

A COBERTURA DA CORRIDA PRESIDENCIAL REALIZADA PELA REVISTA VEJA A PARTIR DA MORTE DO EX-CANDIDATO EDUARDO CAMPOS E AS CONSEQUÊNCIAS DA QUEBRA DA POLARIDADE ENTRE PT E PSDB

Maria Victória N. D. Oliveira^{1*}; Denise C. Paiero²

1. Estudante de IC da Fac.de Jornalismo da UPM

2. CCL- UPM - Departamento de Comunicação / Orientadora

Resumo:

O presente estudo tem como objetivo discutir e avaliar como a revista VEJA mudou seu posicionamento e cobertura jornalística da eleição presidencial de 2014 depois da morte do candidato do Partido Socialista Brasileiro (PSB), Eduardo Campos.

Considerando que, mesmo com queda no número de exemplares circulando pelo país, a revista ainda é a mais lida pelos brasileiros, é importante analisar como a cobertura do cenário eleitoral foi realizada, interferindo na construção da imagem daquele momento político vivido pelo país.

A análise de oito edições da publicação mostra como a mesma lidou com a quebra da polaridade entre o PT, representado por Dilma Rousseff e o PSDB, representado por Aécio Neves e também como foi realizada a cobertura da ascensão de Marina Silva. O estudo buscou principalmente argumentos polarizadores do debate, com o objetivo de entender qual foi o papel da revista na construção de uma situação com três possíveis presidentes da República.

Palavras-chave: VEJA; eleições; Presidente.

Apoio financeiro: MACK Pesquisa.

Trabalho selecionado para a JNIC pela instituição: UPM.

Introdução:

Em 2014, o Brasil enfrentou um período delicado no quesito política. A Copa do Mundo despertou a contrariedade de parte do povo brasileiro, que questionou os gastos públicos com obras para o evento esportivo. Semanas antes de sua abertura, a insatisfação fez-se notar em diversas manifestações nas principais capitais do país. A presidenta Dilma

Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), foi vaiada na abertura, o que repercutiu nas redes sociais e jornais e revistas nacionais e internacionais.

Em agosto, quando a competição já havia terminado e a situação estava mais controlada, o terceiro colocado em intenções de voto à presidência da República, Eduardo Campos, do Partido Socialista Brasileiro (PSB), morreu em um trágico acidente aéreo, que deixou ao todo sete vítimas. A comoção nacional que se seguiu à morte do candidato acabou por colocar sua vice, Marina Silva, como segunda colocada em intenções de voto, tomando o lugar de Aécio Neves, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e mantendo a candidata Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), na primeira posição.

Durante a corrida presidencial, a revista VEJA optou por, em um intervalo de sete edições (da 2388 a 2394), estampar a capa da publicação com Marina Silva em cinco delas, o que prova a enorme projeção alcançada pela candidata. A reviravolta no cenário político confundiu parte da população e da imprensa, que não falava mais em dois possíveis presidentes, e sim em três.

Levando em consideração que essa foi uma das mais disputadas corridas eleitorais da história do país, o objetivo do estudo foi analisar qual o papel que a VEJA, revista semanal de maior circulação no território nacional, teve na construção de sentidos a partir das publicações durante o período. O trabalho levou em consideração como o posicionamento da revista transpareceu e oscilou na cobertura realizada das eleições presidenciais de 2014, principalmente a partir da análise das capas e reportagens de capa publicadas no período de agosto a outubro de 2014.

Metodologia:

Inicialmente, para que a proposta do trabalho fosse contemplada em sua totalidade, pretendia-se analisar as capas e matérias de capa de onze edições da revista VEJA, do número 2.387 ao 2.397. Entretanto, o processo de levantamento dos elementos a serem analisados mostrou-se superior ao esperado, o que certamente iria exceder o limite de páginas permitido para o projeto. Portanto, a readequação do número de edições manteve oito (8) das onze (11) edições selecionadas anteriormente. São elas: 2387, 2388, 2389, 2392, 2393, 2394, 2395 e 2396. Além dessas, há um breve comentário sobre a edição 2397, que deixa claro o posicionamento da revista após a decisão da eleição.

Em conversas com a orientadora, foi estabelecido que a capa e a reportagem da capa de cada edição receberiam atenção especial. Entretanto, também era papel da pesquisadora dar atenção ao contexto de cada publicação, à ordem e distribuição das matérias dentro de cada edição de VEJA. E alguns casos, foi notado que a sequência de matérias serviu para criar uma linha de argumentação da revista.

A cada análise, foram observados elementos como cores utilizadas, a disposição das imagens e as manchetes e elementos textuais que revelam o posicionamento da publicação. A análise textual teve o objetivo principal de buscar elementos polarizadores do debate como, por exemplo, comparação entre PT e PSDB.

Essas informações podem ser exemplificadas no caso da edição 2387, a primeira após a morte do candidato Eduardo Campos. A capa de fundo preto, com o rosto de Campos iluminado de baixo para cima, juntamente com a frase “Não vamos desistir do Brasil”, mostra a escolha da revista em seguir a linha do apelo emocional, estratégia que fica clara em diversas passagens do texto.

As análises de algumas edições foram trabalhosas. A revista de número 2392, por exemplo, traz os três candidatos na capa, o que consegue retratar a confusão com a quebra da polaridade entre PT e PSDB enfrentada tanto pela população quanto pela

mídia. Além disso, as reportagens em seguida à matéria de capa mostram o tom partidário da revista. Na primeira delas, é narrada a alegria do candidato Aécio Neves ao recuperar intenções de voto. A segunda, sob o título “Só o bolsa não basta”, afirma que programas “assistenciais, sozinhos, não podem reduzir a distância entre ricos e pobres”. A referência ao programa do governo Bolsa Família, logo em seguida ao texto que enaltece o candidato do PSDB deixa claro que, apesar de haver um terceiro elemento no cenário, a polarização entre PT e PSDB ainda continua.

Com o levantamento dessas informações, a discussão pretendeu justificar como e porque tais elementos agiram como polarizadores do debate. Tanto as cores utilizadas quanto as manchetes, as imagens e seus posicionamentos demonstram a perspectiva da revista quanto ao assunto e como essa pretendeu interferir na formação de opinião da população.

Resultados e Discussão:

A análise das oito edições da revista VEJA mostrou que realizar uma cobertura jornalística com três possíveis candidatos à presidência da República foi um desafio. Por inúmeras vezes, o discurso registrado nas páginas da revista foi dúbio, nebuloso e questionável. Essa indecisão da publicação ficou mais clara quando tratou de Marina Silva. A candidata do PSB, ao mesmo tempo em que foi chamada de “esfinge”, “com um discurso inatacável”, teve sua postura questionada em incontáveis passagens do texto, como no trecho que a revista pergunta “Quão sustentável ela é?”.

A inserção de Marina no contexto que VEJA já estava habituada, da polaridade entre PT e PSDB, desequilibrou o espaço que cada partido tinha de destaque. Na maioria das reportagens, a revista opunha dois candidatos. Até o primeiro turno, era comum a ênfase na disputa entre Dilma e Marina, já que essa tomou o lugar do tucano nas intenções de voto depois do acidente que matou Campos. Entretanto, de alguma forma, as reportagens voltavam ao hábito de opor PT e PSDB,

mesmo quando a notícia tratava do PSB.

Essa indecisão sobre qual postura assumir prejudicou a revista. Comparações descabidas, críticas recorrentes às estratégias adotadas pelo PT, entre outros fatores, serviriam para atrapalhar a linha de raciocínio que a publicação queria estabelecer. É compreensível que a entrada de uma terceira via improvável no cenário tenha confundido a população e a mídia. Entretanto, é papel da última levantar dados e transmitir fatos para que os eleitores possam decidir seu voto de maneira eficiente.

Conclusões:

A quebra da tradicional polaridade entre PT e PSDB teve um papel fundamental na elaboração de capas e reportagens divulgadas entre agosto e outubro de 2014, durante a corrida eleitoral. A entrada da terceira via, representada por Marina Silva, no cenário político de fato desequilibrou o modo como a revista VEJA operava até então. Entretanto, apesar de dar espaço à candidata do PSB, as análises mostraram que VEJA deixou prevalecer a linha editorial de críticas ao PT, fazendo julgamentos descabidos e desligados do texto, citando Dilma Rousseff em momentos dedicados à Marina Silva, fazendo comparações entre Marina e o ex-presidente Lula. Tudo isso acabou por colocar em cheque grande parte de sua argumentação como veículo jornalístico.

Referências bibliográficas

As oito edições analisadas de VEJA foram obtidas no acervo digital da revista. Pesquisas do Instituto Datafolha também foram utilizadas com o objetivo de construir e demonstrar qual era o panorama da corrida eleitoral em 2014 e como estavam as intenções de voto para cada candidato. Já para o embasamento teórico, foram utilizados autores que tratam tanto de semiótica quanto das teorias e elementos do jornalismo. Luciano Guimarães, autor de dois livros utilizados, ajudou na análise das cores utilizadas pela revista, suas disposições e combinações. Tom Rosenstiel e Bill Kovach ajudaram na

reafirmação dos deveres dos jornalistas e veículos jornalísticos perante a população.

Acervo Digital da Revista VEJA. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>> Acesso em: 26 out. 2014.

DATAFOLHA. *Com 36%, Dilma lidera após início oficial da campanha eleitoral*. UOL, São Paulo, jul. 2014. Disponível em <<http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2014/07/1487860-com-36-dilma-lidera-apos-inicio-oficial-da-campanha-eleitoral.shtml>> Acesso em 23 out. 2015.

G1. *Dilma tem 37%, Marina, 30%, e Aécio, 17%, diz pesquisa Datafolha*. G1, São Paulo, set. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/09/dilma-tem-37-marina-30-e-aecio-17-diz-pesquisa-datafolha.html>>. Acesso em: 23 out. 2015.

GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores*. São Paulo, Annablume, 2004.

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

ROSENSTIEL, Tom; KOVACH, Bill. *Os elementos do jornalismo: O que os profissionais de jornalismo devem saber e o público deve exigir*. São Paulo, Geração Editorial, 2003.

VEJA. *“Não vamos desistir do Brasil”*. São Paulo: Abril, edição 2387, ano 47, n. 34, 20 ago 2014.

VEJA. *Marina Presidente?* São Paulo: Abril, edição 2388, ano 47, n. 35, 27 ago 2014.

VEJA. *Como Dilma e Aécio tentam parar Marina*. São Paulo: Abril, edição 2389, ano 47, n. 36, 03 set 2014.

VEJA. *As armas para a decisão*. São Paulo: Abril, edição 2392, ano 47, n. 39, 24 set 2014.

VEJA. *Todos atrás dela*. São Paulo: Abril, edição 2393, ano 47, n. 40, 01 out 2014.

VEJA. **A cartada final**. São Paulo: Abril, edição 2394, ano 47, n. 41, 08 out 2014.

VEJA. **O fator surpresa**. São Paulo: Abril, edição 2395, ano 47, n. 43, 15 out 2014.

VEJA. **O doleiro fala**. São Paulo: Abril, edição 2396, ano 47, n. 43, 22 out 2014.

VEJA. **Eles sabiam de tudo**. São Paulo: Abril, edição 2397, ano 47, n. 44, 29 out 2014.

VILLALTA, Daniella. **O surgimento da revista Veja no contexto da modernização brasileira**. In: CONGRESSO ANUAL EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 2002, SALVADOR.