



Estudo de caso

JORNALISMO POLÍTICO NA REVISTA VEJA: OLHARES SOBRE A CAPA DA EDIÇÃO 2490, DE 10 DE AGOSTO DE 2016

Thuanny Cappellari¹
Michele Negrini²

RESUMO: A capa da revista Veja, edição 2490, é o foco deste estudo, que busca entender os elementos de sua constituição. A revista tem presença marcante nos principais eventos relacionados à política do Brasil na atualidade, entre eles está a operação designada como Lava Jato, da Polícia Federal, que investiga esquemas corrupção e lavagem de dinheiro. Assim, o objetivo deste artigo é verificar como a capa da edição 2490 faz remissões a Dilma Rousseff e a Michel Temer no contexto das delações da empresa Odebrecht, relacionadas aos esquemas de corrupção do Brasil. Vamos tomar como suporte metodológico recursos da Análise do Discurso de Linha Francesa.

PALAVRAS-CHAVE: *Revista Veja. Política. Análise do Discurso.*

ABSTRACT: The cover of Veja Magazine, edition 2490, is the focus of this study, which cares to understand the elements of its constitution. The magazine has a strong presence of the main politics related events in Brazil's present, amongst them the operation designated as "Lava Jato", from the Federal Police, which investigates corruption and money laundering. Like this, the objective of this article is verifying how the cover of the 2490 edition's, remises Dilma Rousseff and Michel Temer in the context of the accusations of Odebrecht enterprise, related to the corruption schemes in Brazil. We will use as methodological supports the resources of the French Speech Analysis

KEYWORDS: *Veja Magazine. Politics. Speech Analysis.*

¹ Jornalista pela Universidade Federal de Pelotas. Mestranda em Comunicação na PUC RS. E-mail: thuanny.cappellari@gmail.com.

² Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação. Professora do Curso de Jornalismo da UFPel. E-mail: mmnegrini@yahoo.com.br.

Introdução

O cenário político atual é uma seara de constantes disputas discursivas e de polêmicas. E, neste contexto, os meios de comunicação são agentes significativos na construção de sentidos sobre as questões que se passam na política.

Em relação a coberturas políticas, a Revista Veja tem uma postura bastante polêmica e suas coberturas geram olhares distintos entre o público. Este estudo tem como objetivo analisar os principais sentidos instituídos nos discursos da capa da revista Veja, edição 2490, de 10 de agosto de 2016, com relação à imagem de Dilma Rousseff e de Michel Temer no contexto das delações da empreiteira Odebrecht³ relacionadas à operação Lava Jato.

Na contramão da crise e de novas plataformas digitais, a revista Veja encontra-se em um mercado consolidado e, há mais de 20 anos, mantém circulação superior a um milhão de exemplares semanais. Suas capas são, geralmente, dotadas de significados, e apresentam discursos que instigam a realização de estudos.

Geralmente, o primeiro contato do leitor é com a capa, e é a partir dela que se desperta o interesse pelo conteúdo interno. Em alguns casos, a leitura de uma revista se restringe somente a este elemento inicial, porque comumente os veículos de comunicação divulgam suas capas na internet e, também, outro fator que contribui para essa leitura restrita está associado à forma de exposição da revista em pontos de venda. Sendo assim, muitas pessoas, mesmo não adquirindo o produto físico ou digital, realizam a leitura do texto e imagem presentes na capa.

Em estudo anterior (CAPPELARI, 2015) analisamos a revista Veja com foco na capa 2397, de 29 de outubro de 2014. Os fatores motivadores ao estudo foram: o fato da capa apresentar uma denúncia de corrupção envolvendo os políticos Dilma Rousseff e Luiz Inácio Lula da Silva em meio ao período de eleições presidenciais para segundo

³ O envolvimento da construtora Odebrecht foi descoberto em fevereiro de 2016, após Maria Lúcia Tavares, secretária executiva de Marcelo Odebrecht, ser presa e revelar em detalhes o esquema de propina. Na ocasião, foi descoberto que a empreiteira havia criado um setor exclusivo para pagamentos ilegais a políticos e funcionários da Petrobrás. Desde então, a Odebrecht passou a contribuir com as investigações na Lava Jato através de executivos e ex-executivos da empreiteira que assinaram acordos de delação. A Odebrecht é uma Organização global de origem brasileira, a maior empresa de engenharia no Brasil, presente em 24 países, exportadora para mais de 100. Atua com Negócios diversificados e estrutura descentralizada, nos setores de Engenharia e Construção, Indústria, Imobiliário e no desenvolvimento e operação de projetos de Infraestrutura e Energia.

turno; a revista ter antecipado sua edição, sendo divulgada às vésperas da votação em que Dilma Rousseff e Aécio Neves disputavam a presidência; a denúncia, presente na capa, ainda não havia sido averiguada pela polícia. Tais elementos fundamentaram a pesquisa anterior.

O texto da revista *Veja* objeto deste estudo trata do escândalo de corrupção nomeado como “Lava Jato”, o destaque é para as delações que envolvem Dilma Rousseff (PT) e Michel Temer (PMDB). Para Mota e Guazina (2010, p.136): “o jornalismo político sobrevive do confronto entre partes e partidos”. Com o passar dos anos, houve mudanças nas características do jornalismo político. Martins (2011) acrescenta:

Até algumas décadas atrás, os jornais, em sua maioria, tinham um caráter quase partidário. E dirigiam-se também a um leitor razoavelmente partidariado. Para um e para outro, a opinião era tão ou mais importante que a notícia. O leitor comprava o jornal esperando encontrar uma cobertura afinada com seu viés político – ou, pelo menos, não muito distante dele. Já o jornal buscava cativar o leitor atendendo a essa expectativa. (MARTINS, 2011, p.12)

107

Justifica-se a necessidade desta pesquisa por este ser um dos maiores esquemas de corrupção do País, foi descoberto em março de 2014, quando a Polícia Federal iniciou uma investigação em um posto de gasolina localizado em Brasília. Após diversas fases da operação Lava Jato, em julho de 2016 os executivos da Odebrecht negociaram acordo de delação premiada com o Ministério Público Federal. E, de acordo com divulgação⁴ de *Veja*, a delação presente na edição 2490 é a mais esperada do escândalo Petrolão. Portanto, o discurso da revista é relevante a ser estudado no contexto de jornalismo político.

Ao tratar do nome de Michel Temer, na época Vice Presidente da República, a expressão utilizada na capa é “Odebrecht cita Temer”. Enquanto que para a ex-presidente Dilma Rousseff, a expressão é “Marqueteiro Destrói Dilma”. Outras expressões utilizadas pela revista na capa da edição em estudo são “Exclusivo” e “Delações explosivas”. A empresa Odebrecht está envolvida no escândalo de corrupção

⁴ Informação disponível em: < <http://veja.abril.com.br/brasil/odebrecht-cita-temer-em-negociacao-de-delacao-premiada/> > Acesso em: 06 de abr. 2017.

e alguns de seus empresários participam da delação premiada. O marqueteiro é João Santana, que trabalhava nas campanhas de Dilma e Lula.

De acordo com o dicionário Aurélio (web, s/p), “citar” significa: “chamar solenemente para comparecer em juízo ou perante a autoridade em determinada ocasião; fazer menção ou referência a algo; apontar, indicar, referir (texto, fato, etc.) mencionar ou transcrever palavras de outrem”. Dessa forma, Veja indica em seu texto de capa que Temer foi citado, ou seja, foi apontado, indicado pela empresa Odebrecht na delação. Outro elemento importante é que no texto se utiliza o nome da empresa Odebrecht, ao invés de indicar o nome do indivíduo que fez a delação representando a empresa Odebrecht.

Ao falar da ex-presidente Dilma, o termo utilizado é “destrói”. De acordo com o dicionário Aurélio (web, s/p) destruir significa: “proceder à destruição de; causar destruição em; demolir, arrasar; aniquilar, desfazer, transtornar, exterminar”. Ou seja, a partir da caracterização apresentada, pode-se dizer que a revista Veja aponta que, em sua delação, o marqueteiro “destrói a ex-presidente”.

Os termos usados nas aferições de Veja, na capa da edição em análise, para se dirigir a Dilma e a Temer, têm constituições com remissões distintas. Ao falar que a empreiteira Odebrecht cita o nome de Michel Temer, muitos sentidos podem estar imbricados neste contexto e não há uma taxação pejorativa ou que direcione os leitores a ver culpas no contexto da operação Lava Jato. Já ao falar que “Marqueteiro destrói Dilma”, a revista traz como sentido dominante a lógica de que algo muito polêmico foi divulgado pelo marqueteiro em relação à ex-presidente.

Em seu site⁵, comumente, a revista Veja anuncia os destaques da semana. Na edição em análise, a divulgação é apresentada com o seguinte texto:

Na delação que a empreiteira está negociando, um anexo diz que o então vice-presidente Michel Temer participou de uma reunião que resultou na doação de 10 milhões de reais. Já o marqueteiro João Santana, responsável pelas campanhas eleitorais do PT, prometeu ao Ministério Público revelar um arsenal de informações que vai “destruir” a biografia da presidente afastada (VEJA, 2016).

⁵ Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/tveja/ultima-edicao/odebrecht-cita-temer-marqueteiro-destroi-dilma/>>. Acesso em: 06 de abr. 2017.

No texto acima, há a indicação de um anexo que, segundo a revista, fala sobre a participação de Temer em uma reunião em que foi recebido o valor de 10 milhões de reais. Já ao mencionar Dilma, o texto divulga a promessa de João Santana, que diz revelar muitas informações que irão “destruir” a biografia da ex-presidente. Enquanto no caso de Temer há um anexo, no caso de Dilma existe apenas o relato do delator sem ainda as devidas comprovações. Mas, mesmo diante da informação que fala sobre um anexo que trata da participação de Temer, Veja, com seu discurso de capa, convoca o olhar do público para a degradação da imagem de Dilma. Quando a revista diz que a empreiteira Odebrecht citou Temer, há uma amenização em relação ao seu envolvimento no contexto discutido na reportagem.

A partir dos argumentos apontados, observa-se que há elementos que concedem subsídios para o estudo de capa da revista Veja, edição 2490, de 10 de agosto de 2016, com a convocação do suporte de olhares vindos da Análise do Discurso de Linha Francesa.

Jornalismo Político e as relações de poder⁶

109

A concorrência entre os veículos de comunicação e o interesse dos candidatos faz com que o jornalismo político seja um instrumento de estratégias eleitorais e um jogo de forças. O jornalismo tem o poder de agendar os assuntos entre o público. Conforme a seleção realizada pelos veículos de comunicação, o leitor interpreta e desenvolve seu pensamento crítico.

A partir de um recorte, produzido a partir do que é considerado importante ao veículo, é que o leitor terá uma versão sobre o fato. Neste trajeto, a mídia possui um papel fundamental ao veicular uma informação, haja vista seu poder de influenciar nas opiniões da sociedade. Pode-se atribuir à mídia, portanto, o poder de criar uma interpretação inicial sobre determinado assunto e de apresentar ao público o seu olhar sobre o que está sendo transmitido. Este olhar, muitas vezes, é constituído por disputas de poder. Guazina (2015) explica como ocorre essa mediação entre os meios de comunicação e os cidadãos. De acordo com a autora:

⁶ Embora com outros objetivos, parte da discussão apresentada neste item foi desenvolvida em CAPPELLARI E NEGRINI (2016).

(...) devemos levar em conta que, no caso da política nacional, as experiências que a maioria dos cidadãos tem em relação aos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, nas mais altas instâncias e em casos de denúncias de corrupção, por exemplo, passam, necessariamente, pela mediação dos meios de comunicação (GUAZINA, 2015, p.48).

Traquina (2005) fala sobre o poder do jornalismo. Segundo o autor, um dos fatores do poder do jornalista é a autonomia relativa do profissional, que pode decidir quem irá entrevistar e quais palavras utilizará para escrever a notícia. Dessa forma, a condição do jornalista o permite atuar ativamente na construção de notícias e, segundo o autor, na construção da realidade.

Como já foi sugerido, a nossa proposta teórica reconhece que o trabalho jornalístico é altamente condicionado, mas também reconhece que o jornalismo, devido à sua “autonomia relativa”, tem “poder”, e, por consequência, os seus profissionais têm poder. Os jornalistas são participantes ativos na definição e na construção das notícias, e, por consequência, na construção da realidade (TRAQUINA, 2005, p.26).

O jornalista, ao fazer o seu trabalho diário, faz muitas escolhas, as quais vão dar ênfase a um olhar sobre o assunto focado, em detrimento de outros. As escolhas do repórter, as ênfases e os apagamentos de sentidos são determinantes para que os discursos sejam constituídos e para que determinados sentidos tenham ênfase.

Para Bourdieu (2011, p.195), “o campo político é um microcosmo, isto é, um pequeno mundo social relativamente autônomo no interior do grande mundo social”. Ou seja, quando se fala em campo autônomo, quer dizer, em que há leis próprias. Para ingressar no campo político, é preciso seguir as regras inseridas nele. Bourdieu (2011) faz uma reflexão sobre política e força:

A política é uma luta em prol de ideias, mas um tipo de ideias absolutamente particular, a saber, as ideias-força, ideias que dão força ao funcionar como força de mobilização. Se o princípio de divisão que eu proponho for reconhecido por todos, se meu *nomos* se tornar o *nomos* universal, se todos virem o mundo como eu o vejo, terei atrás de mim toda a força das pessoas que compartilham minha visão. (BOURDIEU, 2011, p.203, grifo do autor).

Se os costumes, leis e ideias de um indivíduo forem seguidos por mais pessoas, elas tomam força. Assim, forma-se uma mobilização de pessoas em prol de um mesmo

objetivo. Indivíduos que pensam da mesma maneira e que lutam por um mesmo ideal. Na política, as ideias exercem força. Porque se uma pessoa conseguir que um grupo perceba o mundo a maneira dela, estará adquirindo força a sua própria ideia. Por isso, pode-se dizer que a política se trava como uma luta, em que há uma busca por dominar e tornar-se o líder, o representante de um grupo. Assim, definiu o francês Bourdieu em uma entrevista⁷ com Philippe Fritsch: “As disputas do mundo político são sempre duplas; são combates por ideias, mas, como estas só são completamente políticas se tornam ideias-força, são também combates por poderes” (BOURDIEU, 2011, p. 206).

Segundo Bourdieu (2011), existem, no contexto do campo político, lutas de caráter simbólico. E nestas lutas, as armas e os poderes simbólicos se dão de forma desigual. O autor acrescenta:

O poder político é peculiar no sentido de se parecer com o capital literário: trata-se de um capital de reputação, ligado à notoriedade, ao fato de ser conhecido e reconhecido, *notável*. Daí o papel muito importante da televisão, que introduziu algo extraordinário, pois as pessoas que só eram conhecidas pelas reuniões eleitorais nos pátios das escolas não têm mais nada a ver com esses subministros que, suficientemente poderosos em seus partidos para aparecerem na televisão, têm seus rostos conhecidos por todo mundo. O capital político é, portanto, uma espécie de capital de reputação, um capital simbólico ligado à maneira de ser conhecido (BOURDIEU, 2011, p.204, grifo do autor).

111

Tratando-se do jornalismo político, as disputas por poder se manifestam no cotidiano dos veículos de comunicação. O jornalismo político, através de suas forças, apresenta fatos dotados de significados. Em alguns casos, sem as devidas apurações, o jornalismo pode acusar sem haver a checagem necessária. Como é o caso da Veja, que veiculou a informação do doleiro Alberto Youssef⁸ e transformou em notícia o que não estava devidamente apurado. Esta atitude não é adequada se formos pensar nas instruções dos manuais de redação jornalística e nas perspectivas da ética. Os veículos de comunicação devem, sobretudo, transmitir informação com responsabilidade e

⁷ Grandes Conferências de Lyon, Universidade Lumière-Lyon 2, quinta-feira, 11 de fevereiro de 1999. Do original “Conférence: le champ politique”, publicado no livro *Propos sur le champ politique*. Direitos autorais concedidos pela Presses Universitaires de Lyon. Traduzido por André Villalobos.

⁸ Alberto Youssef, 47 anos, encarcerado desde março de 2014 pela Polícia Federal é o principal delator do esquema da Petrobrás. Entre outros crimes, é acusado de cometer 3.649 vezes o de evasão de divisas. Entre 2011 e 2013, remeteu para o Exterior cerca de US\$ 450 milhões.

respeito aos envolvidos nos fatos divulgados e à sociedade. Além disso, na capa da edição 2397 de Veja, edição que foi analisada em estudo anterior, a imagem desvalorizada em termos de estética de Dilma Rousseff e Luiz Inácio Lula da Silva (Lula) produziu sentidos de desqualificação e desenvolveu uma espécie de visão negativa com relação a eles.

Cabe averiguar a postura da revista Veja, objeto deste estudo, diante de notícias sobre escândalos de corrupção que acometem diariamente a sociedade brasileira. Observou-se na edição 2397, em estudo anterior, que não houve a apuração adequada dos fatos, faltando a concessão de voz aos dois lados e analisou-se que sem as provas contundentes do caso, não deveria haver a divulgação para a sociedade. Compreende-se que atuando dessa forma, a revista não atende aos princípios éticos do jornalismo. A responsabilidade da mídia é de transmitir a informação de forma mais fiel à realidade e, para isso, deve haver a verificação das informações antes de divulgá-las.

Desta forma, a mídia veicula a informação e atua com importante influência política, já que ela tem condições de determinar o que fará parte dos contextos informativos e o que estará inserido na pauta social e na opinião pública⁹. Os meios de comunicação podem formar e participar ativamente da opinião pública ao optar por alguns conteúdos a serem divulgados em detrimento de outros. A escolha das matérias e sua apresentação são formas que evidenciam a linha editorial do veículo e posição tomada por ele.

Motta (2002) analisa a mídia como fonte de poder:

Paradoxalmente, a mídia é também uma fonte importante de poder político, econômico e social e pode ser utilizada para concentrar poder. A escolha das matérias e a apresentação de ideais normativos nos textos jornalísticos, ao serem confrontados com a realidade empírica, fazem com que a mídia seja mais do que um veículo de expressão da opinião pública, ela participa ativamente na sua formação. A tomada de posição da mídia – ou, pelo menos, de certos canais midiáticos – tem então consequências políticas muito importantes. A concentração da mídia não só pode limitar o pluralismo social, mas também as oportunidades de expressão política de certos setores (MOTTA, 2002, p.13).

⁹ “Simplificando, a opinião pública é a opinião predominante na sociedade (ou em seu segmento mais ativo e participativo) em um determinado momento. Não se confunde com a própria sociedade, cujos interesses, objetivos e definições são permanentes e consolidados”. (MARTINS, 2011, p.30).

As inscrições de pensamento de Motta (2002) remetem às constantes disputas de poder que são conformadas no texto dos veículos de comunicação. E, tratando-se da política como pauta, os olhares inscritos são delineados a partir de diversas disputas de olhares e de poder.

Embora a divulgação dos fatos seja provocada pela existência deles é de responsabilidade da mídia o modo como se veicula a informação e isto interfere na capacidade de compreensão do leitor. “(...) a desconfiança na política é um dos valores caracterizadores da cultura política” (GUAZINA, 2015, p.45). Essa relação se observa na teoria de CAPPELLA e JAMIENSON (1997) apud GUAZINA (2015):

Neste caso, a confiança na classe política teria declinado em virtude da influência da mídia em disseminar valores negativos relacionados aos políticos, por meio da ideologia profissional, do escândalo e dos erros que são inerentes às notícias. A desconfiança, portanto, seria uma espécie de efeito colateral do predomínio da imagem negativa dos políticos e da contradição entre o conflito como valor jornalístico e a busca de consenso como valor político. (CAPPELLA; JAMEINSON, 1997, apud GUAZINA, 2015, p.48).

As notícias existem porque são resultado de um fato que as desencadeou. Através da interpretação dos leitores, o que foi noticiado toma proporções diferentes de acordo com a realidade e bagagem cultural de cada um. Pode-se remeter, por exemplo, que a condição de envolvimento dos políticos em escândalos faz com que uma pessoa, ao ver a notícia sobre este tema, conduza o seu pensamento a uma relação de inúmeros significados negativos.

A notícia é um produto real que faz referência a algo exterior a ela (por isso é um símbolo). O texto jornalístico, como qualquer texto de literatura, é um “referente”. Assim, todo texto informativo “se refere” a um fato sem ser o próprio fato, daí sua dimensão ficcional. O fato, o real a ser codificado, “o visível também não é um sentido mudo, um significado de potências que se atualizaria na linguagem” (DELEUZE, 1977, p.71).

Os veículos de comunicação possuem grande interesse nas reportagens envolvendo denúncias sobre todos os assuntos porque são temas que vendem. Descobrir algo que está errado e apontar culpados é algo que interessa ao público. Fazer o

acompanhamento do assunto quando for uma denúncia é algo que desperta o interesse dos leitores que anseiam por justiça.

Análise do discurso: a capa da Revista Veja edição 2490

A AD está amparada por questões sociais, políticas e culturais que interferem na produção de sentidos e levam em consideração fatores ideológicos, em que se analisam as condições de produção do discurso. Vale-se de questões psicológicas que perpassam sobre a análise do discurso com o objetivo de desvendar características relevantes na produção de sentidos por meio das palavras. A escolha de determinado termo está atrelada a questões como, por exemplo, a posição social do indivíduo, e por isso, inevitavelmente leva em consideração questões políticas e culturais (ORLANDI, 2010). De acordo com ORLANDI (2010, p.20): “As palavras simples do nosso cotidiano já chegam até nós carregadas de sentidos que não sabemos como se constituíram e que no entanto significam em nós e para nós” .

Assim, conforme aponta Brandão (2015), a linguagem e seu uso estão atrelados às memórias anteriores e que compõe diversos aspectos da vida social. A escolha de algumas expressões em detrimento de outras é determinada por diversos fatores desenvolvidos ao longo da vida.

Para a AD, o uso da linguagem exige dos seus usuários um saber linguístico e também um saber que é exterior à língua que envolve aspectos histórico-ideológicos-sociais, saberes adquiridos quer pela prática cotidiana, quer pela escolarização, saberes adquiridos pela prática cotidiana (...) (BRANDÃO, 2015, p.21)

Para analisar as condições de produção do discurso, a AD leva em consideração diversos aspectos que constituem a cultura de uma sociedade, ou seja, além do contexto imediato da situação, também são analisadas questões históricas, culturais, ideológicas e sociais, afinal, compreendendo-se que o discurso se produz a partir destes elementos e é refletido por eles (BRANDÃO, 2015).

Para analisar estes discursos, a AD, definida inicialmente como o estudo linguístico das condições de produção de um enunciado, não se limita a um estudo puramente linguístico, isto é, a analisar só a parte gramatical da língua, a palavra, a frase. Ela leva em conta outros aspectos externos à língua, mas que fazem parte essencial de uma

abordagem discursiva: além do contexto imediato da situação de comunicação, compreendem os elementos históricos, sociais, culturais, ideológicos, que cercam a produção de um discurso e nele se refletem (BRANDÃO, 2005, p.21).

A AD permite estudar do ponto de vista linguístico abordagens de enunciação que compreende aspectos extralinguísticos e buscar a compreensão do sentido. E aquilo que é dito molda-se também pela forma, pela linguagem e é trabalhado no como se diz (BRANDÃO, 2005).

As palavras “citar” e “destruir” podem ser utilizadas de diversas formas, em diversos contextos e em produções discursivas distintas. A partir de cada situação e percepção do indivíduo, elas produzem determinado sentido. Na capa da edição 2490 da revista Veja, que está sendo observada neste estudo, a expressão destruir possui destaque e é apresentada na mesma cor (branca) que o nome de Dilma. Dessa forma, ainda que o texto relacionado à chamada de capa não seja lido, o discurso da capa da revista atribui relações entre “destrói” e “Dilma”, levando à construção de sentidos de que a ex-presidente teve sua imagem destruída e pode estar desmoralizada no contexto do campo da política.

115

A expressão “destrói Dilma” está em cor branca, mesma cor das expressões “exclusivo” e “cita Temer”. O uso da mesma cor para as três expressões dá um destaque ao olhar de que Michel Temer foi apenas citado, enquanto Dilma teve seu nome dilacerado.

Em cor preta, a revista traz as expressões “delações explosivas” (em letras pequenas), “Odebrecht” e “marqueteiro”. Neste contexto, as delações explosivas assumem ligação com a empresa Odebrecht e com o marqueteiro delator, mas a fonte de “delações explosivas” é em tamanho bem pequeno. Desta forma, nem sempre interpretada em um primeiro olhar por parte do leitor e nem sempre ligada à empreiteira e ao marqueteiro.



FIGURA 1 – capa da edição 2490 de Veja

A capa é composta preponderantemente pelas cores vermelho, preto e branco. A cor vermelha foi inicialmente utilizada na bandeira do Partido Comunista, e teve importante representação na Revolução Francesa de 1789. Aspectos históricos explicam que a mesma bandeira que simbolizava a opressão, passou a ser um símbolo revolucionário de luta do povo (PASTOUREAU, 2005).

As cores escuras, como o preto, simbolizam aquilo que está sujo, manchado, é a cor do ódio. A bandeira preta remete à anarquia, violência, fascismo, totalitarismo, punição e prisão. Guimarães (2003) complementa as reflexões:

(...) o vermelho utilizado para representar a esquerda foi a cor escolhida para, acompanhada da negatividade do preto, ilustrar todas as capas que tratam de escândalos, corrupção, golpes etc.(todos provocados dentro do governo federal ou entre seus aliados políticos). (...) Coincidência ou intencionalidade, o fato é que a repetição das combinações de cores com incorporação ou vinculação a determinados contextos positivos ou negativos também participa na formação do repertório e do imaginário dos leitores/eleitores. (GUIMARÃES, 2003, p.54).

A partir do pensamento de Guimarães (2003), cabe a inferência de que a revista Veja faz relações da cor vermelha - relacionando com a esquerda, com escândalos, com corrupção. E no caso da edição em análise, a combinação “vermelho, preto e branco” está sendo usada para fazer a remissão de Dilma como ligada à corrupção. Mesmo que Michel Temer esteja sendo mencionado na capa, ele somente é referenciado como citado no contexto da delação.

O vermelho na capa faz alusão à cor do PT, partido a que pertence a ex-presidente Dilma Rousseff. A logomarca da Odebrecht também é vermelha, e na maioria dos casos, a empreiteira faz o uso de sua logomarca com o fundo vermelho e o nome em branco. Neste caso, Veja utilizou a cor preta para o nome da Odebrecht, condição que desfaz uma possível identificação da logomarca e ainda faz referência a um sentido pretendido pela revista de subversão. Isso ocorre porque a cor preta remete a ideia de medo, fatos obscuros e prisão. Neste sentido, desfazendo o reconhecimento da logomarca, a revista Veja apresenta a empreiteira em uma capa que faz o uso da cor vermelha que representa as cores da Odebrecht, porém, com letras dotadas de cor escura que a associam à corrupção.

Desta forma, Veja convoca a cor vermelha para fazer remissão à existência de corrupção no Partido dos Trabalhadores, na Odebrecht e para embasar a ligação do partido e, também, de seus membros com os escândalos no círculo da política ocorridos no Brasil.

Para uma revista conhecida e com circulação ampla em nível nacional, como a Veja, trazer uma capa com completa remissão da corrupção ao contexto de um partido político, ela está trazendo e mostrando que disputas de poder se evidenciam na constituição dos textos verbais e imagéticos do jornalismo e são fatores presentes nas rotina dos meios de comunicação.

Considerações Finais

As constantes disputas na seara da política e nas lógicas internas dos meios de comunicação permitem que se diga que o jornalismo político é um instrumento de forças e poder. Os veículos de comunicação, nas disputas políticas, ideológicas e por audiência, têm interesses em informar com exclusividade e de chamar a atenção do público para determinados assuntos. E, muitas vezes, de imputar sentidos dominantes a determinada questão.

O discurso presente na capa em análise apresenta uma construção voltada a imputar sentidos dominantes, que são voltados a uma caracterização da imagem de Dilma como alguém que foi destruída por depoimento de marqueteiro e a uma imagem

de Michel Temer como apenas citado na delação da empreiteira Odebrecht. Neste caso, a postura da revista pode ser questionável em relação à ética jornalística, pois há discrepância na construção dos discursos sobre os dois políticos e há evidente tentativa de amenização da participação de Temer no contexto em discussão.

A utilização das cores que constituem a capa sugerem as cores da bandeira do PT, e isso pode ser associado à imagem da ex-presidente Dilma. Além disso, o vermelho e o preto são, geralmente, associados a escândalos de corrupção e, neste caso, trata-se do escândalo de corrupção da Lava Jato.

Referências

BOURDIEU, Pierre. O campo político (Grandes Conferências de Lyon, Universidade LumièreLyon 2, quinta-feira, 11 de fevereiro de 1999). Do original “Conférence: le champ politique”, publicado no livro *Propos sur le champ politique*. Direitos autorais concedidos pela Presses Universitaires de Lyon. Traduzido por André Villalobos. In: **Revista Brasileira de Ciência Política**, nº 5. Brasília, janeiro-julho de 2011, pp. 193-216. Disponível em: <http://www.scielo.br>. Acesso em: 20. out.2015

BRANDÃO, Nagamine, Helena. **Enunciação e construção do sentido**. In: FIGARO, Roseli(Org.); BRAIT, Beth; FIORIN, Luiz, JOSÉ; BACCEGA, Aparecida, Maria; SOUZA-e-SILVA, Cecília, Maria. *Comunicação e Análise do Discurso*. 1ed. São Paulo: Contexto, 2015.

CAPPELLARI, Thuanny Prado. **Análise da reportagem de capa da revista Veja** Edição 2.397 de 29 de outubro de 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Jornalismo) Orientador: Michele Negrini. Pelotas: Universidade Federal de Pelotas. 2015

CAPPELLARI, T. P.; NEGRINI, M. A Imagem de Dilma e Lula na Capa da Revista Veja de 29 de Outubro de 2014. In: **XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro: Intercom, 2016.

DELEUZE, G. **Crítica e clínica**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1997.

DICIONÁRIO AURÉLIO. Disponível em: <https://dicionariodoaurelio.com>. Acesso em: 06.abril.2017.

GUAZINA, Liziane . Quando cultura política e subcultura profissional jornalística andam de mãos dadas: a desconfiança na política em tempos de escândalos. In: HERRMAN-DURAZO, Julian; GUAZINA, Liziane Soares; PEREIRA, Fábio Henrique. (Org.). **Novos Questionamentos em Mídia e Política**. Florianópolis: Insular, 2015, v. 1, p. 29-49.

GUAZINA, Liziane; MOTTA, Luiz Gonzaga. **O conflito como categoria estruturante da narrativa política:** o caso do Jornal Nacional. *Brazilian Journalism Research*, 2010, vol.6, nº.1, pp. 132-149.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia:** a organização da cor-informação no jornalismo. São Paulo: Annablume. 2003.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo político.** 2ed. São Paulo: Contexto. 2011.

ODEBRECHT. **Sobre a organização.** Disponível em: <http://www.odebrecht.com/pt-br/organizacao-odebrecht/sobre-a-organizacao>. Acesso em: 07.abr.2017

ORLANDI, Eni. **Análise do discurso:** princípios e procedimentos. 9ª ed. Campinas: Pontes, 2010. 100 p.

PASTOUREAU, Michel. **Black:** The History of a Color. Princeton: Princeton University Press, 2008.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo.** A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

REVISTA VEJA. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/brasil/odebrecht-cita-temer-em-negociacao-de-delacao-premiada/>> Acesso em: 06. abr. 2017.

_____.Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/tveja/ultima-edicao/odebrecht-cita-temer-marqueteiro-destroi-dilma/>>. Acesso em: 06. abr. 2017.