

A ARGUMENTAÇÃO DA REVISTA VEJA
DURANTE A CAMPANHA DOS PRESIDENCIÁVEIS EM 2010



JOABSON CRUZ SOARES





UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
REITORA

Margareth de Fátima Formiga Diniz
VICE-REITORA
Bernardina Maria Juvenal Freire de Oliveira



DIRETOR DO CCTA
José David Campos Fernandes
VICE-DIRETOR
Ulisses Carvalho da Silva



CONSELHO EDITORIAL DESTA PUBLICAÇÃO

Dr. José David Fernandes
Carlos José Cartaxo
Magno Alexon Bezerra Seabra
José Francisco de Melo Neto
José David Campos Fernandes
Marcílio Fagner Onofre

EDITOR
José David Campos Fernandes
SECRETÁRIO DO CONSELHO EDITORIAL
Paulo Vieira
LABORATÓRIO DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO
COORDENADOR
Pedro Nunes Filho

JOABSON CRUZ SOARES

A ARGUMENTAÇÃO DA REVISTA VEJA
DURANTE A CAMPANHA DOS PRESI-
DENCIÁVEIS EM 2010

EDITORA DO CCTA
JOÃO PESSOA – PB
(2020)

Capa: Joabson Cruz Soares
Projeto gráfico: José Luiz da Silva
Bibliotecária responsável: Susiquine Ricardo Silva

Ficha catalográfica elaborada na Biblioteca Setorial do CCTA da Universidade Federal da Paraíba

S676a Soares, Joabson Cruz.
A argumentação da Revista Veja durante a campanha dos
presidenciáveis em 2010 [recurso eletrônico] / Joabson Cruz
Soares. - João Pessoa: Editora do CCTA, 2020.

Recurso digital (510KB)

Formato: ePDF

Requisito do Sistema: Adobe Acrobat Reader

ISBN: 978-65-5621-094-0

1. Eleições (2010) - Brasil. 2. Revista Veja - Eleições
2010. 3. Meios de Comunicação - Argumentação persuasiva.
4. Revista Veja - Política - Brasil. I. Título.

UFPB/BS-CCTA

CDU: 324(81)

Elaborada por: Susiquine Ricardo Silva CRB 15/653

dezembro de 2004.

O conteúdo desta publicação é de inteira responsabilidade do autor.

EDITORA DO CCTA/UFPB

Cidade Universitária, Campus I – s/n

João Pessoa – PB CEP 58.051-900

Site: <http://www.editoradoccta.com.br/index.html>

Fone: (83) 3216.7688

Impresso no Brasil.

Printed in Brazil.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	5
INTRODUÇÃO	8
1 – UMA BREVE ANÁLISE DOS GOVERNOS LULA E DILMA	10
2 – A ARGUMENTAÇÃO PERSUASIVA: origem, conceito e aplicação no discurso	24
3 – A LINHA EDITORIAL DA REVISTA VEJA E SUA PARTICIPAÇÃO NA POLÍTICA BRASILEIRA: do período da ditadura até o governo lula	30
4 – A ARGUMENTAÇÃO DA REVISTA VEJA DURANTE CAMPANHA DOS PRESIDENCIÁVEIS EM 2010	39
CONSIDERAÇÕES	44
REFERÊNCIAS	46

APRESENTAÇÃO

Iniciaram-se no Brasil, no ano de 2010, as eleições para presidente da república. A disputa acirrou-se no segundo turno entre a candidata do PT (Partido dos Trabalhadores), Dilma Rousseff, e o candidato do PSDB (Partido Social Democrata Brasileiro), José Serra. Neste contexto, observou-se a participação da mídia escrita e televisiva nacional, na cobertura do pleito para o cargo mais importante da política brasileira. O momento era único, uma vez que, pela primeira vez na história, o país tinha a possibilidade de ser governado por uma mulher. A candidata Dilma Rousseff era o símbolo da luta contra a ditadura e da ascensão do gênero feminino no campo da política. Ela havia sido orientada e lançada, pelo então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, como a melhor opção para ocupar o cargo de presidenta do Brasil. Dilma Rousseff, apesar do apoio do presidente Lula, durante a sua campanha foi alvo dos meios de comunicação brasileiros que preferiam o candidato tucano por questões de afinidades ideológicas. Os meios de comunicação tem a função de informar a sociedade acerca dos mais variados temas de forma imparcial. Contudo, a revista Veja, vem se posicionando parcialmente, e em alguns casos,

procurando influenciar por meio de argumentação persuasiva os pleitos presidenciais brasileiros. Sendo assim, é de primordial importância estudar o tema uma vez que o comportamento desse meio de comunicação apresenta particularidades na forma de desempenhar as suas funções. O objetivo deste artigo é explicar argumentação persuasiva: origem, tipos e como ela se apresenta em variados discursos; explanar acerca da linha editorial da revista Veja e sua participação na política brasileira do período da ditadura até o governo Lula e, por fim, mostrar como esse periódico procurou beneficiar o candidato José Serra e prejudicar a petista Dilma Rousseff na campanha presidencial de 2010. A metodologia utilizada neste trabalho é a dedutiva que parte do geral até o específico, chegando à conclusão.

INTRODUÇÃO

Teoricamente os meios de comunicação tem o objetivo primordial de passar a informação aos seus leitores, telespectadores ou ouvintes de forma transparente, ordenada, imparcial contribuindo para a reflexão, debates, discussões e opiniões daqueles que se atualizam acerca dos acontecimentos sociais, culturais, políticos e econômicos.

Bastante influentes na vida política do país, esses instrumentos da informação atuam em vários períodos da história brasileira denunciando esquemas de corrupção, acompanhando os pleitos políticos, noticiando a ascensão e queda de grupos políticos, observando a articulação dos partidos políticos no uso do poder.

A informação em sua plenitude se compõe de certo grau de persuasão, dentro de um discurso argumentativo. Afinal, quem se propõe a argumentar sobre um determinado tema, procura através da defesa de suas ideias, concepções ou ponto de vista, persuadir o receptor desta mensagem.

Os meios de comunicação são altamente ideológicos e como sua natureza é estritamente empresarial, procuram maximizar seus lucros e defender políticas que os

beneficiem. Quanto a isso é bem fácil compreender porque a ação dos governos ou de órgãos públicos que prejudique as suas finanças seja duramente criticada. .

No período da ditadura no Brasil, esses meios perderam a sua liberdade de expor os acontecimentos na política nacional. Hoje, o Brasil é um país democrático, por isso, não se é vedado o posicionamento dos meios de comunicação mesmo que seja imparcial e longe dos valores e ética jornalística.

Este trabalho tem como objetivo de ratificar que os meios de comunicação atuais não estão apenas preocupados com a responsabilidade social de informar os cidadãos, mas também de persuadir os seus leitores quanto as suas preferências políticas nos pleitos presidenciais.

Utilizaremos como objeto da nossa pesquisa, neste sentido, a revista VEJA, que temendo uma política de controle econômico engajada pelo PT (Partido dos Trabalhadores), iniciou uma série de ataques contra a candidata à presidência da república e filiada a esse partido, Dilma Rousseff.

Na primeira parte deste artigo conceituo, explico as origens e a aplicação da argumentação persuasiva no discurso político, religioso, literário e publicitário. Na segunda parte, será investigo a influência da revista veja na política interna brasileira e, por fim, analiso os posicionamentos desta revista na campanha presidencial de 2014.

1

UMA BREVE ANÁLISE DOS GOVERNOS LULA E DILMA

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em 2002, assumiu o executivo brasileiro sob forte apreensão do mercado internacional. Este o via com desconfiança devido as ideias intervencionistas na área econômica, que seu partido de origem, Partidos dos Trabalhadores (PT), defendia. Segundo Júnior (2014, p. 10),

O presidente Lula externou, em sua campanha presidencial, que não iria fazer nenhuma mudança de rota que pusesse em risco a estabilidade econômica do país. Neste contexto, logo ele deu plena liberdade à equipe econômica para aumentar as taxas de juros e elevar a meta de superávit primário do governo federal.

Apesar disto, a gestão Lula, no plano econômico, apenas deu continuidade as diretrizes macroeconômicas de seu antecessor, Fernando Henrique Cardoso (FHC), durante os seus 8 anos de mandato e com isso acalmou o mercado financeiro. Segundo Júnior (2014, p.15),

Após algum tempo, o mercado financeiro internacional passou a acreditar que o governo não iria seguir as recomendações de seus correligionários e nem iria pôr em prática as propostas que historicamente marcaram a trajetória do PT. Dessa forma, o risco-país e o dólar começaram a cair e a confiança no presidente Lula subiu de forma acentuada.

O governo do PT, na gestão de Lula, teve como diretrizes em sua política interna o combate à pobreza e as desigualdades sociais, problemas que assolam, historicamente, a sociedade brasileira. Acerca das estratégias para combater a pobreza e desigualdades no Brasil Azevedo e Burlandy (2010, p. 14)

Com efeito, novas estratégias de proteção social emergem combinando redes de segurança, transferência de renda e focalização nos pobres para que sirvam de auxílio nos períodos de crise e de “trampolim” para a superação da situação de pobreza.

A primeira medida tomada para combater a pobreza no Brasil, pelo seu governo, foi à criação do Programa Fome Zero, este que objetivava atender aos brasileiros que vivem abaixo da linha da pobreza no país. Acerca do programa fome zero Tomazini e Leite (2015, p.12)

O Programa Fome Zero (PFZ) representou inicialmente a principal resposta política na área social do novo governo, formada por iniciativas políticas e institucionais que mobilizaram um conjunto de ministérios, demandando capacidade de articulação intersetorial do governo recém empossado. Do ponto de vista das ideias e dos grupos po-

líticos que as defendiam, representou a ascensão ao processo decisório governamental, em um locus institucional com status de ministério, de um paradigma da ação pública favorável às políticas de segurança alimentar.

Neste sentido, se apropriando do programa de seu antecessor, ele ampliou o programa social de transferência de renda, denominado Bolsa Família, que objetivava, além de combater a fome, combater os altos índices de evasão escolar e analfabetismo que prejudicava, principalmente, crianças, adolescentes e jovens brasileiros. Segundo Tomazini e Leite (2015, p.12),

Poucos dias depois da posse do Presidente Lula em 2003, o PFZ foi lançado em meio a um grande alvoroço de agências e fóruns internacionais, dos governos estrangeiros e da sociedade civil. Em um primeiro momento, celebridades doaram cachês¹⁴, empresas se apressaram a fazer doações, mutirões de arrecadação de alimentos se constituíram e um núcleo de atendimento especial foi criado para atender doadores de empresas, entidades de classe, ONG e pessoas físicas interessadas em estabelecer parceria com o programa.

Ainda na área da educação, o governo do presidente Lula, procurou garantir o acesso à educação superior por meio do programa PROUNI, onde alunos que haviam cursado em escola pública ao longo de sua vida e não tinham condições financeiras de pagar uma universidade particular, poderiam, se aprovados no concurso, ter até 100%

de seu curso pago pelo Estado. Segundo Souza e Menezes (2014, p.8)

Nas últimas décadas o Brasil vem apresentando mudanças consideráveis na área da educação. A partir dos anos 1990, houve uma expansão significativa de acesso aos ensinos fundamental e médio e, posteriormente, uma massa de jovens almejando cursar o ensino superior. Neste sentido, caberia ao governo federal elaborar e implementar uma política pública nacional de expansão de vagas na educação superior. Paralelo a esse processo, as faculdades e universidades privadas também se prepararam para absorver estes jovens recém -formados. Este artigo trata da política adotada no Brasil para a inclusão desses jovens, mais especificamente do Programa Universidade para Todos (PROUNI).

A região do nordeste foi a mais beneficiada pelos programas sociais do governo federal neste período. Outro programa estratégico para ao combate às disparidades regionais brasileiras, que beneficiou diretamente os nordestinos, foi a Luz para Todos. Segundo Camargo e Ribeiro (2015, p.20),

Depois de mais de dez anos de Programa “Luz para Todos”, com mais de 3.2 milhões de ligações efetuadas, beneficiando mais de 15,3 milhões de pessoas, com duração até o ano de 2018, para atender ainda a cerca de 230 mil domicílios, o que se esperava é que, em pouco tempo, programas de eletrificação rural se tornassem desnecessários.

Além disto, foi no governo de Luiz Inácio da Silva, que o projeto de transposição do Rio São Francisco começou a sair do papel. Este que tinha como principal objetivo sanar o problema da seca no Nordeste que há séculos castigava aqueles cidadãos brasileiros. Segundo Lima (2013, p.17).

Vale destacar que a ampliação da oferta de água se torna necessária não apenas para a sobrevivência da população, mas para usos múltiplos para que se possa melhorar sensivelmente a qualidade de vida das pessoas que sofrem com a escassez de recursos hídricos. Dentre estes usos, se pode citar o uso da água para higiene pessoal, pecuária, agricultura irrigada, entre outros fatores.

No setor enérgico do país, procurando diminuir a dependência brasileira, em relação às importações e crises do petróleo, o governo brasileiro inovou em energia sustentável. Entre estas a produção do combustível renovável o etanol, foi o mais importante. Segundo Leite e Cortez (s.d, p.10)

O etanol produzido de cana-de-açúcar surgiu, no Brasil, basicamente por duas razões: a necessidade de amenizar as sucessivas crises do setor açucareiro e a tentativa de reduzir a dependência do petróleo importado. Nesse sentido, no início do século XX, ocorreram as primeiras ações de introdução do etanol na matriz energética brasileira.

Ainda na questão energética, o achado da camada Pré-sal, trouxe grandes expectativas para o Brasil quanto

ao seu desenvolvimento econômico e social. Neste sentido, a Petrobrás foi pioneira no desenvolvimento de tecnologias de exploração desta matriz energética em águas profundas. Segundo a Petrobrás (s.d, p.2).

Pré-sal é uma camada de rochas porosas localizada entre 5 e 6 mil metros abaixo do leito do mar, aproximadamente a 400 km da costa. A camada tem esse nome por se encontrar depois da camada de sal que a recobre. No interior da camada o petróleo e o gás ficam armazenados nos poros das rochas, sob altíssima pressão.

Na área do comércio exterior, o Brasil obteve um bom desempenho primeiramente pela intensificação das trocas comerciais com os demais países em desenvolvimento com a Rússia, Índia, China e África do Sul, pois, segundo Júnior (2014), o crescimento da economia dos países emergentes ampliou a demanda por alimentos e commodities minerais, setores em que o Brasil conta com ampla vantagem competitiva.

Ainda nesta área, o Brasil dentro de uma política comercial que pretendia estreitar relações com os países do cone norte e sul do globo. Sendo assim, segundo Júnior (2014), soube aproveitar bem as oportunidades oferecidas pelo crescimento da economia internacional, diversificando o número de parceiros comerciais e atuando de forma agressiva no comércio exterior.

Além do mais, com a queda do valor do dólar e o acúmulo de reservas, foi possível reduzir o volume da dívi-

da externa e liquidar os compromissos com o Fundo Monetário Internacional. Acerca da ilegalidade da dívida externa brasileira, a Rede Jubileu Sul Brasil (2013, p.16) explica que,

A primeira e mais conhecida - a dívida financeira - é ilegítima e, por isso, não deve ser paga. Ela não contribuiu para a melhoria da vida da maioria dos brasileiros, gerou grandes lucros para empresas do Norte global e, em muitos casos, resulta de ilegalidades, corrupção e chantagem política.

A consequência deste volume de recursos financeiros que adentrou as reservas brasileiras foi a queda da inflação que permitiu reduzir a taxa básica de juros e impulsionar o volume de crédito na economia. Acerca da redução e controle da inflação no governo Lula, Mercadante (2006, p.12) explica,

O êxito da política de redução e controle da inflação do governo Lula é evidente, qualquer que seja o indicador utilizado. Com exceção de 2003, ano em que pesaram de maneira decisiva os desequilíbrios associados a crise de 2002, tanto em 2004 quanto em 2005 a inflação registrada ficou dentro das metas fixadas pelo Conselho Monetário Nacional, coisa que não ocorria desde o ano 2000.

Sendo assim, este cenário, de estabilidade econômica, contribuiu para o crescimento do número de empregos formais e para a queda do índice de desemprego no país, isto permitiu a diminuição do déficit na previdência social o famigerado “rombo da previdência”. Acerca da queda

nas taxas de desemprego e na formalização destes Mercadante (2010, p.12) explica que,

Além da redução do desemprego, o governo Lula deu um forte impulso à formalização do mercado de trabalho, trajetória que se manteve mesmo diante da crise internacional. Entre 2003 e 2009, o total de novos postos de trabalho com carteira assinada elevou-se em aproximadamente 8,7 milhões.

Em seu segundo mandato, a ocorrência da crise financeira internacional, nos Estados Unidos, fez com que as medidas de sua equipe econômica inclinassem por vias de medidas keynesianas. Um exemplo destas medidas de combate à crise internacional foi o lançamento do Plano de Aceleração do Crescimento (PAC), que tinha como principal objetivo econômico criar nos postos de emprego e desenvolver a infraestrutura nacional. Segundo Rodrigues e Salvador (2011, p.15),

O Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) abrange uma série de medidas de caráter econômico visando à manutenção da estabilidade econômica e o cumprimento de acordos internacionais.

Um dos maiores legados da política externa do governo Lula foi o aprofundamento do processo de integração da América do Sul, culminado na criação da UNASUL. Acerca dos objetivos da União de Nações do Sul (UNASUL), em seu Tratado no Art. 2º explica que,

A União de Nações Sul-americanas tem como objetivo construir, de maneira participativa e consensuada, um espaço de integração e união no âmbito cultural, social, econômico e político entre seus povos, priorizando o diálogo político, as políticas sociais, a educação, a energia, a infra-estrutura, o financiamento e o meio ambiente, entre outros, com vistas a eliminar a desigualdade socioeconômica, alcançar a inclusão social e a participação cidadã, fortalecer a democracia e reduzir as assimetrias no marco do fortalecimento da soberania e independência dos Estados.

Além do mais, o Brasil se empenhou em diminuir a discrepância de poder na política internacional por meio da formação de blocos econômicos como outras economias emergentes, a saber, os BRICS. Acerca da projeção de crescimento dos países dos BRICS na economia internacional, Vieira e Veríssimo (2009, p.18) afirma que,

Estudos recentes indicam que o conjunto de países emergentes formado por Brasil, Rússia, Índia, China (BRIC) e África do Sul poderá se tornar, nos próximos cinquenta anos, a principal força na economia global, superando o grupo de países desenvolvidos que formam o G-6 (Estados Unidos, Japão, Alemanha, Reino Unido, França e Itália) em termos de crescimento do PIB (Produto Interno Bruto), renda per capita e movimentos comerciais e financeiros.

No fim do seu mandato, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, deixou um legado muito expressivo, tanto na sua política interna quanto na sua política externa. Sendo

assim, com altos índices de popularidade, conseguiu eleger a sua sucessora, Dilma Rousseff, com certa facilidade.

Sendo assim, não houve nenhum aspecto que diferenciase a gestão da presidente Dilma Rousseff com a do seu antecessor, pois este governo apenas procurou ampliar os programas sociais já existentes. Contudo, o ambiente político e econômica não estava tão favorável como em período anterior.

Neste sentido, o primeiro fator de desestabilização econômica de seu governo foi à desaceleração da economia chinesa que tanto havia, por meio de trocas comerciais, beneficiado o crescimento econômico brasileiro. Acerca da desaceleração da economia chinesa, Opportunity (2016) explica que,

Nos últimos anos, a China saiu de um crescimento de 10,6% em 2010 para 6,9% em 2015. Isto é, a economia chinesa vem desacelerando em média 0,7p.p. ao ano nos últimos 5 anos. Essa trajetória de redução do crescimento está longe de ser dramática e, em virtude dos desafios que enfrenta, talvez devesse até ser aplaudida como uma desaceleração moderada e por ora bem-sucedida.

Em seguida, a ineficácia de nossa diplomacia e de nossos agentes de comércio exterior que não conseguiram ratificar acordos importantes de comércio com os países da União Europeia. Acerca das relações bilaterais entre o Brasil e a União Europeia no período Dilma, Saraiva (2014, p. 18) explica que,

A parceria estratégica assinada durante o governo de Lula com a União Europeia (ue) não rendeu frutos significativos durante o período em análise. Incluía o reforço do multilateralismo e a busca de ações conjuntas em temas de direitos humanos, pobreza, questões ambientais.

Além disto, a crise diplomática entre o Brasil e os Estados Unidos, na questão da espionagem da presidente brasileira pela CIA, recrudescer a relação bilateral entre os dois países a ponto de estagnar as tratativas de acordos de cooperação econômica entre estes. Segundo Saraiva (2014, p.18)

No que diz respeito à relação com os Estados Unidos, a primeira ação do governo de Dilma Rousseff foi de aproximação. A Presidente assinou no início de seu mandato uma parceria com os Estados Unidos junto com o estabelecimento da cooperação em vários campos como educação, inclusão social, investimentos e comércio, temas ambientais, energia e ciência e tecnologia. Mas em 2013 as relações azedaram quando veio à tona a espionagem da agência norte-americana de segurança que incluía, dentre seus espionados, a própria Presidente e empresas brasileiras.

Além do mais, os preços das commodities brasileiras, que tanto haviam beneficiado o crescimento econômico do país, caíram e deu início a grave recessão da economia brasileira. Segundo Teixeira e Pinto (2012), o futuro deste segmento dependia fortemente da demanda chinesa e da capacidade daquele país manter taxas elevadas de cresci-

mento num contexto de piora da crise na Europa e crescimento lento dos EUA.

A consequência disto foi o aumento alarmante da taxa de inflação, esta que havia sido mantida em controle na gestão de seu antecessor, o presidente Lula. Segundo Cagni *et al* (2013), explana que o combate à inflação, que havia cedido espaço para a busca de um crescimento econômico mais acelerado, voltou a ocupar o topo das prioridades do governo em 2013.

Com o intuito de manter o taxa de inflação controlada, o governo teve que aumentar as taxas de juros engaranhando assim a desaprovação de grande parte da sociedade. Acerca do combate a inflação no governo Dilma Rousseff, Lima (2011, p.15), explana que,

A contenção da inflação tem sido apontada pelos meios especializados como o principal desafio deste início de governo Dilma. De fato, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor (IPCA), utilizado como referência para a política monetária, tem apresentado trajetória ascendente desde agosto de 2010. Em março, o índice encontrava-se em 6,30% no acumulado de 12 meses, acima do centro da meta de inflação (de 4,5% ao ano), próximo ao teto de 6,5%.

Além do mais, com poucas entradas de recursos financeiros no país e os constantes gastos em investimentos internos, a dívida pública brasileira aumentou rapidamente. Acerca do crescimento da dívida pública brasileira, Garcia (2014, p.12) explica que,

A dívida bruta mostrou forte crescimento no governo Dilma, passando de 53,35% do PIB, em dezembro de 2010, para 62,35% do PIB em outubro de 2014 (último dado disponível). Ainda que vários países desenvolvidos tenham endividamento mais elevado, a dívida brasileira é extremamente alta quando comparada às de outras economias emergentes.

Com o objetivo de diminuir os gastos o governo passou a indicar que haveria inevitavelmente corte de investimentos públicos, o que acarretou no aumento do número de desempregados, principalmente no setor de construção brasileiro. Segundo Pochmann (2015, p.14),

Nesta primeira metade da década de 2010, o ano de 2015 pode ser compreendido com um ponto de inflexão no comportamento do mercado de trabalho. Após vários anos de trajetória de queda, a taxa de desemprego do Brasil metropolitano vem seguindo continuamente desde o início de 2015, chegando a ser 41,5% superior no mês de julho em comparação a janeiro. A comparação entre os mesmos meses em 2014 foi de 2,1% maior, de 3,7% em 2013 e de -1,8% em 2012.

Além dos problemas econômicos, políticos importantes ligados a presidência da república e de seu partido político foram acusados de organizarem um forte esquema de desvio de dinheiro público. Acerca dos escândalos de corrupção no governo Dilma Rousseff, Araújo et al (2016, p. 10),

O início do segundo governo de Dilma Rousseff (PT) sofreu uma onda de escândalos de corrupção envolvendo políticos, funcionários públicos e empresários, que circundam particularmente o denominado Caso Petrobras. Desde meados de 2013, algumas denúncias foram se intensificando e motivaram a criação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) por parlamentares da oposição, com o intuito de manter a estatal sob uma ampla investigação.

Devido a sua falta de articulação política, a presidente Dilma Rousseff, conquistou a não aceitação da Câmara dos Deputados Federal, na figura de Eduardo Cunha que anunciara oposição a esta. Acerca da desaprovação da Câmara dos Deputados ao governo Dilma Rousseff, Chaia (2016, p.14),

O impeachment foi aprovado por 367 deputados e 146 votaram contra, incluindo as abstenções. Esse resultado já era esperado, mas não a diferença nos números dos que aprovaram a continuidade do processo de impeachment.

Neste contexto, por fim, as pressões das esferas, sociais, políticas, econômicas a qual foi submetida a presidente Dilma Rousseff, a levaram ao processo de impeachment e sua saída do poder em 2015. Segundo G1 (2016), o plenário do Senado aprovou, por 61 votos favoráveis e 20 contrários, o impeachment de Dilma Rousseff.

2

A ARGUMENTAÇÃO PERSUASIVA: origem, conceito e aplicação no discurso

A argumentação é parte que integra o discurso e por meio dessa técnica, o locutor defende seu ponto de vista sobre um determinado tema, com o intuito de persuadir o receptor da mensagem, esta que baseada em provas proporciona a veracidade e respeitabilidade do argumento, não deixando assim, nenhuma lacuna de dúvida sobre o que é transmitido.

Com o surgimento do modelo político democrático na antiga Grécia, tornou-se necessário o domínio do discurso argumentativo, já que a liberdade de expressão era assegurada e a defesa de teses, ideias e opiniões ocorriam em praças públicas sob os olhares e atenção dos cidadãos. Sobre a importância do domínio argumentativo pelos gregos Citelli (1994, p.7) afirma que:

Essa recuperação do espaço cultural e linguístico do mundo clássico é necessária, visto que a preocupação com o

domínio da expressão verbal nasceu entre os gregos. E não poderia ser diferente, pois praticando um certo conceito de democracia, e tendo de exporem publicamente suas ideias, ao homem grego cabia manejar com habilidade as formas de argumentação.

A importância grega é presente, principalmente na estruturação do texto dissertativo, pois foi Aristóteles que criou a estrutura textual que o organizava de modo a dividi-lo em três partes distintas: introdução ou exórdio, narração acompanhada por provas e peroração ou conclusão. Segundo Castro (2013, p. 21), “na Grécia antiga, a retórica encontrou o campo mais fértil possível para se desenvolver. A arte de convencer perpassa toda a história grega, desde o período micênico até a época de Alexandre, o Grande”.

Na introdução, o locutor apresenta o tema abordado em sua explanação de forma superficial deixando as especificidades do assunto para o decorrer de sua argumentação. Segundo Pereira (2012, p. 675), “É local para precisar aspectos particulares da pesquisa, tais como a justificativa para a sua realização, a originalidade e a lógica que guiou a investigação”.

Na narração o tema abordado será arrolado em sua íntegra, expondo os detalhes, a defesa ou julgamento do agente discursivo que deverá ser embasada para que o argumento seja provável e coerente. Segundo CEJA (2016, p. 5), “narrar é relatar, contar fatos e episódios (reais ou fictí-

cios) passados para dar a conhecer a alguém experiências e vivências. Narrar é contar uma história, curta ou longa”.

Na peroração, aquele que pretende persuadir terá a oportunidade de assegurar a fidelidade daquele que recebe a mensagem. Segundo Pontes (2014, p. 191), “desde a Antiguidade, a peroração vem sendo reconhecida como o lugar em que se deve apelar às emoções”.

O raciocínio argumentativo é o elemento ápice da reflexão e análise dos acontecimentos expostos pelo receptor da mensagem e possui uma tipologia própria para classificar os mais variados discursos. Nesse contexto, ele pode ser apodítico, implícito e dialético, como será explicado e exemplificado a seguir.

Quem se propõe a persuadir sobre determinado assunto de modo a passar uma única verdade inquestionável, sem qualquer possibilidade de argumentação contrária, se apropriará do raciocínio apodítico. Esse tipo de raciocínio pode ser exemplificado através do Código Civil brasileiro quando determina que não deva casar: “Os irmãos unilaterais ou bilaterais, e demais colaterais, até o terceiro grau inclusive.” (Código Civil, Art. 1.521, parágrafo IV). Nesse caso não nos é dado espaço para questionamentos, sendo assim, a monogamia na sociedade brasileira passa a ser verdade absoluta.

A imperatividade geralmente é utilizada em discursos onde se objetiva dá ordem em uma determinada situa-

ção ou momento. Na esfera da argumentação esse recurso é utilizado para torná-la indiscutível dando um caráter implícito ao raciocínio. Neste sentido, Maquiavel (2008, p.45) admoesta o príncipe acerca dos grandes “[...] debes proteger-te contra eles e temê-los como se fossem inimigos declarados, porque sempre contribuirão para tua ruína, na adversidade”.

Já a dialética, era um artifício utilizado por Hegel, para demonstrar que a mente ou espírito humano era capaz de produzir um determinado argumento que seria contrastado e desse confronto de ideias surgiria uma síntese argumentativa ou a conclusão em relação a um determinado assunto. Neste tocante Keohane (1988) argumenta sobre a importância das instituições para obter cooperação internacional: ‘há uma variedade de instituições internacionais, incluindo obviamente alianças militares, que são designadas para prever conflitos políticos e militares. Mas, todo o esforço para se obter cooperação internacional se dá no contexto institucional”.

A argumentação persuasiva aparece em alguns tipos de discursos: político, religioso, publicitário ou no texto literário. De qualquer forma o objetivo sempre será o mesmo, persuadir o receptor a um determinado ponto de vista que outrora o mesmo não reconhecia ou não aceitava.

A argumentação no discurso político se torna frequente em períodos eleitorais, onde cada candidato procura

defender sua eleição argumentando as suas propostas para uma boa administração. Esse tipo de argumento procura persuadir o eleitorado a votar em determinado candidato. Nesse sentido Lula (2010) na cidade de Mauá afirmando que: “A Dilma vai cumprir um papel excepcional na vida política brasileira”.

No discurso religioso, a intensidade persuasiva torna o argumento do anunciador inquestionável, não debatido ou analisado. Esse tipo de argumentação é normalmente utilizado por autoridades religiosas como os clérigos em seus sermões, os pastores nas pregações ou rabinos em suas sinagogas. Sendo assim, o Papa Bento XVI (2010) assevera que: “[...] para defender a vida não devemos temer a oposição e a impopularidade, e devemos recusar qualquer compromisso ou ambiguidade que nos conformem com a forma como o mundo do pensamento”.

O discurso publicitário surge da conjuntura psicológica e pode determinar ação e mudanças de paradigmas sociais, atingindo a esfera socioeconômica, pois o objetivo desse tipo de argumento é levar o receptor a comprar um determinado produto. Esse tipo de argumento se faz presente na campanha publicitária “compre batom, compre batom. Seu filho merece batom da empresa Garoto” (Longhini, 2011).

No texto literário, o argumento persuasivo procura levar o leitor a acreditar na convicção do próprio escritor

que procura diminuir o grau de incerteza ou de dúvidas geradas pelo texto aos receptores. Nesse contexto encontramos na obra do escritor Machado de Assis (2010, p.169) exemplo desse tipo de persuasão: “[...] Capitu olhou alguns instantes para o cadáver tão fixa, tão apaixonadamente fixa, que não admira lhe saltassem algumas lágrimas poucas e caladas...”.

A argumentação no texto jornalístico é, em essência, persuasiva. O jornalista pode utilizá-la de forma visível ou mascarada. Assim, a tese da sua neutralidade é facilmente convergida. Sobre a persuasão no texto jornalístico, Rossi (1981, p.3) afirma que: “Jornalismo, independentemente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes”.

O argumento não se desvincula da persuasão. A relação desses dois elementos é forte até mesmo em discursos que teoricamente deveriam ser neutros. Como o nosso objeto de pesquisa é o argumento persuasivo específico da revista VEJA, tornou-se crucial explicar no próximo capítulo deste artigo a sua linha editorial, visão ideológica e por que o Partido dos Trabalhadores é o seu principal alvo.

3

A LINHA EDITORIAL DA REVISTA VEJA E SUA PARTICIPAÇÃO NA POLÍTICA BRASILEIRA: do período da ditadura até o governo lula

A linha editorial é o conjunto de ideologias, percepções de mundo, a maneira como os textos jornalísticos são compostos, além dos argumentos usados para a fundamentação dessas ideias. Ela tem a função de formar a construção do argumento e das reportagens de uma revista, com o objetivo de convencer os leitores que sua opinião, corresponde à verdade. Sobre a linha editorial Carvalho (2010, p.13) afirma que: “É principalmente, por meio o editorial que o corpo diretivo da empresa jornalística manifesta suas premissas, seus valores e, sua opinião”.

No Brasil, a questão da ética e da independência editorial se impacta com a estreita relação estabelecida entre os meios de comunicação e os políticos. A mídia e a política são dois poderes dentro da democracia, pois se os meios

de comunicação procuram mostrar as deficiências da administração governamental aos eleitores, os políticos tomam conhecimento e procuram corrigi-los.

A mídia se coloca tão atuante na esfera político-democrática no Brasil que o então presidente Lula em discurso na cidade de Mauá no ano de 2010 explanou que: “existe meios de comunicação no Brasil que se comportam como verdadeiros partidos políticos” (REDE BOM DIA, 2010). Assim, os meios de comunicação têm participado da política brasileira em seus diversificados contextos.

No período da ditadura militar, onde a liberdade de imprensa e de opinião pública era reprimida, a revista VEJA¹ temia a repressão deste regime. Nesse contexto, qualquer tipo de argumento ou denúncia que se direcionava as práticas dos generais, motivava a prisão e os maus tratos de jornalistas. Apesar do ambiente não propício, a revista VEJA (1969, p.23), não deixou de informar a situação do momento.

Os torturadores são pouco sensíveis aos argumentos e filigranas jurídicos. Um jornalista, que acabara de fazer um depoimento de 22 horas, ao fim do qual recebeu um atestado de inocência do Capitão Chefe do IPM, ouviu desse soldado a seguinte proposta: se ele não queria ficar alguns

¹ Revista Veja – veículo de comunicação semanal, de interesse geral de maior circulação no país. Criada em 1968, por Roberto Civita, filho do fundador e presidente da Editora Abril, a revista tem credibilidade principalmente junto à classe média brasileira conservadora, que é seu principal público-alvo, evidenciada numa tiragem média de 1.250.000 exemplares e cerca de 940 mil assinantes.

minutos a sós com a pessoa que o acusara de ser subversivo (também acusado de subversão) para vinga-se fisicamente.

Na década de 80, com a democratização do Brasil, o país precisava de uma figura “salvadora”, capaz de corrigir as mazelas da sociedade, mas o então presidente da república, José Sarney, não correspondeu a essas expectativas devido aos problemas que enfrentava a economia brasileira, por isso não passou despercebido pelo olhar crítico da revista.

A menos de um ano para entregar a cadeira ao sucessor eleito dia 15 de novembro próximo, o presidente Sarney, no comando de um governo exaurido politicamente e perseguido pela mais grave sinuca inflacionária da história do país, resolveu anunciar, mais uma vez, aquilo que sempre prometeu e sempre adiou. [...] Sarney abriu mais um pacote de reformas administrativas e econômicas com divulgação marcada para este domingo – e anunciou o caos tem solução (VEJA, 1989, p.24).

Com a ascensão da figura de Collor, nos anos 90, e com uma pesada campanha publicitária sobre sua imagem, e apoiado pela imprensa que o denominou “caçador de marajás”, VEJA (1989, p.39), aproveitou o momento e por meio de sua linha editorial criou o “personagem” Fernando Collor².

² O ex-presidente Fernando Collor de Mello assumiu a presidência da República Federativa do Brasil, em janeiro de 1990 e ficou no poder até dezembro de 1992, quando o senado votou o *Impeachment*, retirando de Collor o cargo presidencial e os direitos políticos por oito anos.

Inaugurou sua gestão como o grande adversário dos marajás que ganham salários milionários arrancados dos bolsos do contribuinte - em seguida voltou suas baterias contra as gorduras do funcionalismo público. Por intuição ou por outro motivo qualquer, afastou-se do governo Sarney como quem afasta de uma doença contagiosa [...].

Durante o primeiro e segundo ano do governo eleito, contudo, as denúncias de corrupção começaram a ficar mais frequentes, somado ao fato de que a política econômica do governo Collor de Mello fosse desfavorável ao controle da inflação e à especulação financeira. Segundo Vizentine (2003, p.80), “a ascensão de Collor ao poder foi marcada por um plano econômico anti-inflacionário em que poupanças e investimentos foram confiscados, o que reduziu a inflação, porém provocou uma recessão sem precedentes, com inúmeras falências”.

Deste modo, utilizando dos mesmos métodos editoriais que outrora havia transformado Collor em “salvador” da pátria, agora esse meio de comunicação o retratava como corrupto e imoral. A pressão sobre o governo foi tão forte que a situação ficou insustentável, culminando na renúncia do presidente. Acerca da saída de Collor do cargo de presidente, VEJA (1992, p.8) comunica que:

O presidente Fernando Collor de Mello foi afastado do cargo que ocupava desde 15 de março de 1990. O voto de 441 deputados a favor de seu julgamento no Senado, dado em alto e bom som na memorável sessão de terça-

-feira passada, apeou a cáfila de salteadores que ocupou a presidência.

Quando Itamar Franco assume o executivo brasileiro, deparou-se com duas realidades. A primeira se referia as consequências econômicas da globalização devido à inserção brasileira no contexto de liberalização dos mercados. A outra era caracterizada por pressões domésticas a não aceitação das medidas liberalizantes que tanto prejudicava o desenvolvimento econômico e social brasileiro. Sendo assim, Veja (1993, p. 17) argumenta que:

É comum que os governantes de Brasília tenham popularidade no início de seus mandatos, graças ao cansaço inevitavelmente produzido pelos antecessores e porque há sempre esperança de um recomeço mais feliz. É com essa esperança que o Brasil entra no primeiro dia do ano de 1993. Os problemas são colossais, mas há uma crença generalizada e consistente de que o Brasil tem tudo para melhorar. Cabe a Itamar conduzir esse processo até o fim do seu mandato, em 1º de janeiro de 1995. Chegou a sua hora da verdade.

No fim de seu curto mandato, Itamar recebeu a aprovação de 80% da população brasileira, popularidade essa alavancada pelo bom desempenho econômico do país causado pelo Plano Real e o controle da inflação que há décadas era pauta no cenário nacional. Nesse sentido, VEJA (1994, p.45) externa que: “No futebol diz-se que o que vale é bola na rede. Sem dúvida, o país que Itamar entrega a seu

sucessor tem mais confiança em si mesmo e está mais próximo das soluções do que recebeu do antecessor”.

O ex-ministro da fazenda de Itamar Franco, nesse contexto, Fernando Henrique Cardoso, idealizador do Plano real, herda de seu antecessor um país com condições econômicas mais favoráveis e um otimismo generalizado dos brasileiros quanto ao futuro do país. Acerca desse momento VEJA (2004, p. 100) afirma que: “[...] o presidente eleito ganhou exatamente o que queria em 1994: um Brasil. E dos melhores: tetra no balso, dinheiro na mão, 1,8% de inflação em dezembro, crescimento do PIB projetado em 4,5%, otimismo nacional generalizado”.

No fim de seu segundo mandato, Fernando Henrique Cardoso, assolado por problemas internos, como o risco Brasil, escândalos de corrupção, e por questões externas, a qual poderia citar: crise Asiática em 1997, desvalorização do cambial brasileira em 1999, a crise financeira da Argentina neoliberal que enfraqueceu o MERCOSUL³ e a alta dívida externa do Brasil frente ao FMI⁴. Nesse tocante a revista trazia em suas capas as seguintes matérias: A sombra em

3 Mercado Comum do Sul. Bloco econômico criado em 1994, atualmente formado pelos países: Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai como membros plenos do bloco, e Chile, Bolívia, Peru, Equador e Colômbia como membros associados.

4 Fundo Monetário Internacional: criado em 1944, tem com objetivo auxiliar, temporariamente os países- membros a eliminar e reduzir desequilíbrios da sua balança de pagamentos e propiciar cooperação monetária internacional, com o escopo de fornecer estabilidade ao sistema monetário, condição indispensável ao comércio internacional.

FHC: as ligações e os negócios do ex-assessor que estão fazendo um estrago na imagem do presidente (VEJA, 2000), em que nesta mesma edição o periódico afirma que:

Brasília mergulhou na semana passada numa crise política por um motivo errado mas com um personagem certo, o ex-secretário-geral da presidência da república Eduardo Jorge Caldas Pereira.

O motivo errado: a tempestade em torno das suspeitas que, em 1996, o Planalto teria facilitado a liberação de verbas para a obra superfaturada do prédio do Tribunal Regional do Trabalho (TRT) de São Paulo. A construção recebeu 231 milhões de reais, dos quais 169 milhões foram desviados. A denúncia sugeria que o próprio presidente Fernando Henrique Cardoso teria usado o cargo para dar dinheiro público a uma quadrilha especializada em desviar dinheiro público (VEJA, 2000, p.40).

Com o fim do mandato de FHC, Lula emerge ao Planalto levando consigo a esperança de que o país galgaria em seu mandato o status de potência. Nesse sentido, novamente uma onda de otimismo contagiava a nação. Sendo assim, acerca da vitória de Lula no pleito VEJA (2002, p.37), afirma que:

O sucesso do ex-metalúrgico Luís Inácio Lula da Silva em sua quarta tentativa de chegar á presidência da república representa mais do que um triunfo da persistência – é a vitória do improvável. O imigrante nordestino que desembarcou em São Paulo montado num pau-de-arara chega ao planalto ostentando não só o mérito de ter vencido a

lógica que condenou tantos como ele à exclusão como o de ter virado de cabeça para baixo o script da trajetória política convencional.

No seu primeiro mandato, contudo, o governo Lula passa por uma crise advinda de denúncias de corrupção e de pagamentos de subornos para parlamentares, no que ficou conhecido como “escândalos do mensalão”. Embora os acusados de participar deste esquema, entre eles o então ministro da Casa Civil José Dirceu, procurasse manter a imagem de Lula longe dos acontecimentos, VEJA (2005, p.60) afirmava que: “A crise começa a erodir a imagem do presidente. Uma pesquisa da Ipsos-Opinion mostra que 55% dos brasileiros acreditam que Lula sabia da corrupção no governo”.

O periódico em matéria de capa intitulada: “O desafiante” noticia o crescimento do candidato Geraldo Alkmin do PSDB e o declínio de Lula no primeiro turno das eleições daquele ano, afirmando que essa queda no eleitorado do presidente se dava “porque o PT e Lula já haviam levado a proporções épicas a corrupção governamental” (VEJA, 2006, p.49).

No ano de 2010, uma nova disputa pelo cargo de Presidente da República movimentaria o sistema democrático brasileiro. Os principais candidatos à presidência eram José Serra (PSDB) e Dilma Rousseff (PT). Levando em consideração esse contexto, como a VEJA se colocou nesse

processo? Esse meio de comunicação apoiou algum candidato? Quais foram os seus argumentos para defender sua possível escolha?

4

A ARGUMENTAÇÃO DA REVISTA VEJA DURANTE CAMPANHA DOS PRESIDENCIÁVEIS EM 2010

O Brasil gozando de todas as suas liberdades democráticas, em setembro de 2010 inicia sua corrida eleitoral. Neste ano, o cargo de senador, deputado federal e estadual eram disputados em todo o país e o de presidente da república era concorrido pela candidata Marina Silva do PV (Partido Verde), Plínio de Arruda Sampaio do PSOL (Partido Socialismo e Liberdade), José Maria Eymael do PDC (Partido Democrata Cristão), José Serra do PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira) e Dilma Rousseff do PT (Partido dos Trabalhadores).

A revista VEJA, nesse contexto, inicia uma série de denúncias contra a candidata melhor colocada nas pesquisas do IBOPE. Esse meio de comunicação lança a série: “polvo”, fortemente embasada em acontecimentos que poderiam dificultar a eleição da candidata Dilma Rousseff ao cargo de presidente da República. No dia 8 de setembro de

2010, o periódico trata da quebra do sigilo fiscal da filha do candidato José Serra, sinalizando que esse tipo de conduta refletia o interesse partidário, nesse caso do PT, e ideológico sobre o Estado brasileiro. Iniciando sua matéria, VEJA (2010, p.72) informou que:

A empresária Verônica Serra, filha do candidato à presidência da república José Serra, havia sido alçada à condição de personagem principal de uma escabrosa história de bandidagem político-institucional e que em setembro do ano passado à sombra da lei e cumprindo uma missão bem definida, um grupo de bandoleiros acessou ilegalmente suas últimas declarações de imposto de renda na Delegacia da Receita Federal em Santo André, no ABC paulista, saindo de lá com cópias dos documentos.

Até então a revista cumpria a sua responsabilidade de informar a população quanto aos acontecimentos que permeavam a política brasileira naquele ano. Mas, no decorrer desta mesma reportagem intensifica as suas críticas a presidenciável Dilma, inclusive contextualizando a sua escalada até as eleições de 2010 e salientando a sua provável participação em outros escândalos:

Em setembro de 2009, o PT se preparava havia meses para lançar a então ministra da Casa Civil, Dilma Rousseff, como candidata à presidência da república. [...] a petista estava muito distante da popularidade de hoje, era suspeita de mandar bisbilhotar os gastos da presidência durante os mandatos de Fernando Henrique Cardoso, enfrentava acusações de ter interferido em uma investigação da Re-

ceita federal em benefício da família Sarney [...] (VEJA, 2010, p.74).

No segundo exemplar da série, datada em 15 de dezembro de 2010, a revista em sua matéria de capa denuncia um esquema de Lobby encabeçado pelo filho da ministra-chefe da casa civil Erenice Guerra. Agora numa clara tentativa de ligar o presidente Lula e a candidata Dilma ao escândalo, a revista argumenta que todo o esquema ocorria bem próximo do gabinete presidencial.

Os eventos são protagonizados por pessoas que dão expediente no Palácio do Planalto, em um andar logo acima do ocupado pelo presidente Lula, e são quase todas filiadas ao PT, em cujo nome elas agiriam em relacionamento com empresários em busca de contratos milionários com órgãos do governo. A figura de proa da história Erenice Guerra, ministra-chefe da casa civil, pasta na qual sucede a Dilma Rousseff, a candidata petista à presidência da república. Lula inventou Dilma, que inventou Erenice, [...] (VEJA, 2010, p.77).

No seguimento da reportagem, verifica-se o posicionamento político da revista, que por meio de argumentação persuasiva procura levar o eleitorado a escolherem as melhores opções para o cargo de presidente. Devemos ressaltar que o periódico não poderia tomar posições ou formar opinião dos receptores da mensagem, mas apenas informá-los, porém acerca dos possíveis escândalos, VEJA (2010, p.78) argumenta aos seus leitores que:

Qualquer grande ação do governo precisava receber o aval de Erenice e que ela havia chegado ao cargo pelos bons trabalhos prestados ao PT nos últimos sete anos. Tornou-se então a principal assessora e confidente da candidata desse partido á presidência. Sendo assim, num eventual governo Dilma, portanto, ela era presença certa.

Na última reportagem da série, datada de 22 de setembro de 2010, a revista *Veja* continua a sua campanha contra a eleição da então ministra Dilma. Logo na capa da reportagem o periódico explana: “Funcionário do Planalto recebeu propina dentro da casa civil, a metros da então ministra Dilma Rousseff e a um andar do gabinete do presidente Lula” (*VEJA*, 2010, p.70).

A divulgação desse suposto esquema de corrupção de qualquer forma é benéfica ao país já que leva a população a se preocupar com as questões políticas e éticas que permeiam o uso do dinheiro público. Contudo, ainda nessa mesma reportagem a *VEJA* (2010, p.72), demonstra sutilmente o seu objetivo:

Depois que a *VEJA* revelou a existência do esquema em sua última edição, Vinícius e outro funcionário do Planalto, Stevan Knezevic, pediram demissão, a ministra Erenice caiu – e o governo adernou na mais grave crise política desde o escândalo do mensalão, e que ronda perigosamente a campanha presidencial da petista Dilma Rousseff.

Se de um lado *VEJA* tercia duras críticas à candidata petista e procurava persuadir o eleitorado que ela não era a

melhor opção para assumir a presidência da república, do outro a revista indicaria o candidato do PSDB, José Serra, como o tal. O periódico afirma que com o já mencionado candidato, o desenvolvimento do país “viria com a vantagem adicional da alternância de poder, seiva da democracia, sem a qual se corre o risco de ver vicejar o voluntarismo dos governantes, a corrupção da máquina do Estado e o fenecimento das novas ideias” (VEJA, 2010, p.68).

Mesmo assim, por baixo de uma série de ataques e difamações a candidata petista vence as eleições presidenciais de 2010, com o apoio e transferência de eleitores do então presidente Lula, e isso é confirmado quando em seu discurso de posse Dilma Rousseff explana: “A maior homenagem que posso prestar a ele é ampliar e avançar as conquistas do seu Governo” (ROUSSEFF, 2011).

A campanha presidencial de 2010 mostrou mais uma vez que apesar de ter apenas o dever profissional de informar a população acerca dos acontecimentos na sociedade brasileira, o periódico em questão não se posicionou de forma neutra no contexto do pleito, mas sim tendeu a prejudicar a candidata Dilma e figurar uma boa imagem do candidato Serra.

CONSIDERAÇÕES

Os meios de comunicação no Brasil, especificamente a mídia impressa, longe da imparcialidade, atuam de forma veemente na política interna do Estado brasileiro. Ela se configura como grupo de pressão a ponto de persuadir a opinião pública contra os governantes para defender ferozmente os seus objetivos diante de determinadas pautas que permeiam a sociedade brasileira.

A problemática deste tema, contudo, não se restringiu ao fato dessas empresas de informação possuírem liberdade para exporem sua opinião acerca de determinados assuntos, pois o Brasil continua sendo um país democrático. O que se analisa é uma grande contradição quanto à importância social dos detentores da informação, porque teoricamente devem informar e manter-se imparcial às notícias.

A mídia impressa, ao contrário disto, ganha ao longo de sua história peso nas decisões e preferências políticas. Para ter certeza disto basta analisar o quanto os nossos ex-presidentes foram atingidos pela incansável exposição das suas possíveis falhas administrativas ou escândalos nos quais foram envolvidos.

Observa-se que, em períodos de eleições, a participação desses veículos de informação se torna mais firme. Comumente, ele escolhe o seu candidato e por meio de fortes ataques, procura persuadir o eleitorado brasileiro a não votar no candidato que não seja de sua preferência.

Eles se comportam como um partido político na medida em que se comprometem a defender determinado candidato, abrindo extenso espaço em suas edições para externá-lo como salvadores da pátria e como melhor opção para ocupar o cargo eletivo que se propôs a concorrer.

A maioria do eleitorado brasileiro não recebe informações por outras vias, senão pela grande mídia, e muitas vezes desinformado, recebe ao invés de informação imparcial, uma enxurrada de notícias tendenciosas referentes ao candidato "A" ou "B", que acarreta na formação de uma péssima imagem do eleitor referente ao mesmo, levando-o a escolha do mais apresentável, ou seja, daquele que a mídia formou como o ideal.

A mídia impressa brasileira jamais foi imparcial, pelo contrário atua fortemente nos bastidores da política como grupo de interesse, associando-se ao aliado que lhe promova melhores ganhos e se opondo aos seus adversários. Mesmo assim, não se é vedados esse direito, pois toda instituição em uma democracia tem a liberdade de defender os seus objetivos ou pontos de vista.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Cletiane Medeiros; COSTA, Saulo Felipe; FITTIPALDI, Ítalo. **Boa noite, e boa sorte:** determinantes da demissão de ministros envolvidos em escândalos de corrupção no primeiro governo Dilma Rousseff, 2016.

ASSIS, Machado. **Dom Casmurro.** Ministério da Cultura: Biblioteca virtual books, 2010.

AZEVEDO, Darana Carvalho de; BURLANDY, Luciene. **Política de combate à pobreza no Brasil, concepções e estratégias,** 2010.

BRASIL. **Código civil.** Centro de Documentação. Câmara Brasília, 3ª edição, 2008.

CAGNIN, Rafael Fagundes; PRATES, Daniela Magalhães; FREITAS, NOVAIS, Maria Cristina P. de; Luís Fernando. **A gestão macroeconômica do governo Dilma (2011 e 2012),** 2013.

CAMARGO, Ednaldo José Silva de; RIBEIRO, Fernando Selles. **Programa luz para todos: avanços e retrocessos – um novo estoque de excluídos,** 2015.

CARVALHO, Bruno Eduardo Fonseca Gomes De. **O discurso no editorial:** Uma análise da construção dos editoriais das Revistas Veja e Carta Capital acerca dos governos da China, Cuba e Venezuela, 2010.

CASTRO, Roberto C. G. **Comunicação na Grécia antiga:** reflexões para a mídia do século 21. <http://www.hottopos.com>.

com/ebooks/OMUNICA%C3%83%E2%80%A1%C3%83%C6%92O%20NA%20GR%C3%83%E2%80%B0CIA%20ANTIGA.pdf Acessado em 27 de dezembro de 2016.

CEJA. **Linguagens, códigos e suas tecnologias.** http://cejarj.cecierj.edu.br/pdf/Linguagens_Codigos_Unidade_6_Seja.pdf Acessado em 27 de dezembro de 2016.

CHAIA, Vera. **O impeachment da presidente Dilma Rousseff???**, 2016.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e Persuasão.** 8ª Ed. São Paulo: Ática, 1994.

DISCURSO DO PAPA BENTO XVI. Reunião com bispos do Nordeste. www.catholiccourier.com Acessado em: 1 de novembro de 2010.

DISCURSO DO PRESIDENTE LULA. Cidade de Mauá no período eleitoral de 2010. www.redebomdia.com.br Acessado em: 1 de novembro de 2010.

G1. **Senado aprova impeachment**, Dilma perde mandato e Temer assume, 2016.

GARCIA, Márcio G. P.. **A Ameaça das Dívidas**, 2014.

JÚNIOR, Alcides Domingues Leite. **Especialização em Gestão Pública: Desenvolvimento e mudanças no Estado brasileiro.** 3ª edição revisada e atualizada, 2014.

KEOHANE, Robert O. **International Institutions: Two approaches.** Harvard University, 1988.

LEITE, Rogério Cerqueira; CORTEZ, Luís Augusto Barbosa. **O Etanol Combustível no Brasil**, s.d.

LIMA, Fernando Raphael Ferro de. **Inflação e política monetária no governo Dilma**, 2011.

LIMA, Túlio Venâncio Pires carvalho. **Os impactos da transposição do Rio São Francisco na sua região de influência**, 2013.

LONGHINI, Letícia. **Relações semióticas no texto publicitário: caso batom**. In: VIII encontro nacional da história da mídia. UNICENTRO, Guarapuava, PR, 2011.

MAQUIAVEL. **O príncipe**. Maria Júlia Goldwasser (trad.) Martins Fontes. São Paulo, 2008.

MERCADANTE, Aloizio. **O governo Lula e a construção de um Brasil mais justo / Aloizio Mercadante**. – São Paulo : Editora Fundação Perseu Abramo, 2010.

_____. **Brasil Primeiro Tempo**. São Paulo: Planeta, 2006.

PEREIRA, Maurício Gomes. **A introdução de um artigo científico**. <http://scielo.iec.pa.gov.br/pdf/ess/v21n4/v21n4a17.pdf> Acessado em 27 de dezembro de 2016.

PONTES, Jefferson da Silva. Instituto oratória VI, 2: **poesia e retórica na peroração**. <https://ronai.ufjf.emnuvens.com.br/ronai/article/view/24/18> Acessado em 27 de dezembro de 2016.

ROSSI, Clovis. **O que é jornalismo. Brasiliense: Coleção primeiros passos**. Brasília, 1980.

ROUSSEFF, Dilma. **Integra do discurso da presidente Dilma Rousseff na cerimônia de posse**. www.senado.gov.br Acessado em 25 de novembro de 2011

OPORTUNITY. China: a desaceleração, a meta e o necessário, 2016.

PETROBRAS. Entenda o que é a camada pré-sal. Folha Online e Ponto da Informação.com Acessado em 12 de março de 2018.

POCHMANN, Marcio. Ajuste econômico e desemprego recente no Brasil metropolitano, 2015.

REDE JUBILEU SUL BRASIL. A dívida não acabou e você ainda paga por ela: Auditoria Já, 2013.

RODRIGUES, Taíla Albuquerque; SALVADOR, Evilasio. As implicações do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) nas Políticas Sociais / The implications of the Growth Acceleration Program (PAC) on Social Policies, 2011.

SARAIVA, Miriam Gomes. Balanço da política externa de Dilma Rousseff: perspectivas futuras?, 2014.

SOUZA, Márcio Rodrigo de Araújo; MENEZES, Monique. Programa Universidade para Todos (PROUNI): quem ganha o quê, como e quando? 2014.

TEIXEIRA; Rodrigo Alves; PINTO; Eduardo Costa. A economia política dos governos FHC, Lula e Dilma: dominância financeira, bloco no poder e desenvolvimento econômico, 2012.

TOMAZINI, Carla Guerra; LEITE, Cristiane Kerches da Silva. Programa Fome Zero e o paradigma da segurança alimentar: ascensão e queda de uma coalizão? 2015.

UNASUL. Tratado Constitutivo da União de Nações Sul-Americanas – Brasília, 23 de maio de 2008.

VEJA. **Torturas**. Editora abril, edição 66, 1969.

_____. **O choque do verão: a última chance contra o caos da hiperinflação**. Abril, edição 1063, 1989.

_____. **Collor: quem é? O que quer? E por que está agitando a sucessão**. Abril, edição 1079, 1989.

_____. **Caiu! A revolução que derrubou Collor, o estouro da quadrilha que tomou o Planalto, o que muda no Brasil de Itamar Franco**. Abril, edição 1255, 1992.

_____. **O que é preciso para dar certo**. Abril, edição 1269, 1993.

_____. **Os anos Itamar: Um balanço de um presidente que deixou o Brasil melhor**. Abril, edição 1366, 1994.

_____. **Êta ano bom**. Abril, edição 1372, 1994.

_____. **A sombra em FHC**. Abril, edição 1658, 2000.

_____. **Triunfo histórico**. Abril, edição 1775, 2002.

_____. **Ele sabia**. Abril, edição 1913, 2005.

_____. **O desafiante**. Abril, edição 1977, 2006.

_____. **O partido do polvo**. Abril, edição 2.181, 2010.

_____. **O polvo no poder**. Abril, edição 2.182, 2010.

_____. **A alegria do polvo**. Abril, edição 2.183, 2010.

_____. **Serra e o Brasil pós-Lula**. Abril, edição 2161, 2010.

VIEIRA, Flávio Vilela; VERÍSSIMO, Michele Polline. **Crescimento econômico em economias emergentes selecionadas: Brasil, Rússia, Índia, China (BRIC) e África do Sul**, 2009.

VIZENTINE, Paulo Fagundes. **Relações Internacionais do Brasil – De Vargas a Lula**. Fundação Perseu Abramo, 2003.

0-471-59455-2



9 780471 594552