



Centro Universitário de Brasília – UniCEUB  
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA

Thaís Del Fiaco Rocha

A cobertura jornalística do início do governo Lula  
nas revistas Veja e IstoÉ

Professor: Solano Nascimento  
Brasília  
2005

## Sumário

RESUMO.....	i
INTRODUÇÃO.....	i
1 – METODOLOGIA.....	5
2 – APRESENTAÇÃO DA NOTÍCIA.....	6
2.1 – AGENDAMENTO.....	9
2.2 – ENQUADRAMENTO.....	11
3 – O COMEÇO DO GOVERNO LULA NA MÍDIA.....	13
3.1 – AVALIAÇÃO DO GOVERNO.....	14
3.2 – AVALIAÇÃO DE LULA.....	19
3.3 – TÍTULOS.....	22
3.4 – FOTOS.....	24
3.5 – COMPARAÇÃO ENTRE <i>VEJA</i> E <i>ISTOÉ</i> .....	27
4 – CONCLUSÃO.....	28
5 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	29
6 – ANEXOS.....	30

“Longe de ser um espaço neutro, o jornalismo é um campo de enfrentamento entre os interesses dos diversos grupos sociais que constituem as sociedades modernas.

Lugar essencial de visibilidade desses interesses, é por meio da imprensa que se realizam as disputas simbólicas de sentido da Modernidade. De certa forma contraditória, tendendo às vezes para um dos lados, outras vezes para outros, a imprensa é o canal visível das diferentes estratégias comunicativas dos grupos sociais.”

Luiz Gonzaga Motta

## Resumo

A intenção deste estudo foi fazer uma Análise de Conteúdo (AC) das matérias publicadas pelas revistas impressas *Veja* e *IstoÉ*, no período pós- posse do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Os textos do trabalho foram estudados levando em consideração a maneira como cada publicação apresentou o cotidiano brasileiro e do governo, a maneira como enquadrou os assuntos logo após o dia em que um candidato de esquerda assumiu o poder em Brasília. A partir dessa avaliação, foi feita uma relação de expressões, termos, adjetivos e substantivos que situam e qualificam, nas reportagens, a atuação do novo governo. Ao final do trabalho, nota-se a diferença de abordagem em cada revista em relação ao novo governo. As matérias da *Veja* apresentaram críticas negativas, suas matérias foram feitas a partir de conteúdos que apontam certa desconfiança. Já a *IstoÉ* apresentou as notícias de maneira otimista e confiante no governo. Conclui-se que a revista *Veja* fez um enquadramento negativo da atuação inicial do governo, enquanto a revista *IstoÉ* optou por um enquadramento positivo. As duas publicações, no entanto, ao destacar a figura do presidente Lula, convergiram para um enquadramento positivo.

## Introdução

O objetivo principal deste trabalho é identificar como a *Veja* e a *IstoÉ* fazem o enquadramento de suas matérias no período logo após a posse do presidente Luiz Inácio Lula da Silva e evidenciar a linha de tratamento dado ao novo panorama político por meio de expressões utilizadas para caracterizar os acontecimentos da época. Trata-se de episódio importante porque a expectativa dos brasileiros era de uma mudança de paradigmas, com um governante de esquerda à frente do Brasil. A AC fornece instrumentos que possibilitam estudar os mecanismos pelos quais a produção de um texto pode enquadrar determinados assuntos fazendo com que sua compreensão se torne delimitada. O objeto de estudo abrange o mês de janeiro de 2003, período em que cada uma das revistas analisadas produziu quatro exemplares. De cada um dos exemplares foram tratadas as seções sobre o “Brasil” ou as que faziam referências ao novo governo, como “Economia & Negócios”.

No primeiro capítulo, o estudo apresenta uma revisão bibliográfica sobre a produção de notícias e o papel dos jornalistas nessa tarefa. Também traz referências sobre o processamento da informação na sociedade. Nessa revisão, há um detalhamento de opiniões de autores de diversas correntes e um aprofundamento de aspectos referentes à teoria do enquadramento. O capítulo seguinte apresenta um breve histórico sobre a cobertura jornalística do novo governo que, aparentemente, não era mais o modelo de pacotes de medidas econômicas e disciplina fiscal que estava vigente, mas sim o modelo que visava a projetos e ações sociais. E apresenta também a análise feita a partir das matérias que tratam de uma avaliação do governo e de uma avaliação do presidente Lula. O capítulo se dedica a detalhar a pesquisa mostrando uma comparação feita entre as revistas *Veja* e *IstoÉ* no enquadramento utilizado por elas na cobertura do início do governo Lula.

## 1. Metodologia

Para a realização deste estudo, foram utilizadas ferramentas da Análise de Conteúdo (AC), que pode ser definida como “um conjunto de técnicas de análises das comunicações” (BARDIN, 1977, p. 2). Dentro da AC, foi buscado mais especificamente o expediente da categorização. Trata-se da “operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por um reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos.” (Ibidem, p. 117)

O estudo também utilizou as ferramentas de pesquisa documental para analisar os exemplares das revistas *Veja* e *IstoÉ* que formam o corpus escolhido.

As revistas examinadas são semanais e de distribuição nacional. As escolhidas para este estudo foram a *Veja*, da editora Abril, e a revista *IstoÉ*, da editora Três, duas das três maiores publicações do país. A escolha foi baseada numa rivalidade conhecida e mais antiga entre os dois periódicos. Durante o mês de janeiro de 2003, cada revista produziu quatro exemplares. Para a análise, foram estudadas três edições de cada revista, selecionando-se as datas de 15, 22 e 29 de janeiro de 2003. O primeiro exemplar, do dia 8 de janeiro, não integra o trabalho por não caracterizar um enquadramento das matérias. O foco das notícias produzidas nesse dia se estabeleceu na comoção pública e política causada pela posse de Luiz Inácio Lula da Silva, não se diferenciando nas alusões ao cenário político.

Esse período foi escolhido porque marca uma nova condição para o Brasil que é evidenciada pelas produções jornalísticas se distanciando pelo seu enquadramento. Dentro da amostra analisada, estão seis reportagens, três de cada veículo, que tratam especificamente das notícias que envolvem o novo governo ou o novo presidente do país.

## 2. Apresentação da notícia

As notícias apresentadas pelos diversos veículos de comunicação possuem um papel maior do que simplesmente manter as pessoas atualizadas sobre o cotidiano, seja ele regional, estadual, nacional ou internacional. O poder da imprensa está no discurso que ela produz e, por isso, é importante saber como ele se apresenta na sociedade.

“As mídias, como a política, detêm o poder das palavras. Essas carregam a legitimidade de quem as pronuncia e, se adotadas, adequadamente, como táticas, produzem efeitos reais. No discurso está o poder da mídia e da política.” (WEBER, 2000, p.13)

Nos estudos da comunicação, a notícia se caracteriza como o produto do jornalismo que busca no cotidiano os “assuntos que depois de conhecidos ou divulgados poderão ser comentados, interpretados ou pesquisados. Saber escolher, entre os milhares de acontecimentos cotidianos é o primeiro trabalho do jornalista” (PHILIPPE GAILLARD apud SOUZA FILHO, 2003, p. 9).

Durante a escolha do que será notícia, o jornalista se depara com os valores-notícia.

“São o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos de entre os quais há que selecionar as notícias. A noticiabilidade de um fato é avaliada de acordo com seu grau de integração aos processos rotineiros de produção industrial da notícia. Torna-se notícia aquilo que é suscetível de ser trabalhado pela empresa jornalística sem demasiada alteração do ciclo produtivo normal.”(WOLF, 1994, p. 356)

E por fim à construção da notícia, tomada a decisão de transformar o acontecimento em notícia, segue-se a tarefa de escrever ou produzir o que se pretende informar.

“Recolhidas as notícias pelos repórteres e através das fontes exteriores ao jornal, é necessário apresentá-las ao público. Nesta fase resta preparar a mensagem. Este trabalho faz-se com a dupla preocupação de assegurar uma boa comunicação, isto é, de tornar a

mensagem inteligível ao maior número de pessoas, e de utilizar o melhor possível os meios técnicos de que se dispõe.” (SOUZA FILHO, 2003, p. 18)

Dessa maneira a construção da notícia valoriza também o entendimento do público. O pesquisador Paul Lazarsfeld realizou o primeiro estudo sobre a mediação das mensagens entre um grupo e apresentou uma série de elementos que fazem um ataque às teorias totalizantes, que caracterizam a onipotência dos meios de comunicação em relação ao efeito unânime que teria sobre as pessoas. (LAZARFELD apud PORTO, 2002, p. 1)

O objetivo do estudo foi mostrar que intenções pré-definidas, grupos sociais e relações interpessoais influenciam muito mais as pessoas em suas decisões que os meios de comunicação e, segundo a leitura do mesmo tema feita por Joseph Klapper, os grupos sociais e a atividade de líderes de opinião são também importantes na influência da opinião pública.

Esses itens seriam filtros para as mensagens da mídia e impediriam que ela tivesse o efeito de atingir da mesma maneira as pessoas. Ainda trabalhando com a idéia de filtros que relativizam o poder da mídia em relação à opinião pública, Joseph Klapper intensificou a idéia de que os meios de comunicação obtêm mais êxito quando reforçam algo já existente do que ao criar algo novo. “De há muito se sabe que os *media* não parecem determinar os gostos, mas sim ser usados em conformidade com os gostos já determinados por outra via.” (KLAPPER apud PORTO, 2002, p. 2)

Os filtros aqui citados compreendem os efeitos limitados que atingem o poder dos meios de comunicação, ou seja, a mídia não é imperativa quanto à formação da opinião pública.

O uso das teorias cognitivas no campo da comunicação mostra que os efeitos da mídia são amenizados pelos processos mentais dos indivíduos. Doris Graber afirma que, para entender a influência dos meios de comunicação nas pessoas, é preciso partir de três perguntas.

“Como as pessoas selecionam informações para incorporarem às suas opiniões? Como elas processam essas informações? E que tipo de padrões ou sistemas de conhecimento emergem no fim desse processo?” (GRABER apud PORTO, 2002, p. 2)

O esquema cognitivo, portanto, apresenta as implicações da construção da realidade de cada indivíduo. Geiger e Newhagen também levam em consideração os fatores que influenciam no efeito das mensagens da mídia, o que acontece depois do recebimento da informação.

“Não se podem pesquisar os efeitos dos meios de comunicação sem levar em conta o pouco conhecido processo desencadeado entre a recepção de uma mensagem por uma pessoa e a evolução disso para determinado conhecimento, atitude ou comportamento.” (GEIGER e NEWHAGEN apud PORTO, 2002, p. 3)

Geiger e Newhagen também concluem que um indivíduo tem limitações para a captação de informações e para a recuperação de informações já recebidas. “Essas duas características refletem o processo de atenção e memória e são essenciais para o processamento de informações complexas, como as assistidas pela televisão ou lidas em jornais.” (Ibidem p. 3)

Contudo o ataque das duas teorias acima ao modelo que dá aos meios de comunicação o poder totalizante que lhes garante a força para atingir com suas mensagens todas as pessoas do mesmo modo não responde à questão da influência dos meios de comunicação sobre os filtros que apontam. “Uma influência que pode atenuar ou até anular o poder da mediação que para um grupo ocorre nas relações interpessoais e para outro no processo mental.” (PORTO, 2002, p. 4)

No caso do processamento da informação, considere uma criança que cresce assistindo à televisão durante horas por dia. Ela não poderá ter seus processos mentais de apreensão e armazenamento de informações influenciados justamente pela tevê?

“Ou seja, os meios de comunicação não influenciam nas formas como ocorre o processamento da informação? E, se influenciam, será que formas de processamento de informações moldadas por meios de comunicação realmente são eficazes para amenizar os efeitos das informações desses mesmos meios de comunicação?” (Ibidem p. 4)

Também essa lacuna existe na teoria dos efeitos limitados, quando ocorre uma oposição entre o que diz determinado meio de comunicação e o fator de mediação da escolha.

“Como pode ser descontado do papel da mediação a influência que os meios de comunicação exercem diretamente sobre os mediadores? Se o contato ‘cara a cara’ e o líder de opinião, ambos tendo sido expostos a meios de comunicação, levam uma pessoa a proceder exatamente como procederia se tivesse diretamente sido influenciada pelo meio de comunicação, é possível realmente se falar em efeitos limitados? Em casos assim, o efeito não seria exatamente o mesmo, só que feito de forma indireta e não direta?” (PORTO, 2002, p. 5)

Dessa maneira, os pesquisadores dos dois grupos ignoram um efeito indireto dos meios de comunicação que comprometem a capacidade dos filtros que defendem.

“Se a mídia moldar a opinião dos líderes de opinião e dos contatos que permitem a relação ‘cara a cara’ e for fundamental para a formação dos mecanismos de processamento de informações provavelmente nenhum desses três filtros terá o poder anunciado de reduzir os efeitos dos meios de comunicação.” (Ibidem p. 5)

## 2.1

### Agendamento

Se não há como definir quais filtros são utilizados pelo público para a apreensão das informações, é possível dizer ao menos que há uma indicação da mídia sobre quais informações pensar. Verifica-se, assim, a teoria segundo a qual

os meios de comunicação não indicam como pensar, mas sim sobre o que pensar: a teoria do agendamento.

Na sociedade contemporânea, a mídia foi incorporada ao cotidiano dos indivíduos. A busca pela informação, pela notícia, transformou-se em uma necessidade presente no dia-a-dia, faz-se uso dos veículos de comunicação para inteirar-se do que está acontecendo, ou do que não aconteceu. E, dessa forma, esses veículos “estão entre os responsáveis pela definição da agenda nacional de discussões, constituindo-se em atores preponderantes na formação de opinião, a partir de suas notícias.” (LIMA FILHO, 2003, p. 30)

Os estudos de Maxwell McCombs e Donald Shaw afirmam que o mais importante efeito da mídia de massa é sua habilidade de organizar e ordenar mentalmente o mundo para nós. “Em suma, a mídia de massa pode não ter sucesso em nos dizer o que pensar, mas ela é extremamente exitosa em nos dizer em que pensar.” (MCCOMBS e SHAW apud LIMA FILHO, 2003, p. 29)

Essa capacidade de agendamento a que se referem os estudiosos McCombs e Shaw foi provada por eles em uma pesquisa a respeito da campanha presidencial de 1968, na cidade americana de Chapel Hill, na Carolina do Norte. “Ao final do estudo descobriram uma coincidência muito grande entre os assuntos considerados mais importantes para a mídia e os que eram tidos também como fundamentais pelos eleitores.” (PORTO, 2002, p. 6)

O caso retratado ainda revela uma influência da mídia particularmente quanto à comunicação política. “Este estudo precipitou uma corrente de pesquisa empírica que demonstrou a importância da mídia como transmissor de informação política.” (GRABER apud LIMA FILHO, 2003, p. 29).

McCombs e Shaw partiram de pesquisas que comprovassem o poder da mídia de determinar a agenda pública, além de

“oferecer o leque de assuntos pelos quais iremos nos preocupar e conversar. Os meios de comunicação também teriam o poder de nos dizer como devemos pensar os temas existentes na agenda da mídia.” (MCCOMBS e SHAW apud SOUZA FILHO, 2003, p.31)

## 2.2

### Enquadramento

O conceito do enquadramento surgiu justamente para mostrar que a mídia vai além de fixar a agenda do público. Mais do que dizer 'sobre' o que as pessoas devem pensar, os meios de comunicação definem, segundo esse conceito, 'como' as pessoas devem pensar. (PORTO, 2002, p. 7)

Para exemplificar esse estudo, faz-se uma referência sobre a pesquisa dos psicólogos israelenses Daniel Kahneman e Amos Tversky, que definem o enquadramento como mudanças na abordagem de variados assuntos. Eles informaram a um grupo uma situação na qual uma epidemia mataria 600 pessoas. Para a metade do grupo, apresentaram uma proposta de combate à doença como capaz de salvar 200 dessas pessoas. Para a outra parte, a mesma proposta, no entanto salientando o fato de que 400 delas morreriam. A proposta foi escolhida por 72% das pessoas do primeiro grupo e por 22% das do segundo. O experimento demonstra que, apesar de os problemas serem idênticos, as pessoas freqüentemente decidem de acordo com a forma como os temas são enquadrados.

A análise mostra que o enquadramento está ligado à forma de seleção da notícia, o enfoque dado à informação que será transmitida. O conceito foi definido na comunicação pela socióloga Gaye Tuchman como sendo as notícias “uma forma de enquadramento que define e constrói a realidade.” (TUCHMAN apud PORTO, 2002, p. 5). Em estudos desenvolvidos após a definição do conceito por Tuchman, o pesquisador Tood Gitlin afirmou que:

“os enquadramentos da mídia organizam o mundo tanto para os jornalistas que escreveram relatos sobre ele, como também, em um grau importante, para nós que recorremos às suas notícias. Enquadramentos da mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira.” (GITLIN apud PORTO, 2002, p. 6)

Essa pesquisa levou o enquadramento a servir de ferramenta para outras pesquisas, conceituando-o como sendo técnicas que orientam o discurso e levam à interpretação das informações de forma direcionada.

“A seleção de determinada notícia ou determinado aspecto de uma notícia, o destaque maior para algum ponto dessa notícia, o enfoque como a notícia é apresentada são fundamentais para determinar a forma como ela vai ser apreendida pelo público.” (PORTO, 2002, p. 7)

O conceito mais importante dentro da teoria do enquadramento é apontado por um texto escrito por Walter Lippman em 1922, sete décadas antes dos primeiros estudos sobre o enquadramento. Lippman enxergou que, dentro da construção da realidade, as notícias são os estereótipos que normalmente envolvem uma simplificação e um valor negativo, os quais influenciam a visão do mundo. Assim, um livro, um romance, um filme, um quadro, uma peça, uma fotografia, um conto de fadas etc. fazem com que vejamos de determinada forma determinada coisa. “As mais sutis e penetrantes de todas as influências são as que criam e mantêm o repertório dos estereótipos. Dizem-nos tudo sobre o mundo antes que o vejamos. Imaginamos a maioria das coisas antes de experimentá-las.” (LIPPMAN apud PORTO, 2002, p. 8)

Dessa forma, os meios de comunicação, ao fazerem uso do conceito de enquadramento, oferecem, escolhem e determinam os estereótipos mediante os quais o público verá a realidade. Por exemplo, uma notícia com enquadramento moralista sobre o Movimento dos Trabalhadores sem-Terra vai fornecer uma gama de estereótipos para o público analisar o MST. Assim, a teoria do enquadramento mostra eficiência no papel de facilitadora do processo de absorção das idéias.

O uso da teoria do enquadramento também se repete em estudos sobre as eleições. Em 1998 a mídia adotou enquadramento favorável à reeleição de Fernando Henrique Cardoso. “O conceito de enquadramento permitiu aos

pesquisadores ressaltar a clara ressonância que havia entre estratégia de campanha de FHC e o cenário construído pela mídia.”(PORTO, 2002, p.12)

O estudo do enquadramento dado às notícias pretende descobrir os efeitos que causam na imprensa e, principalmente, os seus efeitos no público. Em seu artigo “Enquadramentos da Mídia e Política”, o professor e pesquisador Mauro Porto destaca que:

“O conceito de enquadramento tem recebido uma atenção crescente nas análises de conteúdo desenvolvidas por pesquisadores brasileiros. Todavia, a pesquisa no país sobre os efeitos destes enquadramentos na audiência ainda está em seus primórdios. Poucos trabalhos incluem pesquisas empíricas sobre os efeitos do enquadramento da mídia na formação das preferências políticas do público. Mas aqui também já se registram avanços.”(PORTO, 2002, p. 13)

### **3. O começo do governo Lula na mídia**

Após a eleição presidencial que escolheu Luiz Inácio Lula da Silva, a mídia exaltou a histórica votação de Lula, eleito com quase 53 milhões de votos. Foi a mais significativa votação da era democrática brasileira. A chegada ao poder do ex-operário causou comoção na mídia e no mundo político. Anteriormente à posse, que ocorreu no dia 1º de janeiro de 2003, os projetos de governo do novo presidente já eram motivo de discussão e divulgação na mídia. A aparente mudança do eixo das prioridades governamentais com a troca de presidente estava evidente e, além da população e dos políticos, a mídia também estava ansiosa para ver o que ocorreria e se preparava para cobrir os novos acontecimentos. Não era mais, aparentemente, o modelo de pacotes de medidas econômicas e disciplina fiscal que estava vigente, mas sim o modelo que visava a projetos e ações sociais.

### 3.1

#### **Avaliação do Governo:**

Nas matérias analisadas, publicadas em janeiro de 2003, o foco das notícias sobre o governo são críticas feitas a partir da compreensão das ações e pensamentos vigentes nas principais áreas de comando do governo.

#### Expressões Positivas:

Esta categoria de termos e expressões visa indicar a abordagem e o enfoque das matérias produzidas pelas revistas por meio do número de vezes em que se repetem as expressões que sinalizam o enquadramento das notícias.

#### **ISTOÉ**

... inflação sob rígido controle
...postura austera de Meirelles e Palocci
... dólar estável
... recuo do movimento especulativo
... o otimismo ficou estampado
... dando certo
... numa perspectiva de estabilidade
...os dias de alucinação cambial ... acabaram em definitivo

Total: 8

#### **VEJA**

... estréia com sucesso no atacado ...
as balbúrdias, pirotecnias e divergências podem ser sanadas ...
... essencial está funcionando
Fome Zero ... meta impecável

Total: 4

Expressões Negativas:

Aqui a categoria de palavras de cunho negativo e o seu total também demonstram o enquadramento que foi feito nas reportagens.

**VEJA**

Anúncios mirabolantes
... trombadas
... clima de factóides
No varejo ... estréia calamitosa
... doses de amadorismo
... afoiteza dos ministros novatos
Ações pirológicas que rendem a manchete do dia mas não passam de vento
... Fome Zero ... não passou de um factóide
... caso aberrante de parlapatice
... decisões e declarações ... que não passam de espuma
... não tem verbas nem instrumentos...
... é duvidoso...
...inexperientes
... faltando harmonizar os discursos
Fome Zero ... na prática ... confusão de amadores
... factóide amador
... factóides e velharias apresentadas com nova roupagem

Total:17

**ISTOÉ**

Pontos de incerteza podem dissipar a onda de otimismo
-------------------------------------------------------

Total: 1

A primeira análise aponta que uma revista é mais favorável ao novo governo, enquanto a outra se posiciona com certa desconfiança aos novos projetos. A *IstoÉ* se mostra confiante no governo.

“Em junho do ano passado, quando o dólar vivia seus últimos dias em torno dos R\$ 2,50, as apostas de muita gente do mercado financeiro

apontavam para uma cotação de R\$ 3,30 na eventualidade de Lula vencer as eleições e tomar posse como presidente da República terrorismo financeiro-eleitoral campeava livre...”

Bingo. O mergulho histórico do dólar nos primeiros dias do novo governo confirma as apostas, mas pela via inversa. Em vez de salto, houve um recuo do movimento especulativo”(ISTOÉ, 15 de janeiro, 2003, p.56).

Enquanto a *Veja* desdenha as propostas do governo e a adaptação da esquerda ao cenário do poder político.

“A semana de estréia de Luiz Inácio Lula da Silva na Presidência da República foi um sucesso no atacado. O dólar teve uma queda forte...

No varejo, porém, a estréia foi calamitosa, produzindo um espetáculo em que se misturaram um toque de comédia, altas doses de amadorismo, muita afoiteza dos ministros novatos e vários factóides” (VEJA, 15 de janeiro, 2003, p.28).

Factóide, segundo o novo dicionário Aurélio, é um “fato, verdadeiro ou não, divulgado com sensacionalismo, no propósito deliberado de gerar impacto diante da opinião pública e influenciá-la”. Com isso, a revista parecer ter a intenção de descaracterizar as ações do governo.

“Até o projeto Fome Zero, apresentado como a grande prioridade de sua gestão, até agora não passou de um factóide. A verdade é esta: o Fome Zero, como meta é impecável e merece aplausos. Como projeto prático, não passa de uma confusão de amadores” (VEJA, 15 de janeiro, 2003, p. 28).

Para a produção de matérias, a revista *IstoÉ* escolheu cobrir a primeira ação positiva do governo na área de economia. E a revista *Veja* preferiu destacar as falhas do início do governo, demonstrando que a escolha das pautas pode se basear no apoio ao governo ou na sua desmoralização. Esse fato fica evidente durante a análise das matérias produzidas no período de janeiro (quatro exemplares de cada revista), Nas seções sobre o Brasil, cada publicação aborda à sua maneira o cotidiano do novo governo brasileiro.

Pelo total de termos de cunho positivo (8) e negativo (1) usados pela revista *IstoÉ*, percebe-se que a definição quanto à abordagem foi de otimismo em relação ao novo governo.

“O risco-país também acompanhou o rápido movimento de recuperação do dólar. Os 2,4 mil pontos verificados em setembro viraram 1,2 mil pontos na primeira semana de janeiro.

O que se traduz numa perspectiva de estabilidade para as próximas semanas e numa prova de que os tempos de alucinação cambial do período eleitoral acabaram em definitivo.” (ISTOÉ, 15 de janeiro, 2003, p. 57)

Já a revista *Veja* utilizou mais termos negativos (17) do que positivos (4) para se referir ao governo, demonstrando certa resistência ao governo de um partido de esquerda.

“É compreensível que o governo, logo na sua estréia, tente mostrar trabalho, mas chama a atenção o volume de decisões e declarações que não passam de espuma. A primeira foi a suspensão da licitação internacional para a compra de doze jatos de combate para reequipar a Força Aérea, cujos caças Mirage já não estão mais em condições técnicas de realizar vôos.

O motivo da suspensão da licitação para a compra dos novos jatos era tão bonito que provocou elogios ao governo na imprensa internacional. Tratava-se, aparentemente, de economizar o gasto com o armamento aéreo e aplicar o dinheiro, 700 milhões de dólares, no combate à fome no Brasil. No discurso, nada mais louvável. Na prática, um factóide amador.

Tantos casos parecidos preencheram a semana de estréia do *governo Lula* que se produziu a impressão de que a Esplanada dos Ministérios foi subitamente tomada por um afã novidadeiro.”(VEJA, 15 de janeiro, 2003, p. 30 e 33) (grifo meu)

O trecho acima também chama a atenção por fazer uma ligação das atitudes do governo atual, que a reportagem considera inadequados, com a imagem do presidente Lula, quando diz que o “governo Lula” é identificado por um “afã novidadeiro”. Fazendo referência a antigos presidentes que não

acrescentaram nenhum valor, pelo contrário, difamaram os valores do cenário político brasileiro, a revista afirma que o governo e, por consequência, o presidente utiliza-se de “excentricidades para chamar a atenção do eleitorado e ganhar popularidade”.

“Na história da política brasileira, as excentricidades são um dado corriqueiro para chamar a atenção do eleitorado e ganhar popularidade. O ex-presidente Jânio Quadros, andava com sanduíche no bolso e caspas nos ombros e gostava de sair às ruas para multar, ele próprio, motoristas que cometessem alguma infração no trânsito. O ex-presidente Fernando Collor encenava espetáculos: dirigia uma Ferrari, pilotava um avião, desfilava de jet-ski nas águas do Paranoá, o lago que banha a capital federal.” (VEJA, 15 de janeiro, 2003, p. 33 e 34)

Sempre tratando com um tom de deboche as empreitadas do novo governo, a revista *Veja* também faz claras referências ao antigo governo como sendo bom e um exemplo a ser seguido.

O ministro Cristovam Buarque anunciou mudanças no Provão, uma das mais elogiadas heranças deixadas pelo governo anterior, com a assinatura do ex-ministro tucano Paulo Renato. Cristovam alega que o Provão só avalia a qualidade das universidades por meio dos alunos. Na verdade, o governo anterior também criou outras avaliações, que se ocupam em examinar justamente itens como a qualificação acadêmica dos professores e até as condições das instalações físicas, como bibliotecas e laboratórios. Já funcionam há seis anos.

O que o Brasil espera é que Luiz Inácio Lula da Silva comande sua máquina com afinação geral. Todos compreendem as trapalhadas iniciais de um governo.

O essencial está funcionando. Os encarregados do Ministério da Fazenda e Banco Central se ocuparam em manter os princípios de boa gerência econômica que herdaram da gestão FHC.”(VEJA, 15 de janeiro, 2004, p. 33 e 35)

Já a revista *IstoÉ*, pelo contrário, não bate, não ignora cuidados a serem tomados, mas indica apoio ao novo governo no comando do país.

“Apesar dos cordiais laços que unem o mercado à nova equipe econômica, ainda há diversos pontos de incerteza que podem dissipar, com um sopro, a onda de otimismo.

Por enquanto, em tempos de paz, tudo está mesmo dando certo para Palocci e seus comandados. Resta saber como ficará a relação quando alguma batalha começar.”(ISTOÉ, 15 de janeiro, 2003, p. 57)

### 3.2

#### Avaliação de Lula:

Quanto à figura do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, as duas revistas impressas parecem concordar. A imagem do presidente é pouco atacada nas duas publicações. As expressões positivas em relação ao presidente aparecem tanto em *Veja* quanto em *IstoÉ* e, praticamente, inexistem expressões negativas.

#### Expressões Positivas:

Também para falar do presidente Lula foi utilizada uma série de expressões que designam o enquadramento feito na produção dos textos dos periódicos.

#### **VEJA**

... construtor da 3ª via real
... ponte entre duas correntes de pensamento antagônicas ...
... tem ... a confiança da população
... figura política amada pelos brasileiros
... conta com a confiança nacional
... brilho de ser a nova estrela da esquerda mundial
... ser um dos expoentes no Fórum Econômico ... vitória antecipada

Total: 7

#### **ISTOÉ**

... prestígio em alta
... um verdadeiro pop star da política...

Total:2

Tanto a revista *IstoÉ* quanto a *Veja*, na seção sobre Brasil no dia 29 de janeiro, trataram da ida do presidente ao Fórum Econômico Mundial, em Davos, e ao Fórum Social Mundial, em Porto Alegre. Os dois fóruns são sabidamente rivais

e o conteúdo das notícias visava explicar a condição de Lula perante os dois fóruns, o que caracterizou a popularidade do presidente.

“Alçado à condição de um verdadeiro pop star da política desde que venceu a eleição, Lula pretende aproveitar seu prestígio em alta para mostrar ao mundo que é possível globalizar a bandeira do pacto social. Durante seis dias dois gigantes eventos servirão como privilegiados palcos para Lula testar seu desempenho para o papel que almeja conquistar: o de um dos principais líderes mundiais, o porta-voz dos países em desenvolvimento. O presidente Lula investiu-se de uma espinhosa missão diplomática ao prometer servir de ponte entre ricos e pobres. Ao deixar Brasília, na quinta-feira 23, Lula levou na bagagem um contundente discurso, no qual prega o combate à fome e busca apoio dos endinheirados de todo o mundo ao seu projeto Fome Zero; a diminuição das desigualdades; a instituição de regras mais justas no comércio internacional; e faz um apelo para evitar a guerra que os Estados Unidos de George W. Bush ameaçam detonar contra o Iraque de Saddam Hussein.” (ISTOÉ, 29 de janeiro, 2003, p. 36)

Também a *Veja* fala de Lula como uma ponte entre os dois fóruns.

“Como primeiro chefe de Estado a participar dos dois fóruns rivais, o de Davos e o de Porto Alegre, Luiz Inácio Lula da Silva pode ser a ponte entre as duas correntes antagônicas que competem pelo coração e mente da opinião pública mundial. O Fórum Econômico Mundial, em Davos, se reúne anualmente na cidade suíça e reflete opiniões de líderes dos países ricos e de grandes empresários multinacionais. O Fórum Social Mundial, também realizado anualmente, em Porto Alegre, como uma resposta esquerdista ao encontro dos Alpes, dedica-se a encontrar alternativas ao capitalismo. Os participantes dos dois fóruns nunca conseguiram encontrar alguma coisa em comum. Agora existe um elo. Lula participará dos dois encontros.” (VEJA, 29 de janeiro, 2003, p.42)

Outro aspecto em comum entre as matérias das respectivas revistas está na afirmação da posição privilegiada do novo presidente frente ao contexto social da época.

“A proximidade de um ataque americano a Saddam Hussein está servindo de munição para especuladores. Na semana passada, as bolsas americanas despencaram e o dólar, no Brasil, chegou a cair abaixo de

3,30 reais duas semanas atrás, fechou a 3,62, voltando a assustar. A moeda americana se valorizou quase 10% em seis dias de negociação. Por isso a pregação pacifista de Lula vai encontrar terreno fértil. A parte central do discurso do presidente, aquela que terá efeitos mais práticos, não condena o processo de globalização. Reconhece a inevitabilidade da interdependência das economias. O apelo do governante brasileiro para que os anseios dos países pobres sejam ouvidos terá uma boa recepção.” (VEJA, 29 de janeiro, 2003, p. 43)

Da mesma maneira, a *IstoÉ* concorda com o fato de haver uma posição favorável ao discurso político de Lula graças à eminência de um ataque dos Estados Unidos ao Iraque e ao fato de ele ser um líder de esquerda.

“A presença de um governante de um partido de esquerda causou frisson na gélida estação de esqui suíça, cercada por um batalhão de dois mil policiais, que sempre tiveram trabalho para conter manifestantes antiglobalização. Se o PIB brasileiro já havia aderido à onda vermelha ainda na campanha eleitoral, agora chegou a vez da elite internacional... A imprensa européia organizou-se para cobrir todos os passos do presidente brasileiro.

Mas com a ameaça de uma guerra contra o Iraque conquistando cada vez mais oposição, inclusive entre os governantes europeus, os holofotes do FEM voltam-se também para o secretário dos EUA Colin Powel. O clima de Davos não poderia ser mais frio, diante do medo do terrorismo e da ameaça da estagnação da economia mundial, caso os americanos resolvam mesmo invadir o Iraque. O tema do FEM – ‘Construindo a confiança’ – sinaliza outra preocupação dos poderosos: recuperar a credibilidade dos investidores depois dos escândalos envolvendo as grandes corporações americanas. Não foi à toa que Klaus Schwab, fundador do FEM, lembrou aos antigos defensores do Consenso de Washington que o mar não está para peixe: ‘Os empresários têm que reconhecer agora que entramos numa fase de modéstia e que a humildade é um valor em alta.’ O terreno é fértil para a pregação de Lula em busca de uma nova ordem mundial.” (ISTOÉ, 29 de janeiro, 2003, p. 37)

Mesmo os números do quadro de expressões positivas indicando mais elogios por parte da *Veja* (7) ao presidente, em comparação com a *IstoÉ* (2), a revista da editora Abril sinalizou mais uma vez que o antigo governo fez sua parte na festejada participação de Lula no Fórum Econômico Mundial.

“Lula tem a mostrar ao mundo a armação de um governo que, mesmo sem o declarar, está fazendo funcionar na prática a terceira via, uma utopia criada nos anos 90 com a idéia de colocar metas sociais entre os objetivos pragmáticos do capitalismo de mercado. Com líderes como Fernando Henrique Cardoso, o inglês Tony Blair e o alemão Gerhard Schroeder, essa via alternativa, mesmo entrecortada por retrocessos e crises, deu seus primeiros passos.” (VEJA, 29 de janeiro, 2003, p. 43)

### 3.3

#### Títulos

As matérias analisadas foram publicadas após a posse do presidente Lula e refletiam as expectativas quanto ao novo governo. Dessa maneira, os títulos impressos nas revistas destacaram o tratamento dado ao governo.

A primeira matéria da *Veja*, logo após a posse do novo presidente, teve como título “O que é isso, companheiros?” (15 de janeiro, 2003, p.28), que remetia à suposta pretensão petista de se projetar na mídia. A expressão “companheiros”, retirada do jargão de sindicalistas, aqui é usada em um contexto negativo, expressando algo como “até vocês?”.

“Além da expectativa da estréia, o governo de Lula tem outra característica que ajuda na explosão continuada de factóides – o grande número de ministros com carreira política. Por vício do ofício, eles são naturalmente ávidos por holofotes e, em geral, inexperientes no comando executivo. Uma coisa é dar declarações como deputado federal ou senador. Por mais autoridade que tenha, o parlamentar sempre percorre um longo caminho entre o mundo das idéias e a materialização de suas propostas. São comissões, negociações, votações e uma infinidade de funis burocráticos. Um ministro também não faz o que quer, mas, pela própria natureza do posto, tem melhores condições de colocar suas idéias em prática, razão pela qual seus pronunciamentos costumam Ter maior repercussão.” (VEJA, 15 de janeiro, 2003, p.34)

*IstoÉ* apresentou a matéria “O dólar companheiro” (15 de janeiro, 2003, p.56), também indicando o conteúdo e a ênfase dada às ações do novo governo.

Agora a palavra “companheiro” é usada em um contexto positivo, expressando a idéia de moeda “amiga” ou “solidária”.

“Quem colocou de vez o dólar e seu novo patamar foi o presidente do Banco Central, Henrique Meirelles. Durante sua posse, na terça-feira 7, que lotou dois auditórios com a presença de mais de 1.500 pessoas, a cotação só fez cair. Os agentes do mercado financeiro estão adorando a postura austera de Meirelles e de seu chefe, o ministro da Fazenda, Antônio Palocci.” (ISTOÉ, 15 de janeiro, 2003, p. 56 e 57)

Outro título da *Veja* – “Começou mal a Reforma da Previdência” (22 de janeiro, 2003 p. 30) – também anuncia uma abordagem negativa em relação ao novo governo. A matéria diz:

“A previdência pública foi criada para amparar o futuro das pessoas na velhice. No Brasil, o modelo foi tão desvirtuado que já compromete o futuro dos velhos, dos jovens e do próprio país. O rombo da previdência governamental é a causa principal do desequilíbrio das contas públicas... Para poder rolar sua dívida com o mercado financeiro, o governo precisará oferecer juros na estratosfera, como já vem fazendo há anos, e todo mundo sabe qual é o resultado dessa política insana. O governo não tem recursos para investir, precisa sangrar o país com impostos crescentes e, no fim da linha, o crescimento do Brasil fica travado porque o Tesouro Nacional está sofrendo inanição financeira. Mesmo assim, muitas forças se mexeram nos últimos dias contra a reforma da Previdência anunciada pelo governo de Luiz Inácio Lula da Silva... Ou seja, todos querem a reforma da Previdência, desde que seja no contracheque dos outros. Se o governo de Lula não conseguir abafar essas exigências setoriais, a barragem da reforma será arrombada e toda a boa intenção terminará sem produzir resultado algum, como ocorreu no governo de Fernando Henrique Cardoso. FHC não conseguiu reformar a previdência porque cedeu à pressão corporativa de setores organizados do funcionalismo público.” (VEJA, 22 de janeiro, 2003, p. 31)

No mesmo período, *IstoÉ* apresentou a matéria “Vitória no 1º round” (22 de janeiro, 2003, p. 34), que apontava uma questão diplomática entre o Brasil e os EUA. O título reforça a linha de destaque dos aspectos positivos no novo governo.

“A diplomacia do governo Lula conseguiu sua primeira vitória. Em Quito, onde o presidente Luiz Inácio Lula da Silva assistiu na Quarta-feira 15 à posse do novo presidente do equador, Lucio Gutiérrez, foi anunciada a criação do Grupo de Amigos para a Venezuela \_ uma iniciativa brasileira para tentar pôr fim à grave crise institucional no país vizinho. Depois de horas de negociações e várias polêmicas, ficou estabelecido que os Estados Unidos e Brasil vão liderar o grupo com quatro países membros (Brasil, EUA, México e Chile) e dois observadores (Portugal e Espanha). O bloco deverá auxiliar a comissão presidida pelo secretário- geral da Organização dos Estados Americanos (OEA), César Gaviria.”. (ISTOÉ, 22 de janeiro, 2003, p. 34)

A matéria segue apontando o favorecimento do Brasil nas negociações entre o Brasil e os EUA.

### 3.4

#### Fotos

Outra forma de analisar o enquadramento dado às notícias é a observação das fotos que estampam as matérias. A *IstoÉ*, marcando seu ponto de vista positivo em relação ao governo, apresenta fotos em que os personagens das matérias estão muito à vontade e sorrindo. Na matéria da *IstoÉ*, “O Dólar Companheiro” (15 de janeiro, 2003, p. 56), a foto ilustrativa mostra o então novo presidente do Banco Central, Henrique Meirelles, num aperto de mão com o ex-presidente do mesmo banco, sob o olhar do novo ministro da Fazenda, Antônio Palocci. Diz legenda: “ADEUS Meirelles despede-se de Fraga sob a benção do ministro Palocci”. A outra matéria da *IstoÉ*, “Vitória no 1º round”(22 de janeiro, 2003, p. 34), tem a foto do presidente Lula ao lado do presidente venezuelano, Chávez, e a legenda é: “CHÁVEZ E LULA: Brasília dialoga com chavistas e Washington com oposição”.

Já a *Veja*, reforçando sua perspectiva negativa quanto ao governo que se inicia, mostra fotos em que os personagens das notícias estão sisudos e introspectivos. A matéria “O que é isso companheiros?” (15 de janeiro , 2003, p. 28 a 33) possui várias ilustrações em que se nota a tensão do presidente e dos novos ministros, cada uma com sua própria legenda. A primeira ilustração mostra

quatro ministros e o presidente em volta de uma mesa redonda. A legenda referente ao presidente diz: “NEM UM TOSTÃO Lula garantiu que os recursos da compra dos caças da FAB seriam aplicados no Fome Zero: zero de dinheiro”; a do ministro da Ciência e Tecnologia diz: “DELÍRIO ATÔMICO O ministro Roberto Amaral anunciou: o Brasil deveria dominar a tecnologia da bomba atômica: quase foi alvo da primeira demissão”. E continua com a do ministro dos Transportes: “TUDO COMO ANTES Anderson Adauto que quer recuperar estradas: alguém precisa informá-lo de que isso já vem sendo feito”; também há uma ilustração do ministro do Trabalho com a legenda: “CERTO MAS DESMENTIDO Jaques Wagner censurado ao sugerir o fim da multa de 40% do FGTS sobre as demissões”; o novo ministro da Defesa recebeu a legenda: “SERÁ POSSÍVEL? José Viegas: os outros colegas querem sua ajuda, mas ninguém o consultou antes para saber se é possível”. Continuando a apresentar expressões angustiadas dos ministros, outra ilustração apresenta um militar que é puxado por quatro ministros fazendo um cabo-de-guerra. O ministro dos Esportes mereceu como legenda: “COM IDÉIA ALHEIA, Agnelo Queiroz que anunciou ajuda dos militares: proposta negociada pelo governo anterior”; a legenda do ministro da Segurança Alimentar é: “NA ESTACA ZERO José Graziano: Fome Zero não tem dados, foi adiado, mas, diz o ministério, terá ajuda dos militares”; Outra ilustração ainda é do ministro da Educação: “CRÍTICAS AO VENTO Cristovam Buarque: críticas aéreas ao Provão e mais um ministro que quer empenho das Forças Armadas” e, por último, a do ministro da Justiça: “FORÇA NA FRONTEIRA Márcio Thomaz Bastos: requisição de militares para atuação como polícia de fronteira, uma obrigação específica da Polícia Federal”. Já a outra matéria da Veja “Começou mal a Reforma da Previdência” (22 de janeiro, 2003, p. 30 a 34) tem como apresentação da reportagem uma foto, em close, do presidente Lula sério e preocupado e a legenda diz: O presidente Lula: conter o déficit é o maior desafio de seu governo”. Outra foto da matéria mostra o ministro da Previdência e o ministro da Defesa, em uma coletiva, e a legenda diz:

“Reunião convocada pelo Palácio do Planalto para que o ministro Ricardo Berzoini, explicasse ao ministro José Viegas, que o governo deseja manter o regime especial de aposentadoria para os militares. Berzoini havia defendido um sistema único de aposentadorias, incluindo as Forças Armadas. A Presidência ordenou que ele recuasse. A seguir, as reações do presidente do STF, ministro Marco Aurélio, que criticou pesadamente a proposta do governo, ainda nem sequer apresentada, e do presidente da CUT, João Felício, que pediu mais sensatez na discussão.”

Uma foto do presidente do Supremo Tribunal Federal traz a legenda: “Não chego a dizer que as propostas são demagógicas, mas pode fazer isso quando vira a mesa e há uma revolução do poder constituinte originário” – Marco Aurélio presidente do Supremo Tribunal Federal, em entrevista ao jornal *O Estado de São Paulo*. No mesmo quadro, a legenda da foto do presidente da CUT diz: “Se quem usa farda e toga merece aposentadoria diferenciada, quem usa britadeira, giz e bisturi também merece. Ou se faz uma reforma justa ou vamos continuar tendo uma previdência injusta. Defendo previdência única e universal para todos” João Felício, presidente da CUT. E por fim a foto de alguns aposentados rurais ilustra a matéria com os dizeres: “Aposentados rurais em Guariba, no interior de São Paulo: 5 milhões recebem benefícios sem ter contribuído.”

Quanto à matéria sobre os fóruns, as fotos revelam as atividades políticas que atizam os encontros. Na *IstoÉ*, a matéria “Lula lá e cá” (29 de janeiro, 2003, p. 36 e 37) possui duas fotos. A primeira mostra ativistas no Fórum Social Mundial, com a legenda: “No Fórum Social, os ativistas protestam contra a ameaça dos EUA de detonar a guerra contra o Iraque”, e a segunda foto ilustra as atividades policiais do Fórum Econômico Mundial com a legenda: “Participantes do Fórum Econômico são protegidos por dois mil policiais: medo de eventuais ataques terroristas”.

### 3.5

#### Comparação entre *Veja* e *IstoÉ*

Tanto a revista *Veja* quanto a *IstoÉ* são veículos de comunicação impressos de grande distribuição no país. Suas reportagens são lidas por muitos brasileiros que buscam informação sobre o cotidiano do país. Contudo o modelo de cada uma delas é visivelmente diferente

No caso da revista *Veja*, sua posição em atacar o governo de esquerda não foi disfarçada. Ela claramente demonstrou fazer o papel de “advogado do diabo”, criticando o governo. Contudo, deixa a desejar quando passa a bater no governo deliberadamente como se não houvesse acertos por parte dos governantes de esquerda e chega a ser insultante quando se esquece de que o governo anterior também teve graves problemas em diversas áreas. Pela análise o enquadramento dado pela *Veja* em matérias sobre o governo, no primeiro mês de 2003, foi negativo e procurou salientar supostas trapalhadas e amadorismo dos novos ocupantes do primeiro escalão do Executivo Federal.

Já a revista *IstoÉ* apresenta um enquadramento bem mais positivo do governo, destacando principalmente uma avaliação otimista dos meses que se seguiram em função das atitudes que vinham sendo tomadas pelos novos governantes. Fazendo uma linha menos dura de críticas ao governo, não deixando também de fazer denúncias, a revista da editora Três mostra, em se tratando de Brasil, que procura apoiar as atitudes e projetos de governo que dizem respeito à política e economia. E que, de certa maneira, demonstra menos partidarismo, mesmo que ele exista, e existe.

É preciso salientar, no entanto, que tanto *IstoÉ* quanto *Veja* usam um enquadramento muito positivo em relação à figura do presidente da República. Ambas destacam Lula como um político que se diferencia de seus antecessores e que tem capacidade de se projetar internacionalmente como um intermediário entre a esquerda, na qual foi formado, e a política financeira neoliberal, com a qual deu mostras de compactuar.

## Conclusão

Com a intenção de apontar o enquadramento utilizado na produção de textos por jornalistas, o trabalho voltou-se para a análise de conteúdo das revistas *IstoÉ* e *Veja* no primeiro mês após a posse do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em Brasília. A revisão bibliográfica feita no início indica que o enquadramento pode influenciar o que é escrito e, por consequência, o leitor.

A pesquisa demonstrou que a revista *Veja* se relaciona com o novo governo com desconfiança e transmite isso aos seus leitores. Com expressões negativas, a revista aponta com desdém os projetos e ações pretendidas pelo novo governo e seu governante, além de fazer muitas referências ao antigo governo, explicitando certa preferência pelo presidente anterior. A revista *IstoÉ*, ao contrário, não utiliza o ataque como forma de criticar, faz sim uma análise positiva do primeiro mês de governo.

Portanto *Veja* trabalha com um enquadramento negativo, e *IstoÉ* prefere um enquadramento positivo na abordagem da fase inicial do governo Lula. Como visto, ambas concordam em um enquadramento positivo nas referências diretas à figura do presidente Lula.

## Referências Bibliográficas

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edição 70, 1997.

LIMA FILHO, João de Sousa. *O Enquadramento da Notícia: o caso Lunus*. Brasília: UnB, 2003, 180p.

MOTTA, Luiz Gonzaga. *Teoria da Notícia: As relações entre o Real e o Simbólico*, 1997 Paralelo 15, 305p.

OLIVEIRA, Flávia C. *Como uma matéria jornalística pode influenciar a agenda política: estudo de caso*. Brasília: UniCEUB, 2003, 49p.

PORTO, Mauro. *Enquadramentos da mídia e política*. Mimeo, 2002.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 1994, 3ª edição, 450p.

WEBER, Maria Helena. *Comunicação e Espetáculos da Política*. 2000, 1ª edição.