acrescentar duas medidas. A primeira: uma tabela de ordem de atração e interesse decrescente, conforme Silva (1985). A segunda: uma classificação que considerasse o tamanho de uma fonte escrita no jornal e sua relevância para a atenção do leitor, pois, como afirma José de Melo

(2003), o discurso neutro passa a enfático se considerarmos que os enunciados “representam um discurso marcado” do texto.

A ênfase consiste portanto no uso de intensivos, de processos de reforço destinados a colocar em destaque um ou vários elementos de um enunciado, exagerando-o, acentuando-o, ou seja, aumentando o valor ou o impacto afetivo de um enunciado. (MELO, 2003, p.92)

Destarte, a partir do diagnóstico desses pontos relevantes, categorizamos a “visibilidade” em valores: 4, 3, 2 e 1, com subclassificações em: título grande (manchete); título grande; título médio ou subtítulo; e título pequeno ou texto. Nessa perspectiva, conforme apresentado na FIGURA 5 abaixo, o valor 4 refere-se à zona primária, zona de maior grau de atenção inicial, ou seja, está localizada no número 1 da figura; o valor 3 compreende o centro ótico e o centro geométrico, zonas de grande importância para visualização e está contido nos números 5 e 6; o valor 2 equivale a zonas secundárias de visualização, ou seja, está no número 2; e o valor 1, corresponde a zonas mortas, ou seja, está localizado nos números 3 e 4.

FIGURA 5 – ZONAS DE VISUALIZAÇÃO DA PÁGINA



1. Zona primária
2. Zona secundária
3. Zona morta
4. Zona morta
5. Centro ótico
6. Centro geométrico

FONTE: SILVA (1985, p. 49).

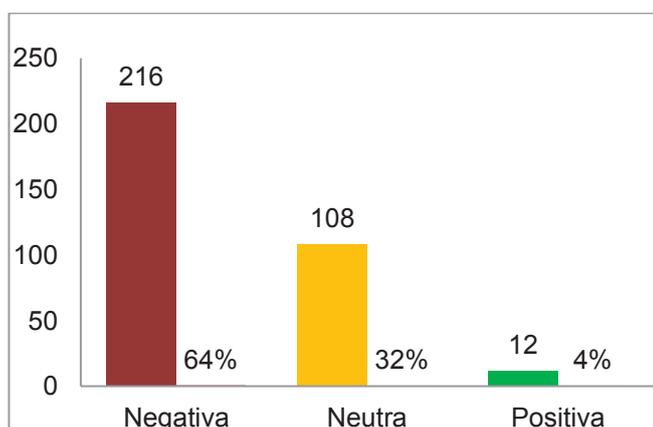
Por fim, no último eixo, analisamos qual é o “tipo” de notícia, definindo se ela é informativa ou opinativa, conforme o esquema simplificado por José de Melo (2003). A informativa corresponde, em seu princípio funcional, a um relato, descrição de um fato ou acontecimento. A opinativa, por sua vez, na inserção de uma opinião, um ponto de vista sobre o fato ocorrido.

Nesse sentido, as análises seguintes verificam não somente a quantidade de notícias negativas, positivas e neutras, como também pontuam de que forma e onde estão localizadas em página.

5.1.1.Valência total

Os resultados das notícias investigadas demonstraram, conforme GRÁFICO 1 apresentado, que 64% de um total de 336 notícias, isto é, 216 se apresentaram de forma negativa e que 32% (108 unidades) eram neutras e somente 4% (12 unidades) eram positivas. Dentre as poucas que foram pontuadas como positivas, notamos que estas, em sua maioria, consideraram a fala do ex-presidente Lula, Dilma e outros, possibilitando um enquadramento que demarcou proeminência a atitudes do governo, como em: *“Aliados de Lula e Dilma fazem atos em todos os estados”* (19/03/16), *“Dilma nega renúncia e diz que teria orgulho de Lula no governo”* (12/03/16) e *“Lula propõe diálogo”* (04/02/17) ou a voz de personagens importantes do processo, indicando dúvida, questionamento ou objeções ao processo da Lava-Jato, como em: *“...relator da Lava-Jato, o ministro do STF, Teori Zavascki criticou a apresentação da denúncia contra o ex-presidente Lula no caso do triplex em Guarujá...”* (05/10/16).

GRÁFICO 1 – VALÊNCIA TOTAL



FONTE: a autora (2020).

Já nas consideradas neutras, a pesquisa apontou exemplos como estes: *“Socorro discreto. Dilma defenderá Lula, mas de modo comedido”* (07/02/16), *“Brasília com Dilma ou rua com PT, o dilema de Lula”* (12/03/16) e, ainda, também em: *“Movimentos sociais e centrais sindicais decretaram ontem ‘estado de alerta’ em defesa do ex-presidente Lula e planejam ir hoje ao prédio do Tribunal de Justiça de São Paulo, para pressionar a juíza Maria Priscilla a não aceitar o pedido de prisão preventiva...”* (11/03/16). Outrossim, notícias como *“Lula ministro significará mudança de rumo na economia”* (13/03/16), por não identificar se Lula faria uma mudança positiva ou negativa na economia, não possibilitaram determinar se eram favorável ou contrária.

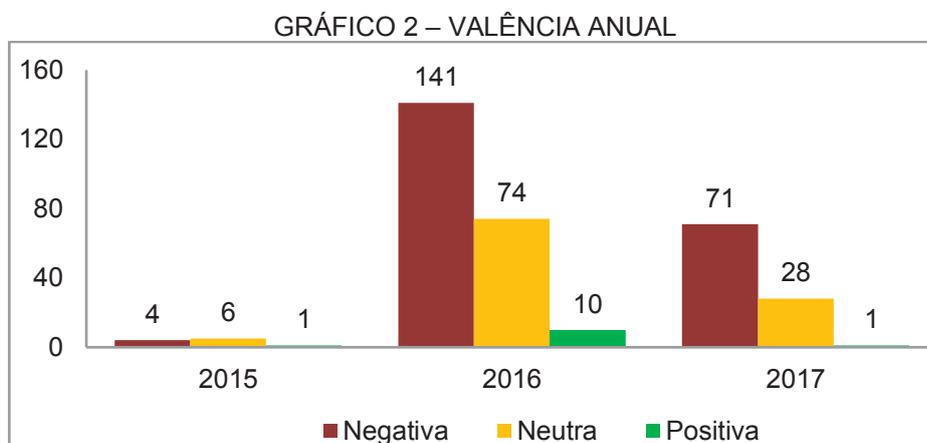
Quanto às notícias negativas, que são a maioria, reunimos tanto as que tratavam de fazer um julgamento moral negativo, bem como as que só narravam um acontecimento não favorável a respeito do ex-presidente. Isso se deu justamente por adotarmos a perspectiva de estudos de enquadramento, que explicitam que para toda informação que é disseminada, há uma moldura, forma, saliência, ênfase ou silenciamento a determinado assunto. Por exemplo, uma chamada relatava que: *“Triplex era mesmo de Lula”* (05/06/16), com um título de tamanho inferior na parte superior com o escrito *“palavra de delator”* (05/06/16), o qual poderia induzir o leitor, numa primeira leitura rápida, à interpretação de que a propriedade era do ex-presidente. Em um texto que continha *“...o zelador do prédio onde Lula tinha a polêmica cobertura tenta se eleger vereador de Santos com o nome Afonso Zelador do triplex”* (02/09/16), a frase *“onde Lula tinha a polêmica cobertura”* (02/09/16) não relativiza a propriedade do ex-presidente, ou seja, não há nela qualquer elemento que produza a dúvida, como o emprego da palavra supostamente ou outra que viabilize o entendimento de que poderia ser ou não propriedade do ex-presidente.

Também foi observado, no dia 18 de março de 2016, um dia após o vazamento do áudio entre Lula e Dilma, oito menções (em apenas uma capa do jornal O Globo) feitas a Lula, todas de forma negativa, como em: *“Judiciário repudia ofensas e suspende manobra de Lula”* (18/03/16), *“Os convites para a posse do ex-presidente Lula como ministro da Casa Civil foram enviados com antecedência de apenas 14 horas, contrariando versão do Planalto de que a cerimônia já estava marcada pra ontem”* (18/03/16), *“Minuta indica que sítio seria repassado a Lula”* (18/03/16), *“O vice de Dilma e o presidente do Senado boicotaram a posse de Lula”* (18/03/16), e em

opinativas como o editorial: “*Vale-tudo empurra Dilma e Lula para a ilegalidade*”, e as de Merval Pereira, Nelson Motta e Ilmar Franco: “*Grampo revela um Lula sexista e autoritário*” (18/03/16), “*Grampo traz de volta o “Lulão pau e rancor”*” (18/03/16) e “*Divulgação de grampo põe em risco articulação de Lula*” (18/03/16). Estes exemplos demonstram uma saliência de notícias com pré-julgamento nas ações dos ex-presidentes, com exceção da manchete que trazia apenas que “*Lula afirmou que respeita o Judiciário e pediu justiça*” (18/03/16).

5.1.2.Valência anual

Em relação ao percentual de avaliação de valência conforme os anos pesquisados, os valores apresentados formam um total de 36% de negativas para 2015 (de 11 notícias no total), 63% de negativas para 2016 (de 225 notícias no total) e 71% para 2017 (de 100 notícias no total), tendo, para estes anos, respectivamente, 55% de neutras, 33% de neutras e 28% de neturas, conforme apresentado no GRÁFICO 2 abaixo.



FONTE: a autora (2020).

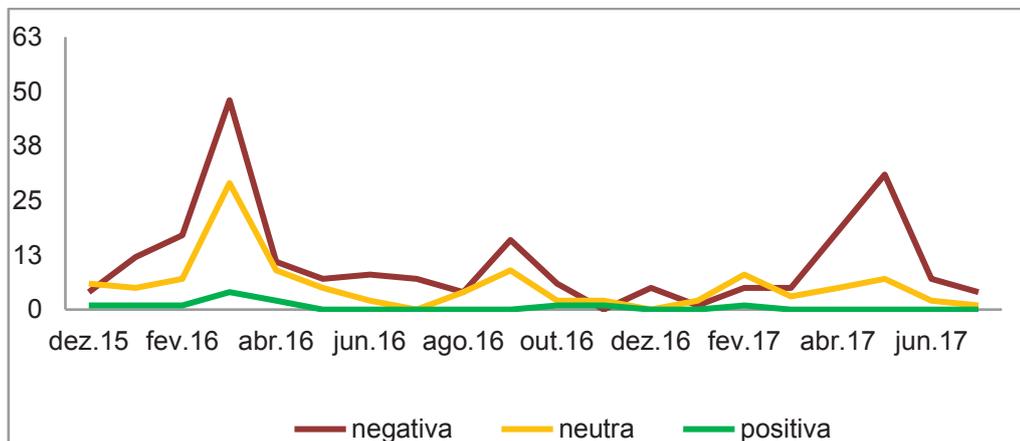
Algo também relevante a ser demonstrado é a comparação entre esses três anos consecutivos. Tendo em vista que em 2015 a análise só considerou o mês de dezembro, e este a partir do dia 2, e, no ano de 2017, todos os meses até a data de 13 de julho de 2017, ainda assim um resultado chama a atenção. Se exemplificarmos por números e não por percentuais, temos o equivalente em quantidades de notícias positivas tanto para 2015 quanto para 2017. Apesar de a quantidade de dias computados ser desproporcional, apenas uma notícia positiva foi identificada no ano

de 2015 (mês dezembro) e apenas uma também foi identificada no ano de 2017 (período de aproximadamente um pouco mais de 6 meses), o que culmina numa outra interpretação em termos percentuais, as notícias positivas decresceram de acordo com os anos: 9% para 2015, 4% para 2016 e 1% para 2017. É possível dizer, então, que as notícias favoráveis, e que eram expostas através de alegações ou discursos favoráveis a Lula, foram decrescendo conforme os anos, anos estes em que a Operação Lava-Jato disputava de forma progressiva os holofotes do palco midiático.

5.1.3.Valência mensal

Outro resultado importante a ser comentado é referente aos ápices de cobertura noticiosa que foram identificados com valência negativa. Conforme os resultados que obtivemos e apresentados no GRÁFICO 3 a seguir, três momentos tiveram um alto índice. O primeiro em março de 2016, o segundo em setembro de 2016 e o terceiro em maio de 2017. Em março de 2016, 48 notícias negativas mencionavam o nome Lula.

GRÁFICO 3 – VALÊNCIA MENSAL



FONTE: a autora (2020).

Para uma análise mais detalhada, é necessário recorrer à contextualização dos acontecimentos e identificá-los em consonância com os noticiados. No dia 4 de março de 2016, o ex-presidente foi conduzido coercitivamente para depor, referente à 24ª fase da Operação Lava-Jato, ação que pretendia investigar possíveis crimes de corrupção e lavagem de dinheiro e relacionados à Lula. Nesse dia o jornal O Globo

dedicou três notícias que relatavam o caso. Em duas, as notícias projetavam a culpabilidade de Lula diante das alegações de crime. No subtítulo da manchete havia em negrito: *“Delator: Lula mandou comprar silêncio de Cerveró”* (04/03/16), e ainda, em uma chamada-título de um colunista havia: *“Lula tudo controlava mas a casa caiu”* (04/03/16). Nos dias posteriores, há uma sequência de relatos negativos a respeito do ex-presidente. Podemos dizer que quanto à narração dos fatos, ora foram dados como uma “verdade” sobre Lula, em: *“Lava-Jato desmente versão de Lula sobre triplex”* (06/03/16), *“O presidente do Instituto Lula, Paulo Okamoto, disse ontem que a cobertura vizinha à do ex-presidente Lula precisava ser comprada por um conhecido...”* (08/03/16), *“PF encontra cofre com presentes de Lula”* (12/03/16), *“Crise econômica de Dilma pode afetar legado de Lula”* (06/03/16), ora para descrever Lula de forma estereotipada, que precisava recorrer a auxílio ou, então, vitimizado, como em: *“Lava-Jato força Lula a depor, e petista apela à militância”* (05/03/16) e *“Ao determinar condução coercitiva, Moro deu a Lula papel de vítima”* (06/03/16) e *“Lula se diz vítima mas deve perdão ao caseiro que prejudicou”* (08/03/16).

Neste mesmo mês, no dia 9 de março, o Ministério Público de São Paulo (MPSP) denunciou o ex-presidente por lavagem e ocultação de patrimônio, fato que recebeu manchete no dia seguinte no jornal O Globo. No dia 16 de março, a presidente Dilma Rousseff nomeou Lula ministro da Casa Civil e as notícias do dia eram: uma, que projetava novamente a culpabilidade de Lula, em: *“Janot vai pedir investigação de Lula, Temer, Mercadante e Aécio”* (16/03/16), outra, que associava a volatilidade do mercado financeiro à nomeação de Lula, induzindo a uma possível interpretação de que tal ato praticado pela presidente era “ruim” para “economia” e, ainda, uma terceira, que incitava o entendimento de que o ato da presidente era uma tentativa de desvio do processo da Operação Lava-Jato, em: *“Tentativa de fugir de Moro com nomeação é abraço de afogados entre Lula e Dilma”* (16/03/16).

Após o vazamento de áudio entre Lula e Dilma, um trecho do diálogo estampava a quase totalidade de capa do jornal, com a seguinte frase no meio do texto: *“...nomeado presidente da Casa Civil pela presidente Dilma para ganhar foro privilegiado no STF e escapar de decisões do juiz de primeira instância Sergio Moro...”* (17/03/16). Fora essa acusação, outras quatro chamadas-título de colunistas continham discursos irônicos e/ou condenatórios quanto ao procedimento tomado pela então presidenta Dilma Rousseff. Como enfatiza João Feres Júnior e Luna de Oliveira Sassara (2016), em sua investigação da cobertura noticiosa dada a Dilma

Rousseff (trabalho que faz referência a esta mesma exposição midiática), há um “desacordo moral e prático”, no qual tal cobertura não poderia ser evidenciada de maneira tão exacerbada, dada a condição do ato e sua possível ilegalidade prática. Nos dois dias seguintes a este fato, muitos deles ainda rememoravam o diálogo ou o ato de Dilma, em sua maioria de forma desfavorável, contabilizando um total de 12 negativas, uma positiva e uma neutra. Dos dias 20 de março a 30 do mesmo mês, houve uma preponderância de notícias neutras sobre as negativas, contabilizando 12 neutras e 4 negativas.

No dia 15 de setembro, uma manchete com foto tinha no início do texto a frase *“Em sua manifestação mais dura, a Lava-Jato denunciou à Justiça o ex-presidente Lula sob a acusação de ser o “comandante máximo” do esquema de corrupção na Petrobras...”* (15/09/2016). Este episódio se referia a uma apresentação de PowerPoint do procurador Deltan Dallagnol com um sumário de supostas acusações contra o ex-presidente, intitulando-o *“comandante máximo de esquema criminoso”*. O procurador, sem ter uma denúncia estruturada das acusações, afirmou ainda que: *“não tinha prova, mas tinha convicção”*.

Vale lembrar o comentado por Kunczik (1998, p. 271) a respeito do emprego de aspas. O autor afirma que “os jornalistas consideram a citação de opiniões de outras pessoas como evidência de apoio. Ao citar as afirmações de outros, os jornalistas se escondem por trás delas, enquanto as aspas aumentam sua distância do citado”. No caso específico, a utilização da citação em aspas como título de manchete pode evidenciar uma tentativa de descolamento da imprensa no sentido de representar como “não sendo ela que está falando”, mas ainda assim, pode corroborar na projeção da denúncia apresentada.

No mesmo dia, duas chamadas-título de colunistas também enfatizavam o acontecido, uma descritiva do fato e outra com julgamento moral a respeito do ex-presidente. Na sequência, um dos fatos narrados que teve maior ênfase aconteceu no dia 20 de setembro, no qual Sérgio Moro acatou denúncia apresentada pelo Ministério Público contra Lula e deu continuidade ao trâmite. Na manchete do dia seguinte, o título salientava que *“Lula vira réu pela 2ª vez e será julgado por Moro”* (21/09/16).

Outro momento que teve destaque em manchete foi quando o ex-ministro Antonio Palocci foi preso. No subtítulo da notícia era apresentado Antonio Palocci como ex-ministro de Lula e Dilma, não fazendo mais referência ao nome de Lula no

texto exposto. Apesar de a manchete ter uma foto específica com policiais federais levando Palocci preso, havia uma charge logo à direita com a imagem de Lula, Palocci e José Dirceu (com um guarda-chuva nas mãos) em uma ilustração que expressava que ambos estariam se “protegendo” de Moro. O juiz, por sua vez, de uma forma imponente, apontava dois dedos para seus próprios olhos e o dedo indicador para os três. O dizer abaixo trazia a frase: *“-Este meu guarda-chuva está ficando pequeno demais para nós todos”* (27/09/16), ensejando o entendimento de que o juiz estaria vendo os petistas, mesmo que eles tentassem se proteger e se encobrir de Moro. O que poderia também demonstrar tanto a imponência de Moro quanto a fragilidade ou até mesmo a culpabilidade dos três nomes petistas.

Em maio de 2017, um texto na manchete de capa do dia 1º dizia: *“Se não fosse a pressão do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o interesse da Odebrecht em manter o esquema de corrupção montado com o governo, não teriam saído nem do papel obras e empreendimentos que, somados, chegam a um valor total de R\$120 milhões”* (01/05/17). Tal teor de discurso traz consigo basicamente o que foi retratado pelo jornal no mês de maio, a incitação de uma possível culpa por parte de Lula. Em vários dias do mês, Lula é enquadrado como alguém que queria se eximir do processo ou, então, interferir na Justiça, como em: *“Lula agora tenta adiar depoimento”* (09/05/17), *“Lula ainda tenta adiar depoimento a Moro”* (10/05/17) e *“Diante de Moro, Lula pretende fazer ato político”* (07/05/17). No começo do mês, mais precisamente no dia 6 de maio, novamente o título de *“maior comandante do esquema”* (06/05/17) era evidenciado na manchete, fala esta atribuída a Renato Duque, ex-diretor de Serviços da Petrobrás. Destarte, após o depoimento de Lula ao juiz Sergio Moro no dia 10 de maio, o título da capa era: *“Lula atribui a Marisa decisões sobre o triplex e confirma reunião com Duque”* (11/05/17). No entanto, nos subtítulos que seguiam, as argumentações de defesa do ex-presidente foram explicitadas, como em: *“Não solicitei, não recebi e não paguei (o imóvel)”* (11/05/17), *“Ex-presidente diz que não soube de propinas”* (11/05/17), *“Petista afirma ser vítima de perseguição”* (11/05/17).

As notícias continuaram suas falas, em sua maioria, não favoráveis a Luiz Inácio. Neste mesmo dia, ora enfatizavam ações suspeitas, ora davam a entender atos contraditórios vindos do ex-presidente, como, por exemplo, em: *“...Acusado pela Lava-Jato de receber vantagens indevidas de empreiteiros, Lula viajou a Curitiba no jatinho do ex-ministro...”* (11/05/17), ou ainda, *“...Fundador e principal líder do PT, Lula*

negou ter mantido influência no partido nos oito anos de mandato e mesmo após deixar o cargo” (11/05/17).

Na manchete do dia seguinte, 12 de maio, foi salientado que: *“Lula dava a palavra final sobre caixa 2, diz Santana” (12/05/17)*, com uma charge logo abaixo com o rosto do petista e o dizer: - *“Sem palavras (todo ouvidos)”*. O texto da notícia continha uma longa exposição de que Lula tinha conhecimento do esquema de corrupção e só pontuava uma única frase na qual o ex-presidente alegava que *“os depoimentos dos dois [João Santana e Mônica Moura] não são prova” (12/05/17)*. Além disso, na mesma página, havia uma notícia que afirmava que Lula tinha se contrariado no depoimento, com o subtítulo *“Lula deu versões diferentes para a relação entre os dois [Vaccari e Duque]” (12/05/17)*. O depoimento de Luiz Inácio durou aproximadamente 3 horas e 20 minutos e na capa do dia 12 de maio de 2017 a fala de Lula em sua defesa limitou-se a uma única frase.

No decorrer dos dias, a narrativa de que o ex-presidente tinha relação estreita (e até mesmo suspeita) com a Petrobrás ou que era possível proprietário do sítio foi intensificada, como em: *“Lula foi alertado de suspeitas na Petrobras” (14/05/17)*, *“Lula esteve 27 vezes na Petrobras” (17/05/17)*, *“Lula e Dilma receberam no exterior” (20/05/17)*, *“Cláudia Suassuna, mulher de Jonas Suassuna, suposto dono do sítio de Atibaia, disse que só esteve lá duas vezes e para festas de Lula”(24/05/17)”* e *“Lula denunciado no caso do sítio Atibaia” (23/05/17)*.

5.1.4.Formato

Em análise dos formatos encontrados nas notícias pesquisadas, temos a preponderância daquelas intituladas chamadas, “textos que possuem título e uma breve apresentação do assunto”, e das chamadas-título, “compostas por apenas uma frase, com tipologia mais próxima de títulos do que dos textos” (CERVI; ANTONELLI, 2007, p. 244). Seguimos um escalonamento proposto por estes autores de classificação das entradas nas primeiras páginas de um jornal, em ordem decrescente de importância, a qual é representada da maior para a menor em: manchete com foto, manchete com charge, manchete, chamada com foto, chamada com charge, chamada, foto-legenda, charge, chamada-título com charge e chamada-título. O escalonamento encontra-se inserido nesta perspectiva.

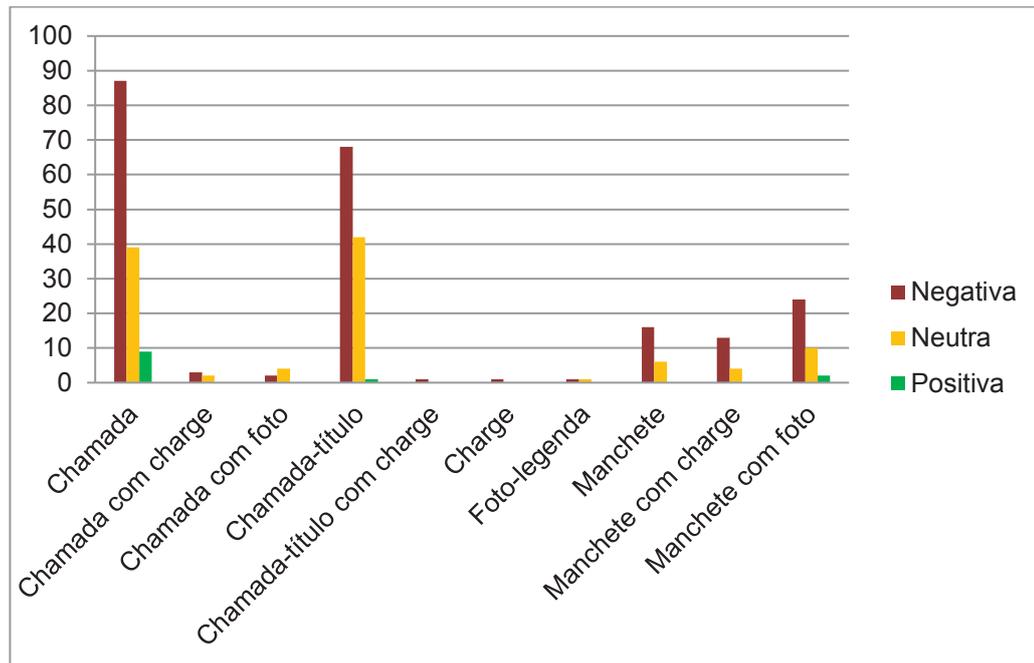
Neste trabalho considerou-se que cada edição tem apenas uma manchete, que é identificada pelo título de maior destaque na página. Se a foto principal da página relacionar-se ao tema do título de maior destaque, considera-se manchete com foto; em caso contrário, temos manchete [sem foto]⁴³. Nesse caso, a foto principal relaciona-se, na maioria das vezes, a uma chamada secundária, que aqui é considerada como chamada com foto. Os demais textos que possuem título e uma breve apresentação do assunto, sem ilustração, são considerados chamadas [sem foto]⁴⁴. As entradas em que existe uma foto com o texto da legenda trazendo mais informações que a simples descrição da foto, porém sem chegar a ser um texto autônomo, são consideradas fotos-legenda. As chamadas compostas por apenas uma frase, com tipologia mais próxima de títulos do que dos textos, foram classificadas como chamada-título. (CERVI; ANTONELLI, 2007, p. 244).

A predominância, conforme observado e mostra o GRÁFICO 4, foi a do formato “chamada”, representando 40% do total, com 135 unidades. Logo em seguida, o identificado foi “chamada-título”, com 33%, o equivalente a 111 notícias encontradas. Na sequência, com 11%, o formato “manchete com foto” (36 unidades). O formato “manchete” teve 22 ocorrências, somando 7% do total, e “manchete com charge” somou 17 unidades, isto é, 5 % da quantidade total. Alguns formatos totalizaram apenas 1% do valor ou porcentagem inferior a esta, como em: “chamada com charge”, “foto-legenda”, “charge” e “chamada-título com charge”.

⁴³ A nomenclatura proposta desconsiderou inserir o termo “sem foto” e partiu do princípio que já estaria intrínseco identificar as que não seriam manchete com foto, nem manchete com charge, seriam apenas nomeadas “manchete”.

⁴⁴ Conforme relatado acima, em similitude, desconsideramos inserir o termo “sem foto” as que não seriam “chamada com foto”, nem “chamada com charge”, sendo apenas nomeadas “chamada”.

GRÁFICO 4 – VALÊNCIA POR FORMATO



FONTE: a autora (2020).

Destes números, foi possível perceber que a soma daquelas com formato “chamada” e “chamada-título” perfizeram mais que o dobro de outras com outros formatos. Nesse sentido, fica nítido a prevalência de formatos sem foto no jornal, possivelmente pela característica de uma capa condensar as principais notícias do dia e não possuir espaço suficiente, além de moderar o contraste entre elementos gráficos e tipografia, compondo o impacto visual desejado.

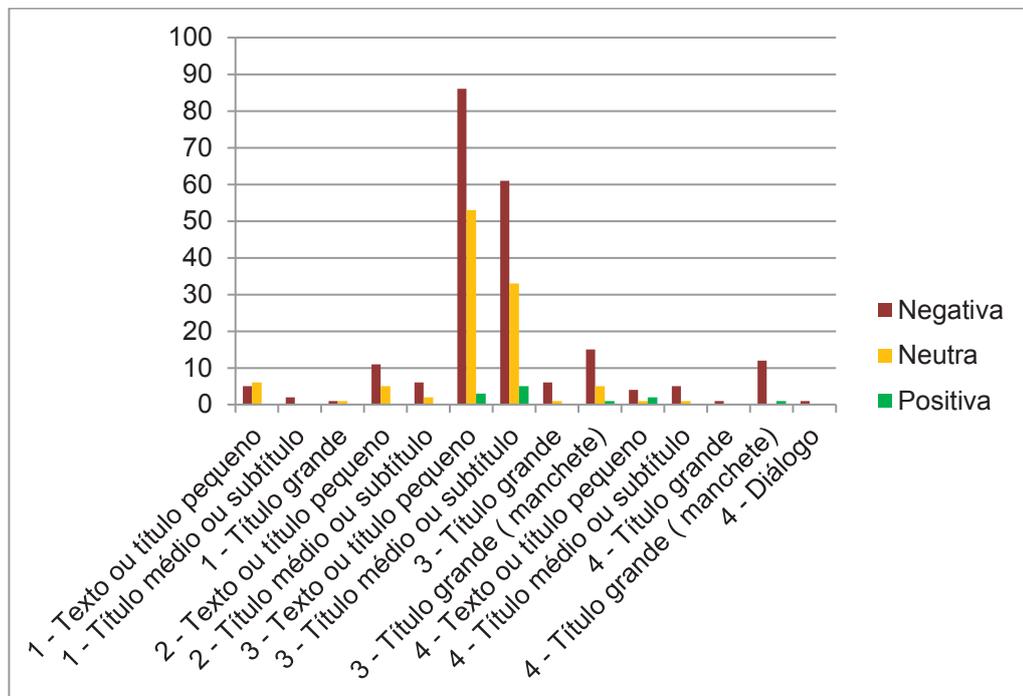
Uma observação importante é que a manchete (dentre aquelas com foto, charge ou sem foto), considerada a notícia mais importante em uma capa de jornal, representou um total de 75 ocorrências, ou seja, 23% das notícias do *corpus* analisado. Por esse ângulo, quase um quarto do volume total de notícias citou o nome de Lula na notícia mais relevante do dia.

Mesmo que os formatos “chamada” e “chamada-título” representem, respectivamente, em um nível intermediário e em um nível baixo conforme classificação, ainda assim, não é possível determinar que traduzam, isoladas, pouca visibilidade. Esta análise também necessitará considerar o espaço na página que compreende tal formato, o qual será exposto logo abaixo.

5.1.5. Visibilidade

Uma das investigações propostas foi a de verificarmos, a partir da concepção gráfica de uma página impressa, a zona de visualização que compete a cada notícia analisada. De acordo com o já relatado, foi atribuído a cada uma delas um grau segundo os pressupostos contidos em Silva (1985), de maior e menor índice de atração e interesse do leitor. Por esse ângulo, a maioria das notícias coletadas foi encontrada na zona correspondente ao valor 3, o espaço central de um jornal *standard*, relativo a uma das zonas mais importantes de visualização no jornal.

GRÁFICO 5 – VALÊNCIA POR VISIBILIDADE (ZONA DA PÁGINA E TAMANHO DA FONTE)



FONTE: a autora (2020).

O movimento que parte da grafia ocidental, segundo Dines (1974, p. 96-104), é da esquerda para a direita e faz parte “do percurso obrigatório dos olhos, influenciando decisivamente em nosso comportamento”. Nesta lógica, o que compreende a zona superior esquerda (de valor quatro) é hierarquicamente superior ao centro ótico e ao centro geométrico correspondente à zona central (de valor três).

Na pesquisa, fizemos ainda três subdivisões, considerando que o tamanho da grafia também importa à análise. Foram 86 notícias negativas encontradas no texto, 61 negativas no título médio ou subtítulo, seis no título grande e 15 encontradas no

título grande referente à manchete, totalizando 168 unidades negativas localizadas na zona de área 3. Ainda que saibamos que a maior parte esteja no texto e que ele tem uma margem um pouco inferior de visualização por parte do leitor, mesmo assim, não podemos desprezar que os números são significativos para pontuarmos a preponderância das notícias negativas em um espaço importante do jornal impresso, que é a zona central.

Logo em seguida, foi verificado que a segunda maior quantidade de notícias negativas, isto é, 23 estavam localizadas na zona de maior interesse do leitor numa página, a zona de valor número 4. Identificamos, no espaço de valor 4, 12 manchetes negativas contra somente uma positiva.

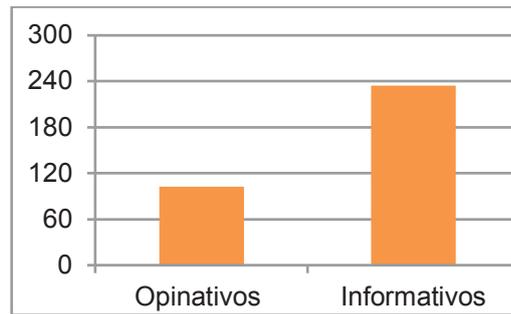
A diagramação de um jornal é estabelecida por uma ordem hierárquica, em conformidade com o grau de impacto visual que se pretende gerar. A partir do resultado inferimos que, dada a proporção superior de notícias negativas com menção a Lula (totalizando um valor de 191 unidades negativas, 94 neutras e 12 positivas) nas duas principais zonas de visualização do jornal, mesmo que a questão de formato (chamada, chamada-título etc) compreenda um grau relativo de exposição, ainda assim, tal proporção demonstra que há saliência em determinados acontecimentos para que atraiam mais atenção do que outros.

5.1.6. Tipo

Das notícias pesquisadas, verificamos os gêneros jornalísticos presentes. No estudo, dividimos as notícias entre opinativas e informativas, segundo classificação proposta por José de Melo (2003). Cabe ao informativo relatar acontecimentos e fatos à sociedade e, ao opinativo, uma perspectiva de autoria, uma opinião expressa do jornalista e/ou veículo.

Se refletimos a respeito do resultado que obtivemos e exposto no GRÁFICO 6, veremos que o gênero do tipo informativo representou mais que o dobro do tipo opinativo.

GRÁFICO 6 – GÊNERO JORNALÍSTICO



FONTE: a autora (2020).

Contudo, mesmo que por definição o ideal do informativo seja a não interferência subjetiva nos relatos, o identificado em parte das notícias investigadas é a existência dessa subjetividade e, até mesmo, podemos dizer que essa característica propiciou maior parcialidade na cobertura dada ao ex-presidente Lula. Para Jamil Marques e Camila Mont'Alverne (2015, p.125),

O texto opinativo, portanto, é visto como uma forma de o jornal cumprir com seu dever junto ao leitor, oferecendo a ele um modo de compreender o mundo, em oposição ao conteúdo informativo, cuja função – pelo menos em princípio – seria apresentar a realidade, sem interferir nos fatos. (MARQUES; MONT'ALVERNE, 2015, p.125)

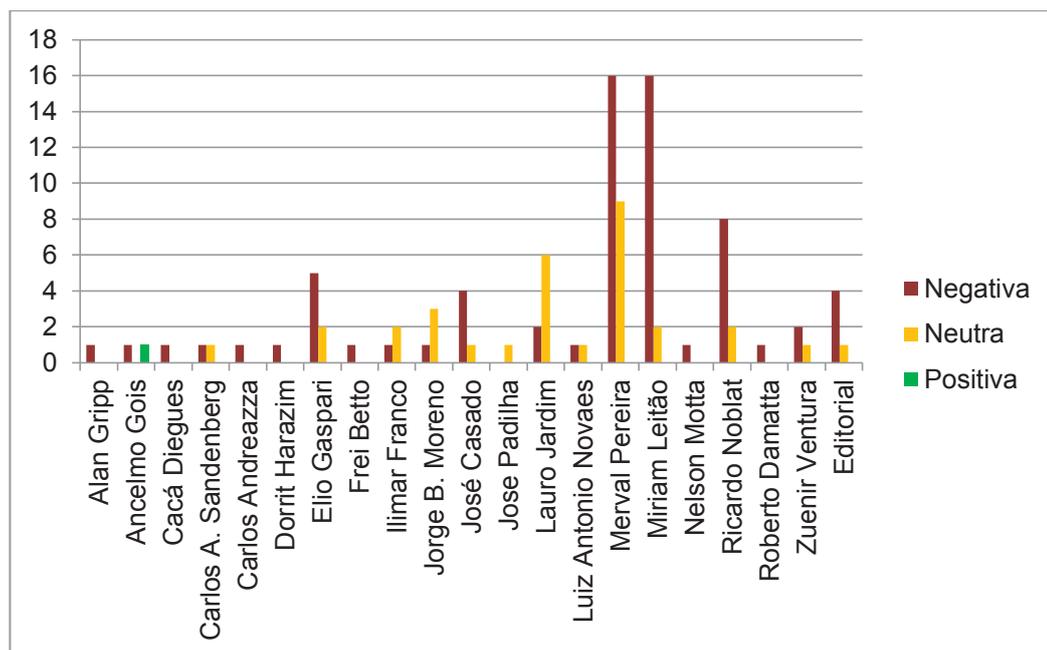
A partir da identificação das notícias opinativas, verificamos como se configuraram as opiniões de colunistas do jornal O Globo. Os colunistas que mais expuseram comentários e opiniões desfavoráveis foram, em ordem decrescente: Merval Pereira, Miriam Leitão, Ricardo Noblat, Elio Gaspari e José Casado. Merval Pereira somou 16 comentários negativos a respeito de Lula em contraponto a nove comentários neutros e nenhum positivo. Dentre eles, pode-se destacar: *“Lula aceitar Ministério seria como confissão de culpa”* (10/03/16), *“Lula pode afundar o país para salvar sua pele”* (15/03/16), *“Tentativa de fugir de Moro com nomeação é abraço de afogados entre Lula e Dilma”* (16/03/16), *“Grampo revela um Lula sexista e autoritário”* (18/03/16), *“Denúncia contra Lula, acolhida pela Justiça, derruba tese de perseguição”* (30/07/16). Os títulos descritos projetam um julgamento desfavorável a Lula, além de alguns trazerem afirmações que o projetam culpado.

O mesmo pode ser observado nos comentários de Miriam Leitão. A jornalista produziu 16 títulos contrários a Lula e fez apenas dois neutros. Exemplificando com

alguns: “Anatomia da crise revela erros de Lula e Dilma na economia” (05/12/15), “Lula ganhou não o Ministério, mas um salvo-conduto” (17/03/16), “O pior dos diálogos foi Lula interferir na atuação da Receita Federal” (19/03/16), “Lula quer jogar a culpa pela crise na Lava-Jato” (25/03/16), “Para se defender bem, Lula terá que ir além da teoria da conspiração e da perseguição política” (15/09/16). A jornalista promove uma incitação de descrédito nas ações de Lula e ainda o desqualifica em ações da Lava-Jato.

Já Ricardo Noblat produziu oito opiniões negativas e apenas duas neutras; Elio Gaspari produziu cinco negativas, duas neutras e nenhuma positiva, enquanto José Casado fez quatro negativas e apenas uma neutra. Os dados referentes ao resultado encontrado de valência de opiniões e emitidas pelos colunistas nas capas do jornal O Globo estão no GRÁFICO 7.

GRÁFICO 7 – VALÊNCIA COLUNISTAS



FONTE: a autora (2020).

Os editoriais (descritos em termo como editorial) somaram apenas cinco, quatro deles negativos, como em: “Condenação de Lula é símbolo no combate à corrupção” (13/07/17), “Lula e Dilma não estão bem na foto de Joesley” (21/06/17), “Justiça cumpre seu papel em depoimento de Lula” (12/05/17) e “Cercos de depoimentos confirma Lula como o chefe” (22/04/17). Tais exemplos, visto que editoriais compreendem espaços de opinião da empresa jornalística, mesmo sendo

uma quantidade pouco expressiva, revelam um posicionamento já esculpido nesta pesquisa. O jornal intensificou o discurso de desqualificação da figura de Lula, promoveu desconfiança nas ações do ex-presidente, deslegitimou, em sua maioria, sua fala e suas práticas, além de ter reforçado ações que incitam a “culpabilidade” do ex-presidente.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os meios de comunicação de massa não são os únicos responsáveis por influenciar fenômenos políticos e sociais que ocorrem no Brasil. No entanto, não há como negar que empresas de comunicação de massa e seus respectivos veículos de comunicação participam ativamente deles podendo exercer algum tipo de interferência nessa construção da realidade social. A perseguição midiática levantada por Lula, assim como estudos que difundem que há uma tendência de empresas jornalísticas a bandeiras antipetistas, foram, à primeira vista, pertinentes o suficiente para suscitar questionamentos de como foi essa narrativa jornalística no jornal O Globo, paralelamente ao processo judicial da Lava-Jato, em relação à figura do ex-presidente.

Quando demos início ao processo desta pesquisa, com o intuito de estudar uma pequena parte da complexa história política, jurídica e jornalística do Brasil, não imaginávamos que as descobertas seriam tão reveladoras. Mesmo que nossa hipótese inicial considerasse que tal resultado fosse talvez confirmado, não obstante, não esperávamos que o encontrado fosse da maneira que alcançamos e que fatos da realidade, revelados pelo portal do The Intercept⁴⁵, no decorrer da nossa jornada, ratificassem ainda mais nosso prognóstico.

O que propusemos desenvolver foi a análise da narrativa midiática da construção de um “personagem” pela imprensa, em período que sucedeu e “antecedeu”⁴⁶ campanha e estava permeado por um escândalo político. Acreditávamos que se tratava de um período relevante no que diz respeito ao processo de formação da imagem de um ator político, uma vez que, oficialmente, ele ainda não disputava uma eleição e, portanto, os meios de comunicação de massa também não se mostrariam comprometidos com o papel de arena “oficial” de debates políticos, tendo “certa liberdade” para estruturar julgamentos.

⁴⁵O portal The Intercept vazou mensagens trocadas entre o juiz Sergio Moro, o procurador Deltan Dallagnol e membros da força-tarefa da Lava-Jato. Os conteúdos demonstraram ações possivelmente ilegais na condução da Operação, além da atividade de pautar a imprensa em desfavorecimento a Lula. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/06/14/sergio-moro-enquanto-julgava-lula-sugeri-a-lava-jato-emitir-uma-nota-oficial-contra-a-defesa-eles-acataram-e-pautaram-a-imprensa/>. Acesso em: 20 jul. 2019.

⁴⁶Nas eleições presidenciais de 2018, Lula chegou a se candidatar, porém, encontrava-se encarcerado e teve sua candidatura barrada pelo TSE. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/08/31/maioria-dos-ministros-do-tse-vota-pela-rejeicao-da-candidatura-de-lula.ghtml/>. Acesso em: 14 jan. 2020.

Para entender esse cenário, dentre os estudos presentes na área de Comunicação, buscamos as teorias que compreendessem essa relação entre os meios de comunicação de massa, os atores e o público. Percebendo que algumas delas já foram superadas, tais como a Teoria Hipodérmica, na qual uma mensagem gerada pela mídia é plenamente absorvida pelo receptor, ou mesmo a Teoria do Espelho, que atribuía ao jornalismo ser um retrato fiel da realidade, um leque de estudos e possibilidades se abriram.

Isso posto, nos debruçamos na Teoria do Enquadramento, mais especificamente nos estudos de Entman (1993), que define que há técnicas de seleção, ênfase e exclusão na composição de notícias por parte de empresas jornalísticas, no que se refere a alguns aspectos da realidade, isto é, uma saliência e silenciamento de determinados assuntos ao invés de outros, além de adicionarmos ao estudo os paradigmas construcionista e marxista. O primeiro, no que toca ao papel fundamental dos jornalistas na construção social da realidade (TRAQUINA, 2001; TUCHMAN, 1978), e o segundo, a partir dos pressupostos descritos por Mcquail et al. (2003), na relação direta entre as mensagens que são disseminadas e a propriedade econômica das empresas jornalísticas. Essas escolas de pensamento formaram a base de conhecimento que proporcionou desenvolvimento para que a investigação pudesse ser realizada.

Desse modo, aplicamos duas análises em conjunto, uma de enquadramento noticioso e outra de análise de conteúdo por eixos, verificando nas capas do jornal O Globo, de 02 de dezembro de 2015 a 13 de julho de 2017, o enquadramento da figura de Lula no processo da Lava-Jato. Na segunda, todas as notícias relacionadas ao ex-presidente. Destacamos que informações obtidas numa primeira página do jornal hierarquizam acontecimentos, orientam o que seriam os fatos considerados mais importantes do dia, dos personagens e instituições relacionados a estes, podendo contribuir para a formação de uma determinada realidade social e visão de mundo.

Em primeiro lugar, fizemos uma busca no acervo do jornal de todas as menções feitas a “Lula”, restringindo a busca somente às capas durante o período descrito. Assim, realizamos uma conferência digital e manual do retorno obtido. A partir da identificação de 202 páginas, chegamos ao resultado de 336 menções a Lula, visto que, em muitas delas, havia mais de uma notícia com o nome do ex-presidente.

Para a primeira parte de análise do enquadramento noticioso, seguimos o modelo operacional desenvolvido por Entman (1993). Destarte, a partir da primeira

categoria, verificamos qual assunto foi priorizado pelo jornal O Globo durante o período analisado. Dessa forma, observamos que, em 190, ou seja, mais da metade (56,5%) das unidades pesquisadas, o nome de Lula estava presente em notícia na qual o assunto predominante era a Operação Lava-Jato. Em segundo lugar, totalizando 38 notícias (11,3%), o assunto principal era o próprio Lula. Ainda, destas 38, metade (19 unidades) continha conteúdo desfavorável à imagem do ex-presidente. Vale lembrar que a Operação Lava-Jato investigou⁴⁷ mais de 100 políticos de diversos partidos, e Lula não representava um político que estava em exercício de cargo, embora seja um personagem político conhecido e principal líder do partido que, à época, governava o país.

Na constatação de 190 unidades que tinham como assunto predominante a Lava-Jato, aplicamos as categorias subsequentes. Um resultado pertinente foi em relação às “fontes” utilizadas para a composição de notícias. Retirando-se aquelas que eram descritivas, ou seja, sem a citação direta ou indireta de fontes, figurou o item “agentes” (em segundo lugar com 25,20%), a categoria em que o espaço de fala em notícias era de ministros ou juízes do STF, juízes de Primeira e Segunda Instância, MPF, Procuradoria-Geral, Polícia Federal e vozes afins. E, logo em seguida, em terceiro lugar (19,20%), o item “citados e/ou réus”, de vozes também predominantemente acusatórias dentro do processo. Se pensarmos que no âmbito jurídico as vozes de “citados e/ou réus” do processo (isoladas) não são consideradas provas suficientes, no âmbito midiático estas também não poderiam representar fonte indubitavelmente confiável. Além disso, podemos apontar que houve um significativo desequilíbrio de fontes, uma vez que seria necessário, para a formação de notícias imparciais de julgamento, um espaço balanceado de acusação e de defesa. A partir do constatado, o resultado acaba por coincidir com denúncias⁴⁸ de que, por exemplo, o juiz Sergio Moro teria auxiliado em momentos específicos a compor uma narrativa na imprensa em defesa da Operação, sendo, conseqüentemente, prejudicial à imagem de Lula.

⁴⁷ O GLOBO. **Investigados e Condenados Operação Lava Jato**. Disponível em: <https://infograficos.oglobo.globo.com/brasil/lava-jato-personagens.html/>. Acesso em: 14 abr. 2020.

⁴⁸A denúncia apresentada pelo jornalismo do The Intercept revela que indiretamente o juiz Sergio Moro auxiliou a pautar a imprensa com nota oficial contra defesa de Lula. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/06/14/sergio-moro-enquanto-julgava-lula-sugeriua-lava-jato-emitir-uma-nota-oficial-contra-a-defesa-eles-acataram-e-pautaram-a-imprensa/>. Acesso em: 14 maio 2020.

Quanto à categoria “causas”, identificamos nas notícias a principal origem descrita ou apontada pelos jornalistas do fato narrado, seja por indicações, seja por elementos intertextuais. A corrupção liderou com 45,6% do total de notícias pesquisadas, representando 87 das 190 notícias. Tal resultado, no entanto, não surpreendeu, pois era esperado em virtude de a própria Operação ter como objetivo investigar a corrupção e, na maioria dos acontecimentos narrados, ela era apresentada como causa direta dos fatos. A segunda, com 32,1%, ou seja, 61 notícias, foi a “Operação”. Essa causa estava associada aos mecanismos e procedimentos decorrentes da investigação, ou seja, procedimentos comuns como a delação premiada, o áudio vazado, o depoimento de Lula, e outros que eram necessários para o andamento da própria Operação Lava-Jato.

Para a análise que se refere a julgamentos morais, listamos adjetivos/substantivos que caracterizavam papéis associados a Lula ou então atributos de personalidade. Dessa forma, verificando quais eram as avaliações projetadas na narrativa linguística dos jornais, o resultado da análise demonstrou ser singular. Antes, é preciso discorrer sobre um ponto em relação à listagem proposta. A princípio, desenvolvemos 12 variáveis de atributos a Lula, das quais duas (“competente” e “honesto”) tiveram ausência de ocorrência. Sendo assim, este resultado por si só já aponta um dado. Não há, dentre as notícias pesquisadas de assunto Lava-Jato, nem o atributo de que Lula foi “competente” em suas ações ou discursos, fazendo referência positiva a capacidades e/ou conhecimentos do ex-presidente, tampouco que foi “honesto”.

Ainda, a variável sobrepujante às demais (com 42,6%, isto é, 81 unidades de 190) foi a de “vilão”. Ressaltamos que essa categoria, diferentemente da categoria “desonesto”, representava que o descrito em notícia poderia incitar a culpabilidade de Lula nos acontecimentos, ou então, associá-lo a outro nome, vinculando-o culpado ou corresponsável no ocorrido. Portanto, podemos defender que este é um dos resultados mais relevantes encontrados ao longo deste estudo e que traz resposta a um dos principais questionamentos de pesquisa.

Logo em sequência, encontramos a categoria “desonesto”, com 44 unidades (23,2%). Por característica, essa categoria, mesmo parecendo semelhante, representa que nos textos havia uma relativização a respeito da culpabilidade do ex-presidente, ou seja, os descritos possuíam termos não afirmativos, bem como

suposto, suspeita, presunção etc, ou apresentavam fatos de maneira a não atestar ou gerar certa dúvida se Lula era mesmo culpado.

Em relação à última categoria verificada, a de “tratamento recomendado”, o resultado obtido foi a predominância de notícias (55,30%) com ausência de soluções apresentadas em texto, as quais seriam identificadas, normalmente, ao final da matéria. A segunda variável encontrada foi a de “acusação contra Lula”, com 14,70%, uma “solução” que incitava algum tipo de imputação contra o ex-presidente ou que ele deveria e/ou poderia ser condenado pelas acusações que o envolviam no processo da Operação Lava-Jato. Em terceiro lugar, a variável “defesa de Lula” aparece com 10%. Cabe salientar que tal condição não afirmava, necessariamente, uma defesa significativa em prol do ex-presidente, pois se tratava, por vezes, de uma única e última frase de defesa diante de um texto significativamente direcionado a supostas acusações contra o ex-presidente, e por ser um número (19 unidades) pouco representativo se compararmos à quantidade analisada (190 unidades).

Assim, podemos concluir, nesta primeira análise, que o jornal teve em sua composição uma considerável parte de notícias neste período com assuntos que relacionavam Lula e a Operação Lava-Jato, algumas com saliência de práticas, atos ou discursos do ex-presidente desfavoráveis, abrindo espaço para fontes predominantemente acusatórias, como também pouco espaço de defesa por parte da pessoa que era ofendida, no caso, o ex-presidente.

É possível constatar também, no que concerne ao posicionamento político-ideológico adotado pelo O Globo, pesquisas como as de Baron (2015) que apontam haver uma inclinação do periódico à defesa de pensamentos de centro a direita, assim como a narrativas tendenciosas, ao neoliberalismo como bandeira e ao enaltecimento dos interesses do grande capital. Ainda que o periódico afirme sua total independência e imparcialidade, seu poderio econômico, seus interesses políticos e sua concentração de propriedade contrastam com o papel social responsável de um veículo de comunicação que se propõe a agir em prol da comunidade, tendo já marcado em sua história o apoio manifesto à ditadura e o apagamento de atos pró-democráticos.

Em consonância com o apontado por Baron (2015), na segunda parte da pesquisa, levando em conta se as notícias do jornal O Globo relativas ao ex-presidente Lula manifestariam contextos de valência negativa, podemos afirmar que sua comprovação foi, de fato, efetiva. Vale lembrar que, nessa parte, todas as notícias

que faziam menção ao nome de Lula foram consideradas, totalizando 336 unidades. Embora tenha sido observado que tais acontecimentos também aconteceram em sincronicidade com os fatos que ocorreram, ainda assim, a manutenção da frequência de contextos negativos – e estes relacionados ao ex-presidente, além da exacerbação de fatos pontuais – assinalou que a cobertura foi preponderantemente desfavorável e o enquadramento dado pelo periódico foi visivelmente negativo.

Do total de 336 notícias, 64% se apresentaram com uma valência negativa, sendo 32% neutras e somente 4% positivas. Outro dado a ser comentado é sobre os ápices de cobertura. Em três momentos foram registrados picos⁴⁹ altos de valência negativa: um em março de 2016, um em setembro de 2016 e outro em maio de 2017. No dia 18 de março de 2016, em uma mesma capa de jornal, oito menções negativas eram feitas ao ex-presidente Lula. Também foi averiguado que, se compararmos os anos de 2015, 2016 e 2017, exemplificando-os por percentuais e não por unidades, visto que a pesquisa só considerou o mês de dezembro de 2015, o ano todo de 2016 e todos os meses até julho de 2017, algo se faz notar. As notícias positivas (que já eram poucas) foram decrescentes de acordo com os anos: 10% para 2015, 4% para 2016 e apenas 1% para 2017. Podemos inferir que tal decréscimo provoca questionamentos: haveria ou não notícias possíveis de serem produzidas e narradas de valência positiva?

Segundo o escalonamento proposto por Cervi e Antonelli (2007), de uma classificação em ordem decrescente de importância das notícias nas primeiras páginas de um jornal, verificamos que, em sua maioria, elas pertenceram a um nível intermediário e a um nível baixo de visualização, conforme formato apresentado. Entretanto, não é possível determinar que indiquem, sozinhas, pouca visibilidade. Faz-se necessário perceber, em conjunto, a qual espaço na capa do jornal tais notícias se evidenciaram. Dito isso, com base em Silva (1985), da existência de áreas de maior e menor índice de atração e interesse do leitor, foi averiguado que as notícias prevaleceram nas duas principais zonas de visualização do jornal. Portanto, isto nos leva a crer que, dada a proporção superior dessa concentração nas áreas de visualização, ainda que um grau relativo de exposição seja detectado na questão de formato (chamada, chamada-título etc), em uma análise conjunta, podemos inferir que de um modo geral quanto à diagramação, houve uma exposição significativa de

⁴⁹ Elevada concentração de unidades encontradas.

notícias de contextos negativos e relacionadas à Lula em campos visuais estratégicos de uma capa.

Além disso, o gênero do tipo informativo acabou por representar mais que o dobro do tipo opinativo. Isso nos leva a afirmar que grande parte das notícias investigadas deveria conter relatos o mais próximo possível da objetividade. No entanto, houve aquelas que tinham como subterfúgio o contrário, produzindo uma “verdade” relativa, propiciando, como o identificado, maior parcialidade na cobertura noticiada, seja na produção de textos em desequilíbrio de fontes, seja no emprego de expressões não imparciais a respeito do ex-presidente. Além disso, seja nas opiniões de colunistas, seja nos poucos editoriais que foram observados, ambos tiveram uma preponderância de notícias em contexto negativo. Já que espaços editoriais são praticamente um reflexo da opinião da empresa jornalística, eles evidenciam o que já foi reforçado por esta pesquisa, isto é, uma cobertura desfavorável de Lula adotada pelo jornal O Globo em relação às imputações da Operação Lava-Jato.

Quanto ao personagem específico pesquisado, o ex-presidente Lula, é fato que a percepção de sua imagem pública engloba uma carga semântica compreendida e interpretada de variadas formas. Da sua história de vida à sua trajetória política, da miséria do sertão à cadeira de presidente do Brasil, dos escândalos políticos à maior aprovação popular que um presidente já teve, da sua prisão à sua liberdade, sua imagem reveste-se de uma contínua construção e desconstrução complexa. Sabemos que Lula já foi eleito como o melhor presidente que o Brasil teve, com aprovação de mais de 87% da população, segundo o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE)⁵⁰ e que sua popularidade apresentou queda. Porém, ainda que a influência de fatores diversos, como escândalos de corrupção, economia, aversão partidária etc. façam-se presentes, o que podemos afirmar ao menos é que o periódico analisado projetou uma imagem de desqualificação do personagem político e em desfavorecimento à sua presunção de inocência. O identificado corrobora a análise que Azevedo (2017) fez sobre o papel da mídia em relação à imagem de um partido e a qual também acaba por incidir em um personagem político, no caso, Lula, bem como a de Neckel (2019, p.179), que identificou, no periódico Folha de São Paulo,

⁵⁰Lula foi considerado um dos melhores presidentes com aprovação maior de 87% e os brasileiros apostavam que sua sucessora faria também um bom governo. Disponível em: <https://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/maioria-dos-brasileiros-acredita-que-dilma-fara-um-bom-governo/>%3b/>. Acesso em: 07 maio 2018.

sobre o ex-presidente como pré-candidato às eleições de 2018, que “Lula sofria tentativas predominantes de deslegitimação e retirada de credibilidade”.

Em se tratando de Lula e a Operação Lava-Jato, esta dissertação não teve a intenção de questionar falhas e lacunas dos aspectos legais, nem se aprofundar nos termos do processo, nem tampouco provocar julgamentos quanto à sentença, porém, cumpre mencionar que, em um livro de 121 autores entre juristas e estudiosos do Direito (PRONER et al. 2017), alguns afirmam que, para além da imputação de crimes, pode ter figurado um processo de *lawfare*, permanecendo suspeita a verdadeira motivação das decisões, no qual a única certeza que havia era a de que ele viria a ser condenado.

Sendo assim, diante dos objetivos propostos e alcançados na presente pesquisa, compreendemos como O Globo se posicionou e realizou a cobertura dos fatos ocorridos e estes em relação a Lula. Sugere-se, a partir disso, que novas pesquisas sejam desenvolvidas, quer por meio do estudo no campo da opinião pública, quer pela análise de outros veículos de comunicação no mesmo período e como estes trataram de produzir notícias sobre um assunto tão pertinente.

Por fim, cabe dizer que os meios científicos devem ser utilizados para a investigação, pesquisa e crítica dos meios de comunicação de massa, uma vez que estes são responsáveis por nosso contato com a realidade social e política do mundo, sendo uma das bases elementares para a manutenção democrática e a continuidade da República.

REFERÊNCIAS

- ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.
- ALBUQUERQUE, Afonso. Em nome do público: jornalismo e política nas entrevistas dos presidentes ao Jornal Nacional. E-Compós. 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.30962/ec.813/>. Acesso em: 07 jul. 2019.
- AMOSSY, Ruth. Da noção retórica de ethos à análise do discurso. In: AMOSSY, Ruth (org.). **Imagens de si no discurso: A construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2005, p. 9,10.
- ARÊAS, João Braga. **Batalhas de O Globo (1989-2002): o neoliberalismo em questão**. 2012. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal Fluminense, Niterói.
- ARENDT, Hannah. **O que é política**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999. 238 p.
- ARISTÓTELES, **Política**. trad. Antº C. Amaral e CC Gomes, Lisboa, ed. Vega, 1998.
- AVRITZER, Leonardo. Operação Lava-Jato, judiciário e degradação institucional. In: KERCHE, Fábio; FÉRES JÚNIOR, João. **Operação Lava-Jato e a Democracia Brasileira**. São Paulo: Editora Contracorrente, 2018, p. 37- 52.
- AZEVEDO, Fernando Antônio. **A grande imprensa e o PT (1989-2014)**. EdUFSCar, 2017.
- _____. Imprensa, cobertura eleitoral e objetividade: a eleição de 2000 na capital paulista. **Opinião Pública**, v. 7, n. 2, p. 182-201, 2001. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762001000200003&script=sci_abstract&tlng=es/. Acesso em: 10 jan. 2020.
- _____. **Imprensa, Partido dos Trabalhadores e eleições presidenciais (1989-2006)**. XVII Encuentro Compós, San Pablo, 2008. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_307.pdf/. Acesso em: 06 nov. 2019
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BARON, Jaime. **O jornal “O GLOBO” como porta-voz das posições políticas da família Marinho, ontem e hoje**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política do Centro de Ciências do Homem da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Campos de Goytacazes. 2015.
- BARRETO, Emanuel. A construção do poder. **Estudos em jornalismo e Mídia**, v. 3, n. 1, p. 11-22, 2006. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2238/>. Acesso em: 05 jun. 2019.
- BARROS, Mariana. **Análise da “operação lava jato” a luz dos conceitos da governança corporativa**. In: Congresso nacional de excelência em gestão. 2015. Rio de Janeiro. Disponível em: http://www.inovarse.org/sites/default/files/T_15_149_2.pdf/. Acesso em: 04 mar. 2020.
- BATESON, Gregory. Uma teoria da brincadeira e da fantasia. In: **Os discursos em mosaico** – Cadernos do IPUB/Instituto de Psiquiatria, UFRJ. Rio de Janeiro, nº5 (2), 2000.

BELARDIN, Ariane Altarugio; GARCIA, Wanderley F. **Jornalismo Investigativo e Declaratório sobre a escolha do estádio paulista para 2014**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. São Paulo. 2011.

BEGOSSI, Giovanni Alessandro. **Lawfare, pós-democracia e pós-verdade no caso Lula: análise da potencial violação do direito fundamental ao juiz natural por Sergio Moro e seus impactos na democracia brasileira à luz dos diálogos divulgados pelo The Intercept**. Trabalho de Conclusão de Curso. (Bacharelado em Direito) Universidade Federal do Rio Grande do Norte. 2019. Disponível em: <https://monografias.ufrn.br/jspui/handle/123456789/9458/>. Acesso em: 04 fev. 2020.

BELUZZO, Luiz Gonzaga. As consequências econômicas da Lava-Jato. In: KERCHE, Fábio; FÉRES JÚNIOR, João. **Operação Lava-Jato e a Democracia Brasileira**. São Paulo: Editora Contracorrente, 2018, p. 21- 36.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. (C. C. Varriale et al., trans.). (v.02). Brasília: Editora da Universidade de Brasília, (1999).

BONONE, Luana M. Construção de método para pesquisas de Frame Analysis. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 13, n. 2, p. 78-87, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2016v13n2p78/>. Acesso em: 04 fev. 2020.

BORBA, Felipe. A influência das campanhas nas eleições presidenciais. O papel da mídia. **Civitas-Revista de Ciências Sociais**, v. 8, n. 2, p. 300-322, 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/742/74211535007.pdf/>. Acesso em: 07 nov. 2019.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. DIFEL/Bertrand Brasil, Lisboa/Rio de Janeiro, 1989.

BRANTS, Kees. O Bom, o Mau e o Cínico: ataques feitos ao jornalismo político. **Media & Jornalismo**, v. 10, p. 23-32, 2007. Disponível em: <http://fabricadesites.fcsh.unl.pt/polocidigital/wp-content/uploads/sites/8/2017/03/n10-02-kees-brants.pdf/>. Acesso em: 09 jul. 2019.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2000.

BULHÕES, Tatiana da Silva. **"Lula bem na foto": a construção da imagem pública e propaganda política do presidente nas fotografias de Ricardo Stuckert (2003-2010)**. Tese de Doutorado -- Programa de Pós-Graduação em História, Política e Bens Culturais, Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/28542/>. Acesso em: 20 fev. 2020.

CARTA CAPITAL. **A íntegra do depoimento de Lula a Sérgio Moro**, 2017. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/a-integra-do-depoimentode-lula-a-sergio-moro/>. Acesso em: 02 jul. 2019.

CARVALHO, Carlos Alberto; FONSECA, Maria Gislene Carvalho. Violência em acontecimentos políticos: jornalismo e lawfare no caso Lula. **Galáxia** (São Paulo), n. SPE1, p. 100-112, 2019. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1982-25532019000400100&script=sci_arttext&tIng=pt/. Acesso em: 04 fev. 2020

CERVI, Emerson Urizzi; ANTONELLI, Diego. Primeira página e visibilidade de temas sociais: uma análise comparativa entre jornais diários de abrangência local em dois pólos

regionais do Paraná. **Política & Sociedade**, v. 6, n. 11, p. 239-270, 2007. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/1295/>. Acesso em: 02 jul. 2019.

COOK, Timothy E. O jornalismo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 6, p. 203-247, 2011. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-33522011000200009&script=sci_arttext/. Acesso em: 02 jul. 2019.

CORREIA, João Carlos. O poder do jornalismo e a mediatização do espaço público. **Revista de Comunicação e Linguagens**, v. 27, p. 193-212, 2000. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/jcorreia-poder-jornalismo.pdf/>. Acesso em: 15 jul. 2019.

DALCOL, Charlene; FLORES, Natália Martins; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. O discurso jurídico midiático: análise da denúncia de Deltan Dallagnol contra Lula. **Esferas**, v. 1, n. 11, 2018. Disponível em: <https://bdtd.ucb.br/index.php/esf/article/view/8292/>. Acesso em: 3 mar. 2020.

DIAS, Anielly Laena Azevedo. O espetáculo midiático do acontecimento jurídico: a cobertura telejornalística sobre a Operação Lava Jato. **Rizoma**, v. 6, n. 2, p. 110-123, 2018. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/8547/>. Acesso em: 03 mar. 2020.

DINES, Alberto. **O papel do jornal: tendências da comunicação e do jornalismo no mundo em crise**. Rio de Janeiro: Editora Artenova, 1974.

DORNELLES, João Ricardo W.; GRAZIANO SOBRINHO, S. F. C. Os três de Porto Alegre: o Estado de exceção, o Direito Penal do inimigo e a criminalização da política. Comentários a um acórdão anunciado: o processo Lula no TRF4. São Paulo: **Outras Expressões**, p. 101-106, 2018. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctvn96ggq.17.pdf/>. Acesso em: 03 mar. 2020.

ENTMAN, Robert M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of communication**, v. 43, n. 4, p. 51-58, 1993. Disponível em: https://is.muni.cz/el/fss/jaro2017/POL510/um/68100463/Entman_1993.pdf/. Acesso em: 08 nov. 2019.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo; redação, captação e edição no jornal diário**. 5ª ed. São Paulo: Ática, 2008.

ESTEVES, Juliana Teixeira; COSENTINO, Carlo. **The conviction of former President Lula as the maximum expression of the exercise of lawfare**. 2018. Clacso. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctvn96gjp.24.pdf/>. Acesso em: 10 jan. 2020

FERES JÚNIOR, João. Em defesa das valências: uma réplica. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 19, p. 277-298, 2016. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-33522016000100277&script=sci_arttext/. Acesso em: 07 abr. 2019

_____. Análise de valências, debate acadêmico e contenda política. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 20, p. 313-322, 2016. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-33522016000200313&script=sci_arttext/. Acesso em: 07 de abr. 2019.

FERES JÚNIOR, João; SASSARA, Luna de Oliveira. O terceiro turno de Dilma Rousseff. **Saúde em Debate**, v. 40, 2016. Disponível

em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-11042016000500176 Acesso em: 8 nov. 2019.

FIORIN, José Luiz. **Linguagem e Ideologia**. São Paulo: Editora Atica, 2003.

GALICIA, Javier Sánchez et al. **Treinta claves para entender el poder: léxico para la nueva comunicación política**. Piso 15 Editores, 2010.

GASPAR, Pedro João Soares. **O Milénio de Gutenberg: do desenvolvimento da Imprensa à popularização da Ciência**. Universidade de Aveiro. 2009. Disponível em: <http://iconline-ipleiria.pre.rcaap.pt/handle/10400.8/112/>. Acesso em: 07 abr. 2019.

GITLIN, Todd. The whole world is watching: mass media and the making and unmaking of the new left. Berkeley: University of California, 1980. **Theory and Society**, vol. 10, No. 4 (Jul., 1981), pp. 579-585. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/657155?seq=1/>. Acesso em: 08 nov. 2019.

GOFFMAN, Erving. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise**. Petrópolis, Vozes, 2012, 720 p.

_____. **Frame Analysis: an essay on the organization of experience**. New York: Harper, 1974.

GOMES, Marcelo Bolshaw. **A imagem pública de Lula e eleições presidenciais brasileiras (1989/2002)**. In: I Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política, ocorrido na Universidade Federal da Bahia–Salvador-BA. 2006. Disponível em: <https://bityli.com/3gktl/>. Acesso em: 08 jun. 2019.

GOMES, Mayara Rodrigues. **Jornalismo e ciências da linguagem**. São Paulo: Edusp, 2000.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. Pia Sociedade de São Paulo-Editora Paulus, 2014.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley CM. **Comunicação e democracia: problemas e perspectivas**. São Paulo: Paulus, p. 327-345, 2008.

GRAMSCI, Antonio. Os jornais e os operários. **Mega Business**. 2005. Disponível em: <https://mega.nz/folder/vOpwmQij#nJFgpdsE-0mCF0yOOQYqCA/folder/iepVCJiJ/>. Acesso em: 08 jun. 2019.

_____. **Maquiavel, a política e o estado moderno**. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

GUERRA, Josenildo. **Instituição e Organização Jornalística: uma distinção conceitual**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1725-1.pdf/>. Acesso em: 04 mar. 2019.

HACKETT, Robert A. Decline of a paradigm? Bias and objectivity in news media studies. **Critical Studies in Media Communication**, v. 1, n. 3, p. 229-259, 1984. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15295038409360036/>. Acesso em: 05 mar. 2019.

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. (orgs.) **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010, p. 123-142.

HOFFMANN, Anita Gonçalves; MARTINO, Luís Mauro Sá. Enquadramentos midiáticos de Lula na imprensa francesa: uma análise do Le Monde e Le Figaro. **Estudos em Comunicação**, v. 2, n. 26, 2018. Disponível em: <http://ojs.labcom-ufp.ubi.pt/index.php/ec/article/view/462/243/>. Acesso em: 08 nov. 2019.

IANONI, Marcus. **O Partidarismo na Grande Imprensa**. Polêmica Paraíba. 2014. Disponível em: <https://www.polemicaparaiba.com.br/polemicas/nao-a-toa-se-fala-no-brasil-criticamente-que-existe-liberdade-de-empresa-e-nao-imprensa-por-marcus-ianoni/>. Acesso em: 02 fev. 2019.

KELSEN, Hans. **A democracia**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

LAGE, Nilson. **A estrutura da notícia**. São Paulo. Editora Atica. 1998.

_____. **Linguagem Jornalística**. São Paulo. Editora Atica. 1993.

LASSWELL, Harold D. **Propaganda techniques in the world war**. New York: Knopf, 1927.

LEAL, Plínio Marcos Volponi. Jornalismo Político Brasileiro e a Análise do Enquadramento Noticioso. **Revista Compolítica**, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: https://bityli.com/bkBirhttps://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=.+Jornalismo+Pol%C3%ADtico+Brasileiro+e+a+An%C3%A1lise+do+Enquadramento+Noticioso.+&btnG=/. Acesso em: 02 fev.2019.

LEITE, Paulo Moreira. **A outra história da Lava-Jato: uma investigação necessária que se transformou numa operação contra a democracia**. Geração Editorial, 2015.

LIMA, Luiz Alberto Amorim. **Operação Lava Jato: violação aos Princípios Constitucionais, garantias fundamentais sob ameaça e o enfraquecimento do Estado Democrático de Direito**. Monografia. Faculdade de Direito da Universidade Federal da Bahia. Salvador. 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/25057/>. Acesso em: 05 jul. 2019.

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion**. New York: Free Press Paperbacks, 1997. (1.ed.: 1922).

LISBOA, Sílvia; BENETTI, Marcia. O jornalismo como crença verdadeira justificada. **Brazilian journalism research**, v. 11, n. 2, p. 10-29, 2015. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/664/>. Acesso em: 02 fev.2019.

LOPES, Paula. **Linguagem literária e linguagem jornalística: Cumplicidades e distâncias**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2010. Disponível em: <https://bityli.com/XxJph/>. Acesso em: 02 fev.2019.

LUNA, Luísa; MAIA, Rousiley. A construção da imagem pública e a disputa de sentidos na mídia: Lula em dois momentos. **Media & Jornalismo**, v. 7, p. 95-124, 2005.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Nova teoria da comunicação**, v. 1: o rosto e a máquina: o fenômeno da comunicação visto dos ângulos humano, medial e tecnológico. São Paulo: Paulus, 2013.

_____. **O capital da notícia**: jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo: Ática. 1989.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil; MIOLA, Edna. 1989, o ano que não terminou: epistemologia e metodologia da pesquisa em Comunicação e Política no Brasil. **Comunicação e Sociedade**, v. 33, p. 107-128, 2018. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cs/313/>. Acesso em: 02 fev. 2019.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida; MONT'ALVERNE, Camila. A opinião da empresa no Jornalismo brasileiro: Um estudo sobre a função e a influência política dos editoriais. **Estudos Em Jornalismo e Mídia**, v. 12, n. 1, p. 121-137, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2015v12n1p121/>. Acesso em: 02 fev. 2019.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo político**. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. **The agenda-setting function of mass media. Public opinion quarterly**, v. 36, n. 2, p. 176-187, 1972. Disponível em: <https://academic.oup.com/poq/article-abstract/36/2/176/1853310/>. Acesso em: 05 jul. 2019.

MCQUAIL, Denis; DE JESUS, Carlos; PONTE, Cristina. **Teoria da comunicação de massas**. Lisboa: Editorial Notícias. 2003.

MELO, Carlos. Notas e reflexões sobre "Liderança Política": contribuição para delimitação de um campo de estudo. **Aurora. Revista de Arte, Mídia e Política**, v. 5, n. 14, p. 11-30, 2012. Disponível em: <http://200.144.145.24/aurora/article/view/9808/7531/>. Acesso em: 14 mar. 2020.

MELO, José Marques. **Jornalismo opinativo**. 3ª Edição. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MENDES, André Melo; VIANNA, Graziela Mello. Entre monstros e super-heróis: retratos dos principais atores da crise política de 2016 nas capas de revistas brasileiras. **Comunicação Pública**, v. 13, n. 24, 2018.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; SIMÕES, Paula Guimarães. Enquadramento. Diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 27, n. 79, p. 187-201, 2012. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69092012000200012&script=sci_arttext/. Acesso em: 08 nov. 2019.

MIGUEL, Luis Felipe. **Quanto vale uma valência?** In: Paper apresentado no VII Congresso da Compólitica. Rio de Janeiro, PUC. 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbcpol/n17/0103-3352-rbcpol-17-00165.pdf/>. Acesso em: 07 abr. 2019.

_____. Dossiê mídia e política. **Revista de sociologia e política**, n. 22, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rsocp/n22/n22a02/>. Acesso em: 08 nov. 2019.

_____. O jornalismo como sistema perito. **Tempo social**, v. 11, n. 1, p. 197-208, 1999. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20701999000100011&script=sci_abstract&tlng=es/. Acesso em: 02 fev. 2019.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. Meios de comunicação de massa e eleições no Brasil: a influência simples à interação complexa. **Revista USP**, n. 90, p. 74-83, 2011. Disponível em: <http://www.periodicos.usp.br/revusp/article/view/34013> Acesso em: 03 mar. 2019.

_____. Visibilidade na mídia e campo político no Brasil. **Dados**, v. 53, n. 3, p. 695-735, 2010. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0011-52582010000300006&script=sci_arttext/. Acesso em: 08 nov. 2019.

MORO, Sergio. Prefácio. In: BARBACETTO, Gianni; GOMEZ, Peter; TRAVAGLIO, Marco. **Operação Mãos Limpas: A verdade sobre a operação italiana que inspirou a Lava Jato**. Porto Alegre: CDG Edições e Publicações LTDA, 2016.

MOTA, Célia; ALMEIDA, Paulo Henrique. A corrupção como espetáculo midiático: análise das capas da revista Veja sobre a operação Lava Jato. **Contratexto**, n. 027, p. 101-114, 2017. Disponível em: <http://revistasnuevo.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/1574/>. Acesso em: 02 fev. 2020.

NAVA, Mariane. **A imagem de Lula construída pelos editoriais do jornal O Estado de São Paulo durante as campanhas presidenciais de 1989 a 2006**. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná. Curitiba. 2017. Disponível em: http://www.ponte.ufpr.br/wp-content/uploads/2018/disserta%C3%A7%C3%B5es/Disserta%C3%A7%C3%A3o_Mariane_13.01.pdf. Acesso em: 08 nov. 2019.

NECKEL, Ângelo Jorge. **Processos constitutivos da imagem pública de Lula: caravana e resistência no ABC na propaganda do PT e cobertura da Folha de São Paulo**. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Porto Alegre. 2019. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/196379/>. Acesso em: 20 fev. 2020.

NIETZSCHE, Friedrich. Wilhelm. **A gaia ciência**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

OLIVEIRA, Cathia P. **Análise da reportagem “juiz Moro: herói ou vilão?” e a construção de heróis pela televisão**. Anais da Jornada de Estudos Históricos Professor Manoel Salgado, 14^a ed., v. 5, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://www.jornadaeh.historia.ufrj.br/wp-content/uploads/2020/03/C%C3%A1thia-Pereira-de-Oliveira.pdf>. Acesso em: 02 fev. 2020.

PANKE, Luciana. **Lula, do sindicalismo à reeleição: um caso de comunicação, política e discurso**. 2^a Edição Revisada. Capivari, SP: Editora Nova Consciência, 2014.

_____. Categorias de desqualificação na propaganda eleitoral. **Em Debate**: Periódico de Opinião Pública e Conjuntura Política: ano 4, n. 6 (set. 2012), 2012. Disponível em: <http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/3317/>. Acesso em: 04 jul. 2019.

_____. Política e entretenimento: cruzamento e/ou interferência na construção de sentidos. **Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 9, n. 18, 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/2437/>. Acesso em: 02 jan. 2019.

PARANÁ, Denise. **Lula, o filho do Brasil**. Editora Fundação Perseu Abramo, 1996.

PASSOS, Mariana Rezende dos. **Mito e narrativa: a (des) construção da imagem pública de Lula no contexto da crise política de 2016**. 2017. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

PATTERSON, Thomas E. **Out of Order**. New York, Vintage Books, 1996.

PIMENTEL, Aldenor; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. Newsmaking in Portuguese: uma discussão das hipóteses de Gaye Tuchman no contexto brasileiro. **Comunicação & Informação**, v. 15, n. 2, p. 116-132, 2012. Disponível em: <http://200.137.217.156/bitstream/ri/12206/5/Artigo%20-%20Aldenor%20da%20Silva%20Pimentel%20-%202012.pdf/>. Acesso em: 08 nov. 2019.

PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, p. 73-104, 2004.

PULVIRENTI, Dimitrius. **Publicidade Processual, Imprensa e Presunção de Inocência: A Lava-Jato e o Julgamento de Lula na Folha de São Paulo**. Monografia. Universidade de São Paulo. São Paulo. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/303Pug5/>. Acesso em: 08 nov. 2019.

PRONER, Carol et al. (Ed.). **Comentários a uma sentença anunciada: o processo Lula**. Bauru: Canal 6 Editora LTDA, 2017.

RAMALHO, Raul; MAIA, Kênia. Estratégias discursivas da Mídia Ninja no caso do habeas corpus (não) concedido ao ex-presidente Lula. **Compolítica**, v. 9, n. 1, p. 79-106, 2019. Disponível em: <http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/364/>. Acesso em: 02 fev. 2020.

RIBEIRO, Ricardo Lodi. **La Condena De Lula**. JSTOR. 2018. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctvn96f3z.71.pdf/>. Acesso em: 02 fev. 2020.

RODRIGUES, James de Mello. **Sérgio Moro no discurso da revista Veja: a construção jornalística do herói contemporâneo**. Monografia. Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo. Porto Alegre. 2017. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/177672/>. Acesso em: 02 fev. 2020.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. EDUFBA, 2004.

_____. **Cultura e política na eleição de 2002: as estratégias de Lula presidente**. In: Trabalho apresentado no XII Congresso da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação–Compós. Recife. p. 2-6. 2003. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_930.pdf/. Acesso em: 15 ago. 2019.

SANTAELLA, Lucia. **Imagem: cognição, semiótica, mídia, iluminuras**. São Paulo: Iluminuras, 1999.

SEEFELD, Rodrigo; RESE, Natália. **“Para bom entendedor, meia palavra basta?!”: um estudo sobre as narrativas produzidas por agentes de mídia na tradução do papel dos envolvidos na Operação Lava Jato**. Cadernos EBAPE. BR, 2019. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1679-39512020000100124&script=sci_abstract&tlng=es/. Acesso em: 02 fev. 2020.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2091/>. Acesso em: 15 nov. 2019.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** 4ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

SOUZA, Marcondes Rosa. **Fundamentos lingüísticos da comunicação**. In: **Adísia Sá (Coord.) Fundamentos científicos da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1973.

SOUZA, Jessé. **A elite do Atraso: Da Escravidão à Lava Jato**. São Paulo: LeYa, 2017.

TANKARD JR, James W. The empirical approach to the study of media framing. In: STEPHEN D. Reese, OSCAR H. Gandy, Jr., AUGUST E. Grant. **Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world**. Routledge, 2001. p. 95-105. Disponível em: <https://bitly.com/2ou6k/>. Acesso em: 08 nov. 2019.

TOMAZ, Natália Rocha Oliveira. **A formação do ethos popular do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva**. 2014. Dissertação (Mestrado), UFRJ/FL, Programa de Pós-graduação em Letras Vernáculas. Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.posvernaculas.letras.ufrj.br/images/Posvernaculas/3-mestrado/dissertacoes/2014/17-TomazNRO.pdf> /. Acesso em: 15 ago. 2019.

TUCHMAN, Gaye. **Making news: A study in the construction of reality**. New York: Free Press, 1978.

TUPYNAMBÁ, Geraldo Cordeiro. **A construção das imagens de si e do país em discurso internacionais do presidente Lula em 2003**. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Linguística. Universidade de Brasília. Brasília, 2010. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/8370/>. Acesso em: 8 ago. 2019.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2001.

VANNUCCI, Alberto. **The "clean hands"(manipulite) inquiry on corruption and its effects on the Italian Political System**. 2016. Disponível em: <https://arpi.unipi.it/handle/11568/793503/>. Acesso em: 06 mar. 2020.

VERÓN, Eliseo. **Construir el acontecimiento: los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de ThreeMile Island**. 2 ed. Barcelona: Gedisa, 1995.

VIMIEIRO, Ana Carolina; MAIA, Rousiley Celi Moreira. Análise indireta de enquadramentos da mídia: uma alternativa metodológica para a identificação de frames culturais. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 18, n. 1, p. 235-252, 2011. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4955/495551007017.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2019.

WEBER, Maria Helena. O estatuto da Imagem Pública na disputa política. **Revista ECO-Pós**, v. 12, n. 3, 2009. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/929/. Acesso em: 02 fev. 2019.

_____. **Imagem pública**. Comunicação e política: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, p. 259-307, 2004.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**, Lisboa: Editorial Presença, 8a Edição, 2003.

APÊNDICE 1 – LIVRO DE CÓDIGOS

Definição do problema, do diagnóstico das causas do problema, analisar a presença de julgamentos morais e também de eventuais soluções ou recomendações para o problema (ENTMAN, 1993, p.52).

V01 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA - [ASSUNTO]		
Nesta variável, elenca-se o assunto predominante na narrativa jornalística.		
01	Lava-Jato	A notícia tem predominância nos assuntos que competem ao processo da Operação Lava-Jato, inclusive àqueles referentes ao áudio vazado pelo juiz Sergio Moro, delações premiadas e outras ações decorrentes da Lava-Jato como a nomeação de Lula.
02	Processos judiciais contra Lula	A notícia tem predominância em assunto que se refere a processos judiciais que envolvam o nome de Lula, exceto aqueles que pertençam ou afirmem ser referente à Lava-Jato visto que já possui uma categoria específica.
03	Impeachment Dilma	A notícia tem como assunto predominante o processo que envolve o Impeachment de Dilma Rousseff.
04	Crise	A notícia tem predominância no assunto que envolve a crise política e/ou partidária ou a crise econômica do país.
05	Lula	A notícia tem predominância no assunto Lula, incluindo aqui notícia referente ao Instituto Lula, excetuando-se aquelas que tratam dos processos judiciais contra ele, como os decorrentes da Lava-Jato, Zelotes, Janus ou outro.
06	Familiares Lula	A notícia tem predominância no assunto de integrantes da família de Lula, incluindo esposa, filhos, netos e outros.
07	Eleições 2016	A notícia tem como assunto predominante as Eleições municipais no Brasil em 2016.
08	Dilma	A notícia tem como assunto predominante Dilma Rousseff, excetuando-se aqui aquelas que majoritariamente se referem ao Impeachment da ex-presidente.
09	Outros	Caso a notícia tenha predominância de outro assunto deve ser lançado o código 09 e descrito qual é o assunto predominante.

V02 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA - [FONTES_LULA]		
Nesta variável, há a identificação de quais atores e vozes são encontradas nas unidades de análise. Podem ser citações diretas ou indiretas. Nesta categoria há a possibilidade de mais de uma fonte citada, haja vista a diversidade de vozes encontradas nos textos noticiosos.		
01	Ausente	A notícia é essencialmente descritiva e não há o uso de fontes.
02	Lula	A notícia dá espaço de fala ao ex-presidente Lula.
03	Dilma, PT e/ou aliados	O espaço de fala considera a voz de Dilma, políticos do PT e/ou seus aliados políticos. Aqui se exclui as citações de Lula.
04	Outros Partidos	A notícia dá espaço de fala para políticos pertencentes a outros partidos, considerando todos aqueles que fazem oposição. Aqui se exclui os pertencentes ao PT ou partidos aliados ao PT.
05	Citados e/ou réus	O espaço de fala é concedido a empresários, empreiteiros, pecuaristas, doleiros, banqueiros, presidentes de empresa e que ou foram citados ou tem alguma ligação com a Operação Lava-Jato.
06	Agentes	A notícia dá espaço de fala para ministros ou juízes do STF, juízes de primeira e segunda instância, MPF, Procuradoria-geral, polícia federal e afins.
07	Sociedade civil	A notícia dá espaço de fala para cidadãos comuns ou ligados a organizações, analistas políticos, artistas, intelectuais e celebridades em geral.
08	Defensores de Lula	A notícia dá espaço de fala para advogados de defesa de Lula ou representantes, movimentos sindicais e/ou entidades que tenham vínculo a ele como, por exemplo, o Instituto Lula.
09	Outros	Caso o ator não seja nenhum dos descritos acima, o código lançado é o número 07 e terá a identificação do ator por escrito.

V03 - CAUSAS DO PROBLEMA		
As causas do problema são aquelas descritas ou apontadas pelos jornalistas com indicações da origem do problema em questão, seja por elementos intertextuais, seja pelos descritos no texto.		
01	Ausente	A notícia não apresenta as causas para o problema.
02	Liderança política	A notícia apresenta causa com argumentos favoráveis a Lula, dos quais a figura dele é vinculada a benfeitorias realizadas no passado e/ou presente, em seu vínculo e defesa de trabalhadores, sindicalistas, movimentos sociais. A notícia apresenta causa de valoração do personagem, atributos favoráveis e/ou qualidades, na força política como central na consequência dos fatos, nos quais podem se relacionar também como argumentos de defesa de Lula no processo da Lava-Jato.
03	Figura pública	Esta categoria está atrelada a força política-partidária de Lula como central na ocorrência dos fatos, porém aqui tratada como influência “negativa”.
04	Culpa partido	Esta categoria está presente nas notícias que apresentam ações do governo Dilma ou de outros pertencentes ao partido do PT formando uma conexão entre o partido e Lula a acusações.
05	Crise	A notícia projeta a interpretação de que a crise seja ela econômica ou política atuam como fator que incide na descrença em Lula.
06	Corrupção	Esta categoria está presente nas notícias que possuam elementos que caracterizam desvio de conduta ou prática de ilícito, ação ou resultado de suborno em benefício próprio ou de outrem, utilização de recursos para obtenção de informações, entre outros decorrentes de práticas indevidas.
07	Má administração	Esta categoria está presente nas notícias quando elementos caracterizam incompetência na administração do governo de Lula ou quando associam o nome dele à uma má administração do governo de Dilma.
08	Operação	Esta categoria está presente nas notícias em que a própria Operação está associada como causa de fatos que ocorreram durante o processo da Lava-Jato, como a delação premiada, o áudio vazado, o depoimento de Lula, e outros decorrentes dos procedimentos comuns da investigação.
09	Política	Esta categoria está presente quando, nas notícias, a causa está associada a procedimentos da política, como a aliança política realizada entre partidos e nomes de partidos, campanha política ou relativos a atores políticos, excluindo-se aqui os referentes à Operação Lava-Jato.

10	Múltiplas	Esta categoria está presente nas notícias que possuam elementos textuais que projetam a interpretação de mais de uma suposta causa, ou então, dúvidas quanto a causa, apresentando argumentos que inferem causas de origem distintas ou mesmo uma teórica imparcialidade, por exemplo.
11	Outras	Caso não seja projetada nenhuma dessas causas, o código lançado é o número 06 e terá a identificação da causa específica por escrito.

V04 - JULGAMENTO MORAL		
Nesta variável, elencam-se os julgamentos de valor dados a Lula, projetados na narrativa linguística do jornal (que têm nas falas, pensamentos ou ações reproduzidas em discurso direto ou indireto do jornalista).		
01	Ausente	A notícia não apresenta julgamento moral do problema
02	Competente (variável descartada por sua ausência de ocorrência nas notícias analisadas)	Este julgamento insinua que o ator político Lula é/foi competente em suas ações, discursos e/ou atos, fazendo uma referência positiva à sua capacidade de realizar, resolver ou apreciar determinado assunto ou coisa, os quais podem estar descritos de forma direta ou indireta na notícia.
03	Incompetente	Este julgamento insinua que o ator político Lula é/foi incompetente em suas ações, discursos e/ou atos, fazendo uma referência negativa às ações, capacidades e/ou conhecimentos de Lula, os quais podem estar descritos de forma direta ou indireta na notícia.
04	Vítima	Este julgamento projeta que o ator político Lula é inocente nos acontecimentos descritos em notícia ou que não é responsável de algum acontecimento desfavorável que incida diretamente à população e/ou governo.
05	Vilão	Este julgamento insinua que o ator político Lula é culpado nos acontecimentos descritos em notícia ou que é responsável por algum acontecimento desfavorável que incida diretamente à população e/ou governo. Este julgamento insinua que o ator político Lula está associado a outro nome ou mesmo ao partido, e é vinculado culpado nos acontecimentos descritos em notícia ou co-responsável por algum acontecimento desfavorável que incida diretamente à população e/ou governo.
06	Honesto (variável descartada por sua ausência de ocorrência nas notícias analisadas)	Este julgamento insinua que o ator político Lula é/foi honesto em suas ações, discursos e/ou atos, ou que tenha agido de boa-fé, ou que não tenha praticado ilícitos.
07	Desonesto	Este julgamento insinua que o ator político Lula é/foi desonesto em suas ações, discursos e/ou atos, ou que tenha agido com má fé, ou que tenha praticado ilícitos, chefe da quadrilha, ou que esteja associado ao réu.

08	Ambíguo	Este julgamento retrata uma situação desfavorável de julgamento e logo após remete a uma situação de defesa na mesma proporção ou então não há possibilidade de definir um julgamento moral prioritário.
09	Líder	Este julgamento insinua que o ator político Lula se caracteriza em sua figura de líder e/ou pessoa carismática.
10	Oportunista	Este julgamento insinua que o ator político Lula tira proveito das oportunidades e relacionamentos políticos em benefício próprio.
11	Enfraquecido	Este julgamento insinua que o ator político Lula está enfraquecido, fisicamente abalado, desacreditado e/ou sem forças morais ou políticas, podendo também significar que havia uma tendência do presidente a se vitimizar.
12	Outro	Caso o julgamento não seja nenhum dos descritos acima, o código lançado é o número 07 e terá a identificação do julgamento por escrito.
V05 RECOMENDAÇÃO DE TRATAMENTO [SOLUC]		
A recomendação de tratamento surge quando a notícia supõe alguma solução para o problema. Se houver predominância de um, será assinalado somente um dos códigos. Geralmente encontra-se ao final do texto.		
01	Ausente	A notícia não realiza recomendações de tratamento.
02	Acusação contra Lula	A notícia direciona a interpretação de que Lula pode ter culpa nas acusações descritas na notícia e/ou a interpretação de que Lula deve ou pode ser condenado pelas acusações que o envolvem no processo da Operação Lava-Jato.
03	Defesa de Lula	A notícia projeta citações, ações ou discursos em defesa de Lula, citados ou não por ele próprio.
04	Acusação contra PT	A notícia direciona a interpretação de que há denúncia, imputação de crime, ou outro tipo de acusação contra o partido petista.
05	Acusação contra outros partidos	A notícia direciona a interpretação de que há denúncia, imputação de crime, ou outro tipo de acusação contra outros partidos, aqui se exclui o partido petista.
06	Impeachment de Dilma	A notícia direciona uma recomendação que subentende como solução o Impeachment de Dilma.
07	Defesa de Dilma	A notícia projeta argumentos favoráveis a Dilma, citados ou não por ela própria.
08	Continuidade do processo	A notícia sugere que deve haver uma continuidade da Operação Lava-Jato ou então projeta citações, ações ou discursos em defesa de figuras elementares que pertencem ao rol daqueles como ministros ou juizes do STF, juizes de primeira e segunda instância, MPF, Procuradoria-geral, polícia federal e afins.
09	Outro	Caso não seja projetada nenhuma dessas recomendações, o código lançado é o número 09 e terá a identificação da recomendação específica por escrito.

17/03/2016



SEMPRE EM DIA DE 19 DE MARÇO DE 2016 R\$ 1,50

LULA EM VOZES AO PLANALETTO

Diálogo ameaça Dilma

Dilma: Alô.

Lula: Alô.

Dilma: Lula, deixa eu te falar uma coisa.

Lula: Fala, querida. Ahn.

Dilma: Seguinte, eu tô mandando o Messias junto com o papel... pra gente ter ele. E só usa em caso de necessidade, que é o Termo de Posse, tá?!

Lula: Uhum. Tá bom, tá bom.

Dilma: Só isso, você espera aí que ele tá indo aí.

Lula: Tá bom, eu tô aqui, fico aguardando.

Dilma: Tchau.

Lula: Tchau, querida.

...segunda-feira, 14 de março de 2016, às 19h30. Dilma Rousseff falou com o presidente Lula da Silva em uma conversa telefônica. A conversa foi gravada e divulgada no Twitter por um usuário anônimo. O áudio revela uma conversa entre as duas líderes, com Dilma pedindo para Lula enviar o termo de posse para ela. Lula responde que ele não pode fazer isso, mas que ela pode pedir para o presidente enviar o termo de posse para ela.

...segunda-feira, 14 de março de 2016, às 19h30. Dilma Rousseff falou com o presidente Lula da Silva em uma conversa telefônica. A conversa foi gravada e divulgada no Twitter por um usuário anônimo. O áudio revela uma conversa entre as duas líderes, com Dilma pedindo para Lula enviar o termo de posse para ela. Lula responde que ele não pode fazer isso, mas que ela pode pedir para o presidente enviar o termo de posse para ela.

...segunda-feira, 14 de março de 2016, às 19h30. Dilma Rousseff falou com o presidente Lula da Silva em uma conversa telefônica. A conversa foi gravada e divulgada no Twitter por um usuário anônimo. O áudio revela uma conversa entre as duas líderes, com Dilma pedindo para Lula enviar o termo de posse para ela. Lula responde que ele não pode fazer isso, mas que ela pode pedir para o presidente enviar o termo de posse para ela.

...segunda-feira, 14 de março de 2016, às 19h30. Dilma Rousseff falou com o presidente Lula da Silva em uma conversa telefônica. A conversa foi gravada e divulgada no Twitter por um usuário anônimo. O áudio revela uma conversa entre as duas líderes, com Dilma pedindo para Lula enviar o termo de posse para ela. Lula responde que ele não pode fazer isso, mas que ela pode pedir para o presidente enviar o termo de posse para ela.



OPINIÃO Dilma Rousseff Dilma Rousseff Dilma Rousseff	OPINIÃO Lula Lula Lula	OPINIÃO Aécio Aécio Aécio	OPINIÃO José Serra José Serra José Serra	OPINIÃO Fernando Collor Fernando Collor Fernando Collor	OPINIÃO Lula Lula Lula	OPINIÃO Dilma Rousseff Dilma Rousseff Dilma Rousseff	
--	--	---	--	---	--	--	--

18/03/2016



LIMINARES CONTILA POSSE

Judiciário repudia ofensas e suspende manobra de Lula

'Condutas criminosas à sombra do poder jamais serão toleradas', avisa decano do STF
Ex-presidente chegou a ser empossado em solenidade na qual Dilma reagiu à divulgação do grampo pelo juiz Sérgio Moro e obteve o "golpe do congresso" antes. Mas contra a fúria do dia, Lula afirmou que respeito a justiça e pediu justiça

Apesar de não possuir o cargo de presidente, Luiz Inácio Lula da Silva não pode ser considerado um cidadão comum. Ele é o primeiro brasileiro a ser eleito presidente da República por voto direto e universal. Além disso, foi o primeiro a ser eleito por um período de cinco anos. Sua eleição em 2002 marcou o fim da ditadura militar e o início de uma nova era de democracia no Brasil. Lula foi reeleito em 2006 e 2010, tornando-se o primeiro presidente a ser eleito por três mandatos consecutivos. Sua gestão foi marcada por uma série de reformas e políticas sociais que buscavam reduzir a desigualdade social e promover o desenvolvimento econômico do país.

Em 2015, Lula foi condenado por corrupção passiva e lavagem de dinheiro pelo Supremo Tribunal Federal (STF). A condenação ocorreu após o julgamento do caso Collor, em que Lula foi acusado de ter recebido propina de R\$ 2 milhões em troca de uma indicação para o cargo de ministro do Trabalho em 1994. A condenação foi considerada um marco na história da justiça brasileira, pois foi a primeira vez que um ex-presidente foi condenado por crimes de corrupção.



BRASIL
Manifestantes ocupam ruas para agitar a eleição

"Lula da Silva, Lula da Silva"

Manifestantes ocupam ruas em São Paulo, Rio e Brasília

Manifestantes ocuparam as ruas de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília para protestar contra a condenação de Lula da Silva. Os manifestantes carregavam bandeiras e gritavam slogans em defesa de Lula. As manifestações ocorreram em diversas cidades brasileiras, incluindo São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.

Os manifestantes ocuparam as ruas de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília para protestar contra a condenação de Lula da Silva. Os manifestantes carregavam bandeiras e gritavam slogans em defesa de Lula. As manifestações ocorreram em diversas cidades brasileiras, incluindo São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.



Constituinte já vai para a prisão
Um constituinte foi preso após a divulgação de um áudio em que ele teria dito que não se importava com a condenação de Lula da Silva.

Moro indica que não seria repescado a Lula
O juiz Sérgio Moro afirmou que não seria possível a anulação da condenação de Lula da Silva.

Terror e fúria boicotam posse
A posse de Dilma Rousseff foi marcada por um clima de tensão e fúria devido à condenação de Lula da Silva.

A primeira página continua a seguir

21/09/2016

O GLOBO

Quarta-feira, 21 de setembro de 2016 11h30 | Rio de Janeiro | 100 mil exemplares | www.globo.com.br

ELEIÇÕES 2018 Garotinho e Crivella já negociam secretarias

Os candidatos ao Senado e ao governo federal, respectivamente, Garotinho e Crivella, já negociam a possibilidade de ocuparem secretarias em um eventual governo federal. Segundo fontes próximas ao senador mineiro, o acordo já estaria em andamento. Crivella, por sua vez, também teria conversado com o governador de Minas Gerais, Antonio Anastas, sobre a possibilidade de ocupar uma pasta no governo estadual.

A 11 dias da eleição, rejeição a candidatos atinge níveis inéditos

Com apenas 11 dias para as eleições, a rejeição aos principais candidatos ao Senado e ao governo federal atingiu níveis inéditos. Segundo pesquisa do IUPERJ, o índice de rejeição aos candidatos ao Senado chegou a 68%, enquanto para o governo federal chegou a 72%.

Paes some da agenda de campanha de Pedro Paulo

Apesar de Pedro Paulo ter anunciado oficialmente sua candidatura ao Senado, o governador de Pernambuco, Paulo Câmara, não está na agenda de campanha do candidato.

Insider do dia
Família: 'Viver em respeito'
A família de Garotinho passou por um momento difícil após a prisão do senador. Segundo fontes próximas ao senador, a família está tentando manter a calma e viver em respeito.

Ministro: caixa d'água não é elétrica e não deve ser punido

O ministro da Saúde, Luiz Henrique Manduca, afirmou que a caixa d'água não é elétrica e não deve ser punida por não ter sido instalada corretamente.

Integração entre metrô e BRT custará R\$ 7 bilhões

Governo edita MP para mudar o ensino médio

Petrobras estuda reduzir preço da gasolina

OTIMIZAÇÃO
A Petrobras estuda reduzir o preço da gasolina em até 10% a partir de outubro. A medida é justificada pela queda dos preços internacionais do petróleo e pela otimização dos custos operacionais. A empresa também está avaliando a possibilidade de reduzir o preço do álcool e do gás.

Combustível	Preço atual (R\$/litro)	Preço futuro (R\$/litro)
Gasolina	5,80	5,20
Alcool	4,80	4,50
Gás	1,20	1,10

SETE
A Petrobras também está avaliando a possibilidade de reduzir o preço do álcool e do gás.

Ele quer limitar concessão de energia, e INDES pode deixar pronto

LAVA-JATO

Lula vira réu pela 2ª vez e será julgado por Moro

Ex-presidente agora responderá por corrupção e lavagem. Para a Justiça, a denúncia contém elementos suficientes para caracterizar a prática de crimes de corrupção ativa e lavagem de dinheiro.

O ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva foi condenado a 9 anos e 6 meses de prisão por corrupção ativa e lavagem de dinheiro. A condenação foi proferida pelo juiz federal Sérgio Moro, que também condenou outros membros do governo Lula.



ENCHENTE DE INVERNO | As ruas estão alagadas devido às chuvas fortes que caíram no Rio de Janeiro. A situação é crítica em algumas áreas, com muitos carros atolados e pedestres correndo para evitar alagamentos. **Matheus**

Angelina e Brad Pitt
O casal estrela de Hollywood se desfilou juntos em um desfile de moda em Paris. O casal está muito feliz e comemorando o aniversário de casamento.

Gérard Depardieu
O ator francês estrela o novo filme de um dos seus diretores favoritos. O filme é considerado um dos melhores da carreira dele.

Quem foi o seu gol?
A seleção brasileira venceu a partida contra o Chile e se classificou para a próxima fase do torneio. O gol foi marcado por Neymar.

11/05/2017

O GLOBO

Revista de Notícias - Rio de Janeiro, 11 de maio de 2017 - Edição 1000 - 1,50 Real - 100% Recicla - www.globo.com.br

NO DIA SEGUINTE AO DEPOIMENTO

Lula dava 'palavra final' sobre caixa 2, diz Santana

Ex-marqueteiros do PT contam que Dilma também sabia de tudo

Foram liberados detalhes de como Lula Santana e sua família, Milton Moraes, que revelaram detalhes de conversas com ex-petistas sobre a legalização em compensação de diversas empresas desafiadas

Temer afirma que espera 320 votos na Previdência

Presidente espera 320 votos para aprovar o projeto de lei que altera o teto da Previdência Social. O texto prevê a redução de 10% das despesas com aposentadorias e pensões, além de mudanças na forma de cálculo das contribuições. Temer espera que o projeto tenha o apoio necessário para ser aprovado no Senado.

Brasil vai emitir dívida de US\$ 10 bilhões

O Brasil vai emitir uma nova dívida pública em dólares no valor de US\$ 10 bilhões. A operação é considerada uma medida para fortalecer as reservas internacionais do país.

Petrobras lança R\$ 4,45 bilhões

A Petrobras lançou uma nova rodada de captação de recursos no mercado de capitais, com o lançamento de uma nova emissão de dívida pública no valor de R\$ 4,45 bilhões.

Dilma chama colega de infância

Dilma Rousseff chamou para jantar um colega de infância em um restaurante de luxo. A reunião ocorreu após o anúncio de sua renúncia à presidência.

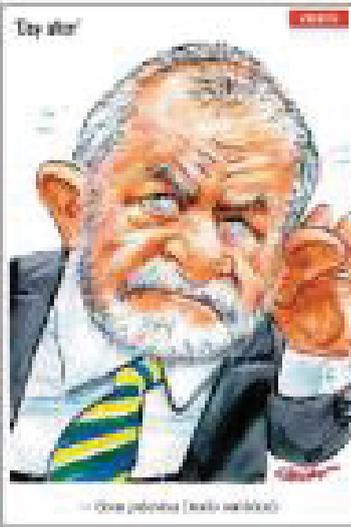
Segurança revela pontos turísticos

A segurança pública revelou os pontos turísticos mais visitados do Brasil em 2016. O Rio de Janeiro liderou a lista com o Cristo Redentor e o Pão de Açúcar.

Brasil pode fim de prisões políticas

O Brasil pode acabar com as prisões políticas, segundo um relatório da Comissão Interamericana de Direitos Humanos. O documento aponta que a prática é incompatível com a Declaração Universal dos Direitos Humanos.

Foram liberados detalhes de como Lula Santana e sua família, Milton Moraes, que revelaram detalhes de conversas com ex-petistas sobre a legalização em compensação de diversas empresas desafiadas.



Brasil recebe US\$ 10 bilhões

O Brasil recebeu uma nova emissão de dívida pública em dólares no valor de US\$ 10 bilhões.

Uma multa com R\$ 800 mil

Uma multa de R\$ 800 mil foi aplicada a uma empresa por descumprimento de obrigações ambientais.

Maduro entregou US\$ 11 milhões

Nicolás Maduro entregou US\$ 11 milhões em uma operação financeira para o governo venezuelano.

Dilma de propina vai em caixa de suposto

Dilma usava 'folanda' para avisar sobre a Lava-Jato

Dilma Rousseff usava uma folanda para avisar sobre a Lava-Jato. A folanda era um tipo de roupa usada por ela durante o período de sua presidência.

Petista se contradiz sobre Vaccari e Duque

Lula deu detalhes sobre o caso Vaccari e Duque, mas se contradiz sobre os fatos.



Uma reunião em uma sala de reuniões durante a investigação da Lava-Jato.

Lula deu detalhes sobre o caso Vaccari e Duque, mas se contradiz sobre os fatos. Segundo ele, o caso envolveu negociações com empresas estrangeiras para a legalização de terrenos.

EXCLUSIVO
Temer promete não pedir o impeachment de Dilma

A arte como última batalha

A arte é considerada a última batalha na resistência contra a ditadura.



Migra revelado

Migra revelou detalhes sobre o caso de corrupção.



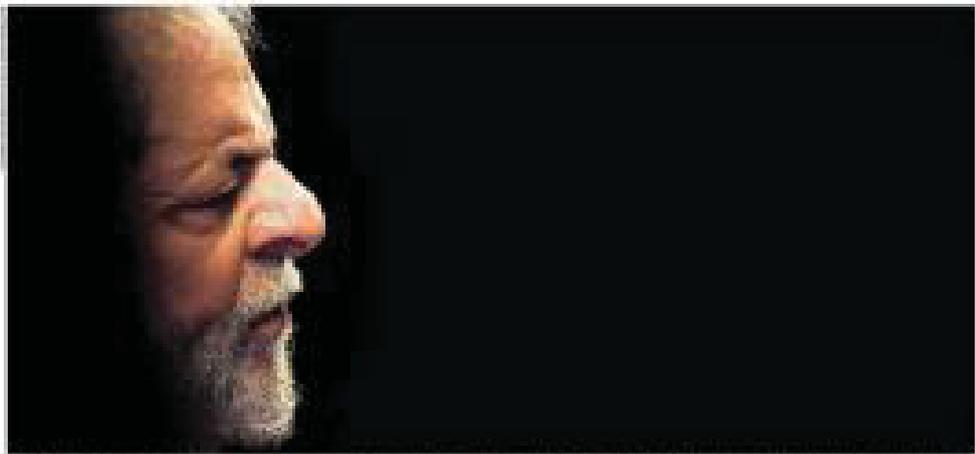
Crise no Maraca

Crise no Maraca envolveu negociações com empresas estrangeiras.

13/07/2017



LULA É O PRIMEIRO EX-PRESIDENTE CONDENADO



Luiz Inácio Lula da Silva, presidente eleito em 2002, é condenado por corrupção e lavagem de dinheiro. Foto: AP/Imagem

Pena é de 9 anos e seis meses por corrupção e lavagem | **Na sentença, Moro afirma que não pediu prisão 'por prudência'** | **Defesa se queixa de perseguição política e diz não haver provas**

Luiz Inácio Lula da Silva, presidente eleito em 2002, é condenado por corrupção e lavagem de dinheiro. A pena é de nove anos e seis meses de prisão. O juiz federal Sérgio Moro afirmou que não pediu prisão por prudência, mas que a condenação é necessária para garantir a integridade do sistema jurídico brasileiro. A defesa alega que a condenação é uma perseguição política e que não há provas suficientes para sustentar a acusação.

Na sentença, o juiz afirma que não pediu prisão por prudência, mas que a condenação é necessária para garantir a integridade do sistema jurídico brasileiro. A defesa alega que a condenação é uma perseguição política e que não há provas suficientes para sustentar a acusação.



DEFESA
"Condenação de Lula é símbolo de perseguição política"

A defesa alega que a condenação é uma perseguição política e que não há provas suficientes para sustentar a acusação.

DESA Condenação de Lula é símbolo de perseguição política	MOROS O juiz afirma que não pediu prisão por prudência	DEFESA A defesa alega que a condenação é uma perseguição política	LUZ Luiz Inácio Lula da Silva é condenado por corrupção e lavagem de dinheiro	MORO O juiz afirma que não pediu prisão por prudência	DESA Condenação de Lula é símbolo de perseguição política	MOROS O juiz afirma que não pediu prisão por prudência	DEFESA A defesa alega que a condenação é uma perseguição política	LUZ Luiz Inácio Lula da Silva é condenado por corrupção e lavagem de dinheiro	MORO O juiz afirma que não pediu prisão por prudência	DESA Condenação de Lula é símbolo de perseguição política	MOROS O juiz afirma que não pediu prisão por prudência	DEFESA A defesa alega que a condenação é uma perseguição política
---	--	---	---	---	---	--	---	---	---	---	--	---

Câmara resiste a mexer na nova lei trabalhista

MP antecede debate pelo Congresso. Comissão do PSL a resistir a mudança de sentido da nova legislação. [Mais notícias](#)