

A CONSTRUÇÃO DISCURSIVA DO MITO SERGIO MORO NAS PÁGINAS DE *VEJA* E A SUA DESCONSTRUÇÃO EM *CARTACAPITAL*

Vitor Carletti
Mestrando do curso de Pós-Graduação em
Comunicação e Territorialidades
Universidade Federal do Espírito Santo - UFES
E-mail: vitorcarlettie@gmail.com

Orientador: Prof. Victor Israel Gentili
Universidade Federal do Espírito Santo – UFES
E-mail: victor.gentili@ufes.br

RESUMO

A pesquisa investiga, a partir de uma análise semiológica, como o conteúdo jornalístico publicado pela revista *Veja*, no período de 2014 a 2019, contribuiu para que o ex-juiz Sergio Moro fosse considerado um mito do herói nacional que irá livrar o Brasil da corrupção praticada por políticos e empresários alvos da operação Lava Jato. A investigação pretende discutir como a narrativa da revista semanal utilizou preceitos básicos do jornalismo como o conceito de verdade e o método da objetividade na composição de capas e reportagens para construir esse discurso antissistema personificado por um juiz cujos métodos não são contestados e põem em prática visões recorrentes na opinião pública reforçadas pelo senso comum. Por outro lado, pretende-se entender como a *CartaCapital* representou o magistrado durante a época escolhida para análise e comparar as duas formas de representação de Moro. Além do método semiológico para analisar o conteúdo jornalístico, a pesquisa propõe fazer entrevistas em profundidade com editores e diretores dos dois veículos a fim de estabelecer o diálogo entre a academia e o mercado de trabalho e entender como as rotinas produtivas influenciam na elaboração do produto final que vai ser publicado.

Palavras-chave: Narrativa. Jornalismo. Discurso.

INTRODUÇÃO

O jornalismo político tem grande importância na formação da opinião pública em qualquer lugar do mundo onde a imprensa é livre e atuante em nações de regime democrático. Os conteúdos publicados que geram repercussão pela revelação de um esquema de corrupção com desvio de dinheiro público como aconteceu nas inúmeras fases da operação Lava Jato —

a maior investigação de combate à corrupção no Brasil — têm alcance em todos os estratos da sociedade porque geram um sentimento de revolta. É um consenso que os recursos desviados poderiam estar sendo melhor empregados na saúde, na segurança ou na educação da população brasileira. Neste sentido, os veículos jornalísticos cumprem com o seu papel social de expor o que os envolvidos em falcaturas tentam esconder.

A Lava Jato reunia o conjunto perfeito para ter o apoio da opinião pública, porque unia a participação ativa da Justiça e o descrédito que a classe política carrega há anos. A investigação era conduzida pela força-tarefa formada por um grupo de procuradores do Ministério Público Federal (MPF) cujas denúncias oferecidas eram, na maioria das vezes, aceitas pelo então juiz da 13ª Vara Criminal da Justiça Federal Sergio Moro. As informações sobre supostas participações de políticos com mandato, principalmente os filiados ao Partido dos Trabalhadores (PT) e ao Movimento Democrático (MDB), partidos da base de sustentação do governo Dilma Rousseff (2011-2016), no esquema desvio de dinheiro dos cofres da Petrobras eram facilmente vazadas para imprensa divulgar em tempo real.

A morosidade da Justiça em julgar crimes do colarinho branco, a sensação de impunidade muitas vezes sentida por quem acompanha o cenário político brasileiro — quando há absolvição de réus denunciados — e a impopularidade dos parlamentares junto à sociedade complementam o contexto de atuação e de enunciação da operação.

Boa parte da imprensa brasileira embarcou nesta narrativa de caça aos corruptos institucionalizada pelo MPF e Moro. Maior revista de circulação do país, *Veja* ajudou na construção da imagem de Moro como mito do herói nacional que irá livrar o país dos políticos que roubam o dinheiro público. As capas que estamparam o ex-magistrado e as respectivas reportagens, no período de 2014 a 2019, são parte do objeto da presente pesquisa que, por meio do método semiológico com auxílio de teorias de análise de discurso, pretende descrever e apontar como as produções de sentido desta cobertura foram determinantes para que o ex-juiz ganhasse a popularidade que possui hoje. Desde então, Moro virou ministro da Justiça e Segurança Pública do governo de Jair Bolsonaro, com o qual rompeu relações um ano e quatro meses depois do início do atual mandato presidencial, e em 2021, é um possível pré-candidato à Presidência da República nas eleições de 2022.

A pesquisa finca os pés em estudos de crítica da mídia porque analisa como a escolha de um enquadramento subtrai elementos que são fundamentais para a qualidade do produto jornalístico, que é o equilíbrio das vozes dissonantes, a contestação de decisões que possuem

aderência na opinião pública e a manipulação de informações para compor uma narrativa que prioriza a dramatização de um personagem em detrimento da verdade dos fatos.

A pesquisa vai acrescentar análises aos estudos sobre jornalismo e fazer um registro histórico da atuação da maior revista em circulação do país cuja existência ultrapassa os 50 anos em uma época em que parte da sociedade coloca em xeque as instituições que formam a democracia brasileira, dentre as quais a imprensa, o Congresso Nacional e o Supremo Tribunal Federal (STF). A importância dessa investigação acadêmica é entender como as narrativas jornalísticas são capazes de construir contextos que influenciam as decisões de governo, dos órgãos da Justiça e das relações interpessoais.

A cobertura da imprensa dos acontecimentos fabricados pela Lava Jato esteve presente na minha atuação como repórter da editoria de Política do Jornal *A Tribuna-ES* entre 2015 e 2018. Parte das informações divulgadas tinha repercussão regional. O apoio à operação era sempre cobrado dos políticos e influenciou discursos e comportamentos dos partidos e agentes públicos. No auge da operação, ser contra a Lava Jato representou uma atitude antipatriótica e de conivência com os desvios de dinheiro público. A polarização ideológica presente na sociedade brasileira hoje foi alimentada pelo *modus operandi* da força-tarefa e avalizado pelo enquadramento do conteúdo jornalístico de chancela do discurso antissistema que sustentou a atuação dos procuradores da República.

As disciplinas do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) “Metodologia de Pesquisa em Comunicação” e “Questões Teóricas em Comunicação” foram fundamentais para delimitar melhor o objeto de estudo e ampliar os conhecimentos em paradigmas recentes da área. As discussões das aulas das disciplinas optativas “A pesquisa histórica da imprensa brasileira realizada por jornalistas”, “Crítica de Mídia”, ministrada em conjunto com oito programas de pós-graduação vinculados à Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (Renói) e “Seminário em Teoria do Jornalismo” (Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS) têm proporcionado uma adequação teórica e metodológica para a pesquisa.

ENTRE MITOS, VERDADES INQUESTIONÁVEIS E A REPORTAGEM

As narrativas míticas são construções de sentido que ao longo dos séculos influenciaram a formação do pensamento humano, criaram diferentes formas de sociabilidades de acordo com

cada cultura em que estavam inseridas e foram usadas como ferramentas de dominação e de exercício de poder. Apesar de serem muitas vezes associados à mentira por não terem uma base científica de sustentação, os mitos¹⁻² têm capilaridade na sociedade.

A presente investigação sustenta que as reportagens de *Veja* ajudaram a construir o discurso de que Sergio Moro estaria cumprindo uma missão de extirpar a corrupção da administração pública e devolveria a moralidade ao serviço público, tão estereotipado pela imagem de ineficiência com os gastos com o dinheiro público. O ex-juiz da Lava Jato na semanal era representado como o mito do herói nacional. "O salvador é o mito político arquetípico." (MIGUEL, 2004, p. 391).

A pesquisa iniciada em agosto de 2021 está na fase de revisão bibliográfica e descoberta de novas teorias. Porém, algumas análises já estão sendo amadurecidas. O jornalismo como instância legitimadora de verdades inquestionáveis foi o primeiro conceito elaborado a partir da leitura semiológica feita a partir das capas de sete edições de *Veja* que expuseram Moro como personagem principal, o que o colocou no rol dos Olimpianos conceito elaborado por Edgar Morin (1997). Por outro lado, a análise do material jornalístico, no mesmo espaço temporal, da CartaCapital ainda está em avaliação, mas apontam para o lado oposto da representação feita pela semanal de maior circulação do país.

Mas o que seria o conceito de verdades³ inquestionáveis? É o uso da reportagem para susten-

¹"O mito não fala diretamente, ele esconde alguma coisa. Guarda uma mensagem cifrada. O mito precisa ser interpretado. Finalmente, o mito não é verdadeiro no seu conteúdo manifesto, literal, expresso, dado. No entanto, possui um valor e, mais que isto, uma eficácia na vida social." (ROCHA, 1999, p. 11).

²"Enfim, se eu focalizar o significante do mito, como totalidade inextricável de sentido e forma, recebo uma significação ambígua; reajo de acordo com o mecanismo constitutivo do mito, com a sua dinâmica própria, e transformo-me no leitor do mito. O negro que faz a saudação militar deixa de ser exemplo, símbolo e, menos ainda, alibi: ele é a própria presença da imperialidade francesa." (BARTHES, 2012, p. 220).

³"A verdade é uma abstração que existe objetivamente como qualidade. Subjetivamente, existirá ainda como memória do instante fugaz de uma descoberta ou revelação. Nessa memória e nesse instante residem a experiência da verdade; da mesma forma está a liberdade na libertação e a beleza no deslumbramento do belo. São quadros mentais de grande intensidade, porém eventualmente enganosos; pode-se investigar (por exemplo, na pesquisa de mercado) ou criar condições para que surja (por exemplo, certa propaganda), códigos de conduta morais e religiosos) demanda de certezas, descompressões ou encantamentos para satisfazê-la mediante a oferta de bens materiais ou simbólicos, sucedâneos ou sublimações. Afora isto, interrogando-se uma cultura sobre o que é verdade, ela responderá com signos de abstração equivalente ou com exemplos de coisas verdadeiras". (LAGE, Nilson, 2012, p.125).

tar visões do senso comum— como “todos os políticos são corruptos e merecem ir para cadeia” — sem o devido espaço para opiniões divergentes. A investigação tem interpretações que levam a crer que a semanal praticou um jornalismo de crença que se desviou da realidade dos fatos.

A pesquisa parte do pressuposto de que a narrativa mítica vendida como produto jornalístico está inserida no atual paradigma comunicacional em que a sociedade em rede está em constante mutação devido ao permanente contato das pessoas com discursos que seguem a lógica neoliberal das empresas capitalistas⁴ dentro da esfera pública cujo conceito foi desenvolvido pelo filósofo alemão Jurgen Habermas (2003). Um norte teórico para o início desta investigação acadêmica é o conceito de sociedade do controle⁵ elaborada por Gilles Deleuze.

Além da análise semiológica, a investigação pretende estabelecer diálogo com a redação desses dois veículos. A proposta é, por meio de uma entrevista em profundidade, entender quais características do método da objetividade jornalística foram determinantes para construção das narrativas, a relação dos jornalistas com as fontes de informação e como

⁴“A perda de credibilidade acentuou-se nas duas últimas décadas, especialmente como consequência do desenvolvimento do negócio midiático. A partir da metade dos anos 1980, vivemos duas substituições. Primeiro, a informação contínua na TV, mais rápida, tomou o lugar da informação oferecida pela imprensa escrita. Isso conduziu a uma concorrência mais acirrada entre mídias, numa corrida de velocidade em que há cada vez menos tempo para se verificar as informações. Depois da metade da década de 1990, e particularmente nos últimos anos, com a expansão da internet, surgiram os “neojornalistas”, que são testemunhas-observadoras dos acontecimentos — sejam sociais, políticos, culturais, meteorológicos ou de variedades — e se tornaram uma fonte de informações extremamente solicitada pelas próprias mídias tradicionais.” (MORAES; RAMONET; SERRANO, 2013, p.86).

⁵“Foucault situou as sociedades disciplinares nos séculos XVIII e XIX; atingem seu apogeu no início do século XX. Elas procedem à organização dos grandes meios de confinamento. O indivíduo não cessa de passar de um espaço fechado a outro, cada um com suas leis: primeiro a família, depois a escola (você não está mais na sua família”), depois a caserna (você não está mais na escola”), depois a fábrica, de vez em quando o hospital, eventualmente a prisão, que é o meio de confinamento por excelência. [...] Encontramo-nos numa crise generalizada de todos os meios de confinamento, prisão, hospital, fábrica, escola, família. Os ministros competentes não param de anunciar reformas supostamente necessárias. Reformar a escola, reformar a indústria, o hospital, o exército, a prisão; mas todos sabem que essas instituições estão condenadas, num prazo mais ou menos longo. Trata-se apenas de gerir sua agonia e ocupar as pessoas, até a instalação das novas forças que se anunciam. São as sociedades de controle que estão substituindo as sociedades disciplinares.” (DELEUZE, Gilles, 1992. p.224).

entendem o conceito de responsabilidade social.

Outro ponto que a pesquisa pretende abordar é como as construções discursivas escolhidas podem afetar a ética da reportagem. “A ética, por seu conteúdo instável e complexo, não pode se integralmente generalizada em mandamentos. Assim, se é reconhecido (não tanto pelas leis, mas pela consciência do ofício) o direito de o jornalista manter sigilo sobre suas fontes [...]” (LAGE, Nilson, 2011, p.91).

As rotinas produtivas influenciam no modo como a representação das *personas* chega ao leitor. A qualidade, a apuração e as fontes de informação são a matéria-prima do discurso jornalístico. Para a evolução dos estudos científicos do campo do jornalismo brasileiro, é fundamental estabelecer esse diálogo, porque é um caminho de investigação que permitirá apontar consônancia e distorções com as teorias do jornalismo e da comunicação.

RESULTADOS

A pesquisa tem o objetivo de mapear e entender as produções de sentido das reportagens e capas de *Veja* que expuseram Sergio Moro no período de 2014 a 2019. A análise semiológica, consequentemente a de discurso, de três capas permitiram sustentar a hipótese de que o jornalismo político da maior semanal do país dramatizou e personificou o ex-juiz da Lava Jato com o mito do herói nacional e reforçou na sociedade a narrativa da caça aos corruptos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise semiológica das capas de *Veja* que expuseram Sergio Moro como o mito do herói nacional começou em agosto de 2021, após o início das aulas do Pós-Com Ufes e já permitiu a elaboração e a apresentação do artigo “O discurso jornalístico como fonte de verdades inquestionáveis” apresentado no XXIV Seminário de Inverno de Estudo em Comunicação da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), no dia 26 de outubro de 2021. O texto foi entregue como trabalho final da disciplina “Questões Teóricas em Comunicação”.

Neste artigo, foram analisadas três capas de *Veja* que comprovaram a tese de Barthes sobre a formação de mitos, pois a representação de Moro naquele período era a própria existência da Lava Jato. A dramatização da narrativa apresentava o então juiz como um homem corajoso e forte que iria aplicar as penalidades da lei e punir os acusados de roubar o dinheiro público.

Por outro lado, a investigação aponta que as representações míticas no jornalismo político podem sim sustentar “verdades” do senso comum e que não são necessariamente mentiras como se apresentavam as histórias que envolvem os mitos.

As discussões das disciplinas já citadas também tiveram resultados promissores para o início da presente investigação acadêmica, pois estão servindo para esclarecer pontos obscuros da proposta de pesquisa aprovada no projeto seletivo. Os professores (as) têm ajudado a direcionar e a relacionar o objeto da pesquisa às teorias mais pertinentes a fim de que a investigação consiga produzir conceitos e conhecimento ao final da pós-graduação. A leitura dos textos encaminhados pelos docentes também estão proporcionando novas descobertas teóricas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Difel, 2012.
- BONIN, Robson; PEREIRA, Daniel. Agora, querem destruir o juiz. **Revista Veja**. São Paulo, n. 2398. 5 de nov. 2014. Brasil, p. 63-70.
- BONIN, Robson; RANGEL, Rodrigo; PEREIRA, Daniel. O juiz e o juízo final. **Revista Veja**. São Paulo, n. 2424. 5 de maio. 2015. Brasil, p. 40-55.
- BORGES, Laryssa. Triplo carpado. **Revista Veja**. São Paulo, n. 2607. 7 de nov. 2018. Eleições 2018, p. 40-45.
- BORGES, Laryssa; VIEGAS, Nonato. A desconstrução do herói. **Revista Veja**. São Paulo, n. 2639. 19 de jun. 2019. Brasil, p. 42-51.
- BUCCI, Eugênio. **Sobre Ética e Imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.
- DELEUZE, Gilles. **Conversações**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
- ECO, Umberto. **O Super-Homem de Massa**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1978.
- FLUSSER, Villém. **Comunicologia: reflexões sobre o futuro**. São Paulo: Martins Fontes, 2014.
- FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org). **Métodos e técnicas de Pesquisas em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2017.
- GHIROTTI, Edoardo; GREENWALD, Green; MOLICA, Fernando; PADUAN, Roberta;

- RESENDE, Leandro. Justiça a todo custo. **Revista Veja**. São Paulo, n. 2642. 10 de jul. 2019. Brasil, p. 34-43.
- HABERMAS, Jurgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do Jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2004.
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 9 ed. Rio de Janeiro: Record, 2011.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Florianópolis: Insular, 2012.
- MIGUEL, Luís Felipe. O Mito Político. In: RUBIM, A. (org). **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. p. 379 - 408.
- MORAES, Denis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação**. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.
- MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX: neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- PEREIRA, Daniel. A hora do pânico. **Revista Veja**. São Paulo, n. 2480. 1º de jun. 2016. Brasil, p. 42-52. PETRY, André. A cabeça de Moro. **Revista Veja**. São Paulo, n. 2458. 30 de dez. 2015. Brasil, p. 48-56.
- ROCHA, Everardo. **O que é mito**. São Paulo: Brasiliense, 1999.