



## **Usos e abusos do jogo político na era midiática: O caso Renan Calheiros na revista *Veja*<sup>1</sup>**

Heider Mustafa SOUZA<sup>2</sup>

Maria Lucineide Andrade, FONTES<sup>3</sup>

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

### **Resumo**

Este trabalho tem como objetivo analisar como se configura o jogo político na era midiática, utilizando como exemplo a cobertura feita pela revista *Veja* do caso Renan Calheiros, também conhecido como *Renagate*. O trabalho, fundamentado nas Teorias do Jornalismo e nos estudos que norteiam as áreas da Comunicação e da Política, segue a proposta metodológica de autores como Wilson Gomes, John Thompson, Nelson Traquina e Mauro Wolf. Para tanto, será feito um esboço sobre o fazer jornalístico e a produção noticiosa, bem como sobre as mudanças sociais que definiram as bases para a interdependência das esferas midiática e política na atualidade. O ponto nuclear dessa pesquisa centra-se, contudo, a partir da observação de como a política e o jornalismo se moldaram à gramática do entretenimento.

**Palavras-chave:** Revista *Veja*; Política; Jornalismo; Escândalo; Renan Calheiros

### **Texto do Trabalho**

Os aspectos da atividade política e do modo de vida democrático foram alterados, redimensionados e inventados em função de algumas mudanças ocorridas na sociedade, dentre elas, duas merecem destaque: a comunicação de massa e a implantação da democracia representativa. No modelo de governo vigente no Brasil, os candidatos que pleiteiam cargos políticos, disputados a cada quatro anos, somente conseguem a outorga para governar através do voto popular. Ainda que os cidadãos participem da tomada de decisões de maneira plebiscitária, esporádica, esta é a única forma de autorização para que um aspirante aos cargos executivos e legislativos consiga ser eleito, no Brasil.

Este modelo de escolha foi fundamental para a transformação da política. Com homens, mulheres, idosos e analfabetos indo às urnas, os políticos passaram a se preocupar mais com o eleitorado. Mesmo a contragosto, a aproximação com o público era inevitável, caso o êxito político fosse o destino final. Na luta pelo maior número de adeptos, a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da FACOM-UFBA, email: [heidermustafa@gmail.com](mailto:heidermustafa@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da FACOM-UFBA, email: [maluzes@gmail.com](mailto:maluzes@gmail.com)



adesão popular passou a ser a principal disputa durante as campanhas políticas. Os integrantes da esfera política passaram a enxergar a comunicação de massa como um forte instrumento de alcance do eleitorado, decisiva para o ingresso no círculo da representação política e muito importante para se continuar nele.

Percebeu-se que a esfera da comunicação é de fundamental importância na formação das imagens e opiniões públicas políticas, que interferem diretamente nas eleições e no governo. Hoje em dia, é ela que controla praticamente toda informação de interesse político e todo o fluxo de mensagens da esfera política para a esfera civil. É nela onde a nova política – ou, simplesmente, a política midiática – está inserida. Esta política midiática é, na verdade, um conjunto de novas habilidades, padrões de atividades, configuração de saberes, aplicados à velha arte política - aquela das negociações, barganhas, compensações e arranjos, com que se pratica o jogo político.

Nesse sistema, os atores do campo político orientam a sua ação para a intervenção comunicacional e calculam o seu sucesso ou fracasso em função dos efeitos mensuráveis conseguidos através da comunicação de massa. Esse novo conjunto de habilidades pelo qual se julga o êxito tem como elementos as sondagens de opiniões, a produção e o cultivo da imagem e a formação da opinião pública. Cidadãos e imprensa passaram a exigir dos atores políticos, cada vez mais, uma imagem pública que fosse alinhada aos discursos e, preferencialmente, positiva. Políticos que fazem o que dizem ou defendem ganham pontos, que somados podem ser revertidos em votos.

Exemplos como o do atual corregedor da Câmara dos Deputados, ACM Neto (DEM-BA) - que ao invés de fiscalizar e zelar pela boa conduta dos colegas de parlamento foi um dos que se beneficiou do esquema de passagens aéreas destinadas a familiares - ferem a imagem e prejudicam a credibilidade do político perante a esfera civil. Nessa era da comunicação de massa, imagem passa a ser sinônimo de credibilidade. Essa foi a novidade mais interessante da arena política contemporânea, principalmente porque, como afirma Gomes (2008), grande parte da disputa política se resolve na forma de uma competição pela construção, controle e determinação da imagem dos indivíduos, grupos e instituições participantes do jogo político.



Sempre utilizando a comunicação de massa como expositora, atores produzem e facilitam fatos e discursos, seguindo a lógica dos *mass media*, para conseguir suas cotas de aparição midiática. Os veículos de comunicação, principalmente o jornalismo, recodificam e homogeneizam os materiais a serem expostos, orientados ora pelos critérios de noticiabilidade, ora pelas conveniências políticas e econômicas de seus grupos. Por fim, o público recebe e consome toda essa informação, que é decodificada e submetida às mais variadas interpretações. Em resumo, a produção de imagem não é uma atividade simplória, e sim detentora de um trânsito muito complexo, com muitas variantes a serem analisadas. Daí a importância da política de imagem em ajustar os personagens a perfis ideais. Sabendo que a imagem se constrói durante o circuito de comunicação e na recepção, é preciso adaptar o ator político a uma imagem ideal e tentar mantê-la conforme o objetivo, para que variadas interpretações sejam evitadas.

Por ser de extrema importância para o jogo político contemporâneo, a política de imagem não pode ser preterida por quem quer ingressar e por aqueles que querem se manter no campo da atividade política. Por isso, a avaliação de como a imagem está sendo digerida pela esfera civil é tão importante quanto a sua própria manutenção. Para esse acompanhamento, são feitas sondagens e pesquisas de opinião, que ajudam no gerenciamento das imagens públicas dos atores políticos.

Sabe-se quais são os interesses dos políticos dentro dos espaços midiáticos: 1) exposição favorável, ou seja, ser bem percebido visualmente; 2) exposição desfavorável para os adversários. Para conseguir concretizar com êxito esses objetivos, os personagens da política dedicam energia para conhecer as rotinas dos veículos de comunicação e fazer com que os interesses políticos se transformem em pautas para o jornalismo. Segundo Gomes, existem duas formas para que isso seja feito:

Na forma ativa, o mundo da política precisa basicamente fazer com que as suas prioridades e os seus enquadramentos se transformem nas prioridades e enquadramentos da audiência, precisa convencer o público de que os temas que ele considera fundamentais são, de fato, os que devem ser considerados assim. [...] Na forma retroativa, o mundo da política precisa descobrir qual é a agenda prioritária da audiência, [...] a agenda latente, aquela ainda não explicitada, mas cujo lugar está reservado no imaginário social. (GOMES, 2004, p.155).



Não obstante, o jornalismo também precisa de certa aproximação do campo político, até mesmo para suprir a demanda do público, que exige sua cota diária de informação política. Estabelecidos todos os interesses entre comunicação de massa e política, são definidas permutas em que o campo comunicacional recebe informações privilegiadas dos políticos, dando em troca aparições e cotas de visibilidade que possibilitam sua transformação em entidade midiática. O resultado desta troca de favores para o mundo da comunicação é a audiência e para o mundo político é o eleitorado.

Como a política não pode prescindir da comunicação de massa para sua inserção na esfera de visibilidade pública, foi preciso se adaptar à lógica midiática do sistema informativo, influenciada pela indústria do consumo e do entretenimento, que tem como expoentes a ruptura, a encenação e a diversão. O contrário disto, ou seja, o tédio, a profundidade e a lentidão, não despertam o interesse do público e são de difícil assimilação, segundo Gomes:

A sedução das aparências, a embriaguez visual, a velocidade, a beleza a todo custo, o prazer imediato, o conflito, o drama, a narrativa e as histórias e personagens que podem ser rapidamente identificados, produtos que solicitam uma interpretação mínima e o máximo engajamento emocional, tudo isso constitui um conjunto de verbetes e princípios da nossa enciclopédia cultural. (GOMES, 2004, p.311).

O que se observa é a adequação da política à lógica da comunicação de massa. Para Gomes, esta parece ser a forma mais inteligente de se estabelecer o diálogo entre os interesses da política e o caráter que ordena os produtos da indústria da comunicação de massa. Uma das táticas mais eficazes utilizada pela política para pautar a mídia é o profundo conhecimento acerca dos critérios de noticiabilidade. Saber como jornalistas escolhem os fatos a serem transformados em notícias permite que os atores políticos trabalhem os critérios de seleção de notícias a seu favor e planejem acontecimentos que sejam irresistíveis aos meios de comunicação.

Enquadrada no formato de encenação, percebe-se que grande parte da atividade política se realiza basicamente como *show*, como exibição. A preocupação necessária com imagens de qualidade e bem editadas, discursos precisos, um *look* agradável e principalmente em criar situações que atestem o bom caráter e a preocupação com o bem-estar da população faz com que agentes políticos dediquem energia para



confeccionar seus produtos dentro das linguagens da indústria midiática. Não é à toa que existe a relação entre política e dramaturgia. A grande quantidade de papéis e personagens configura a representação dramática da política, e a faz semelhante ao drama teatral, na medida em que ambos possuem uma característica em comum: a artificialidade. Esta aproximação entre política e espetáculo é mal vista pela imprensa e pelos membros da esfera civil. Para Gomes (2004), a análise desta aproximação é freqüentemente feita de maneira pejorativa, uma vez que a política ter-se-ia degradado em espetáculo, perdendo a autenticidade e espontaneidade.

A busca pela emoção do público ratifica a configuração da política na gramática do espetáculo e suscita críticas a este modelo, na medida em que, percebe-se uma suposta manipulação das audiências, que teriam suas formas de pensar e agir conduzidas por dispositivos teatrais. A política só incrementou sua espetacularização seguindo a tendência da indústria midiática e dos meios de comunicação de massa. De qualquer forma, a idéia de espetáculo parece ser apropriada para caracterizar a transformação da política na era da comunicação de massa, mas, sem dúvida, a idéia de espetáculo é igualmente apropriada para caracterizar a esfera midiática e a nova configuração incorporada pela prática jornalística contemporânea.

### **O jornalismo-espetáculo**

Muito se fala do papel social do jornalismo e da importância dele para a manutenção do estado democrático de direito. O senso comum já caracterizou a imprensa de várias formas: os olhos da sociedade, a voz do povo, etc. De certa forma, proteger os membros da esfera pública dos abusos cometidos pelo Estado ainda é uma das principais funções do jornalismo. Até hoje o jornalismo vive de um discurso de autolegitimação em que afirma sua vinculação à esfera civil, sua desconfiança em relação à esfera política e sua vigilância em nome do interesse público. Seguindo esse fluxo, o jornalismo político surge como ramificação para dar conta das atividades desempenhadas nos cenários políticos por seus agentes.

Entretanto, a desconfiança da imprensa em relação ao campo político foi transferida para o público, que passou também a ter um olhar hostil sobre a atividade política. Após os anos de ditadura militar, no início dos anos 90, a imprensa brasileira assistiu a um fenômeno chamado de *denuncismo*, em que o prazer pelo furo jornalístico e a obrigação



de superar a concorrência fez brotar muito material que tinha sua origem em dossiês entregues por adversários políticos e por fontes tidas como confiáveis. Mesmo em pleno século XXI, essa onda de *denuncismo* não findou e continua reforçando a tese de que a política é um campo de batalhas incessantes, o que dificulta, sobremaneira, a adesão das audiências ao processo político no país.

Assim como a política, parte do jornalismo também incorporou a espetacularização e passou a funcionar segundo a lógica do espetáculo midiático. Até mesmo as editoriais de política e economia, consideradas a parte mais isenta da produção de notícias e a quintessência do jornalismo de interesse público, cederam à lógica da indústria da informação, que segue a mesma lógica da indústria do entretenimento, imposta sobre todos os subsistemas do jornalismo.

### **Informação e Entretenimento: o *Infotainment***

Há muitas razões para que tenha surgido o jornalismo-espetáculo, mas, para Gomes (2004), a principal delas é o fato da indústria da informação ter passado a operar com a gramática e a lógica do entretenimento. Parte integrante da atual cultura midiática, o entretenimento divide vários espaços com a informação, principalmente no meio televisivo. Essa aproximação tênue tende a embaralhar as fronteiras de áreas presumivelmente distintas da cultura midiática, informação e entretenimento, gerando o chamado *Infotainment*, de acordo com Fernanda Maurício:

A expressão *infotainment* tem sido utilizada para designar o imbricamento entre informação e entretenimento, esferas costumeiramente vistas como opostas. Nos estudos do jornalismo, o *infotainment* é algo danoso e prejudicial para a racionalidade e seriedade que o jornalismo reivindica, uma vez que o entretenimento é tido como algo ligado ao prazer, promovendo a distração das coisas realmente sérias. (MAURÍCIO, 2006, p.43).

Enquanto especulações e análises são feitas para responder às indagações acadêmicas, o gosto do jornalismo pelo espetáculo parece aumentar. O advento da televisão obrigou o jornalismo a moldar-se à forma televisiva, em busca de projeção. A cobertura do assassinato da menina Isabela Nardoni foi um dos exemplos de como a imprensa se rendeu à gramática do entretenimento. O que seria mais uma notícia sobre a violência no Brasil foi transformado num show espetacular, onde a comoção pública foi a tônica das reportagens e entrevistas.



Afinal, como cativar uma audiência educada pela gramática audiovisual, que tem uma enorme gama de alternativas de conteúdos à sua disposição, que é distraída, pouco cultivada e impaciente? Parece que a solução encontrada tanto pelo jornalismo televisivo quanto pelo impresso foi a configuração de uma nova forma de jornalismo que atendesse à demanda do público pela velocidade, agilidade e superficialidade noticiosa, característica típica do espetáculo midiático e dos novos meios eletrônicos de comunicação.

### **A política enquadrada pelo jornalismo-espetáculo**

Uma das características do jornalista político que adota o espetáculo na confecção de suas matérias é a combinação das técnicas de apuração jornalística com as técnicas de escrita da ficção. Gomes (2004) cita alguns tipos de enquadramentos narrativos sobre os quais o jornalismo-espetáculo alicerçou a esfera política, na produção noticiosa. Sem dúvida, o elemento que mais chama a atenção na dramatização da informação política pelo jornalismo é o enquadramento do conflito como estrutura dramática. Nesta ótica, supõe-se que os atores políticos, vivem constantemente em um campo de batalhas, submersos em um conflito incessante, onde, curiosamente, não existe bem ou mal.

Além de sempre promover o campo político como um campo de batalhas, o jornalismo político voltado para o espetáculo emoldura o jogo político como um conjunto de manobras táticas. Para esse tipo de jornalismo, qualquer atitude tomada pelos políticos é avaliada não pelo seu impacto na vida das pessoas ou sobre o funcionamento do Estado. Esses são considerados detalhes menos importantes. Aqui, a utilidade da política é preterida e são postos à mesa os lucros e prejuízos que uma determinada ação ou atitude proporciona a um partido ou sujeito político. Gomes afirma que esse lugar é conveniente, uma vez que dispensa o jornalista de estudar e compreender as conseqüências das propostas feitas no campo político para a vida pública.

A mensagem que essa cobertura oferece para o público é de que em política nada se faz, fala ou pensa, considerando-se, ou considerando-se principalmente, o interesse público ou para se provocar algum efeito real no Estado e na vida dos cidadãos. (GOMES, 2004, p. 351).

Outro enquadramento se baseia na construção do personagem. Para o jornalismo-espetáculo os personagens políticos prediletos são negativos. O seu caráter consiste em



não ter caráter. Nesta perspectiva, supõe-se sempre que os políticos estão mentindo e que a mídia vai descobrir a farsa a qualquer momento. Com o propósito de descobrir esta inconsistência do caráter do personagem, o jornalismo-espetáculo proporciona “pegadinhas” e exhibe a devassa feita na vida privada do político. Caso haja qualquer mudança de partido ou de aliados, por exemplo, os atores políticos são taxados de aproveitadores e sem caráter. Mesmo que a mudança signifique bons frutos para a atividade política, a atitude é interpretada como maléfica, uma vez que ela estaria somente a serviço das conveniências do sujeito político.

Esse desvendamento trágico, peculiar às artes dramáticas, é comumente utilizado pelo jornalismo-espetáculo porque se conhece o efeito que o golpe de cena produz no expectador. Trata-se de uma forma conhecida de comover, impactar e provocar as mais diversas emoções em quem assiste. A busca pela história mais intrigante, desconhecida e polêmica move a prática do jornalismo-espetáculo, afinal a melhor história é evidentemente aquela que promove reviravoltas interessantes ou pelo menos uma reviravolta fundamental, surpreendente, onde se obtenha o maior efeito dramático.

Casos simples, que não provoquem reação popular e desdobramentos frequentes não interessam a este tipo de imprensa. O que se busca é a emoção:

O jornalismo-espetáculo quer a sua lágrima, a sua fúria, o seu riso, o seu horror, não a sua indiferença nem tampouco meramente a sua compreensão lógica da cadeia de efeitos e conseqüências ou entendimento dos efeitos dos fatos narrados na vida civil. (GOMES, 2004, p.354).

Na sociedade contemporânea, não há narrativas que atendam ao enquadramento entretido da notícia, que gerem mais espetáculos e que comovam mais o público do que os escândalos políticos. Tendo como base esse panorama, não parece estranho o crescente número dessa modalidade de cobertura na imprensa, dentro e fora do Brasil. Seria mais uma manobra midiática em busca de audiência ou o cumprimento do papel do jornalismo de proteger a sociedade dos abusos do Estado?

### **O escândalo político**

Antes de conhecer as características e sobre quais moldes está configurado o escândalo político, cabe uma compreensão do que é escândalo. Segundo Thompson (2002), escândalo é um conceito com longa e complexa história, em que algumas conotações se





preservaram e outras se descartaram. Um exemplo desta variação é a palavra ‘difamação’. Usada por aqueles que se dizem vítimas ou tiveram o seu nome ou o de sua organização expostos publicamente de maneira negativa, a palavra tem origem no mesmo tronco etimológico da palavra escândalo. Mas, o que importa registrar é que escândalo, como definição prática, refere-se a ações ou acontecimentos que implicam certo tipo de transgressões que se tornam conhecidos de outros e que são suficientemente sérios para provocar uma resposta pública.

Thompson elenca cinco características existentes na formação do escândalo, que atuam em maior ou menor grau:

- 1) sua ocorrência ou existência implica a transgressão de certos valores, normas ou códigos morais; 2) sua ocorrência ou existência envolve um elemento de segredo ou ocultação, mas elas são conhecidas ou firmemente criadas como existentes por outros indivíduos que não os envolvidos (os chamados *não-participantes*); 3) alguns *não-participantes* desaprovam as ações ou acontecimentos e podem sentir-se ofendidos pela transgressão; 4) alguns *não-participantes* expressam sua desaprovação denunciando publicamente as ações ou acontecimentos; 5) a revelação e a condenação das ações e acontecimentos podem prejudicar a reputação dos indivíduos responsáveis por eles (embora isso nem sempre aconteça). (THOMPSON, 2002, p. 38).

Os escândalos envolvem transgressões que são suficientemente sérias para provocar a desaprovação dos outros, mas que ficam aquém dos crimes mais abomináveis. O escândalo é formado tanto pela resposta dos outros como pelo próprio ato de transgressão e tem a ver com a reputação dos envolvidos. É por essa necessidade de desaprovação de terceiros que se diz que, em certa medida, eles são um caso “público”. Essa reprovação se dá, dentre outras coisas, por práticas que implicam contravenção às normas e tem como desfecho a desonra do nome dos indivíduos implicados e, às vezes, a abertura de processos criminais.

Com o desenvolvimento das sociedades modernas, o tamanho e a conseqüência dos escândalos mudaram. Eles deixaram de ser apenas acontecimentos locais e passaram a ser de conhecimento global. Essa nova forma de escândalo foi chamada por Thompson de *escândalos midiáticos*. Essa modalidade de escândalo teve como fatores preponderantes para sua proliferação o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa e da tecnologia da informação e a prática corriqueira do jornalismo investigativo



no século XX. Foi nessa atmosfera que os escândalos tomaram grandes proporções e passaram a habitar os veículos de imprensa e fazer parte da cobertura midiática na sociedade contemporânea.

Segundo Thompson, na definição do escândalo político, um aspecto a ser considerado é o envolvimento de um líder ou de figura política destacada, devido a um conjunto mais amplo de relações sociais e de instituições que lhe conferem poder político, ou com respeito às quais o indivíduo procura adquiri-lo. A característica crítica do escândalo político não é o grau de proveito pessoal envolvido nem é o mérito normativo dos fins procurados, mas é a presença de qualquer atividade que procure aumentar o poder político às expensas dos processos e dos procedimentos adequados. Segundo Thompson (2002), algumas mudanças sociais importantes como 1) a crescente visibilidade dos líderes políticos; 2) a mudança das tecnologias de comunicação e de vigilância; 3) a mudança na cultura jornalística; 4) a mudança na cultura política e 5) a crescente regulamentação da vida política, tomadas em conjunto, formam a base para uma explicação plausível para a constante prevalência dos escândalos políticos.

### ***A Veja e o Renagate***

Publicação com a maior circulação no Brasil e a quarta maior revista semanal do mundo, a *Veja* é lida por milhões de brasileiros e já é uma referência para toda a imprensa nacional. Considerada por muitos como a mais parcial de todas as publicações do país, seus donos nunca esconderam suas preferências políticas, muito menos sua clara afinidade e subserviência às elites brasileiras. Da mesma forma que todos os veículos de imprensa nacionais, a revista tenta se vender como isenta, imparcial e preocupada com o interesse público, mas quando o assunto é o Partido dos Trabalhadores (PT) e seus membros, o presidente Lula e seus aliados no Congresso Nacional, a tentativa cai por terra. Além de suas opções partidárias, a revista precisa se preocupar com outras questões que norteiam o fazer jornalístico e refletem diretamente nas vendas e na adesão popular ao produto. Sua estrutura noticiosa, por exemplo, precisa seguir os modelos do *infotainment* e do jornalismo-espetáculo. Esta tendência garante lucro e audiência aos veículos de comunicação. Como sua mola mestra é o conteúdo político, *Veja* é simpatizante dos escândalos desta esfera, reproduzidos diariamente por ela e pelos outros meios de comunicação.



Por exatos sete meses, de maio a dezembro de 2007, a revista *Veja* fez a cobertura do caso *Renagate*. Fazendo alusão ao escândalo *Watergate*, que obrigou o presidente norte-americano Richard Nixon a renunciar ao cargo, o escândalo brasileiro envolveu o então presidente do Senado Federal, Renan Calheiros, por meio de denúncias formuladas pela própria imprensa. O escândalo do senador teve início com o aprofundamento das investigações da Operação Navalha, deflagrada pela Polícia Federal no dia 17 de maio de 2007, visando desbaratar esquemas de corrupção relacionados à contratação de obras públicas pelo governo federal.

Enquanto a Polícia Federal se debruçava na Operação Navalha, a revista *Veja* fazia suas investidas e devassava a vida de Renan em busca de provas contundentes que confirmassem suas relações promíscuas com o dono da empreiteira Gautama, Zuleido Veras. De maneira clara, a revista assumiu o papel atribuído à Polícia Federal e foi afundo nas investigações, acabando por descobrir mais do que se previa. Qual foi a real razão que levou a revista a bisbilhotar a intimidade do senador? Preocupação com as verbas gastas pelo governo em obras públicas ou a percepção de que um furo jornalístico se transformaria em um escândalo político de grandes proporções?

A revista diz ser isenta e afirma que seu jornalismo se baseia somente no compromisso com o interesse público. Em nome desse suposto compromisso, *Veja* descobriu que um lobista da empresa Mendes Júnior colocou à disposição do senador um flat num dos melhores hotéis de Brasília, pagou até março de 2006 o aluguel de R\$4,5 mil de um apartamento, também na capital federal, ajudou nas campanhas do senador, do seu filho e do seu irmão, além de pagar uma pensão de R\$12 mil a uma filha de Renan, até dezembro de 2006. Em contrapartida, Renan facilitaria o acesso da empresa às obras públicas.

A partir da descoberta de que o lobista da Mendes Júnior pagava uma pensão de R\$12 mil para uma filha de Renan de três anos de idade, *Veja* se muniu do suposto interesse em saber a troca de que um lobista de uma construtora sempre beneficiada por obras públicas pagava a conta, e logo tratou de investigar e descobrir que o senador possuiu um relacionamento extraconjugal com a jornalista Mônica Veloso. Ex-funcionária da Rede Globo, Mônica conheceu Renan quando era proprietária de uma produtora de vídeos, que fazia campanhas publicitárias para alguns partidos em Brasília.



Embora o suposto interesse de *Veja* tenha sido trazer à tona as improbidades do presidente do Senado, a vida privada dele foi devassada de uma forma que nem mesmo a Polícia Federal fez. O limite entre a vida pública e a vida privada de Renan Calheiro e Mônica Veloso foi rompido. Jornalisticamente falando, não era de interesse popular saber com quem o senador tinha uma filha, com quem ele mantivera uma relação extraconjugal ou o que sua esposa achava do ocorrido. Mas, para a *Veja*, principal interessada nas descobertas e reviravoltas do caso, toda a devassa na vida dos personagens da história era de fundamental importância para incrementar o enredo do escândalo.

Ao se defender, Renan falou que todas as despesas eram pagas com o seu dinheiro, o lobista era apenas um intermediário. Porém, a soma da pensão e do aluguel do apartamento onde Mônica morava era de R\$16,5 mil. O salário do parlamentar perfazia o total de R\$12,7 mil brutos. De onde Renan tinha tirado o dinheiro para pagar somente as contas de sua filha? O senador disse que complementava seus proventos com “rendimentos agropecuários”. Renan teria ganhado R\$1,9 milhão com a venda de 1.700 cabeças de gado, comprovadas em 64 recibos apresentados aos senadores. As provas não foram suficientes para convencer. Sem conseguir explicar a origem do dinheiro que pagava as despesas descobertas no início das investigações, Renan passou a ter sua vida privada ainda mais devassada. Foram descobertas negociações que ele teria feito com a cervejaria Schincariol em troca de apoio na capital federal e uma sociedade com o também lobista Luiz Garcia Coelho, responsável por armar golpe contra o fundo de pensão.

Desde então, as matérias da *Veja* passaram a ser irônicas, debochadas e traziam a cada semana a descoberta de mais uma improbidade cometida pelo senador. Apesar de não conseguir provar a origem do dinheiro que custeava sua filha com Mônica Veloso, de ser acusado de enriquecimento ilícito, de usar laranjas numa sociedade de empresas de comunicação em Alagoas e de manter relações com lobistas, Renan foi absolvido por seus pares da acusação de quebra de decoro parlamentar. Toda a imprensa nacional taxou como vergonhosa a atitude dos 40 senadores que eximiram Renan da culpa.



Divulgado por uma revista de circulação nacional, a quarta maior do mundo, durante sete meses, o *Renagate* foi bem repercutido e causou uma reprovação manifestada também pela mídia. Geralmente, os escândalos midiáticos como esse são marcados pela ocorrência de novas e sucessivas transgressões, uma vez que a cada novo fato relativo ao escândalo, surgem novas respostas públicas e, conseqüentemente, novas desaprovações. Na tentativa de se defenderem, os acusados freqüentemente negam as acusações e acabam por incorrer naquilo que Thompson chama de transgressões de segunda ordem, ou seja, criam uma nova mentira, o que impulsiona o interesse da mídia e do público sobre o escândalo.

Analisando pelo ângulo das mudanças sociais, propostas também por Thompson, pode-se atestar que o *Renagate* aconteceu numa época em que as relações entre mídia e política já estavam muito acentuadas. Neste atual estágio da sociedade, a mudança das culturas jornalística e política aumentou a dependência entre elas. Como os políticos precisam ter visibilidade para mostrar seus feitos e angariar votos para as próximas eleições eles recorrem à mídia. Como a imprensa precisa suprir a demanda de notícias da esfera política, satisfazendo um dos anseios de seu público, ela recorre à política e a seus atores na coleta de informações diárias. Esta é uma explicação plausível para o grande número de escândalos que vem assolando todas as democracias liberais, desde a década de 60.

### **Considerações Finais**

No caso citado neste trabalho, a postura de *Veja* em relação ao escândalo do senador Renan Calheiros era previsível. Isso porque a revista é apenas uma publicação, dentre tantas outras, em que uma ideologia predominante rege a produção de informação e constrói uma linha editorial ao longo do tempo. A revista fala para um público que a segue e compartilha de sua ideologia. Conhecendo minimamente o contexto político brasileiro, seria idealista uma visão que sugerisse uma relação diferente entre *Veja* e algum aliado ao governo petista, principalmente quando se trata do então presidente do Senado e líder do maior partido aliado do presidente Lula.

Nessa sociedade midiaticizada, a imprensa torna-se a grande vedete e o canal entre a esfera civil e a esfera política. É nela em que políticos se fazem conhecidos, apresentam



propostas, encenam a arte da política e aferem seu prestígio através das pesquisas de opinião. É na imprensa que os atores políticos investem para poder transmitir uma imagem positiva, agradável, que satisfaça ao público. O mais difícil é superar a desconfiança que a imprensa tem do campo político. Em primeiro lugar, porque, apesar de se venderem como isentos e imparciais, todos os veículos de imprensa possuem suas preferências partidárias e seus anseios econômicos, que definem sua linha editorial e o modo de noticiar os fatos. Em segundo lugar, porque, apesar da existência de um conjunto de normas que norteiam a atividade jornalística, a produção noticiosa é influenciada por outras variantes que fogem aos critérios de noticiabilidade.

Porém, no cerne da questão, existe outro compromisso que deve ser assumido pelos veículos de imprensa, caso estes pretendam continuar vivos na disputa pelo consumidor de informação. De acordo com Gomes (2004), as audiências atuais são educadas pela cultura do entretenimento. Assim sendo, elas se deixam cativar, somente, por um jornalismo que codifique a informação nos códigos da gramática do espetáculo. Conhecido como *Infotainment*, essa fusão entre informação e entretenimento é uma das responsáveis pela configuração do *jornalismo-espetáculo* ou *showrnalismo*, uma modalidade noticiosa que procura chocar, enfiurecer, impactar e fazer com que o público seja atraído por escândalos, catástrofes e tragédias.

Enfim, os pontos que definem a convivência entre esfera política e esfera midiática são complexos e obedecem a uma série de pressupostos, que começam pela interdependência entre os campos. Os políticos têm seus interesses pessoais e estão sempre buscando a degradação da imagem de seus adversários. A imprensa, que se vende isenta e imparcial, possui suas preferências políticas e seus anseios econômicos. Para atendê-los, muitas vezes o jornalismo se afasta do seu real objetivo e adere ao espetáculo midiático. O público, já educado pela gramática do entretenimento, ávido por notícias exposta no formato *folhetim*, atêm-se de forma mais intensa a este tipo de jornalismo e gera audiência e lucro para as empresas de comunicação.

Este terreno onde mídia e política se utilizam ora de forma saudável, ora de forma promíscua, parece ser bastante fértil para a proliferação dos escândalos políticos atuais. Foi nele que Collor, Roseana Sarney, José Dirceu, Edmar Moreira, Renan Calheiros, dentre outros, se afundaram e viram que da mesma forma que a política utiliza a



imprensa para fazer seu jogo, a imprensa também utiliza a política para suprir suas demandas. Trata-se de uma brincadeira perigosa, em que o aparente bônus pode se transformar rapidamente em ônus.

### Referências

ALBUQUERQUE, Afonso de. Manipulação editorial e produção de notícia: dois paradigmas da análise da cobertura jornalística na política In: \_\_\_\_\_. Produção e recepção dos sentidos midiáticos. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

CABRAL, Muniz Sodré Araújo. A máquina de Narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.

GOMES, Wilson. Transformações da política na era da comunicação de massa. São Paulo: Paulus, 2004.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. Comunicação e democracia: problemas & perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

LUSTOSA, Elcias. O teatro político. Rio de Janeiro: Ampersand, 1998.

SEABRA, Roberto. Jornalismo político: história e processo. In: \_\_\_\_\_. Jornalismo político: teoria, história e técnicas. Rio de Janeiro: Record, 2006, p.139.

SILVA, Fernanda Maurício. Conversa leve e embate intelectual: o *infotainment* no Marília Gabriela Entrevista. Disponível em: <[http://www.fafich.ufmg.br/cis/pdfs/grispop/SILVA\\_fernanda.pdf](http://www.fafich.ufmg.br/cis/pdfs/grispop/SILVA_fernanda.pdf)> Acesso em: 10 maio 2009, às 22h18min.

THOMPSON, John B. O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002, p. 38.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis, SC: Editora Insular, 2005.

WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa; tradução de Karina Jannini. São Paulo: Martins Fontes, 2003.