



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
Campus de Ciências Socioeconômicas e
Humanas
Programa de Pós-Graduação “Território e
Expressões Culturais no Cerrado”



FERNANDA SOARES BORGES PERINELLI

O ESPETÁCULO POLÍTICO:
Fernando Collor De Mello E A Revista Veja Em 1989

Anápolis
2016

FERNANDA SOARES BORGES PERINELLI

O ESPETÁCULO POLÍTICO:

Fernando Collor De Mello E A Revista Veja Em 1989

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação TECCER, da Universidade Estadual de Goiás, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais e Humanidades, na área interdisciplinar, linha de pesquisa: Dinâmicas Territoriais no Cerrado.

Orientadora: Profa. Dra. Dulce Portilho Maciel.

Anápolis
2016

FERNANDA SOARES BORGES PERINELLI

O ESPETÁCULO POLÍTICO:

Fernando Collor De Mello E A Revista Veja Em 1989

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação TECCER, da Universidade Estadual de Goiás, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais e Humanidades, na área interdisciplinar, linha de pesquisa: Dinâmicas Territoriais No Cerrado.

Orientadora: Profa. Dra. Dulce Portilho Maciel.

Banca Examinadora:

Prof.^a Dr.^a Dulce Portilho Maciel
Orientadora

Prof. Dr. David Maciel
Examinador

Prof. Dr. Glauber Lopes Xaxier
Examinador

Prof.^a Dr.^a Veralúcia Pinheiro
Suplente

Anápolis
2016

Dedico este trabalho a todos que se interessam por política e, em especial, ao meu pai, que se considera apolítico. Um homem cuja história muito me orgulha. Quando eu nasci, na década de 1980, ele era tropeiro e viajava em comitivas tocando gado pelo norte goiano. O tropeiro se intitulou “boiadeiro”, deixou de transportar o gado e passou a comercializá-lo. De tropeiro a boiadeiro, foi na lida do gado que ele ofereceu condições para que eu pudesse estudar.

AGRADECIMENTOS

A História conecta diferentes espaços e temporalidades. E quem escreve percorre caminhos incertos, elege prioridades, posiciona-se, de modo que, ao tomar a palavra, o autor também passa a existir no texto enquanto pessoa. Ao redigir uma dissertação, nos denunciemos a todo instante. No entanto, é ao agradecer que expomos verdadeiramente quem somos. Mostramos que temos família, amigos e conhecidos, e aproveitamos o ensejo para agradecer alguns deles.

Agradeço aos meus pais, pelo cuidado de sempre, por serem minha referência em muitos aspectos e por terem contribuído com a minha formação enquanto pessoa. Sou grata aos meus pais e ao meu irmão por constituírem meu alicerce familiar. Agradecendo-os, manifesto minha gratidão, também, a todos aqueles que fazem parte da minha família.

Em especial, Sara, Reginaldo, Gabriel e Felipe, por terem me recebido de braços abertos em Anápolis e pelo carinho que comigo tiveram, me oferecendo mais do que hospedagem, amizade, companheirismo e tranquilidade. Muito obrigada pelo cuidado.

À minha sobrinha Luana, que chegou quando eu estava começando este trabalho e foi para mim, em muitos momentos, fonte inspiradora. Vi, nela, a vida nascer e, junto, sonhos e expectativas. Que ela encontre no futuro um mundo melhor para se viver!

Ao Alexandre, por estabelecer comigo um relacionamento de amor, respeito, parceria e companheirismo. Sem seu apoio este trabalho não seria possível. Sou grata pelo cuidado, pelo apoio, por me impulsionar a voos maiores. Por entender que as conquistas, sejam minhas ou suas, são nossas. Enfim, lhe sou grata pelo abraço apertado nos momentos de angústia, pelos risos, por dividir comigo seus melhores momentos e a pipoca nos dias de filme em casa ou no cinema. E por entender as minhas ausências em função desta pesquisa.

Agradeço a alguns amigos, colegas e professores da época de graduação, que tive a oportunidade de reencontrar recentemente e estreitar os laços. Como canta Oswaldo Montenegro: “Velhos amigos vão sempre se encontrar, seja onde for, seja em qualquer lugar, o mundo é pequeno, o tempo é invenção”.

Entre eles, agradeço a três pessoas que tiveram um papel significativo na minha trajetória acadêmica: Neilson Mendes, pelas muitas contribuições, pela companhia agradável nas idas e vindas de Anápolis a Uruaçu, pela boa conversa, por ter lido meu trabalho todas as vezes em que eu desejei uma opinião amiga; Edson Arantes Júnior, que não raras vezes também leu minha escrita, pelas sugestões, pelo incentivo e por me confiar obras importantes de seu acervo particular; Moisés Pereira da Silva, pelas parcerias estabelecidas, pelas boas discussões, sugestões e conversas informais, que tanto contribuíram com este trabalho.

Aos amigos, professores e mestrandos do TECCER, pelo prazer da companhia nas disciplinas que cursamos juntos e pelas ricas discussões. Em especial, agradeço a Gustavo Henrique, pela parceria estabelecida em muitos trabalhos e pela boa amizade.

Agradeço a todos os amigos. Como não me lembrar da professora Vanderli, lá dá primeira série do Ensino Fundamental, do professor Tingo, que despertou em mim o desejo de estudar a História, a professora Maristerlene, que me fez desejar ser professora. São muitas as pessoas que cruzaram o meu caminho durante a minha trajetória e de alguma forma contribuíram com este trabalho. Não é possível nomear todas aqui. Mas, se porventura alguma delas ler este trabalho, sintam-se agradecidas.

À professora Dr.^a Dulce Portilho Maciel, pela qualidade de pesquisadora, por ter me adotado como orientanda, ter confiado no meu trabalho e contribuído imensamente para meu crescimento profissional.

Ao professor Dr. David Maciel, que tem acompanhado este trabalho desde a fase embrionária. Pelas sugestões, bibliografias sugeridas, ideias, correções, por ter produzido duas obras riquíssimas e significativas para o meu trabalho.

Ao professor Dr. Glauber Lopes Xavier, pelas contribuições.

“As imagens fluem desligadas de cada aspecto e fundem-se a um fluxo comum, de forma que a unidade da vida não mais pode ser restabelecida. A realidade considerada parcialmente reflete em sua própria unidade geral um pseudo mundo à parte, objeto de pura contemplação. A especialização das imagens do mundo acaba numa imagem autonomizada, onde o mentiroso mente a si próprio. O espetáculo em geral, como inversão completa da vida, é o movimento autônomo do não-vivo.”

(DEBORD, 1997, p. 13)

RESUMO

PERINELLI, Fernanda Soares Borges. **O espetáculo político:** Fernando Collor de Mello e a Revista Veja em 1989. 2016. 164f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Territórios e Expressões Culturais no Cerrado, Universidade Estadual de Goiás-UEG, Campus de Ciências Socioeconômicas e Humanas, Anápolis, 2016.

Orientadora: Prof. Dra. Dulce Portilho Maciel.

O presente trabalho se propõe a estudar um acontecimento que marcou a história do Brasil no final da década de 1980. Trata-se da campanha eleitoral para eleger o presidente da república Brasileira depois de longos 25 anos de eleições presidenciais indiretas no país. Nosso objetivo é analisar o envolvimento da revista Veja na campanha presidencial de Fernando Collor de Mello, em 1989, tendo em vista os interesses desta revista e aos interesses do próprio candidato Collor. Assim sendo, pretendemos compreender a articulação entre a imprensa nacional e a campanha eleitoral de Fernando Collor de Mello para presidente da República. Para apreender essa relação conflitante é preciso entender que a imprensa exerce um papel importante no encaminhamento de muitos eventos e que está sujeita a servir aos interesses de grupos dominantes na sociedade. Desse modo, a questão que apresentamos tem a expectativa de indagar e investigar a ligação da imprensa com determinados projetos políticos de segmentos da sociedade brasileira.

Palavras-chave: Collor. Política. Representações. Revista Veja.

ABSTRACT

PERINELLI, Fernanda Borges Soares. The political show: Fernando Collor de Mello and Veja magazine in 1989. 2016. 164f. Master's dissertation. Post-graduation stricto sensu program in Territories and Cultural Expressions in the Cerrado. State University of Goiás-UEG, Campus of Socio-Economic Sciences and Humanities, Anápolis, 2016.

Supervisor: Prof. Dr. Dulce Portilho Maciel

This study aims to study an event that marked the History of Brazil in the late 1980s: the campaign to elect the president of the Republic of Brazil after long 25 years of indirect presidential elections. Our goal is to analyze the involvement of *Veja* magazine in the presidential campaign of Fernando Collor de Mello, in 1989, considering the interests of this magazine and the interests of the candidate Collor. Therefore, we aim to understand the relation between the national press and Fernando Collor de Mello's electoral campaign for the presidency. In order to apprehend this conflicting relation is to understand that the press plays an important role in forwarding many events and is subjected to serve the interests of dominant groups in society. Thus, the question we have presented expects to inquire and investigate the connection between the press and certain political projects of Brazilian society segments.

Keywords: Collor. Politics. Representations. *Veja* magazine.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Entrevista de Collor para a Veja, em 22 de abril de 1987	91
Figura 2 –	Capa da Revista Veja de 23 de março de 1988	95
Figura 3 –	Primeira página da matéria “A Guerra ao Turbante”, da revista Veja, de 23 de março de 1988	96
Figura 4 –	Segunda página da matéria: “A Guerra ao Turbante” da Veja, de 23 de março de 1988	97
Figura 5 –	Capa “Collor: Quem é, o que quer e por que está agitando a sucessão” e matéria: “O astro da Largada”, da Veja, de 17 de maio de 1989	106
Figura 6 –	Quinta página da Matéria “O astro da largada”, da Veja, de 17 de maio de 1989	111
Figura 7 –	“Na Espanha, o surto da prosperidade”: “Carta ao Leitor”, Veja, de 1º de novembro de 1989	113
Figura 8 –	“Agora, o Combate que decide a sorte do Brasil: Presidente Collor ou presidente Lula”: Capa da revista Veja, de 22 de novembro de 1989	116
Figura 9 –	“A briga pela faixa”: matéria da revista Veja, de 22 de novembro de 1989	127
Figura 10 –	“Cercos ao povão”: matéria da revista Veja, de 6 de dezembro de 1989 .	134
Figura 11 –	“Miséria e esperança”: matéria da revista Veja, de 6 de dezembro de 1989	135
Figura 12 –	“Adesão da classe A”: matéria da revista Veja, de 6 de dezembro de 1989	137
Figura 13 –	“Adesão da classe A”: matéria da revista Veja, de 6 de dezembro de 1989	139
Figura 14 –	“A Batalha Final para mudar o Brasil”: capa da revista Veja, de 13 de dezembro de 1989	142
Figura 15 –	“Collor a Vitória num país dividido”: capa da revista Veja de 24 de dezembro de 1989	146
Figura 16 –	Mapa eleitoral do 2º turno de 1989 por estado – Fernando Collor (PRN)	147
Figura 17 –	Mapa eleitoral do 2º turno de 1989 por estado – Luís I. Lula da Silva (PT)	149

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 –	Resultado do 1º turno da eleição presidencial de 1989 no Brasil	48
Gráfico 2 –	Resultado do 2º turno da eleição presidencial de 1989 no Brasil	50

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ARENA	Aliança Renovadora Nacional
CGT	Central Geral dos Trabalhadores
CEBE	Comunidades de Base Eclesiais
CMTC	Companhia Metropolitana de Transporte Coletivo
MDB	Movimento Democrático Brasileiro
PDS	Partido Democrático Social
PJ	Partido da Juventude
PDT	Partido Democrático Trabalhista
PL	Partido Liberal
PRN	Partido da Renovação Nacional
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PT	Partido dos Trabalhadores
STF	Supremo Tribunal Federal
TSE	Tribunal Superior Eleitoral
UDN	União Democrática Nacional
UNE	União Nacional dos Estudantes

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1 O HOMEM, A POLÍTICA E A IMPRENSA	18
1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	18
1.2 POLÍTICA: CONCEITUAÇÃO TEÓRICA	19
1.3 A POLÍTICA DAS SOCIEDADES DEMOCRÁTICAS	26
1.4 POLÍTICA E IDEOLOGIA: CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DA DÉCADA DE 1980.....	33
1.5 OPINIÃO PÚBLICA NACIONAL	44
2 A REVISTA VEJA E FERNANDO COLLOR DE MELLO: UMA ANÁLISE HISTORIOGRÁFICA DA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 1989.....	53
2.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	53
2.2 VEJA, A IMPRENSA BURGUESA	53
2.3 MEMÓRIAS DE FAMÍLIA: COLLOR E A POLÍTICA.....	64
2.4 FERNANDO COLLOR DE MELLO NA HISTORIOGRAFIA BRASILEIRA.....	73
3 COLLOR A CAMINHO DO PLANALTO CENTRAL.....	87
3.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	87
3.2 COLLOR: O “CAÇADOR DE MARAJÁS”	88
3.3 A REVISTA VEJA E A MILITÂNCIA PRÓ-COLLOR	100
3.3 O “FEIO E O BELO”: AS REPRESENTAÇÕES CONSTRUÍDAS PELA REVISTA VEJA PARA LULA E COLLOR	116
REFERÊNCIAS.....	153
ANEXO	159

INTRODUÇÃO

O objeto da pesquisa que fundamenta a presente dissertação de mestrado é a campanha presidencial de Fernando Collor de Mello em 1989, tomando-se como foco principal de análise o modo como a revista *Veja* atuou, enquanto veículo de comunicação, em apoio a essa campanha.

Desse modo, o objetivo da realização da pesquisa foi verificar o grau de envolvimento da revista *Veja* na campanha presidencial dantes aludida, buscando-se identificar a existência de uma articulação política duplamente organizada: de um lado, os interesses da revista e, de outro, os interesses do próprio Collor. Buscamos verificar, especificamente, se existia, nos discursos propagados pela *Veja*, uma proposta dita apolítica, que coincidia com o projeto político de Fernando Collor de Mello. Ademais, procuramos averiguar se a revista *Veja* teria convertido notícias em mensagens que desconstruíam ideias e/ou denegriam pessoas, agregando valores e opiniões que atendiam aos interesses da burguesia nacional.

O jornalismo se apresenta como peça fundamental para o registro dos acontecimentos, manifestando-se em forma de memória escrita, o que lhe confere papel importante nas sociedades contemporâneas. A escrita jornalística, enquanto formadora de opinião, possibilita interação entre um povo, uma região ou uma cidade com seu passado, construindo uma narrativa. Justifica-se, então, pesquisar a campanha eleitoral de Fernando Collor de Mello, em 1989, bem como alguns elementos da densa década de 1980, usando como fonte documental um veículo jornalístico de relevante circulação: a revista *Veja*, uma importante publicação semanal do gênero reportagem, editada no estado de São Paulo, mas de circulação nacional.

Esse periódico pode possibilitar a compreensão da História, tendo em vista que ele registra as ações do cotidiano: comemorações, fatos marcantes, festas, eventos sociais e políticos. Por ser instrumento de reprodução da memória social, pode representar o interesse de grupos sociais hegemônicos. Assim, as mensagens emitidas nas notícias e reportagens podem conferir adesão ou rejeição a determinadas ideias, valores, ou, inclusive, pessoas. Essa relação de poder e representação, mediada por interesses políticos e econômicos, contribui também para edificar a imagem de políticos, de acordo com os interesses de determinados grupos.

Nos termos de Antônio Gramsci (2001), não existe periódico apartidário. Tomar partido demanda decisão, ação e o assumir posicionamentos. Portanto, partimos do pressuposto de que a revista *Veja* não é um periódico apartidário. Posto isso, buscamos averiguar os posicionamentos dessa revista em relação à campanha presidencial ocorrida em

1989. Interrogamos: em que momento a revista Veja decidiu tomar partido por um dos candidatos presidenciais? E por que Fernando Collor de Mello? Essa opção estaria em consonância com os interesses da elite¹ econômica brasileira? A proposta política do candidato Collor estaria em acordo com os interesses da burguesia nacional e da revista Veja? A revista Veja atuaria naquele momento como porta voz da elite brasileira? O apoio da burguesia nacional a Collor teria se convertido em aparato publicitário? Essas questões são postas, com vistas a compreender e a pensar a participação da revista Veja na construção do candidato Fernando Collor de Mello como personagem ideal de político.

Postulamos a hipótese de que renomados veículos de comunicação defenderam o projeto político de Fernando Collor de Mello quando perceberam que ele poderia ser a figura ideal para derrotar a oposição, à época bem cotada nas pesquisas de opinião eleitoral, principalmente no segundo turno da eleição, quando disputavam a presidência da República o candidato Collor e o Candidato Lula. Um exemplo é a revista Veja, que explicitou apoio a Collor, ou mesmo à Rede Globo, influente emissora de televisão que, bem antes das eleições de 1989, já noticiava um ou outro evento do cotidiano dos pré-candidatos. Embora só tenham manifestado apoio ao candidato Collor às vésperas da campanha, desde antes já atacavam as posições dos grupos políticos cujas ideias se opunham às ideias neoliberais. Isso nos leva a crer que, antes de 1989, a revista Veja poderia até não ter um candidato definido, mas já era claro para ela quais candidatos ou projetos políticos deveria combater.

Assim sendo, pretendemos compreender a articulação entre a revista Veja e a campanha eleitoral de Fernando Collor de Mello para presidente da República. Para apreender essa relação conflitante é preciso entender que a imprensa exerce um papel importante no encaminhamento de muitos eventos e que está sujeita a servir aos interesses de grupos dominantes na sociedade. Desse modo, a questão que apresentamos pretende indagar e investigar a ligação da imprensa com determinados projetos políticos de segmentos da sociedade brasileira.

¹ Entendemos o termo elite como um conceito histórico que qualifica um segmento privilegiado da sociedade brasileira. Entendendo a relação de forças entre os grupos dominantes e os grupos dominados, posta por Gramsci (2005), a elite seria o segmento que integra esse grupo dominante, economicamente privilegiado. Usando como referência José de Souza Martins (1994), constituiu-se, no Brasil, uma sociedade imbricada nas relações políticas e sociais, cuja base seria a troca. Essas trocas, intituladas também de clientelismo, indicam que a estrutura patriarcal do exercício do poder, constituído ainda no período colonial, é, em grande medida, a raiz dessa estrutura. Constituiu-se, assim, um modelo de sociedade em que tudo gira em torno do ter e do não ter. Dessa forma, a elite é grupo que tem, e tem não só a posse dos recursos econômicos, mas também da influência política, isso porque a noção do ter é também simbólica e mescla os elementos políticos e econômicos.

Adotamos como principal fonte de pesquisa um periódico de expressão nacional. No entanto, é preciso considerar que as fontes não falam por si. Para fazê-las responder à questão construída pelo historiador é necessário que ele adote procedimentos metodológicos adequados a sua análise. Nesse sentido, utilizamos a interpretação histórica como operação metodológica para realizar esta pesquisa. “Na interpretação como operação de pesquisa, o que interessa é sintetizar as perspectivas, elaboradas heurísticamente, que questionam a experiência do passado a partir de conjecturas acerca do seu sentido, com os fatos do passado obtidos pela crítica das fontes” (RUSEN, 2007, p. 127). A pesquisa documental consistiu em um levantamento exaustivo das matérias publicadas pela revista *Veja* durante o exercício de 1989 e, complementarmente, um levantamento seletivo das matérias alusivas ao personagem político Fernando Collor de Mello, publicadas em edições dessa revista em 1988.

Na redação do texto da presente dissertação, procuramos discutir as informações oferecidas por nossa fonte principal, a revista *Veja*.² Esta foi a fonte principal, mas não única, visto que recorreremos a autores que fornecem informações fundamentais para o estudo daquele processo eleitoral. São memorialistas, autores que estiveram diretamente envolvidos com o meio jornalístico e/ou com a pessoa de Fernando Collor de Mello e que, posteriormente, descreveram a experiência de ter acompanhado esse momento histórico.

Além dos depoimentos de memorialistas contemporâneos a 1989, utilizamo-nos de análises acadêmicas que nos ofereceram discussões significativas sobre o tema aqui discutido. O evento Collor tem sido objeto de estudo nas academias brasileiras, o que nos propicia uma ampla bibliografia sobre o assunto. Mesmo existindo muitos trabalhos versando sobre Collor e a mídia, entendemos ser necessário investigar um pouco mais a participação da revista *Veja* nessa campanha presidencial.

Assim, na presente dissertação, o capítulo 1, intitulado “O homem, a política e a imprensa”, exprime a nossa preocupação com a política. Tecemos algumas considerações sobre esse termo, entendendo seu estudo como necessário, já que nosso objeto constitui-se em um acontecimento político. Não pretendemos afirmar que tudo seja político, mas compartilhamos da tese de Rémond (2003, p. 447) de que “o político é o ponto para onde conflui a maioria das atividades e que recapitula os outros componentes do conjunto social”. Os meios de comunicação não são especificamente dispositivos políticos, mas podem ser apropriados e usados como ferramentas políticas nas mais diversas situações.

² O acervo dessa revista encontra-se digitalizado e disponível em seu site oficial: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>.

É nesse sentido que a política que nos interessa discutir aqui é a política eleitoral, característica das sociedades tidas como democráticas. Por isso, nesse capítulo, fazemos uma contextualização histórica referente à década de 1980, privilegiando os aspectos político-econômicos e ideológicos. Discutimos, de forma breve, a transição política da ditadura militar à Nova República e a elaboração da Constituição de 1988, bem como a configuração político-ideológica nacional de 1989, que influenciou no desfecho da campanha presidencial. Segundo Conti (1999), foi avaliando o quadro político dos anos 1980, que, buscando conhecer as expectativas do eleitorado, Collor e seus assessores organizaram seu plano de governo e projetaram sua campanha presidencial.

O segundo capítulo intitula-se “A Revista Veja e Fernando Collor de Mello: uma análise historiográfica da eleição presidencial de 1989”. Nesse capítulo, buscamos, fundamentalmente, entender quem é Collor, suas origens, sua aptidão para a política eleitoral, bem como o que é a Veja, em que condições surgiu e quais posicionamentos tem defendido desde o seu lançamento. Após discutir a postura adotada pela revista na década de 1980, defendemos que ela assumiu o papel de veículo político na campanha eleitoral de 1989, favorecendo o projeto de Fernando Collor de Mello. Procuramos, ainda, compreender a situação em que o tema proposto se encontra no atual cenário historiográfico. Este estudo é enriquecido por discussões de autores que debatem o tema. Trata-se das obras de analistas que refletiram sobre o evento Collor e o período de sua campanha.

No terceiro capítulo, “Collor a caminho do Planalto Central”, analisamos especificamente o apoio conferido a Collor pela revista Veja. Discutimos as matérias e capas por ela publicadas em 1989, relacionadas a Fernando Collor de Mello, com vistas a verificar nossa hipótese de que, como parcela da mídia nacional dominante, a revista Veja articulou símbolos e imagens, forjando um personagem imaginário sobre a pessoa de Fernando Collor de Mello. “O Salvador da Pátria”, “o caçador de Marajás” ou o “defensor dos descamisados” são figuras que só chegaram a existir no mundo imaginário do qual Collor foi o protagonista. Confrontamos as matérias exibidas sobre Collor e seus opositores, priorizando o segundo turno eleitoral, momento em que Collor é apresentado como o anti-Lula, opositor bem cotado nas pesquisas eleitorais de 1989. Discutimos o discurso transmitido, repetidamente, por Collor e pela revista Veja, bem como os signos, as imagens e os discursos articulados de modo a produzir sentidos e a transmitir mensagens.

Por ser a imaginação a faculdade em cujo lume as paixões se acendem, é a ela, especificamente, que se dirige a linguagem “enérgica” dos símbolos, dos signos e dos emblemas (BACZKO, 1985). Portanto, os poderes instituídos tendem a se apropriarem dos

meios que estabelecem uma estreita relação com o imaginário popular. Na área específica da política eleitoral, o elemento povo passou a ter importância substancial nas sociedades democráticas contemporâneas. Por esse motivo, as formas de linguagem medeiam, dramatizam e encenam essa relação dos candidatos políticos e da sociedade. Desse modo, a linguagem corresponde a uma forma de comunicação e interação social que se manifesta na escrita, nas imagens, nos símbolos e signos produzidos. Esse conjunto de signos, símbolos e emblemas correspondem aos diversos recursos visuais, audiovisuais, artísticos e culturais, que imprimem significados e apresentam informações à audiência.

1 O HOMEM, A POLÍTICA E A IMPRENSA

“A política democrática não podia mais ser protelada. Daí em diante o problema foi manipulá-la”.
(HOBSBAWM, 2006, p. 128)

1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O objetivo deste capítulo é discutir o conceito de política, concentrando-se na análise da organização política das sociedades tidas como democráticas, com vistas a entender como se coloca a questão da política democrática no Brasil da década de 1980 e como os fatores políticos, econômicos, ideológicos e propagandísticos influenciaram nos desfechos eleitorais da campanha presidencial ocorrida em 1989, influenciando, inclusive, a opinião pública nacional.

A política é um termo complexo não pela articulação semântica da palavra, mas sim pelo que ela tem representado na contemporaneidade. Bem sabemos que, na atualidade, em esfera nacional, os sujeitos têm apresentado uma rejeição a tudo que se vincula à “política”. Essa representação vem sendo construída paulatinamente nas relações humanas que se manifestam no tempo, fazendo com que se relacione passado e presente. A política revela-se como uma das mais significativas expressões da identidade coletiva e um povo pode ser reconhecido, entre outros aspectos, por sua maneira de assimilá-la e praticá-la. É certo que, desde a Antiguidade, filósofos e pensadores se esforçam em entender as relações políticas que medeiam a vida em sociedade e, mesmo assim, podemos dizer que esse conceito ainda está em construção, dado o fato de que as sociedades se reinventam historicamente e, com isso, os conceitos se ressignificam.

Muitos níveis da realidade correspondem a uma necessidade cotidiana que não exprime especificamente a política. Isso nos leva a duvidar da natureza política do homem, pois nem todas as situações vividas pertencem à esfera do político. Apesar de nem tudo ser político, é possível que ele se aproprie de muitas realidades sociais que não possuem natureza política. Elementos individuais, privados ou mesmo coletivos podem ser transformados em recursos políticos. Os meios de comunicação, as artes, a literatura, as opiniões públicas, até mesmo a religião, pode tornar-se dispositivo político em virtude de alguma situação.

Assim sendo, entendemos que a política recapitula os diversos níveis da realidade, mas ela está especificamente relacionada ao campo do discurso e das representações especulativas

que oferecem respostas aos problemas sociais. Nesse sentido, ela pode não ser exclusividade do Estado, muito pelo contrário, podemos até dizer que há uma política para pensar todos os setores da atividade humana. No entanto, interessa-nos discutir a política eleitoral das sociedades democráticas, que permite uma mediação entre os diversos segmentos sociais e o Estado.

Todos os demais aspectos que abordamos neste capítulo estão relacionados à política. Como a história política não se priva da história da classe política, mas se baseia na relação desta com o público, buscamos entender o que é a opinião pública nacional e qual sua importância no evento Collor especificamente.

1.2 POLÍTICA: CONCEITUAÇÃO TEÓRICA

Dos gregos antigos à contemporaneidade, o termo política vem assumindo conotações diferentes. Atualmente, o conceito de política é problematizado por diversos autores, mas Campos (2014, p. 15) ressalta que muitos não o conceituam claramente: “alguns caracterizam a política como atividade que envolve “poder, governo e autoridade”, para outros ela trata do estudo de atos/fenômenos que envolvem “valores autoritários”.”. Ainda assim, a concepção grega de política é, hoje, bem aceita. Para os antigos, a palavra pólis (*politikós*) referia-se a tudo que se relacionasse à cidade, ao que é urbano, civil, público e até mesmo sociável e social (BOBBIO, 1998).

Para Aristóteles (1991, p. 11), “o homem, por natureza, é um animal político”, de modo que a política não nasce propriamente com a pólis, nasce com o homem. A vida social, ou o convívio em sociedade, possibilitaria ao homem a oportunidade de se realizar como político. No entanto, para os gregos, a política tinha uma natureza pública e estava diretamente relacionada às decisões da coletividade. Essa coletividade refere-se a uma maioria de cidadãos que precedia as demais instituições e as individualidades, uma vez que o coletivo está diretamente ligado à ideia de “partes”, indivíduos, classes, famílias, grupos sociais que, agrupados, integram um todo e formam a “maioria” (CAMPOS, 2014).

Serge Berstein (2003, p. 60) entende que a política não é inerente ao homem:

É evidente que não se pode considerar o homem como sendo um animal político; sozinho ou em sociedade, ele sente necessidades e aspirações que lhe concernem diretamente, a ele mesmo ou a sua família e que se situam ao nível estrito da existência cotidiana.

Essa fala nitidamente desmonta a ideia de que todas as ações que se manifestam-se na sociedade, tida como espaço do aparecimento, são políticas. Isso dado o fato de que algumas ações são reflexo das necessidades cotidianas do homem. “A passagem destas aspirações e necessidades à expressão de um pensamento político não aparece de modo algum, como algo evidente, mas dá lugar a uma misteriosa alquimia que modifica a natureza do fenômeno”. Isso considerando a existência de uma “realidade cotidiana”, relacionada ao âmbito do concreto, do real vivido e o espaço do político vinculado à outra dinâmica, “a esfera do discurso e das representações especulativas” (BERSTEIN, 2003, p. 60).

Não há uma ponte natural entre o real vivido e o campo da política, “há uma distância considerável, porque passamos então do campo do concreto para o do discurso que comporta uma expressão das ideias e linguagens codificadas” (BERSTEIN, 2003, p. 61). Na esfera do concreto surgem os problemas que dão origem a determinados projetos políticos, e é justamente nesse espaço entre o concreto e o discurso que se situa a mediação política, a cargo das forças políticas que desempenham papel primordial, “articulando na linguagem que lhes é própria, as necessidades ou as aspirações mais ou menos confusas das populações”. Na contemporaneidade, os partidos são os principais mediadores nesse processo e exibem a “maior ou menor fidelidade ao modelo que pretende exprimir” (BERSTEIN, 2003, p. 61).

Hannah Arendt (1995) também contesta Aristóteles, afirmando não ser o homem um animal político. Problematizando a tese aristotélica da natureza política do homem, ela postula que a política é imprescindível à condição humana, no entanto, não é inerente ao homem. Ela política não surge propriamente no homem e sim entre os homens, na “pólis” ou no convívio social. Para essa autora, “a política é uma dimensão essencial da condição humana, algo que não pode ser dispensado sem que essa mesma condição se altere de forma irreparável” (ARENDR, 2006, p. 2000).

A autora (1992, p. 191) afirma que, “para as questões políticas, o problema da liberdade é crucial [...]”. A ação e a política, entre todas as capacidades e potencialidades que tangem a existência humana, “são as únicas coisas que não poderíamos conceber sem ao menos admitir a existência da liberdade”. A liberdade, segundo essa autora, é a razão de ser da política, sua inexistência destitui a política de significado. Contudo, a experiência política do presente, ou mesmo a referência política que permeia o ocidente desde a instauração da modernidade, instiga-nos a desacreditar na política como sinônimo de liberdade. Ora, o oposto parece mais óbvio! Esses dois elementos parecem divorciados.

O Ascenso do totalitarismo, sua pretensão de ter subordinado todas as esferas da vida as exigências da política e seu consequente descaso pelos direitos civis, entre os quais, acima de tudo, os direitos a intimidade e a isenção da política, fazem nos duvidar não apenas da coincidência da política com a liberdade, como de sua própria compatibilidade. (ARENDDT, 1992, p.195).

É fato, “[i]nclinamo-nos a crer que a liberdade começa onde a política termina” (ARENDDT, 1992, p. 195), isso por entender que os regimes autoritários do século XX não só da Europa, mas também da América, especificamente nos países de consolidação capitalista tardia, os ditos países de terceiro mundo, que a exemplo do Brasil também implantaram regimes totalitários, expurgaram da vida política o direito à liberdade. Nesses regimes, definitivamente a política não pode ser tida como sinônimo de liberdade. Diante disso, a nossa inclinação apolítica se dá, sobretudo, “por termos visto, a liberdade desaparecer sempre que as chamadas considerações políticas prevalecem sobre todo o restante” (ARENDDT, 1992, p. 195).

Não bastasse isso, o autoritarismo governamental naturalizou-se nas nossas democracias. Elas apresentam uma pré-disposição ao autoritarismo e à segregação de grupos civis. O Estado moderno, criado como gerenciador de interesses privilegiados de alguns grupos políticos que detinham também o poder econômico, arrasta-se até os dias de hoje como gerenciador desses mesmos interesses. Isso tenciona os conflitos de classes e culmina em constantes crises políticas. Porém, não podemos simplesmente acreditar que tudo o que acontece na sociedade é uma manobra política das classes abastadas. Concordamos com Eric Hobsbawm (2005, p. 163): “simplesmente concluir de forma automática a vontade de cooptação e penetração real em uma manipulação, seria esquecer os agentes sociais, seus valores próprios e sua inserção nacional”. Em vários momentos os governos mostraram incapacidade em conter o curso da história.

Será então o homem um animal político, como entendeu Aristóteles? É preciso cautela para dizer isso. No que tange à política partidária, Rousseau³ (2014) expressou que nem todos os cidadãos se importam com os assuntos do Estado. Sob um mal governo, esse quadro se agrava e muitos fogem das assembleias por acreditar que a vontade do povo não prevalecerá. Pior do que isso: a história tem mostrado que a maioria dos homens que assumem os governos apresentam-se despreparados para tal função. Além do mais, a política não se manifesta de forma isolada nos indivíduos, e sim nas relações plurais, no convívio social.

De fato, desconfiamos da natureza política do homem, mas também consideramos exagerado dizer que tudo que se manifesta na sociedade como espaço de aparecimentos é tido

³ O autor refere-se a um Estado democrático.

como político, como defende Hannah Arendt (1992). É certo, há políticas específicas para pensar aspectos pontuais da sociedade: uma política para pensar o meio ambiente, a educação, a saúde e outras áreas. Pode haver também algumas situações domésticas e cotidianas que denunciam momentos de disputa e mediação que podem ser reconhecidos como políticos. Entretanto, isso não significa que tudo, a todo o instante, demande ou emane das relações políticas. Como afirma Berstein (2003), algumas necessidades humanas cotidianas não estão estritamente relacionadas ao aspecto político.

Retomando Itami Campos (2014, p. 16), a política pode ser entendida como “atividades, fenômenos e decisões que abrangem relações de poder e afetam, de alguma maneira a coletividade, a sociedade global”, uma forma de tomar decisões por vias públicas. Desse modo, a política exprime a participação dos sujeitos nas decisões referentes à cidade, ao estado ou país. Para esse autor, por envolver os interesses gerais dos indivíduos, a política apresenta uma natureza pública. Essa assertiva coaduna com a de Arendt, pois ambos entendem que a política pressupõe participação. Para Campos (2014, p. 20), a participação também merece estudos, sobretudo devido ao envolvimento cada vez maior de “segmentos da população no processo político”.

Conforme o texto apresentado na Declaração Universal dos Direitos Humanos (ONU, 1948), a participação política é tida como direito.

Toda pessoa tem o direito de participar do governo de seu país, diretamente ou por meio de representantes livremente escolhidos. Toda pessoa tem direito a acesso, em condições de igualdade, às funções públicas de seu país. A vontade do povo é a base da autoridade do poder público, essa vontade deverá ser expressa mediante eleições autênticas que deverão realizar-se periodicamente por sufrágio universal e igual e por voto secreto ou outro procedimento equivalente que garanta a liberdade do voto. (Declaração Universal dos Direitos Humanos, art. 21, ONU, 1948).

Considerar que a política pressupõe participação e que esta é um direito significa defender o envolvimento de agentes sociais nas principais decisões políticas, movimentação feita mediante as ações individuais ou coletivas, por meio do voto ou engajamento em movimentos sociais autônomos, partidos políticos, grupos corporativistas e sindicatos. Segundo Campos (2014), a participação política está correlacionada às atitudes, às formas e aos processos, que orientam a participação dos indivíduos integrados em sociedade, em seus respectivos sistemas políticos. A participação caracteriza o envolvimento ativo dos sujeitos no sistema político, manifestando-se de variadas maneiras.

O autor menciona a cultura de participação, “frequente quando os membros do sistema agem de forma ativa e o envolvimento do indivíduo na política é estimulado” (CAMPOS,

2014, p. 22). Ademais, especifica que em determinados regimes políticos pode prevalecer uma cultura oposta, a de sujeição, “comuns, principalmente em regimes autoritários, quando os membros da sociedade estão voltados para o sistema político (Estado)” (CAMPOS, 2014, p. 22). Desse modo, a relação dos sujeitos com a política pode variar entre uma participação ativa, engajada e uma completa indiferença.

Interessa-nos essa distinção, uma vez que a década de 1980 cedeu espaço à fervorosa participação dos agentes sociais nos contextos políticos, diferente da acuação mantida na maior parte dos anos de ditadura militar (1964-1984), décadas em que a cultura política imposta pelo Estado foi de sujeição. Isso não significa que todos os indivíduos se sujeitaram ao regime, e sim que o sistema era inflexível. Os indivíduos ou grupos que resistiam amargavam o dissabor do confronto violento. Assim sendo, o envolvimento do indivíduo com a política “não depende somente das experiências pessoais ou de questões psicológicas, há uma série de outras variáveis do sistema que interfere na forma do indivíduo perceber a política e no interesse de participar ou não” (CAMPOS, 2014, p. 23).

Como podemos observar no diálogo com Campos, há muitas formas de participação política, mas a liberdade de expressão e de atuação civil é uma característica fundamental das sociedades democráticas. É complexo entender a política das sociedades democráticas. A título de exemplo, a ditadura militar (1964-1985), que por 21 anos ameaçou a democracia brasileira, jamais se apresentou como antidemocrática. Pelo contrário manifestava-se como uma revolução em favor da democracia e contra possíveis ataques comunistas. Na verdade, uma farsa, que escondia as pretensões golpistas e contrarrevolucionárias da própria ditadura. Entretanto, a questão é que, ao menos no que se refere os aspectos teórico-legais e burocrático-estatais, o Brasil prevaleceu como uma República democrática. O que nos leva a crer que nem todos que se assumem “democratas” acreditam na democracia ou agem para fortalecê-la.

Gramsci (1978, p. 165) define elementos centrais da política. “O primeiro é que existem realmente governantes e governados, dirigidos e dirigentes”, e nisso se baseia toda a ciência política, que, a seu ver, demanda uma relação de forças entre os que dirigem e os que são dirigidos. Posto isso, “ver-se-á como se pode dirigir da maneira mais eficaz (dado certos fins) e como, portanto, preparar do melhor modo os governantes”. Colocados esses princípios, crê-se que o problema central da política não está propriamente na existência do Estado, e sim em quem o dirige. Daí a necessidade de pensar a formação dos dirigentes a partir de uma premissa de fundamental importância: “queremos que governantes e governados existam sempre ou queremos criar condições para que a necessidade dessa divisão desapareça?”. Essa

divisão “é inevitável ou é apenas um fato histórico que responde a determinadas condições?” (GRAMSCI, 2005, p. 12).

Gramsci também defende que a política prevê participação ativa. Os sujeitos precisam assumir uma consciência coletiva política, fugindo, assim, do automatismo social e posicionando-se frente às diferentes situações vigentes. Isso significa agir para fugir do comodismo. Nesse sentido, as respostas para as questões postuladas são óbvias. A divisão do gênero humano não é inevitável, e sim uma condição histórica que pode ser superada justamente pelo agir, que atribui sentido à política.

Em Gramsci, o partido é tido como um órgão fundamental para dirigir os grupos sociais e a questão ativa perpassa pela ação do indivíduo, porém, a partir de um sindicato, o Estado, em síntese, de uma organização coletiva. De modo que os agentes precisam se organizar em torno de um partido por não ter uma consciência revolucionária, por isso a necessidade de intelectuais profissionais que possuam essa consciência, cujo papel é o de inculcá-la nos demais: “não se pode haver elaboração de dirigentes onde falta atividade teórica, doutrinária dos partidos, onde as razões de ser e as razões de desenvolvimento da classe representada não são pesquisadas e estudadas.” (GRAMSCI, 2005, p. 120).

O grande problema apontado pelo autor concentra-se na formação desses intelectuais, uma vez que a maioria das universidades e instituições que preparam as capacidades intelectuais “formam quadros nacionais apolíticos, com formação mental puramente retórica, não nacional” (GRAMSCI, 2005, p. 120). Face a esse pressuposto, cresce o número de políticos despreparados para exercerem cargos públicos, a desagregação e a debilidade dos partidos que, desconhecendo sua verdadeira essência, afundam-se em meio a oportunismos, “descontinuidade orgânica”, e a incoerência entre a tática e estratégia.

Não só as instituições universitárias são responsáveis por preparar as lideranças políticas, o Estado/governo também é responsável por gerir algumas situações no sentido de fortalecer ou despolitizar os partidos. No caso italiano, em alguns momentos o Estado apresentou-se ditador.

O governo operou de fato como, um “partido”, colocou-se acima dos partidos, não para harmonizar os interesses e as atividades nos quadros permanentes da vida e dos interesses estatais nacionais, mas, para desagregá-los, para afastá-los das massas e ter “uma força partido ligada ao governo por vínculos paternalistas do tipo bonapartista – cesarista [...]. (GRAMSCI, 2005, p. 119).

Nessa citação, Gramsci (2005) refere-se à ditadura instalada por três primeiros-ministros italianos Depretis (1876-1887), Crispi (1893) e Giolitti (1892-1893), governantes

que, de forma coercitiva, apelaram por desagregar os partidos, com a finalidade de despolitizar a sociedade e instaurar um regime paternalista, antidemocrático. Isso está relacionado à cultura de sujeição, conforme já discutimos com Campos (2014), e não é exclusividade europeia, pois no Brasil regeram-se esquemas semelhantes.

A questão é que, nessa dinâmica, “as classes exprimem os partidos, os partidos elaboram os homens de Estado e de Governo, os dirigentes da sociedade civil e sociedade política” (GRAMSCI, 2005, p. 120). Nessa visão, o poder político não está desvinculado do poder econômico, pois “toda forma de poder político não pode ser historicamente concebida e justificada se não como aparato jurídico de um real poder econômico” (GRAMSCI, 2005, p. 85). Esse poder é determinado por um ordenamento de relações de força em que alguns grupos tentam impor-se politicamente sobre outros, por meio da reprodução cotidiana de um capital que se aloja nas diversas conjunturas. Contudo, um dos elementos centrais discutidos por Gramsci é a capacidade da sociedade mobilizada romper com as imposições instituídas pela ordem burguesa. Daí a importância de uma educação para as massas, no sentido de intensificar a cultura crítica e, desse modo, alterar as relações de poder e eliminar a necessidade da divisão governantes e governados.

O autor mostra claramente o papel do Estado, no sentido de ser também um instrumento nas mãos da classe operária. É nesse contexto que a política democrática pensada por Gramsci consiste na participação ativa dos indivíduos não apenas nas eleições, em que o povo decide o quadro de efetivos políticos, mas em organizações, partidos, sindicatos, conselhos, seguimentos sociais mobilizados capazes de participar ativamente da política. Uma noção diferente do que foi argumentado por Gaetano Mosca e Gaston Bouthoul (1975), no início do século XX. Para Mosca e Bouthoul (1975), a política democrática seria uma fórmula política que as elites usam para governar e se legitimar. Em seu ponto de vista, as elites dos Estados democráticos defendem a soberania popular como forma de dizer agir em nome do povo e, assim, legitimar seu poder. Algo semelhante à máxima usada pelos reis absolutistas quando reafirmavam a teoria do direito divino dizendo “Sou rei por direito divino” (COUTINHO, 2002).

Mosca e Bouthoul, como outros ideários do liberalismo, apresentam uma visão empobrecida da democracia, uma espécie de teoria das elites, por vezes muito criticada por Gramsci. É certo, a burguesia e os Estados liberais por muito tempo resistiram à política democrática e, não podendo mais protelá-la, criaram estratégias para manipulá-la ou empobrecê-la material e teoricamente. No entanto, ainda assim, a democracia não pode ser reduzida a uma fórmula que institui o direito do voto para que as elites se alternem no poder, e

Gramsci pensa a política e a democracia diferente disso, como uma relação de forças, uma queda de braços constante entre dirigentes e dirigidos. Além disso, pensa também na possibilidade de mudar essa realidade. Desta relação conflituosa entre blocos heterogêneos, a possibilidade da luta, a liberdade de expressão e de manifestação de agentes conscientes e críticos permitem que hora ou outra sejam salvas conquistas em favor do povo. E aí instala-se a capacidade de mudança da realidade.

1.3 A POLÍTICA DAS SOCIEDADES DEMOCRÁTICAS

Eric J. Hobsbawm (2006), em referência aos gregos antigos, observa que a democracia é o governo do povo, das massas populares que, em geral, são pobres. Evidentemente, ricos e pobres, privilegiados e desprivilegiados não comungam dos mesmos interesses, não consideram os negócios públicos sobre a mesma ótica. “O que aconteceria então se as massas ignorantes e brutalizadas, incapazes de entender a salutar lógica do mercado de Adam Smit, controlassem o destino político do Estado? ” (HOBSBAWM, 2006, p. 126). A tônica, apresentada por Hobsbawm em tom de ironia, abre o debate para uma questão muito séria. Após 1890, estava claro que a política democrática não podia mais ser adiada, era um fenômeno inevitável na Europa, na América e em outras partes dos vários continentes. Estava certo, “as massas marchariam para o palco da política, quer isto agradasse ou não os governantes. Foi o que realmente aconteceu, sistema eleitorais baseados no pleno direito ao voto e às vezes, até no sufrágio universal masculino” (HOBSBAWM, 2006, p. 127).

A política democrática abriu espaço para uma maior participação dos agentes sociais na dinâmica política. O direito ao voto foi um elemento central nesse processo e é por isso que os políticos resistiram seriamente em estendê-lo, sua extensão podia significar a perda do controle político. Esse processo de democratização foi acelerado pelas revoluções socialistas da década de 1890 e pelas repercussões da primeira revolução Russa. Em várias partes do globo, políticos precisaram ceder às agitações e às pressões populares. O eleitorado de massas se mostrava incontrolável e, em vista disto, a política democrática apresentava-se como um fenômeno inevitável (HOBSBAWM, 2006).

Conforme versa Hobasbawm (2006), a maioria dos políticos resistiram enquanto puderam em ampliar o direito ao voto. Políticos conservadores, como o cínico Bismarck⁴, apostavam na lealdade tradicional e acreditavam na ignorância do eleitorado de massas, mesmo quando politizados. Alguns liberais confiavam que o sufrágio universal do voto beneficiaria a direita, e não esquerda. Em ambos os casos, o que se percebe é a intenção de manipular a democracia e, conseqüentemente, o eleitorado. Mas o fato é que, nesse contexto político de democratização, a burguesia e as elites políticas precisaram disputar espaço com grupos ou classes mobilizadas e organizadas em partidos. “Destas a mais formidável era a classe operária, agora mobilizada em partidos e movimentos de explicita base de classe” (HOBSBAWM, 2006, p. 131).

Diante da situação de conflitos sociais, políticos e econômicos, característico no decorrer do século XIX para o século XX, a política democrática não podia mais ser adiada e a partir de então a questão central foi a sua manipulação. Essa configuração política que se instaurava colocava em cena novos agentes para participar dos processos eleitorais e disputar espaço com as classes dominantes. As dificuldades desses novos agentes no confronto eram muitas, pois a classe política dominante, por vez, também detinha o poder econômico e dominava infinitamente as condições materiais e políticas a seu favor. De modo que a manipulação da democracia “em sentido estreito ainda era fácil. Era possível, por exemplo, limitar estritamente o papel político das assembleias eleitas por sufrágio universal” (HOBSBAWM, 2006, p. 128).

O sufrágio, até meados do século XX, era extremamente restritivo em muitos estados e nutrido pelo ímpeto liberalista que o atrelava à propriedade. Na maioria dos países, inclusive aqueles tidos como potências mundiais à época, mulheres e assalariados não votavam, ou seja, uma parcela significativa da sociedade, que obviamente correspondia à maioria, não tinha o direito ao voto. Apenas os homens proprietários tinham esse direito assegurado. Para o liberalista Benjamim Constant (1985), essa prática era legítima e só proprietário deveria votar, porque ele era dono de uma parte da nação e por isso o único a interessar-se por ela (COUTINHO, 2002).

⁴ Otto von Bismarck, importante estadista da Alemanha no século XIX. Conservador, aristocrata e absolutista, ele se posicionou radicalmente contra a crescente política democrática. Agigantou o Estado Alemão, criminalizou o surgimento de sindicatos e outras iniciativas democráticas. Ficou conhecido na história do Ocidente como o chanceler de ferro (HOBSBAWM, 2006).

Na concepção de Carlos Nelson Coutinho (2002), o surgimento do movimento socialista, no denso século XIX, forçou o pensamento liberal⁵ a posicionar-se sobre a democracia, a apresentar-se como uma alternativa frente à política democrática. A transformação do povo em ator político, e não só o povo em geral, mas a classe proletária em si, forçou o pensamento liberal a uma resposta, “a confrontar-se com isto que nós podemos chamar ascensão da democracia moderna” (COUTINHO, 2002, p. 13). O autor usa o termo “democracia moderna” para especificar que noção de democracia não é especificamente moderna, haja vista que as primeiras teorias que discutem o termo surgiram na Grécia aproximadamente cinco séculos antes da era cristã. Contudo, com o advento da modernidade, o termo foi resignificado.

O conceito grego de democracia está diretamente articulado à noção de cidadania, sendo a democracia definida como soberania popular. No entanto, como definiu Aristóteles (1991), cidadão era todo “homem”, no sentido literal do termo, que contribuía com a formação e as decisões do governo, era aquele que por direito participava das assembleias e tomava as decisões em nome da coletividade. Porém, essa noção não comunga, longe disso inclusive, do sentido de universalidade participativa. Tomando os períodos mais democráticos da Grécia como exemplo, num estado como Atenas, tido como referência democrática, mulheres, escravos e estrangeiros, mesmo submetidos às normas do Estado por habitá-lo, não eram considerados cidadãos e nem participavam das decisões do governo.

Ainda assim, os gregos imprimiram o sentido de democracia como participação da coletividade nas decisões do governo e introduziram a noção de democracia como governo do povo, sentido usado como referência, na contemporaneidade, para discutir o termo. Entretanto, o conceito de cidadania relacionado diretamente à democracia restringia o direito de participação política aos homens considerados como “cidadãos”. Outro aspecto que importa registrar envolve a questão dos direitos. A concepção de direitos na Grécia antiga envolvia essencialmente os direitos de participação nas decisões do governo, ou, como conhecemos na atualidade, os “direitos políticos”, que ainda não “compreendiam os modernos

⁵ Francisco Fonseca (2005), na obra *O consenso forjado*, aborda a consolidação do pensamento liberal, que adquiriu projeção global. A hegemonia liberal se efetivou com as revoluções burguesas no final do século XVIII, a maior delas a Revolução Francesa. O contexto era de profundas mudanças, iniciadas com a Revolução industrial inglesa, de modo que a Inglaterra, no século XVII, abriu espaço para uma obra que se completaria no século posterior e na França. O fato é que as revoluções burguesas encadearam uma ruptura com o Antigo Regime (Absolutista) em todas as dimensões da sociedade, implicando na hegemonia do liberalismo, que se constituiu como doutrina e como ideologia, ascendendo a uma nova ética racional: “a ética individualista e a razão burguesa da propriedade, do cálculo e do lucro. O pensamento liberal tornou-se paradigmático, legitimando o livre mercado e o Estado mínimo – conceitos que se tornariam intocáveis ao liberalismo clássico e sobretudo a sua estirpe econômica” (FONSECA, 2005, p. 50).

“direitos civis”, como por exemplo, o direito à liberdade de pensamento e de expressão” (COUTINHO, 2002, p. 52).

A questão é que o sufrágio universal, que hoje parece evidente e natural aos estados democráticos, foi conquistado pela luta árdua de sujeitos históricos mobilizados. O pensamento liberal moderno e pós-moderno, que avançou até a primeira metade do século XX, defendia o sufrágio restrito. Era, nos termos definidos por Hobsbawm (1998), uma estratégia de manipulação da política democrática representativa. “O sufrágio universal consistiu numa vitória da democracia contra o liberalismo. Mais do que isto: é uma conquista da classe trabalhadora” (COUTINHO, 2002, p. 15). Os trabalhadores ingleses, mobilizados, conseguiram, por meio de muita luta, a regularização da jornada de trabalho em 1860 e mais tarde, em 1918, o sufrágio universal, incluindo as mulheres nos espaços de decisões políticas. Os movimentos feministas (entre outros) também atuaram de forma decisiva na reivindicação da universalização do direito ao voto em várias partes do globo terrestre. Curiosamente, as mulheres contemplaram este direito no Brasil em 1932 e, em 1933, puderam votar. Na Itália, isso só aconteceu em 1946, depois da queda do fascismo (COUTINHO, 2002).

Rousseau (2014, p. 109), em *O contrato social*, publicado em 1762, radicalizou: “a partir do momento em que um povo se dá representantes, ele não é mais livre, não existe mais”. A democracia defendida por esse pensador era a participativa, e não a representativa. Ele entendia por soberania popular a participação efetiva da coletividade no espaço público, de modo que a vontade geral não poderia ser representada e tampouco alienada: “os deputados do povo, portanto, não são nem podem ser seus representantes, são apenas comissários, nada podem concluir definitivamente” (p. 107). A seu ver, a moderna ideia de representação política não expressa a verdadeira democracia.

Sem embargo, o próprio Rousseau (2014, p. 81) antecipa que a democracia nunca existiu nos termos que ele defende: “Tomando o termo no rigor da acepção, nunca existiu e nunca existirá verdadeira democracia”. Para ele, a política democrática contradiz o que prega o liberalista Joseph A. Shumpeter (1961), afirmando que política democrática é um jogo que define algumas regras, como as eleições periódicas, nas quais o povo, sem consciência e fazendo mal-uso da sua liberdade, escolhe, entre as elites, os seus governantes. Isso nos lembra a ironia de Rousseau (2014, p. 107) em relação aos ingleses: “O povo inglês, pensa ser livre, está muito enganado, pois, só o é durante as eleições dos membros do parlamento, tão logo eles são eleitos, ele é escravo, é nada”. Essa fala denuncia as dificuldades de se exercer a democracia representativa na Inglaterra e continua relevante para discutir a política democrática na contemporaneidade, depois de assenhoreada pela burguesia.

A era da democratização veio a ser a da hipocrisia pública. Com o processo de democratização, os políticos foram cada vez mais obrigados a apelar ao eleitorado de massas e a falar diretamente para esse eleitorado, mesmo indiretamente, usando os megafones da imprensa popular. A necessidade era a de falar ao público, de fazer chegar até ele a mensagem a ser transmitida. No entanto, “que estadista, rodeado de repórteres que transmitiriam as suas palavras para as mais remotas tavernas de esquina diria exatamente o que pensava?” (HOBSBAWM, 2006, p. 130). Claramente, os políticos não diziam aos seus eleitores exatamente as suas pretensões para o destino do país, pois os consideravam estúpidos demais para entenderem as questões relacionadas ao governo. Ademais, algumas coisas não eram para ser entendidas mesmo. É por isso que os governantes tramavam, articulavam nos obscuros corredores do poder, nas reuniões particulares, em encontros “informais” entre os membros das elites, “numa atmosfera bem diversa das gladiatórias comédias dos debates parlamentares ou dos comícios” (HOBSBAWM, 2006).

Como ler Hobsbawm e não se lembrar das gladiatórias sessões promovidas pelo senado brasileiro ou pela câmara dos deputados na atualidade, pelo avançado aparato tecnológico de imprensa retransmitido em tempo real para o país inteiro? Hipocrisia pública, definitivamente, é o termo mais apropriado para definir esses debates parlamentares, que, em sua maioria, correspondem a um showzinho simbólico armado para a assembleia ou para o público como um todo. Não é novidade que existem políticos legislando em causa própria e fazendo das sessões parlamentares palco das disputas de seus interesses particulares, e não efetivamente dos interesses do povo. Essa é uma das estratégias da burguesia: apresentar os seus interesses como de interesse da nação toda.

A política democrática foi uma conquista que, sem dúvidas, possibilitou que outras fossem asseguradas em favor do povo, mas isso não é tudo. Fortalecê-la e fazê-la funcionar efetivamente como democrática tem sido um desafio, principalmente se entendermos a democracia num sentido fortalecido, de um regime que assegura aos indivíduos a liberdade de direitos políticos e civis, a participação coletiva de todos na política e também na apropriação dos bens coletivamente criados. Como define Gramsci (2005) e reforça Coutinho (2002), as questões de natureza política estão estritamente relacionadas aos problemas de ordem econômica e por isso mesmo são muito mais complexas do que aparentam. Rousseau também já insistia na dificuldade de instaurar a igualdade política onde não há igualdade econômica. Eis o desafio. “ A democratização, embora em avanço, apenas iniciara a transformação política ” (HOBSBAWM, 2006, p. 141).

Sobre a política eleitoral, os exemplos usados por Coutinho (2002, p. 20) são precisos:

Todos sabemos que do ponto de vista formal, numa eleição, cada um de nós tem um voto. Sabemos, indiscutivelmente, que o voto de Roberto Marinho nas urnas, vale tanto quanto o nosso. Mas, ele tem o poder de conquistar milhões de votos através da manipulação das consciências propiciada pelos meios de comunicação que ele domina como proprietário privado. Isto transforma a suposta igualdade formal entre nós e ele numa mera mistificação. Outro exemplo: todos temos formalmente o direito de ir e vir. Sem dúvidas, podemos ir a Paris e voltar, se tirarmos o passaporte na Polícia Federal, comprarmos uma passagem na Varing ou Air France e tivermos dinheiro para pagar a nossa hospedagem em Paris. Todos temos este direito, mas sabemos muito bem que nem todos podem exercê-lo.

O que é tido ou assegurado como direito nem sempre corresponde ao que é justo. Nesse caso, há uma distância gritante entre “nós” e Roberto Marinho⁶, estendendo o exemplo: entre “nós” e Victor Civita⁷, Roberto Civita ou qualquer outro empresário da área das comunicações, que pode influenciar as consciências em favor de seus próprios interesses ou da manutenção da ordem vigente. Com isso, Coutinho deixa claro que a desigualdade material dificulta a existência de uma política democrática efetiva, mesmo que a nova situação político-democrática tenha se desenvolvido de forma irregular, conforme as condições internas dos diversos Estados. Alguns vícios parecem ser comuns aos estados democratizados.

A França, tida como a mãe das democracias europeias, teve cinquenta e dois gabinetes em menos de 39 anos, em meados do século XIX, e os mesmos nomes reapareciam na cena política. As principais decisões referentes ao governo eram ditadas por nomes não eletivos invisíveis à burocracia e à maioria dos eleitores. O nome disso? Corrupção! A corrupção “era mais visível; por exemplo, quando os políticos que haviam se elevado pelos próprios esforços cobravam, de um modo ou de outro, o valor do seu apoio ou oposição aos homens de negócios e outros interessados” (HOBSBAWM, 2006, p. 142). Obviamente, isso não era exclusividade francesa. Ocorriam escândalos de corrupção política em todos os países “em que não se abafava o som do dinheiro a trocar de mãos, [...] e igualmente onde o som era abafado, como na Inglaterra” (HOBSBAWM, 2006).

As práticas corruptas, como a negociação de apoio político, o clientelismo, o voto nominal e a manipulação dos distritos eleitorais limitavam o curso político rumo à democratização. Porém, não detinha seu avanço. Nos momentos em que as massas entravam no palco político, apresentavam-se hostis a tudo o que o liberalismo burguês representava. Em

⁶ Roberto Marinho (1904-2003) era proprietário da poderosa emissora de televisão brasileira Rede Globo, que possui afiliadas espalhadas pelo Brasil todo, formando um conglomerado de veículos de comunicação. Marinho faleceu em 2003, mas o grupo Marinho e as organizações Globo permanecem poderosas.

⁷ Victor Civita (1907-1990), empresário da área da comunicação no Brasil, fundador do Grupo Abril, que lançou (entre outras revistas) a Revista Veja, na década de 1960. Roberto Civita (1936-2013) é filho de Victor Civita, lançou e presidiu a Revista Veja até a década de 1990 e, após a morte do pai, passou a presidir o grupo Abril.

função disso, conter o seu ímpeto revolucionário tornou-se um desafio. Para os governos, uma necessidade. “A democracia, no entanto, seria tão mais fácil de domar quanto menos agudos fossem seus desdobramentos” (HOBSBAWM, 2006, p. 150). A prioridade consistiu em substituir os velhos mecanismos de subordinação social por novas estratégias que apresentasse um benefício material capaz de interessar às massas e acomodá-las.

Como não evocar Maquiavel (2004, p. 46), na obra *O Príncipe*:

Quem se torna príncipe mediante o favor do povo deve manter-se seu amigo, o que é muito fácil, uma vez que este deseja apenas não ser oprimido. Mas quem se tornar príncipe contra a opinião popular, por favor dos grandes, deve, antes de mais nada, procurar conquistar o povo.

A nova tática, portanto, consistiu na disposição dos governantes em conquistar o povo, empreendendo programas de reforma e bem-estar social, método que desarticulou os clássicos acordos liberais de meados do século XVIII com o governo, “que era mantido a distância do campo reservado a iniciativa e a empresa privada” (HOBSBAWM, 2006, p. 151). Reportando-nos, mais uma vez, ao chanceler alemão como exemplo: Otto Von Bismark, em 1880, resolveu conter o fervor socialista adotando um ambicioso esquema de previdência social, cuja iniciativa foi referência para outros Estados. A Áustria seguiu essa orientação e os governos liberais ingleses (1906-1914) também. Investiram em aposentadorias, bolsas de trabalho, seguros de saúde, benefício desemprego, entre outros. Nem mesmo a França hesitou em adotar a estratégia. Entre 1911, investiu num programa de aposentadorias.

Difícilmente seria possível acomodar as massas e conquistar sua lealdade sem políticas sociais dispendiosas, que onerassem o bolso dos empresários (HOBSBAWM, 2006) e os grandes capitalistas se mostraram dispostos a pagar o preço. Sabiam eles que as políticas de bem-estar social eram necessárias no sentido de preservar o capital. Para evitar as possíveis insurreições e revoluções é preciso distribuição equitativa da riqueza ou de políticas que ao menos aparentem atuar nesse sentido. Desse modo, as políticas sociais nasceram como resposta “ao ímpeto mobilizador da classe trabalhadora por novos direitos e uma articulação do Estado com a classe patronal, a fim de preservar os interesses desta classe” (CURY, 2003, p. 149).

Seguramente, muitos dos vícios característicos da sociedade capitalista liberal foram reproduzidos no Brasil e ainda são, embora desde o final da década de 1980 numa versão ultraliberal muito mais sofisticada. A verdade é que a corrupção não é um fenômeno típico da história política do tempo presente, nem é especificidade de alguns partidos ou políticos,

como tendenciosos veículos de comunicação querem que o eleitor acredite. Ela se entranhou e vem se arrastando nas sociedades desde a sua democratização, isso sem mencionarmos os sistemas políticos predominantes antes desse considerado democrático. Contudo, a democracia, pelo que tem representado, caracteriza também uma pluralidade diferenciada de discursos, de pontos de vista, de concepções e de práticas sociais. Se as orientações das elites dirigentes são determinísticas, isso não significa que as orientações divergentes não possam se traduzir em ações efetivamente próprias e dotadas tanto de autonomia relativa quanto de concepções diferentes.

1.4 POLÍTICA E IDEOLOGIA: CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DA DÉCADA DE 1980

Posto isso, como se coloca a questão da democracia no Brasil da década de 1980? Em meados dessa década o Brasil deixava um regime ditatorial e transitava rumo a uma Nova República, que prometia amplificar os dispositivos democráticos. Um sistema que, apropriadamente, Coutinho (2002, p. 21) designou de “regime de liberdades formais, com elementos de democracia”. Nos termos definidos pelo autor, os brasileiros emergiram da ditadura militar com uma estrutura muito mais complexa do que quando ingressaram, complexidade que se manifestou com mais ênfase no último período da ditadura, quando notoriamente cresceu e se complexificou uma sociedade civil no Brasil.

Isso explica porque o termo democracia foi tão recorrente nessa época e ecoou na voz de muitos brasileiros. A mobilização popular por eleições diretas⁸ anunciava que a democracia deveria prevalecer no sistema político brasileiro. A energia social expressa pelo movimento das “diretas” justificava esse anseio e anunciava que mudanças políticas estavam por vir. Entretanto, todo o fervor popular foi substituído por um pacto político entre as elites brasileiras, que possibilitava a “saída” negociada dos militares do governo (MACIEL, 2004) e, como era prática nos aproximados 100 anos⁹ de República no Brasil, o movimento foi despolitizado e substituído por um processo de transição seguro para a burguesia brasileira. Com isso, a sucessão presidencial pós-ditadura abrigava um reformismo do bloco no poder.

⁸ O movimento civil de reivindicação por eleições presidenciais diretas no Brasil, ocorrido em 1983 e 1984, foi denominado de “Diretas já”. A campanha das Diretas consolidou a crise da ditadura militar e minou a possibilidade do governo conservar a sua unidade, tendo mobilizado diversos setores da sociedade, alguns até então ausentes da disputa política. Isso lhe conferiu um caráter de massas. Houve uma significativa participação popular, sobretudo das camadas urbanas (MACIEL, 2004).

⁹ No dia de 15 de novembro de 1989, a República Brasileira completava os 100 anos da sua instauração.

Esse processo de transição da ditadura à nova República¹⁰ configurou o ápice da desagregação gradativa do governo militar expressa desde o final dos anos 1970, quadro que confluiu com o agravamento da crise econômica legada dos desequilíbrios gerados pela crise do modelo de acumulação capitalista que estava se agravando desde essa mesma década. O fato é que esse cenário de crise político-econômica se potencializou na década posterior. Conforme David Maciel (2004, p. 279):

Entre os anos de 1983-1984 as condições econômicas deterioraram-se rapidamente, fazendo com que as diversas frações do bloco no poder, principalmente o capital monopolista, alimentassem divergências com a política econômica operada com o governo e formulassem propostas alternativas diante da crise.

Nesse processo, a campanha por eleições diretas contrariava a lógica da institucionalidade autoritária, ou mesmo o seu caráter reformista, pois deu a entender que propunha uma ruptura com todo o aparato governista autocrático ditatorial, que deveria ser substituído por um sistema de sucessão presidencial democrático. Entende-se o termo democracia, em sua configuração moderna, como um sistema de governo que “assegura elementos que lhe são peculiares: preservação da liberdade, igualdade de direitos (isonomia), princípio da maioria, direito da minoria, no reconhecimento da legitimidade da supremacia da vontade popular” (CAMPOS, 2004, p. 103). Os elementos democráticos presentes na república brasileira são sim resultado de uma trajetória de luta na arena política. Preferimos usar o termo “elementos democráticos” a dizer que a representativa república brasileira é fundamentalmente democrática.

Aqui, a expressão representativa é usada com duplo significado: 1) representativa no sentido de que os cargos políticos são eletivos e, portanto, os eleitos, nos termos da burocracia estatal, são os representantes do povo; 2) ela também é figurativa, na medida em que não é efetivamente exercida, ao menos não nos termos que mencionamos de participação popular ativa, consciente e constante nas decisões do governo. Ainda que prevaleçam a soberania do voto popular e outros importantes dispositivos que asseguram aos civis alguns direitos e liberdades, estes são materialmente restritos pelas ações de frações dominantes da sociedade, que detém o poder político e econômico.

De fato, na campanha por eleições Diretas, a manifestação pluripartidária, a adesão de inúmeros movimentos sociais e forças sindicais que ganharam espaço devido a esses

¹⁰ A chamada Nova República (1985-1989) caracterizou a transição do regime político militar à ordem “democrática” burguesa, num processo de revisão econômica por parte de diversos atores e uma ampla negociação política .

acontecimentos mostraram que o movimento se fortaleceu com o apoio das classes menos privilegiadas, explicitando que a democracia também pode ser um projeto de poder para se pensar a pluralidade. Sem dúvida, isso representava uma ameaça à ordem vigente e às classes burguesas, que se encarregaram de despolitizar o movimento e assegurar um processo de transição negociada.

Nesse sentido, os militares não foram propriamente vencidos pelo movimento, que, por vez, perdeu o elemento revolucionário, cedendo espaço para que houvesse, entre os partidos, uma negociação que assegurasse a presença da tutela militar. Ademais, a aliança política que viabilizou esse processo impediu que a institucionalidade autoritária fosse eliminada junto com ditadura militar. Assim, o governo civil, instalado em 1985, herdou as principais características do governo czarista, prorrogando a “democratização” para a Constituição de 1988 e a eleição presidencial de 1989 (MACIEL, 2004).

A nova constituição foi promulgada em 5 de outubro de 1988 e foi denominada de “constituição cidadã”, por dispor de algumas garantias e direitos ausentes no período que antecedeu a sua promulgação. No entanto, os meses que abrigaram a sua elaboração abriram espaço aos conflitos políticos que já vinham sendo empurrados desde o colapso da ditadura militar. O governo, em consonância com os setores conservadores, providenciou dirigir as atividades constituintes, intervindo o máximo possível em favor de manter a autocracia burguesa e a tutela militar. Nessa fase, o “centrão” assumiu a direção política dos trabalhos de elaboração da constituinte, “anulando ou aniquilando diversas propostas mais avançadas de redemocratização, de estabelecimentos de direitos sociais e de reforma nas estruturas do país, promovendo uma reedição do pacto conservador que viabilizou a Aliança Democrática em 1984” (MACIEL, 2012, p. 297).

As forças de oposição tiveram que adotar uma postura de acomodação à direita para garantir algumas conquistas. Mesmo com toda a combatividade dos movimentos sindicais e populares, a nova constituição pouco absorveu das perspectivas transformadoras nutridas pelos movimentos encadeados desde a crise do governo militar. “A institucionalidade democrático-liberal instalada, preservou em seu interior elementos fundamentais da institucionalidade autoritária, amalgamando uma legalidade extremamente funcional para a preservação da autocracia burguesa no Brasil” (MACIEL, 2012, p. 296). Desse modo, a nova constituição não eliminou a autocracia burguesa. Ao contrário, preservou e reformou alguns elementos fundamentais para sua manutenção, fazendo com que a institucionalidade autoritária e autocrática se naturalizasse na “democracia” brasileira.

Estamos em acordo com Maciel (2012) de que algumas práticas políticas tradicionais, a exemplo do oligarquismo, do corporativismo e do patrimonialismo, foram atualizadas com o predomínio dos elementos democráticos representativos. Isso significa dizer que o pluripartidarismo, o sistema de livre de organização dos partidos, a liberdade de imprensa e a independência entre os poderes que regem a república exigiram que as forças conservadoras se atualizassem e que os componentes “autoritários fascistas e oligárquicos” fossem reformados, conferindo à institucionalidade democrática um caráter autocrático burguês e prevalecendo as crises de hegemonia.

Por outro lado, a mobilização das forças de esquerda e a pressão da opinião pública garantiram a aprovação de alguns importantes avanços democráticos. Com as eleições municipais, às portas em 1988, alguns parlamentares tiveram que recuar e permitir que certos dispositivos desagradáveis à ordem burguesa autocrática autoritária fossem sancionados. Entre essas conquistas democráticas, David Maciel (2012) elenca a extinção do Conselho de Segurança Nacional, a criação do *habeas data* (assegura ao cidadão o direito à informação relativa a ele próprio nos arquivos governamentais e nas entidades públicas), a criação do mandato de segurança coletivo (conferia direito de representação judicial dos partidos, associações e sindicatos), a criação do mandato de injunção (fundamentado no artigo 5º, foi criado para suprir a falta de alguma lei e permitia que o indivíduo recorresse à justiça para assegurar algum direito constitucional ainda não regulamentado), a proibição ou a prisão de qualquer pessoa sem flagrante delito ou ordem judicial.

Desse modo, a Carta Magna promulgada em 1988 apresenta alguns avanços democráticos bastante significativos se comparados aos dois decênios anteriores. Década perdida?¹¹ De maneira alguma. Não podemos mediocremente desconsiderar a riqueza do processo político-social evidenciado na década de 1980. De fato, o fortalecimento dos movimentos de base sindicais, populares, o crescimento dos grupos de esquerda e sua atuação nas atividades constituintes apresentaram uma nova etapa política usurpada durante anos pela ditadura militar. A questão é que, nessa queda de braço, muitos elementos antidemocráticos herdados de outros tempos foram reformados e permaneceram ativos. E o pior: a batalha final demarca a vitória da autocracia burguesa.

Agora, houve luta? Sim! As burguesias temeram muitas vezes perder a batalha? Sim, temeram! Os esforços em eleger Fernando Collor de Mello, em 1989, mostram que as elites

¹¹ Devido às crises na conjuntura econômica brasileira, o crescimento (econômico) do país foi comprometido, gerando um quadro financeiro completamente desfavorável e uma posição de rendido ao sistema monetário mundial. Por esse motivo, alguns analistas, muitos deles economistas, denominaram a década de 1980 como “a década perdida”.

brasileiras desejavam a qualquer custo interromper o avanço de partidos e nomes considerados de esquerda. Collor venceu, mas com uma diferença irrisória de votos em relação ao candidato Luís Inácio da Silva (Lula), que, naquele momento, representava as forças combatentes ao sistema vigente. O desgaste do governo Sarney (1985-1990) e de grandes partidos – como o PMDB e PFL – permitiram a “movimentação política das classes subalternas, com o número de greves chegando ao recorde absoluto de todos os tempos, abriram caminho para as candidaturas de esquerda, que vislumbravam uma perspectiva antiautocrática” (MACIEL, 2012, p. 298) e também abriu caminhos para candidatos com perfil carismático e messiânico, como Collor, que, ao longo da campanha, tornou-se o candidato do bloco no poder (MACIEL, 2012).

Posto isso, continuamos a questionar o caráter democrático das eleições presidenciais de 1989, tão defendido pela grande imprensa, como a revista *Veja*, e dele duvidamos, justamente porque as elites brasileiras elaboraram um pacto político e se muniram de todos os recursos possíveis, favorecendo um candidato capaz de impedir que os concorrentes de esquerda, ou com perspectivas antiautocráticas, chegassem ao poder. Em 1989, as elites pregaram a democracia, se apropriaram do termo, afirmando que a eleição era “democrática”, mas aplicou um golpe! Manipulou e interviu o máximo possível para eleger um político capaz de conter o avanço da esquerda configurada em Lula e Leonel Brizolla.

Essa contextualização histórica permite-nos entender os embates ideológicos presentes nos blocos que disputavam a presidência da República em 1989, especialmente no segundo turno eleitoral, em que disputavam a sucessão “o candidato operário” e o candidato burguês. Em momento algum a revista *Veja* apresentou Fernando Collor de Mello como o candidato burguês, mas, na edição 1095, publicada em 6 de setembro de 1989, estampou o candidato Lula na capa e a expressão “O candidato operário: a dura jornada na luta pela sucessão”. A matéria contava a trajetória do candidato petista, especificando que ele conseguiu, a duras custas, concluir o “ginásio”, e ressaltando que ele disputava o segundo lugar da campanha eleitoral com Leonel Brizolla, que também apresentava propostas esquerdistas.

Por sua vez, Collor era mencionado como o candidato que liderava com larga distância os opositores no processo eleitoral. Essa matéria foi publicada durante a campanha do primeiro turno eleitoral, o que significa que havia um interesse das burguesias brasileiras, expresso nos recursos publicitários, de combater todo e qualquer projeto esquerdista capaz de assumir o poder naquele momento. “A polarização política da campanha presidencial revelou mais do que o embate entre candidaturas de direitas e de esquerda, mas o embate entre projetos históricos distintos, polarizados pelo neoliberalismo, de um lado, e pelo projeto

democrático-popular do outro” (MACIEL, 2012, p. 299). Embora a revista *Veja* tentasse camuflar esse duelo, ficou muito claro que ele existia, pois, ainda na edição de 6 de setembro de 1989, a revista publicou: “o PT tem um programa claro de mudanças sociais, sua vida interna possui padrões de democracia desconhecidas entre as siglas rivais [...]” (VEJA, 6 set. 1989, p. 34).

Assim sendo, os acontecimentos externos, evidenciados em âmbito mundial, também contribuíram para que algumas ideias fossem formuladas e defendidas por determinados grupos políticos no Brasil. As crises do mundo socialista notificadas nesse período serviram para desconstruir propostas mais democráticas, associadas pela imprensa às perspectivas socialistas. Por isso, a quebra do muro de Berlim¹², ocorrida em 9 de novembro de 1989, às vésperas do segundo turno eleitoral, que ocorreu em 15 de novembro de 1989, teve um peso simbólico que favoreceu o candidato que representava a direita política. Era a confirmação do colapso socialista mundial, e foi assim que as propostas esquerdistas foram apresentadas, como falidas no mundo inteiro.

Os movimentos ocorridos na década de 1980 mostram que o trabalhador brasileiro estava se fortalecendo enquanto classe, e por isso, em 1989, se tornou uma ameaça ao capital burguês. Segundo Alain Bihr (1999), as classes subalternas organizaram, em alguns momentos históricos, estratégias de “contra poder”, como forma de organização que rendesse autonomia ao trabalhador. O autor aborda como “contra poder” uma reação dos grupos dominados em detrimento do poder estabelecido pela burguesia capitalista. “Como a própria estratégia de contra poder, a escolha das formas organizacionais será determinada pelo contexto sócio institucional em que essas organizações forem chamadas a operar. [...]” (BIHR, 1999, p. 229). As eleições presidenciais de 1989 indicaram o avanço organizacional e ideológico dos movimentos sociais e das classes subalternas (MACIEL, 2012), fazendo com que o processo eleitoral se configurasse numa verdadeira luta de classes. Devido a essa configuração, houve mais do que uma disputa eleitoral com a finalidade da sucessão presidencial, houve um duelo ideológico.

A ideologia, na concepção de Istévan Mészáros, sempre é de classe. Há ideologias das classes dominantes e ideologias das classes dominadas. Um dos elementos fundamentais para

¹² O muro de Berlim foi um dos maiores símbolos da bipolaridade instalada após a Segunda Guerra Mundial. Foi erguido em 1961 para separar a Alemanha oriental – que aderiu ao modelo socialista encabeçado pela União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) – e Alemanha ocidental, que prevaleceu capitalista, sob a tutela dos Estados Unidos da América. A divisão bipolar mundial mostrava que o capitalismo e o futuro da sociedade liberal não estavam de modo algum assegurados (HOBBSAWM, 1994). A queda do muro de Berlim, em 9 de novembro de 1989, representava o fim dessa bipolaridade e a vitória do bloco capitalista sobre o bloco socialista.

entender o que o autor discute é o imperialismo contemporâneo. Perceber o quanto uma boa parcela daquilo que para nós parece natural e pode corresponder imediatamente ao real nada mais é do que o real de certa dominação. Nesse sentido, os discursos não são neutros, eles produzem sentidos, são carregados de ideias, de ideologias, de valores. “O que poderia ser mais objetivo e “isento de ideologia” que um dicionário, mesmo sendo um dicionário de sinônimos?” (MÉSZÁROS, 2004, p.57). Na verdade, nem tudo é como aparenta ser. É comum esperar que um dicionário ofereça apenas informações diretas, factuais e imparciais.

Mas, conforme apresenta Mézáros (2004), o dicionário eletrônico “*Word Finder*”¹³ oferece tantas características positivas para os termos “liberal” e “conservador” que as palavras “heroico” e “santo” parecem não aparecer por descuido. O mesmo não ocorre com o termo “revolucionário”, que recebe uma breve definição que o qualifica como recurso de atenção dos poderes judiciais e penitenciários. É caracterizado como: extremista, fanático, enfurecido, radical e ultra. Isso nos mostra que nada é isento de ideologia, nem mesmo o ato de copiar sinônimos para fabricar um dicionário. “A verdade, é que em nossas sociedades tudo está “impregnado de ideologia”, quer a percebamos quer não” (MÉSZÁROS, 2004, p. 58).

Além do mais, nas sociedades de cultura liberal conservadora, “o sistema ideológico estabelecido e dominante funciona de modo a apresentar – ou desvirtuar – suas próprias regras de seletividade, preconceito, discriminação, e até distorção sistemática como “normalidade”, “objetividade” e “imparcialidade científica”.” (MÉZÁROS, 2004, p. 58). O poder da ideologia dominante é indiscutivelmente gigante. Ela tem um arsenal político-cultural à sua disposição e sugere padrões e modelos a serem seguidos, endossando valores, práticas e consensos, tendo, assim, o poder de mistificação sobre o adversário. É nesse sentido que pensamos a articulação da campanha eleitoral de 1989. As elites brasileiras tinham infinitamente, a seu favor, as condições materiais e sociais simbólicas para dirigir o processo.

Para as ideologias críticas que tentam romper com a ordem vigente, o quadro é mais complicado, porque requer desbancar aqueles já acomodados em suas posições de comando. Esse era o desafio daqueles partidos que apresentavam propostas antiautocráticas na campanha presidencial de 1989 e teriam de desbancar as forças tradicionais reformadas que haviam se acomodado no poder. “A ideologia dominante tem uma grande vantagem na determinação do que pode ser considerado um critério legítimo de avaliação do conflito, já que controla efetivamente as instituições culturais e políticas da sociedade” (MÉSZÁROS,

¹³ “*Word Finder*” *Thesaurus*, fabricado pela Microlytics, Nova York (MÉSZÁROS, 2004).

2004, p. 59). As diversas formas de ideologias sociais implicam práticas de longo alcance, podendo influenciar as artes, a filosofia, as teorias sociais e muitos outros segmentos. É por isso que a ideologia dominante é poderosa.

A ideologia dominante do sistema social estabelecido se afirma fortemente em todos os níveis, do mais baixo ao mais refinado. De fato, há muitos modos pelos quais os diversos níveis do discurso ideológico se intercomunicam. Podemos lembrar neste contexto que alguns dos mais conhecidos intelectuais do pós-guerra declararam em seus livros e estudos acadêmicos que a “antiquada” distinção entre *esquerda* e *direita* políticas não tinham sentido nenhum em nossas sociedades “*avançadas*”. (MÉSZÁROS, 2004, p. 59).

Essa ideia de que os termos esquerda e direita política tornaram-se inapropriados para designar o contraste entre ideologias conflitantes foi abraçada pelos manipuladores da opinião pública e difundida pelas instituições culturais a serviço de algumas ideologias. A revista *Veja*, em 1989, publicou uma matéria a esse respeito: “Há pelo menos 30 anos que a política brasileira se alimenta de uma ideia – a de que seria possível eliminar o mais antigo conflito político dos regimes democráticos, aquele marcado pela concorrência entre direita e esquerda pela chefia do governo” (VEJA, 13 dez. 1989). Explicitava que essas duas noções estavam em desuso nos países mais avançados.

O fato de o conflito eleitoral de 1989 mostrar essa divisão entre esquerda e direita política fez com que alguns intelectuais, ou mesmo políticos, afirmassem que o Brasil não tinha jeito, estava fadado ao atraso:

Isto mostra que o “Brasil não toma jeito”, “é uma prova de que estamos fora do mundo” afirma o senador de direita, Roberto Campos do PDS. [...] Ronaldo Caiado, por exemplo, não se considera de direita, porque direita para ele é o nazismo – e ele não é nazista. Guilherme Afif Domingos, do PL, dizia que não pretendia levar o Brasil nem para direita nem para esquerda, mas para frente. No primeiro turno, o candidato Fernando Collor se lançou como concorrente do centro. Mais tarde, era de centro esquerda. Ao passar-se para o segundo turno, apresenta-se como social-democrata. (VEJA, 13 dez. 1989)

A questão brasileira, nesse período, é que a direita política não representava apenas um contraponto à esquerda. Ela havia sido contaminada pelas práticas dos governos anteriores. No entanto, a maioria dos políticos não se declarava de direita, porque ser de direita significava estabelecer algum tipo de vínculo com os figurões da ditadura militar, já em desuso. O termo “centro” político é usado por alguns intelectuais para designar alguns partidos ou organizações situadas no espectro ideológico, no centro do poder. Associado ao

termo “centro” estão “centro direita”, usado para se referir aos grupos mais conservadores, e “centro esquerda”, para designar os grupos mais progressistas.

A política da “nova direita” é originária da classe média burocrática e opera no sentido capitalista, secundarizando o papel do Estado, reduzindo as possibilidades de reformas e privatizando o setor de serviços, ou seja, a lógica é reduzir o Estado o máximo possível. A esquerda política, durante o século XX, manifestou-se em nome do trabalhador, mas “a nova esquerda” não fala mais em nome do trabalhador, o vê como parceiro, como competidor. “A nova esquerda é também constituída principalmente pela burocracia, mas tem ainda identidade suficiente para reconhecer-se a si mesma como tal e para partilhar de forma mais explícita o poder com a classe capitalista” (BRESSER-PEREIRA, 1999, p. 5).

Devido a essa rejeição às noções de direita e esquerda, tornou-se comum referir-se aos integrantes, ou representantes da direita, como “moderados”, e aos da esquerda como “extremistas”, “fanáticos”, “dogmáticos” e outras coisas do tipo (MÉSZÁROS, 2004). Essa noção de que a “esquerda” está relacionada aos extremismos, à radicalidade e também à violência foi apropriada por determinados partidos em 1989 e assimilada pela imprensa para desconstruir as propostas antiautocráticas de alguns candidatos. Nos termos definidos por Norberto Bobbio (1995, p. 30), as expressões “direita” e “esquerda” são empregadas para designar “o contraste entre as ideologias e os movimentos em que se divide o universo, eminentemente conflitual, do pensamento e das ações políticas”.

A ideologia dominante tem sempre grande vantagem na determinação dos critérios legítimos de avaliação dos conflitos. Ela pode usar e abusar da linguagem abertamente, já que os riscos de ser desmascarada publicamente são definitivamente muito reduzidos. Há uma relação de forças e dois pesos e duas medidas são aplicados ao debate, estabelecidos pelos defensores da ordem vigente. Por isso mesmo, os critérios aplicados à ordem dominante são radicalmente diferentes daqueles aplicados aos que são pensados como subordinados, ou como concorrentes ou opositores (MÉSZÁROS, 2004). Desse modo, “os defensores intelectuais do *status quo*” e guardiões “neutros” de sua ortodoxia ideológica podem falsear suas autoconfiantes declarações de fé em suas próprias ideias, combinados com ataques violentos a seus adversários [...]” (MÉSZÁROS, 2004, p. 60).

É certo que existem ideologias de várias naturezas, assim como também é certo que há uma ideologia dominante que se manifesta poderosa. Para Antônio Gramsci (1978), a ideologia não é um conjunto de ideias, como pretenderam alguns pensadores, tampouco é a falsa consciência, como defendeu Karl Marx e alguns de seus posteriores, e, embora o argumento central seja o econômico, também não se trata de economia. A ideologia é “uma

concepção de mundo que se manifesta implicitamente na arte, no direito, na atividade econômica, em todas as manifestações de vida individuais e coletivas” (GRAMSCI, 1978, p. 16). Para entender esse conceito em Gramsci é preciso considerar que as ideias têm história, que mesmo o termo ideologia historicamente adquiriu novos significados conforme cada geração ou de acordo com os movimentos sociais de cada época.

O autor distingue as ideologias entre historicamente orgânicas e ideologias arbitrárias, racionalistas, desejadas. “As ideologias têm uma validade que é validade “psicológica”: elas “organizam” as massas humanas, formam o terreno sobre o qual os homens se movimentam, adquirem consciência de sua posição, lutam, etc.” (GRAMSCI, 1978, p. 62). As ideologias orgânicas apresentam um discurso peculiar apropriado. São elas que organizam, mobilizam e direcionam as ações das classes sociais. “Na medida em que são “arbitrárias”, elas não criam senão movimentos individuais, polêmicas [...]” (GRAMSCI, 1978, p. 62). Dessa maneira, não existe discurso “neutro”, pois as ideologias se manifestam nas mais variadas formas nas diferentes sociedades. Ela está presente na ciência, na linguagem, nas crenças populares, no folclore, no senso comum e assim por diante. Pode exprimir-se em um nível menos elaborado ou mais elaborado de abstração filosófica. O nível mais elaborado aloja a ideologia crítica, capaz de superar os elementos de dominação (GRAMSCI, 1978).

Outro ponto que deve ser ressaltado é que as diversas instituições sociais se prestam à tarefa de elaborar e reproduzir as ideologias, bem como o Estado, que pode ser o principal mantenedor da ideologia dominante.

Pelo conjunto das organizações responsáveis pela elaboração ou difusão das ideologias, compreendendo o sistema escolar, as igrejas, os partidos políticos, os sindicatos, as organizações profissionais, a organização materializada da cultura (revistas, jornais, editoras, meios de comunicação de massas), etc., e a sociedade política como “estado no sentido estrito [...] formada pelo conjunto dos mecanismos através dos quais a classe dominante detém o monopólio legal da repressão e violência, e que se identifica com os aparelhos de coerção sob controle das burocracias executiva e policial-militar. (GRAMSCI, 1989, p. 87).

Para Gramsci (1989), há uma relação de forças na sociedade que é real, por isso, a ideologia também é real, ela se materializa e se concretiza no cotidiano social. O elemento central discutido pelo autor é a formação de novas consciências, capazes de perceber criticamente o conjunto de ideologias existentes e romper com a subordinação à ideologia dominante. Nesse sentido, a ideologia a ser superada é a burguesa. Sem reconhecer a “determinação das ideologias pela época como a consciência social prática das sociedades de classe, a estrutura interna permanece completamente ininteligível” (MÉSZÁROS, 2004, p.

67). Nesse sentido, ambos os autores concordam que a ideologia é uma forma específica de consciência social, que tem uma coragem material e é uma forma necessária de exigência social.

Mészáros (2004) define três posições ideológicas fundamentais e distintas entre si. A primeira forma apoia a ordem estabelecida e exalta o sistema vigente, manifestando uma postura acrítica. A segunda forma apresentada pelo autor é a posição crítica limitada, que se refere a uma crítica viciada pelas contradições sociais, ou melhor, pelas contradições da posição social dos sujeitos, ainda que seja historicamente mais evoluída é muito limitada. O terceiro tipo de ideologia contrapõe-se aos anteriores, questiona a sociedade de classe e propõe uma intervenção prática consciente para a superação dos antagonismos de classe. Pensa uma transcendência da sociedade para outro modelo social orientado no sentido de superar a sociedade de classe, e não apenas remodelá-la de um tipo de sociedade de classes para outro.

Na perspectiva de Mészáros (2004), o poder da ideologia afeta tanto os que aceitam a sua existência quanto os que a negam. Muitos indivíduos se identificam com a orientação ideológico-intelectual dominante, ainda que não tenham consciência disso. É que existe motivação por parte dos aparelhos de reprodução de tais ideologias, como a própria orientação do Estado burguês, que concentra o capital no campo cultural e determina a situação do setor editorial, ou as orientações didático-educacionais presentes nas escolas, incluindo os debates acadêmicos e as divulgações tendenciosas dos meios de comunicação. Tudo isso contribui para que os indivíduos assimilam as ideologias dominantes e reproduzam seus discursos de forma acrítica. Por isso, o ponto central de superação dessa condição é justamente ter consciência de que as ideologias dominantes existem e são pulverizadas cotidianamente. Só percebendo sua existência é possível dirigir críticas, refutá-las e pensar em formas de superá-las.

Canalizamos essa reflexão para pensar o embate ideológico encadeado na campanha presidencial de 1989, uma vez que o momento de transição política exigia reformas, inclusive, ou principalmente, nos métodos de repressão do Estado, que, em sua versão “democrática”, precisou abdicar do uso da força policial direta e pensar em mecanismos mais sutis de coerção social. Por isso a classe dominante investiu num gigantesco aparato de publicidade, capaz de formar consciências, ou melhor, deformar.

1.5 OPINIÃO PÚBLICA NACIONAL

A chamada Nova História Política produziu importantes estudos sobre a opinião pública. Segundo René Rémond (2003), o ser político passou a ser visto como um agente da mudança social. Isso se deu, sobretudo, a partir dos anos 1970, quando a História voltou a dar crédito aos assuntos políticos e os recursos tecnológicos, cada vez mais aprimorados, intensificaram esse processo. A pesquisa histórica utiliza novos conceitos e técnicas de pesquisas para estudar não apenas a ação do político, mas também do agente coletivo. Na análise de Becker (2003), a escola histórica que sucedeu o positivismo marginalizou, por aproximadamente meio século, o estudo relacionado à opinião pública. Durante muito tempo, essa história só “teve direito a um aceno de chapéu polido e distraído dos que passavam” (BECKER, 2003, p. 185).

Sobre esse descrédito dos historiadores sobre a história política, comenta Becker (2003, p. 185-186):

[...] avancemos na hipótese de que a história da opinião pública foi atingida pelo descrédito que fez confundir – com uma certa má vontade – a política com a sucessão dos ministérios, ou fez crer, para retomar as palavras de Stantey Hoffmam, que a história política não passava da história da classe política e tendia a ser apenas a das “intrigas” e dos “conflitos” “de algumas centenas de homens que jantavam em Paris”.

A história política não se limita aos conflitos da classe política, mas sim à relação desta com o público: “a atitude, o comportamento dos homens confrontados com os acontecimentos” (BECKER, 2003, p. 185). O autor reporta-se ao historiador positivista Charles Seignobos¹⁴, lembrando que este, ao dirigir estudos sobre a questão do Panamá, dedicou parte de sua escrita a entender a opinião pública. Isso significa dizer que esse tipo de estudo não é recente. No entanto, houve certo desprezo, das primeiras gerações da Escola dos Annales, à história política.

A Escola dos Annales ergue-se confrontando a escola positivista, “desvia a atenção da vida política para a atividade econômica, a organização social e a psicologia coletiva, esforça-se por aproximar a história das ciências sociais” (BOUDÉ; MARTIN, 2012, p. 115). Essa corrente de pensamento apresenta certo desprezo ao acontecimento e insiste na longa duração,

¹⁴ Becker (2003, p. 185) recorre ao historiador positivista Charles Seignobos, afirmando que ele, em algumas de suas pesquisas, levantou problemas fundamentais quanto à maneira como os acontecimentos agem sobre a opinião pública e sobre como esta age sobre os acontecimentos, valorizando, assim, o estudo sobre a opinião pública.

no estudo das estruturas. Em consequência dessa convicção de que não existia história fora das estruturas, esqueceram que “a opinião pública procede em grande medida das estruturas mentais” (BECKER, 2003, p. 186). Contudo, a história é marcada por continuidades e descontinuidades, e, a partir dos anos 70 do século XX, surge uma nova história com amplo domínio. Ampliam-se os “espaços para o desenvolvimento de trabalhos historiográficos em muitos campos” (BARROS, 2012, p. 354). A Nova História Política, a História das Mentalidades e do Imaginário correspondem a alguns desses campos.

O estudo da opinião pública tem por finalidade identificar a atitude e o comportamento dos homens confrontados aos acontecimentos. Ademais, busca “apreender comportamentos e atitudes da população em sua massa, o que lhe permite consequentemente ser desmistificante” (BECKER, 2003, p. 186). A sua capacidade reveladora dos comportamentos humanos permite romper os invólucros que revestem a história, mas eis o grande desafio: definir o que de fato é a opinião pública.

Entendemos que a opinião pública corresponde ao conjunto de ideias partilhadas pelos agentes sociais. Porém, essa definição é simplista. Para Becker (2003, p. 187), “a primeira dificuldade desta história é, portanto, dizer o que é a opinião pública”. Do ponto de vista desse autor, a opinião pública corresponde ao conjunto de ideias partilhadas pelos agentes sociais, ou seja, um composto de opiniões. Ainda, pode ser a opinião, a atitude, a decisão de um considerável número de pessoas sobre um mesmo acontecimento público. Trata-se de um número de pessoas cujas opiniões convergem.

Nas sociedades em que prevalece a liberdade de imprensa, os periódicos permitem uma abordagem da opinião pública, visto que a imprensa é uma produtora essencial de informações diversas, “ela noticia reuniões políticas, o número de participantes, traz relatos de manifestações ou greves, para citar apenas as informações mais simples e diretas” (BECKER, 2003, p. 197).

Há teóricos que discordam da existência da opinião pública. Pierre Bourdieu é um deles, utilizando três argumentos específicos para justificar essa inexistência. Primeiro, ele considera errônea a hipótese de que a produção de opinião esteja ao alcance de todo e qualquer indivíduo. Segundo, para ele, nem todas as opiniões têm o mesmo valor. Por último, ele desconfia de que, num caso de investigação mais detalhada da opinião pública, nem todas as pessoas pesquisadas se interessam pelo assunto em questão. Portanto, não seria possível existir uma opinião pública.

No entanto, discordamos desse autor. Acreditamos que a opinião pública existe e é sim possível de ser formada em determinadas situações. Não especificamente por qualquer sujeito,

mas por sujeitos ou instituições que dominam as estratégias de linguagem. É nesse sentido que tomamos por referência uma revista de circulação nacional no Brasil: a revista *Veja*. Esse periódico que, em fins dos anos 1980, apresentava uma tiragem de 800 mil exemplares vendidos por semana (CONTI, 1999), rodava pelos cantos mais remotos do Brasil. Embora tivesse sede em São Paulo, havia sucursais espalhadas pelas várias regiões brasileiras, como, por exemplo, a *Veja* de Brasília-DF e de Recife-PE.

Esse periódico do gênero reportagem, em 1989, era publicado (ainda é) semanalmente e, apesar de pretender-se imparcial ao noticiar os acontecimentos nacionais e internacionais, era completamente partidário e tendencioso. Por isso, não apenas noticiava os fatos e eventos, mas emitia opinião, fazia juízo de valor e tinha a pretensão de educar o leitor. Nesse sentido, esse material jornalístico era formador de opinião e isso é perceptível quando analisamos a sua atuação na campanha eleitoral de 1989. Em que pese todo o desfecho político das eleições presidenciais de 1989, a atuação da revista *Veja* foi significativa. Os holofotes da imprensa monopolizada do qual ela fazia parte falaram a mesma língua e se esforçaram para influenciar nas decisões das urnas que elegeria o novo Presidente do país naquele ano.

O público leitor da *Veja* era, no dizer de Carla Luciana Silva (2009), a burguesia. Grosso modo, a *Veja* era destinada aos ricos, ao patrão, ao empresariado brasileiro, mas isso não significa que eles eram exclusivamente seus leitores. Da casa do patrão, a *Veja* ia para as empresas, para os consultórios médicos e odontológicos, para os escritórios e farmácias e outros muitos espaços em que ficava disponível para a leitura daqueles que não a assinavam e não a compravam nas bancas. E, além do leitor direto havia o leitor indireto, que seria aquele que, embora não lesse a revista, tinha contato com o seu conteúdo por aqueles que liam e reproduziam algumas ideias e informações contidas. É claro que não dá para precisar a dimensão desse efeito polifônico e é possível ainda que, em algumas situações, o efeito tenha sido inverso. Exemplo: o empregado pode considerar o patrão incoerente o suficiente para rejeitar suas formulações. Nesse sentido, o funcionário não retransmitiria as ideias do patrão, mas é certo que muitas pessoas reproduzem ideias que ouvem de outros, e isso gera uma espécie de polifonia.

Becker (2003, p. 188) dialoga com Bauer sobre dois tipos de opinião pública: a opinião pública “estática” e a “dinâmica”, estando a primeira relacionada aos costumes, aos hábitos, aos usos, aos resultados das tradições, “das estruturas da sociedade, da formação moral e intelectual que as crianças receberam e, antes delas, aqueles que as educaram, constituindo o todo, de alguma maneira uma ideologia, o sistema de ideias, próprio de uma época, num determinado país”. Ainda, ela viria a ser reconhecida como história das

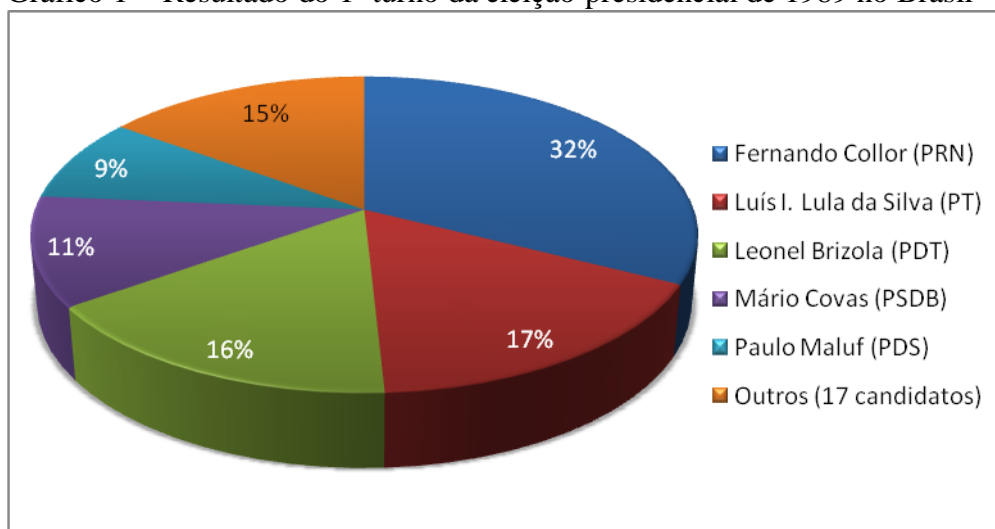
mentalidades. Já a opinião pública dinâmica seria a “reação da opinião diante do acontecimento” (BECKER, 2003, p. 188). A opinião estática estaria inscrita no tempo longo e a segunda no tempo curto.

Para Becker (2003), essas ideias são discutíveis, visto que as ações dos grupos nos diferentes momentos prestam contas do meio mental em que estão inseridas. Desse modo, “não existem limites visíveis e claros entre a história das mentalidades e a da opinião pública, o andamento das duas é o mesmo: um vai e vem constante do coletivo ao pessoal” (BECKER, 2003, p. 188). Nesse sentido, estamos de acordo com o autor: é imprudente tipificar a opinião pública, pois ela é o resultado de um movimento complexo entre o estado das mentalidades e o contexto do acontecimento, uma energia que não permite estabelecer tipos de atitudes para tipos de acontecimentos. É certo: “afirmar que a opinião pública desempenha seu papel no processo histórico é uma coisa, mostrá-lo é mais difícil” (BECKER, 2003, p. 203).

Incorrem-nos os seguintes questionamentos: a opinião pública é una ou plural? Ela é apenas resultado de uma fabricação? Historiadores e sociólogos divergem ao tentar explicar essas questões, uma vez que eles descartam a diversidade de opiniões públicas, defendendo a existência de uma opinião generalizada. Para alguns sociólogos, a opinião pública tem como vocação ser dominante e pouco importam os julgamentos diferentes, pois, em determinado país e em determinado momento, pode existir uma pluralidade de opiniões, mas só há uma opinião pública, a dominante. Ao contrário, muitos historiadores defendem o predomínio de várias opiniões, seguidas em várias tendências (BECKER, 2003).

De acordo com Becker (2003), existem algumas formulações perigosas: “a opinião pública pensa isto deseja aquilo etc.”. Inclusive o uso dessas expressões no singular, pelos políticos, “esconde sobretudo uma vontade de dissimular as próprias escolhas por trás daquelas tomadas de empréstimo da opinião pública” (BECKER, 2003, p. 190). Assim sendo, é reducionismo acreditar que tenham existido situações em que prevaleceu uma única tendência. Tomemos como exemplo a Campanha Presidencial ocorrida em 1989. Conforme os dados do Gráfico 1, no primeiro turno eleitoral as opiniões estavam divididas.

Gráfico 1 – Resultado do 1º turno da eleição presidencial de 1989 no Brasil



Organização: Fernanda Soares Borges Perinelli (2015).

No primeiro turno eleitoral da campanha presidencial de 1989, disputavam a Presidência da República vinte e dois candidatos. Seriam vinte e três se o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) não tivesse impugnado a candidatura de Silvío Santos por considerá-lo inelegível devido ao fato de ser proprietário de uma empresa de comunicação de transmissão nacional. Havia, também, um impedimento devido à filiação partidária. Ao observar o Gráfico 1 percebemos que, no primeiro turno eleitoral, as opiniões estavam divididas. Dos vinte e dois candidatos, cinco foram mais votados.

Fernando Collor, candidato pelo Partido da Renovação Nacional (PRN), obteve, nesse primeiro turno, a maioria dos votos válidos, seguido por Luis Inácio Lula da Silva, candidato do Partido dos Trabalhadores (PT), que, curiosamente, superou Leonel Brizola, do Partido Democrático Trabalhista (PDT), com uma diferença de votos de apenas 1%. Não fosse esse 1% favorável a Lula, os rumos da campanha eleitoral no segundo turno tomariam outra direção: seria o “confronto do apelo messiânico (Collor) ao apelo populista (Brizola)” (OLIVEIRA, 1992, p. 25). Com expressão menor de votos segue Mario Covas, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e Paulo Maluf, candidato pelo Partido Democrático Social (PDS). Os outros dezessete candidatos somaram 15% dos votos válidos.

Havia uma pluralidade de opiniões, mas 32% dos eleitores votaram em Fernando Collor no primeiro turno, e embora isso não tenha sido suficiente para elegê-lo presidente, mostrou que um número considerável de brasileiros conferiu-lhe a posição de candidato mais votado naquelas eleições e garantiu-lhe uma vaga no segundo turno eleitoral. No entanto, a diversidade de opiniões definiu os quadros eleitorais naquele momento. Collor não obteve os

50% dos votos válidos necessários para ser eleito justamente porque as opiniões estavam divididas.

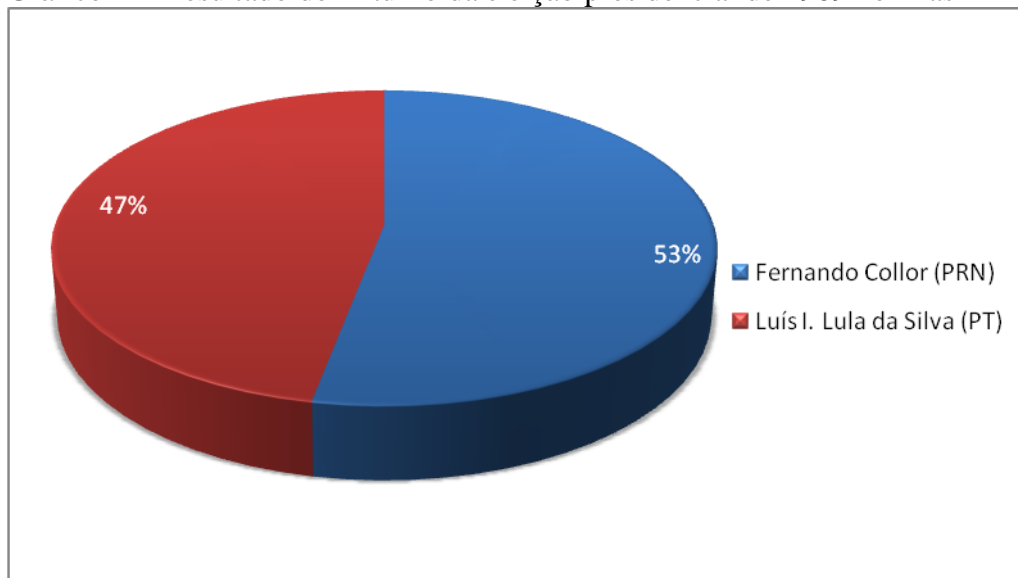
Existiam, de fato, vinte e dois candidatos, mas, destes, a revista *Veja* dera preferência a propagar prioritariamente um. Guzzo, diretor de redação da Revista *Veja* em 1989, não se envolvia na apuração das reportagens e tampouco apresentava predileção política, contudo, “abriria exceção para Fernando Collor em 1989, porque o considerava a única alternativa a Lula e Brizola” (CONTI, 1999, p. 373). Muitas capas da Revista, naquele ano, estampariam a foto de Collor. Roberto Marinho, diretor das organizações Globo, também o adotou como candidato preferido: “Ante o ascenso de Collor nas pesquisas, Roberto Marinho se alegrou moderadamente. Considerava-o melhor que o desastre – Lula ou Brizola ganharem” (CONTI, 1999, p. 165). De fato, para obter os 32% dos votos no primeiro turno eleitoral, Collor contou com o apoio da mídia nacional. Isso é um fator relevante, dado que os meios de comunicação possibilitam a formação de uma opinião pública majoritária. Essa propaganda articulada pró-Collor teria sido fundamental para formar uma opinião pública majoritária favorável a ele.

O segundo turno já estava definido. Seria disputado por Collor e Lula. Uma espécie de guerra de classes, expressa nas configurações que surgiram em torno dos dois primeiros candidatos no primeiro turno: “Foi em primeiro lugar o enfrentamento de dois candidatos de raízes sociais e políticas diametralmente opostas que transformou o segundo turno numa luta de classes eleitoralmente codificadas” (OLIVEIRA, 1992, p. 17). Collor, um candidato “bem nascido”, filho de oligarquia nordestina, consolidada há décadas, pertencente à classe dominante e membro das novas burguesias do nordeste contra outro candidato, que curiosamente também era nordestino. Lula era um retirante nordestino, que havia migrado de Pernambuco para São Paulo. Membro das novas classes operárias do ABC paulista, fundara e era o principal líder do Partido dos Trabalhadores: Lula, a besta-fera das burguesias brasileiras e de todo o círculo empresarial burocrático (OLIVEIRA, 1992).

Embora no segundo turno eleitoral a maioria dos brasileiros tenha votado em Collor, fazendo dele o Presidente da República, uma parcela considerável da população atribuiu seu voto ao candidato adversário. Isso confirma que não houve uma opinião pública totalizante conferindo apoio geral a Collor. Não houve consenso, e nem poderia. Entretanto, a maioria, em decorrência dos meios, o elegeu. Segundo Oliveira (1992), as burguesias brasileiras e demais forças interessadas transformaram o apoio dispensado a Fernando Collor em aparato publicitário. Ainda assim, às vésperas da eleição para o segundo turno, a vitória de Collor não era certa. As opiniões continuavam divididas, Lula crescia espantosamente nas pesquisas quase por energia própria. Oliveira (1992) lembra que havia um bloco político social

completamente heterogêneo, que usou todos os recursos para evitar a derrota de Collor. Vejamos o Gráfico 2:

Gráfico 2 – Resultado do 2º turno da eleição presidencial de 1989 no Brasil



Organização: Fernanda Soares Borges Perinelli (2015).

Conforme podemos observar, a diferença de votos no segundo turno eleitoral foi de aproximadamente 6%, uma pequena diferença, apesar do esforço da mídia e de todos os setores interessados em eleger Collor. Contudo, é necessário ressaltar que o fato dos veículos de comunicação nacional terem influenciado a favor de Collor sem dúvida fez a diferença, pois as propagandas foram bem articuladas. Nessa eleição de Collor podemos concordar com Becker (2003) quando este afirma que a opinião pública majoritária pode ser fabricada.

A opinião pública pode sim ser fabricada e Becker (2003) analisa essa situação por meio da manipulação ou do condicionamento. No estudo que aqui se apresenta, importa-nos diferenciar esses dois elementos:

Pode se definir a manipulação como a tentativa de provocar de maneira artificial uma reação da opinião pública, divulgando uma notícia falsa, organizando um atentado. Para dizer a verdade, não é muito fácil determinar a eficácia das manipulações da opinião pública. (BECKER, 2003, p. 192).

A opinião pública não é precisamente moldável e passiva a todos os domínios. Uma manipulação só tem chance de ser bem-sucedida quando acompanha as tendências profundas da opinião pública. Já o condicionamento deve ser analisado em dois níveis: curto e longo prazo. O primeiro pode ser visto como o resultado da propaganda consciente e organizada; o condicionamento em longo prazo está relacionado às práticas culturais assimiladas e

materializadas nas sociedades, sobretudo pela força das circunstâncias políticas. Refere-se à assimilação e à difusão de hábitos e práticas por várias gerações subseqüentes. Na verdade, Becker (2003) deixa claro que a história da opinião pública procede, na maioria das vezes, das estruturas mentais. Pela duração e pela relação de domínio estabelecida o condicionamento apresenta uma complexidade maior.

O condicionamento, segundo Becker (2003, p. 193), pode ser considerado “infinidamente mais importante”, já que, com relação à opinião pública, evidencia a aceitação e a adesão dos sujeitos a determinados projetos políticos, convencidos pela propaganda. O condicionamento em longo prazo merece um estudo tão aprofundado quanto o em curto prazo, pois ambos evidenciam a sustentação de convicções ideológicas por um determinado período, provocando uma degradação da opinião pública.

O condicionamento sugere uma plasticidade que leva as pessoas a se habituarem a determinadas situações e a aceitá-las por longos tempos sem questionar. Obviamente que esses aspectos de dominação não atingem toda a multidão, mas é possível formar opiniões e, assim, influenciar uma maioria determinante no processo. A opinião pública tem o poder de tornar possível ou não a política de seus representantes, por isso ela é tão fundamental aos políticos. Assim, num estado livre, os candidatos disputam e divulgam as propostas que satisfazem o eleitorado, no intuito de arraigar uma maioria capaz de elegê-los.

Nesse sentido, percebemos que a mídia hegemônica, financiada pelo capital monopolista, converteu-se numa gigantesca máquina propagandística. As imagens, os símbolos, os discursos, as notícias eram preparadas para seduzir o eleitorado. Acreditamos então, pela natureza do evento, que não se enquadra especificamente ao condicionamento de longo prazo, mas sim a uma espécie de manipulação que pode ter resultado num condicionamento de curto prazo. Grande parte do eleitorado foi convencido pela imprensa a atribuir seu voto a Fernando Collor de Mello.

A estratégia adotada por Fernando Collor de Mello, seus assessores e seus propagadores foi justamente mapear o eleitorado e estudar a sensibilidade coletiva daquele momento. A partir dos anseios da sociedade vigente, construíram um discurso destinado a ir ao seu encontro. A campanha de Collor foi muito bem arquitetada e as condições políticas foram favoráveis à construção do mito do “salvador da república”, considerando que os últimos vinte e cinco anos que antecederam 1989 foram politicamente densos: ditadura, redemocratização e corrupção. O eleitor estava fragilizado, decepcionado com os desfechos da política republicana brasileira (MARRA, 1999).

Nesse sentido, o condicionamento da opinião pública se deu pela construção de um discurso capaz de incorporar as tendências do que o público ansiava. “Assiste-se muitas vezes a discursos que vão de encontro à mentalidade majoritária” e pouco importa, politicamente, para os emissores, que “exista uma maioria hostil, se essa hostilidade não chegar ao fanatismo. Inversamente, minorias atenuantes podem influir mais no acontecimento que maiorias silenciosas” (BECKER, 2003, p. 191). O equilíbrio entre os interesses do candidato Collor de Mello, os da grande imprensa nacional e os interesses dos mais poderosos empresários brasileiros foram suficientes para que se produzisse, em 1989, um espetáculo político em que figuraram muitos fanáticos, e a revista *Veja* ajudou a pavimentar o caminho do “salvador”.

2 A REVISTA VEJA E FERNANDO COLLOR DE MELLO: UMA ANÁLISE HISTORIOGRÁFICA DA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 1989

[...] a notícia é apresentada de forma mínima, rápida e, frequentemente, inexata e, de outro lado, deu-se a passagem gradual do jornal como órgão de notícias a órgão de opinião, ou seja, os jornalistas comentam e interpretam as notícias, opinando sobre elas. Gradualmente desaparece a figura essencial do jornalismo: o jornalismo investigativo, que cede lugar ao jornalismo assertivo ou opinativo.

(CHAUÍ, 2006, p. 12)

2.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

No que tange à imprensa, concentramo-nos no estudo da revista *Veja*. Buscamos identificar quais são os sujeitos históricos, políticos e sociais que dão corpo a esse periódico, quais interesses a revista representa e a quem ela serve. Percebemos que assumiu partido político na campanha eleitoral de 1989, favorecendo o projeto político de Fernando Collor de Mello, pois ela própria já tinha um projeto político e apoiou a candidatura de Collor porque as propostas do candidato coadunaram com isso. Na realidade, as elites brasileiras também desconfiavam de Collor, mas, no tocante à campanha, ele se tornou o preferido, por mostrar ser o mais capacitado para derrotar os candidatos de esquerda. Nesse sentido, a revista *Veja* tendenciosamente favoreceu Collor quando percebeu que ele estava crescendo nas pesquisas e apresentava condições de impedir que candidatos com propostas antiautocráticas avançassem a ponto de ocupar a presidência da República.

Para somar a esta discussão, analisamos como o tema proposto foi interpretado na historiografia brasileira. Alguns especialistas em história política do Brasil contemporâneo dirigiram uma análise sobre os eventos políticos do final da década de 1980. O histórico político desse período ilustra o personagem Fernando Collor de Mello. Vários pesquisadores, entre eles historiadores, jornalistas e cientistas sociais trataram desse assunto, e neste capítulo nos propomos a dialogar com alguns deles.

2.2 VEJA, A IMPRENSA BURGUESA

O lançamento da revista *Veja*, em setembro de 1969, acompanhou uma tendência mundial do mercado de revistas: a circulação das revistas de consumo e especializadas. A

primeira trata-se de uma modalidade “destinada ao grande público, são vendidas em bancas, outros pontos de varejo e por assinaturas” (CORRÊA, 2008, p. 208). As revistas especializadas tratam de temas de interesse específico de alguns segmentos profissionais. Constatase, analisando a história da imprensa brasileira, que até a década de 1950 esse mercado ainda era relativamente pobre no Brasil.

Historicamente, a imprensa nasceu com o capitalismo e acompanhou os seus avanços. Aqui, esse processo assinala traços peculiares, diretamente ligados aos aspectos que a sociedade capitalista apresentou. A história da imprensa brasileira confunde-se com a própria história do desenvolvimento da sociedade capitalista. Verifica-se, ao longo desse processo, o controle dos meios de difusão de ideias e de informações, configurando uma luta em que estão inseridas pessoas de diversas situações políticas, culturais ou sociais. Há, ainda, uma característica elementar: a influência que a imprensa passou a exercer sobre o comportamento das pessoas e da sociedade de forma abrangente (SODRÉ, 1998).

Esse vínculo entre imprensa e sociedade capitalista também pode ser identificado pelos desdobramentos do referido controle a uma tendência à unidade, à homogeneidade e à universalidade. “Em que pese tudo o que depende de barreiras nacionais, de barreiras linguísticas e barreiras culturais, como a imprensa tem sido governada”, em consonância com as regras da sociedade capitalista, “particularmente em suas técnicas de produção de circulação – tudo conduz a universalização dos valores éticos e culturais, como da padronização e do comportamento” (SODRÉ, 1998, p. 1). Verifica-se um paralelo entre o progresso dos meios de comunicações, transportes e as inovações nas técnicas de produção na imprensa, considerando que a grande imprensa lida com a problemática do volume e da circulação das informações, ou, como quer Sodré (1998), a abrangência geográfica das notícias possibilita a doutrinação da sociedade.

Nas sociedades contemporâneas, a informação é tida como produto valioso. Significa dizer que são os meios que vendem a informação e quem domina a informação detém o poder. Justifica-se, então, a grande imprensa nacional ter sido apropriada pela ordem capitalista, convertendo-se em grandes empresas e formando oligopólios para manter o *status quo*.¹⁵ Nos momentos de crises nacionais e na possibilidade de manifestações que ameaçassem a ordem vigente ou o “estado das coisas”, os pronunciamentos militares costumavam surgir no Brasil, destinados a reestabelecer a “paz social” (SODRÉ, 1998). Na nova política importada isso não precisa acontecer, mas pode. Ainda hoje, os acontecimentos políticos dos últimos anos o

¹⁵ *Status quo*: expressão em latim usada para referir-se ao estado das coisas, à situação vigente.

confirmam. Os militares, que tanto têm servido a ordem burguesa no Brasil, continuam à disposição, em prontidão para os momentos em que o uso da força é requerido para manter a dominação.

Em razão disso, a sociedade tem mostrado certa aversão aos pronunciamentos militares e, por outro lado, menos reflexiva às operações midiáticas. As mudanças ocorridas estão correlacionadas à função da imprensa, ao fato de que a dominação se exerce dispensando o uso da força, pelo exercício da propaganda e do convencimento. Muito mudou na imprensa brasileira da década de 1950 ao período estudado e mesmo aos dias atuais. Conforme Sodré (1998), a grande imprensa que, em fase artesanal, ou já em escala industrial, mas em outros tempos, adotava uma postura reflexiva frente à realidade brasileira, foi escamoteada pelo capital. Na atualidade, opera uma tarefa hábil: “a de deformar a realidade, ou de escondê-la” (SODRÉ, 1998, p. 1).

As informações não são manipuladas sempre pela imprensa, se assim o fosse o fenômeno seria autodestruidor. Em contrapartida, também não é um acontecimento raro. Em ambos os casos os efeitos seriam nulos. A imprensa brasileira impõe tendências e padrões por apresentar credibilidade e idoneidade. Caso contrário, os grandes periódicos não teriam relevância política. O evento Collor pode ser relacionado, mais precisamente, a dois padrões específicos de manipulação: a inversão da opinião pela informação e o padrão de indução. No primeiro caso, os meios de comunicação transmitem, além da informação, uma opinião, agregando ideias e valores no intuito de construir outro padrão, como a indução. Nesse caso, a informação omite a verdade, criando uma nova realidade: “o leitor é induzido a ver o mundo não como ele é, mas sim como querem que o veja” (ABRAMO, 2009, p. 33).

Todos os grandes jornais prestaram-se a apoiar o projeto neoliberal de Fernando Collor em 1989 e, com ou sem Collor, na década de 1990 continuaram a apoiar o neoliberalismo ou o Estado neoliberal. A grande imprensa em raros momentos apresentou-se como oposição à ordem vigente. Usamos a expressão grande imprensa referindo-nos à imprensa monopolizada que se pretende nacional, a TV, o rádio, as revistas e os jornais impressos. Obviamente, eles não são os únicos meios de comunicação social. Há inúmeros outros jornais de abrangência menor e que não acendem no campo da imprensa nacional, porque existe uma concentração de forças nos grandes veículos, que, na verdade, são grandes empresas.

As mudanças em processo mostram que os avanços no campo da comunicação permitiram o surgimento de outros meios, que hoje competem com a imprensa, especialmente as redes de comunicações, virtuais que conciliam som, imagem e instantaneidade. Esses

meios têm ocupado espaços que a imprensa jamais ocupou em nosso país. Há de se considerar que, em pleno século XXI, os veículos impressos não são de uso habitual da maioria dos brasileiros, como também não o eram na década de 1980. O acesso à mídia impressa sempre foi limitado no Brasil. A revista *Veja*, por si só, não projetaria Collor, mas agiu em conjunto com outros meios. Ela, bem como a maioria das empresas jornalísticas de circulação nacional, fez um pacto pró-Collor em 1989. Conforme Gramsci (2001), “as revistas e jornais são meios de organizar e difundir determinados tipos de cultura”, e a cultura não é construída isoladamente, manifesta-se na ação coletiva e está diretamente vinculada aos aspectos políticos, econômicos e sociais.

Na década de 1980, a *Veja* já liderava o mercado das revistas semanais de informação no Brasil e logo “[t]ornou-se a quarta revista semanal de informação do mundo, a única fora dos Estados Unidos, atrás somente da *Time*, *Newsweek* e *US Word and News Report*” (MARTINS; LUCA, 2008), com um diferencial, nos Estados Unidos, as semanais não são as maiores revistas do mercado. Ao que parece, isso é exclusividade do Brasil. Esse é o único país da América e, ao que tudo indica, do mundo, onde a semanal de informações é a maior revista do mercado, mas nem sempre foi assim.

A revista *Veja* foi fundada pela Editora Abril¹⁶ durante a ditadura militar, em 11 de setembro de 1968, semanas antes dos militares instituírem o AI-5.¹⁷ A preparação para o lançamento e os altos investimentos na campanha de publicidade que anunciava a chegada da revista mostram que a editora Abril esperava seu sucesso imediato, o que não aconteceu. A primeira edição vendeu setecentos mil exemplares, mas os números foram caindo nas demais edições, até chegar a menos de 100 mil. “A expectativa gerada por uma revista que falava em ver (apesar do *e leia* pequenininho embaixo do *Veja*) fez com que a revista aguardada por quem comprou o primeiro número fosse um enorme desapontamento” (MARTINS; LUCA, 2008, p. 218).

¹⁶ A história da Editora Abril se iniciou na década de 1950, com o lançamento de dois sucessos imediatos de venda: o *Pato Donald*, em 1950, e a *Capricho*, em 1952. A primeira surgiu porque Cesar Civita, irmão de Vitor Civita, negociou com a Disney os direitos de publicação dessa revista em quadrinhos estadunidense, tanto no Brasil quanto na Argentina. Com essa revista nascia a empresa editorial que, em poucos anos, dominaria o mercado das revistas de consumo. A segunda foi lançada estrategicamente para atender a um público feminino, que estava fascinado pelas fotonovelas. Para fundar a Abril, Victor visitou as principais revistas de São Paulo. Decidido, ouviu que a capital federal era o melhor lugar para sediar qualquer atividade ligada às comunicações. Lá estavam os políticos, a sede do governo, os artistas e jornalistas. Victor pesou isso, mas optou por São Paulo. Para ele, era na capital paulistana que estava concentrado o dinheiro. Enquanto a editora crescia, Roberto Civita, filho de Vitor, se formava nos Estados Unidos em economia e jornalismo. Seria ele a pensar o audacioso projeto da revista *Veja* (MARTINS; LUCA, 2008).

¹⁷ Ato Institucional nº 5, baixado em 13 de dezembro de 1968, durante o governo do general Costa e Silva, o mais repressivo ato institucional sancionado durante a ditadura militar. Institucionaliza entre outras formas de repressão e a censura aos meios de comunicação (AQUINO, 1999).

A revista era cheia de textos, não tinha muitas páginas ilustradas e coloridas. Para o leitor que não conhecia o gênero, ela era densa, carregada de informações, com muito texto para ler. Mino Carta¹⁸, contratado como diretor de redação, discordava do nome proposto por Victor Civita: “*Veja* seria um bom título para uma revista concorrente da *Manchete*, mas não era um bom título para uma revista semanal de informação que era mais para ler do que para ver. Acreditava Mino” (ALMEIDA, 2008, p. 36).

A revista era algo novo para os padrões brasileiros, mas o público leitor não recebeu bem a novidade, tendo sido projetada vislumbrando um enorme sucesso. No entanto, houve um grande fracasso. Não fosse o esforço de Roberto Civita, a revista teria circulado por pouco tempo, porém, ele persistia todas as vezes que Victor propunha, em reunião, o fechamento da revista. “Vitor Civita perguntava: “quando fechamos” e Roberto Civita convencia o pai: “Me dá mais três meses”” (MARTINS; LUCA, 2008, p. 220). A cada três meses havia uma reunião e o diálogo era semelhante. Assim, a revista sobreviveu no vermelho os primeiros seis anos, tempo que precisou para se adaptar às tendências do mercado brasileiro.

Alguns esforços foram necessários para o sucesso futuro. O mais importante foi a iniciativa de criar uma carteira de assinantes. Inspirada nas revistas estadunidenses, em 1971 a Abril montou um departamento para buscar assinaturas. Foi a grande cartada, pois, sem as assinaturas, possivelmente a revista teria fechado. Roberto Civita acertou na decisão. “Mais de 80% das vendas da *Veja* – e isto acontece há muitos anos – é feita por assinaturas. Em 2008 as vendas por assinaturas chegaram a um milhão de exemplares, mais cerca de cento e oitenta mil em bancas” (MARTINS; LUCA, 2008, p. 221).

Outra mudança significativa foi a reforma editorial, com destaque para a cobertura política. “*Veja* descobriu seu caráter com a cobertura política. Buscaria o furo, teria de ser corajosa e independente. Daria o sentido dos acontecimentos e, com isso, encontrou a fórmula de revista semanal de informação” (ALMEIDA, 2008, p. 51). Nesse cenário de mudanças, algumas pessoas foram fundamentais. José Roberto Guzzo, que editava a página de

¹⁸ Mino Carta: Genovês, começou no jornalismo aos 16 anos de idade, escrevendo artigos sobre a Copa do Mundo de 1950 para um jornal italiano, chamado o *Il Messaggero*. Filho do jornalista Giannino Carta, que foi editor da página internacional do jornal O Estado de São Paulo, no Brasil, onde passou a morar. Mesmo com a família morando no Brasil, Mino voltou para a Europa. Lá estudou, começou carreira jornalística e despontou. Voltou para o Brasil em 1960, a convite de Vitor Civita, para dirigir a redação da revista Quatro Rodas. Em 1964, trocou a Abril pelo grupo Estado. Victor o procurou de novo ao final de 1967, para apresentar-lhe o projeto da *Veja*. Voluntarioso, impôs suas condições para aceitar a função de diretor de redação. Disse que não aceitaria discutir pauta com Victor e Roberto, donos da revista. Roberto concordou que, como diretor, ele deveria ter independência, mas não autonomia editorial. Chegaram a um acordo e Mino abraçou o projeto. Viajou com Roberto Civita para a Europa e Estados Unidos, visitando e conhecendo inovadas editoras de revistas semanais. Ajudou a selecionar e a preparar o corpo técnico que trabalharia na *Veja*, onde permaneceu como diretor da redação até 1976. Por desavenças com os Civitas, deixou o grupo Abril (ALMEIDA, 2009).

internacional, seria um deles. Ele recebia, lia e reeditava as matérias que recebia de veículos internacionais. Raimundo Rodrigues Pereira também se destacou, editando a página de Ciência e redigindo os fascículos que tratavam da chegada do homem à lua, que interessava muito ao leitor. As demais alterações resultaram dessa virada jornalística (ALMEIDA, 2008). Aos poucos a *Veja* foi ganhando importância para o leitor e adquirindo significância nacional.

O profissionalismo e a experiência de Mino Carta foram fundamentais nos anos iniciais da revista, tendo ele criado uma importante escola de jornalismo:

Paulo Totti conta que, quando Mino carta passava perto de alguém que estava redigindo a matéria, ele olhava para o chão e se não tinha papel amassado, nem no cesto de lixo, batia no ombro da pessoa e dizia: refaz o *lead*. Ele nem lia a matéria. “ele achava que ninguém – e isso é verdade – é feliz no primeiro *lead*, sempre o início tem que dar uma mexida, uma mudada. (ALMEIDA, 2008, p. 73).

Mino persistia na melhoria da qualidade jornalística e ajudou a formar a equipe que trabalhou na *Veja* e a adequar a revista à realidade brasileira. Primava pela seriedade jornalística e pelo profissionalismo, defendendo que a revista precisava ter autonomia e ser independente. Enquanto atuou como diretor de redação, de 1969 a 1976, a revista incomodou o governo. Como o contexto político era de ditadura militar, os meios de comunicação que se opunham ao regime ditatorial eram vistos pelos militares como agentes a serviço de grupos comunistas. Muitos jornais fecharam, jornalistas e repórteres foram caçados, presos, torturados e até assassinados. A *Veja* esteve sob censura.

Os censores se instalaram na *Veja* por diversas vezes e a estratégia era enganá-los, usando alegorias e entrelinhas. Ainda assim, a revista corria o risco de ser censurada. Conta Carta que muitas vezes ele foi chamado pela polícia para esclarecer o que havia sido publicado e dizia: “o censor aprovou”. No dia seguinte, chegava à redação outro censor. O censor tinha patente de capitão para cima e, para Mino Carta, eles eram melhores que os agentes da Polícia Federal, menos arrogantes e menos agressivos (ALMEIDA, 2008).

Segundo Mino Carta, a censura não pretendia criar uma imprensa pró-governo, mas sim suprimir o material jornalístico que incomodava o governo. O plano era resistir, dentro do possível, aos ditames da censura, que, nessa época, era estranha. Bilhetinhos anônimos eram enviados ou ligações eram recebidas, dizendo para não falar sobre isso ou aquilo. Algumas vezes essa censura até ajudava a imprensa. Diz Carta: “Eu soube de muita coisa por meio destes comunicados. Soube que havia um ensaio de guerrilha no Araguaia, porque um comunicado dizia: “não falar dos incidentes no Araguaia”. Eu não sabia disto. Então estes bilhetinhos ajudavam” (ALMEIDA, 2008, p. 107).

Carta foi convocado diversas vezes a depor, e, a cada ida, a redação aguardava aflita o seu retorno. Nos primeiros depoimentos, ele era enfiado numa sala e um delegado perguntava generalidades, como o nome do pai e da mãe. Para Carta, isso era penoso. Quando se tornou um frequentador da repartição, o interrogatório foi sendo simplificado. Conta ele: “perguntavam-me coisas como o que significa isto, o que significa aquilo, a coisa está meio obscura, o que o repórter quis dizer aqui? Ou, então, era quase sempre para passar um pito” (ALMEIDA, 2008, p. 119). Ele sempre retornou. Elegante, respondia educadamente os interrogatórios e se comprometia a ser mais cuidadoso com o que estava sendo publicado. Voltava à redação e incentivava reportagens de protestos. Não permitiu que nenhum jornalista fosse responsabilizado pelas matérias publicadas e nenhum deles foi preso, nem mesmo o jornalista Almyr Gajardoni, que escrevia a coluna nacional e foi o mais censurado da revista *Veja*. As reportagens não eram assinadas. Como diretor, Carta respondia por todas.

Victor e Roberto Civita também foram convocados a Brasília várias vezes, quase sempre pelo ministro chefe da Casa Militar ou pelo Ministério da Justiça. Levavam broncas e recebiam ameaças de fechamento de algumas das sucursais da *Veja*. Assim como Mino Carta, quando havia censura eles justificavam que não podiam levar a bronca porque a editora estava nessa situação. Contudo, muitas vezes a revista desrespeitou as proibições. Em algumas delas, foi recolhida de circulação. Durante todo o ano de 1975, *Veja* esteve sob terrível censura e o relacionamento de Mino Carta com a editora Abril já apresentava sinais de desgaste. A crise entre eles se arrastaria até fevereiro de 1976.

Na versão de Carta, o posicionamento da Revista *Veja* estava complicando algumas negociações da Abril com algumas empresas de prestígio. Em 1975, um empréstimo que a editora estava fazendo na Caixa Econômica Federal de São Paulo foi barrado pelo Ministério da Justiça e pelo governo. Situações como essas desagradavam os Civita, que desejavam, nesse momento, que a revista abaixasse a guarda. Mino Carta acreditava que, por ele ser o diretor da revista que manifestava oposição ao regime, a solução seria forjar a sua demissão. Victor e Roberto sugeriram férias e ele viajou para a Europa. Nesse intervalo, a coluna de Plínio Marcos foi censurada e os diretores do Abril decidiram por sua demissão a fim de evitar mais desgastes com o governo.

Plínio Marcos havia sido contratado naquele mesmo ano para fazer crônica semanal de futebol. A presença de um intelectual numa revista burguesa causava espanto até mesmo na redação. Carta fez a contratação alegando que Marcos precisava de apoio porque estava sendo perseguido. Quando soube da quebra de protocolo voltou para o Brasil e defendeu a permanência de Plínio na Revista. Mino Carta não considerava justo demitir um profissional

competente por sujeição ao governo, mas foi o que aconteceu. Os conflitos se acirraram e Mino Carta saiu da direção da Veja. Antes de redigir a carta de demissão, pediu a Victor Civita que Plínio Marcos fosse recontratado. Com a demissão de Mino Carta, José Roberto Guzzo e Sergio Pompeu, redatores-chefes, assumiram a direção em fevereiro de 1976. Os anos de mais repressão da ditadura também já estavam passando.

A Veja do final da década de 1980 não tinha Mino Carta como diretor de redação e não fazia oposição ao governo, muito pelo contrário: ela adotou uma postura decisiva na construção do neoliberalismo no Brasil (SILVA, 2009). Houve, então, um contrassenso? A revista mudou de posicionamento na década de 1980? A resposta parece óbvia. Não! Nem ela, nem a grande mídia oligopolizada da qual ela passou a fazer parte. É bom lembrar que a imprensa nacional apoiou o golpe militar. Veja ainda era um projeto embrionário, é verdade, mas a Abril não, e ela teria também apoiado o golpe. Conforme Almeida (2008), a imprensa nacional apoiou o golpe militar devido ao temor generalizado de que o governo Goulart, junto às classes trabalhadoras, pudesse conduzir o país a uma república sindicalista. Entretanto, a partir da instauração do AI-5 a “postura da imprensa mudou rapidamente de defensora do golpe a contestadora” (ALMEIDA, 2008, p. 83).

Alguns veículos da imprensa passaram a fazer oposição ao regime militar e a revista Veja nasceu nesse contexto, e nasceu burguesa. Ela surgiu para ocupar o espaço das revistas de consumo na sociedade de consumo. Seu intento era vender a informação e assumiu a liderança vendendo assinaturas e anúncios publicitários de grandes empresas capitalistas. Chegou a publicar trinta páginas de publicidade. O posicionamento da revista frente à ditadura está relacionado ao protesto contra a institucionalização da censura e da repressão, reação de grande parcela da imprensa nacional. A postura de Mino Carta, enquanto esteve como diretor de redação, pode ter conferido uma imagem revolucionária à revista.

Os interesses defendidos pela linha editorial da revista Veja são os do grupo Abril, que sempre esteve vinculado ao capital externo e à indústria de entretenimento. De acordo com Carla Luciana Silva, a Veja pode ser situada no campo da imprensa liberal. Ela assumiu a educação continuada da sociedade para o capital. Na consolidação do neoliberalismo, na década de 1990, ela desempenhou papel primordial: o de preparar “a classe dominante, pequenos e médios proprietários, pequena, média e grande burguesia” (SILVA, 2009) para a construção do programa neoliberal, ou seja, sua função foi e continua sendo a de ensinar a classe dominante a manter a dominação diante das readequações do capital. O fato de a revista manifestar insatisfação à repressão militar durante os anos de ditadura não significa que ela era contra as manobras do capital. Afinal, o grupo Abril apoiou o golpe militar,

justamente para manter o *status quo* ou para impedir que tendências políticas que ameaçavam a ordem vigente ganhassem espaço no governo.

De maneira semelhante, ela apoiou a campanha eleitoral de Fernando Collor de Mello, em 1989, e ajudou a destruí-lo, em 1992. Teria abandonado o projeto neoliberal quando divulgou imagens e discursos bombásticos contra o governo Collor? Não! Estava em busca de outro sujeito que melhor representasse o projeto, e o encontrou rápido. Por mais que a revista se apresente como imparcial e tente, nos discursos, esconder as suas contradições. Ela utiliza dispositivos que permitem transparecer suas posições e tendências e apresenta a realidade da forma que lhe convém, mas não é a única. Ela age em conformidade com o “aparelho privado de hegemonia”, em conjunto com muitos outros meios e em consonância com a ordem capitalista (SILVA, 2009). E não se trata especificamente dos recursos de comunicação.

Em 1989, a manipulação de símbolos, imagens e slogans transmitiu os conflitos e as lutas em torno da apropriação do poder. No que tange à campanha de Collor, referimo-nos também a todo um simbolismo que o envolvia. Trata-se de um poder simbólico que não consiste em uma figuração do real, e sim de uma maneira de duplicar e reforçar a dominação, garantindo-lhe uma posição privilegiada frente aos demais candidatos e a adesão dos eleitores. O ilusório intensifica a fé, configurando-se no real simbólico (BACZKO, 1985a).

E sem dúvida o nosso tempo... prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser... Ele considera que a ilusão é sagrada, e a verdade é profana. E mais: a seus olhos o sagrado aumenta à medida que a verdade decresce e a ilusão cresce, a tal ponto que, para ele o cumulo da ilusão fica sendo o cumulo ao sagrado. (FEUERBACH, 2007).

Collor inaugura, no Brasil, a primeira eleição mediada intensamente pelo jogo dos signos, sem embargo, a novidade não está no uso dos meios de comunicação como recurso político, pois outros políticos que o antecederam também fizeram isso. A questão é que, no decorrer do tempo, essas técnicas foram sendo aperfeiçoadas. O marketing próprio da contemporaneidade, amparado pelos recursos tecnológicos, adotou um caráter de espetacularidade, principalmente pelo uso das imagens e pela rapidez com que as pessoas têm acesso a essas imagens e informações. A imprensa assumiu o papel de trabalhar o imaginário social construindo atores políticos e sociais do seu interesse.

Carla Luciana Silva (2009), postula que o então candidato usufruiu das sofisticadas técnicas de comunicação para transmitir sua mensagem ao eleitor. Nesse sentido, estabeleceu uma relação de parceria com a revista *Veja*, na qual Collor dependia do editorial para se autopropagar. Por outro lado, servia aos interesses da Revista e daqueles que ela representava,

“ou seja, a classe dominante, os pequenos e médios proprietários, a pequena, média e alta burguesia” (SILVA, 2009, p. 20).

A revista atuava como aparelho privado de hegemonia, servindo aos interesses do capital monopolista e do mercado capitalista. Conforme Gramsci (2001, p. 196), “distingue-se, em suma, o jornal de informação ou “sem partido” explícito e o jornal de opinião, o órgão oficial de um determinado partido; ou seja, entre o jornal para as massas populares ou o jornal “popular” e aquele dedicado a um público necessariamente restrito”. Significa dizer que os periódicos podem adotar uma postura de neutralidade política, transmitindo as informações sem tomar partido, ou o contrário: os jornais e as revistas podem assumir ideias e ideologias e manifestá-las e defendê-las. A revista *Veja*, embora se pretendesse imparcial e apartidária, explicitava opinião, tomava partido, fazia juízo de valor, manifestando-se completamente partidária, parcial e tendenciosa. As reformas políticas e econômicas prescindem de uma reeducação moral e cultural, e é isso que ela formula e tenta dirigir, ensinando as diferentes categorias sociais como devem se comportar diante das mudanças em curso (SILVA, 2009).

A relação entre o modelo econômico que estava sendo construído e um programa de reforma moral e intelectual era indissociada, pois seria necessário “criar o terreno para um novo desenvolvimento da vontade coletiva”, o que se aplica no caso de *Veja* ao campo da dominação de uma concepção de “civilização”. Nas readequações capitalistas, o neoliberalismo se construía em torno de valores como: moderno, avançado, vitorioso. (SILVA, 2009, p. 20).

Em consonância com Gramsci (2001), os meios de comunicação são eficientes em se organizar e difundir determinados valores e culturas e, por isso mesmo, são instrumentos importantes na sociedade. A cultura é um conceito complexo, mas, de forma simplificada, ela se relaciona a uma ampla teia de experiências e ações coletivas. “A elaboração nacional unitária de uma consciência coletiva homogênea requer múltiplas condições e iniciativas. A difusão, por um centro homogêneo, de um modo de pensar e de agir homogêneo é a condição principal, mas não deve e nem pode ser a única” (GRAMSCI, 2001, p. 205). É nesse sentido que *Veja* pretendia-se indispensável nos anos 1980 e 1990.

Silva (2009, p. 22) reflete sobre o uso desse termo frente à inquestionável supremacia do econômico: “a economia aparece como um ente, elementos naturais, “tempestades” que quer apontar o rumo, utiliza-se de uma figura de uma bússola para definir a si mesma”, com o propósito de apresentar o caminho para aqueles que não querem perder o rumo. Por isso ela usa como slogan, na década de 1990, “*Veja* é Indispensável!”. A pesquisadora (2009, p. 22) concorda, tanto que usou essa expressão como tema de sua obra. Entretanto, justifica: “De

fato, o é, mas, apenas para a elaboração e manutenção do projeto de dominação na sua forma liberal”. Embora esse slogan tenha sido adotado na década de 1990, seu desempenho partidário na campanha presidencial de 1989 denuncia seu caráter indispensável como educadora das burguesias brasileira para o exercício do neoliberalismo.

A linha editorial da Revista Veja pode ser situada no campo da imprensa liberal. Ainda que ela não esclareça aos seus leitores as regras claras de sua atuação jornalista, expressa sua opção por sua própria natureza: pretende-se aberta ao tratar política, religião, economia e os mais variados temas, depreendida, inovadora, moderna. Apresenta responsabilidade social, define missão e funções, assumindo-se como séria, confiável, responsável e objetiva. Contudo, a expressão maior de seu liberalismo está em sua rendição às manobras do capital e da livre iniciativa privada e, ao se atribuir credibilidade, se dá o direito de manipular a informação. Essa manipulação transforma-se em manipulação da realidade. (ABRAMO, 2009). Assim sendo, ela busca apagar suas contradições e também os sujeitos e os reais interesses defendidos: “Ao mesmo tempo, se utiliza de mecanismos que lhe permitem se colocar como defensora do que sejam os interesses supremos do Brasil. A criação do “sujeito Veja” é forma de ocultar o “partido Veja”” (SILVA, 2009, p. 24).

Essa análise de Carla Luciana Silva (2009) é muito pontual. Está claro que, em 1989, a Revista Veja já tinha um programa e apoiaria quem estivesse disposto a mantê-lo, e Collor mostrou muita competência para isso. Seu projeto político estava em consonância com o programa por ela defendido. O interesse maior era combater veementemente as propostas que ameaçavam o programa neoliberal, mas por que Collor? “Porque o considerava a única alternativa a Lula e Brizzola” (CONTI, 1999, p. 373). Isso está muito claro. Existia, por parte dela, um forte interesse em combater esses dois candidatos, e por esse motivo ela depositou todas as suas fichas em Collor. Ele foi o grande trunfo da elite brasileira para vencer a “besta-fera das burguesias”. Para Silva (2009, p. 2004):

As condições e exigências da Veja estavam delineadas, e o projeto de Collor estava adequado: “consolidar a democracia”, “deixar de lado os dogmas esquerdistas ou nacionalistas”, ou seja, derrubar Lula e Brizzola e o principal, acabar com as empresas estatais, “passando as” à iniciativa privada, e abrindo o país ao capital estrangeiro, que “cria riquezas”, o que formaria a “base impressionante” do “surto do progresso espanhol”.

No primeiro turno eleitoral, a revista “fez questão de dar capas sobre o candidato do PT, o do PDT e do PL, Afif Domingos. E só não colocou Mario Covas na capa porque Silvio Santos lançou candidatura na semana em planejava fazê-lo” (CONTI, 1999, p. 373). A

semelhança da imprensa com a realidade é semelhante à de um espelho deformado e o objeto que ele reflete. A imagem captada pelo espelho tem a ver com o objeto, mas não é o objeto em si e tampouco corresponde a sua verdadeira imagem. O que ele produz é uma imagem desvirtuada do real (ABRAMO, 2009). É assim que podemos pensar o apoio da Veja a Collor: embora não o tenha declarado, articulava formas de projetá-lo como o candidato ideal.

2.3 MEMÓRIAS DE FAMÍLIA: COLLOR E A POLÍTICA

Arnon Affonso de Farias Mello e Leda Collor de Mello celebravam, no dia 12 de agosto de 1949, o nascimento de mais um filho. Era o quarto dos cinco filhos do casal: Fernando Afonso Collor de Mello, que nascia na capital do Rio de Janeiro. Qual o interesse de começar este tópico tratando justamente dos pais de Fernando Collor? Nosso interesse, neste estudo, é entender quais elementos favoreceram a criação do Fernando Collor “político”, e, para entender sua performance política, é preciso conhecer sua história, a história de sua família, uma vez que a organização familiar da qual Collor nasceu membro alçou as condições para que ele se tornasse “político”.

Como bem lembra Conti (1999, p. 15): “Tal filho, qual pai? Fernando Collor era todo Arnon Afonso de Farias Mello”. O autor refere-se ao Fernando Collor político, no sentido de que ambos, pai e filho, eram conservadores com roupagens reformistas e usavam a imprensa para fazer política e impressionar os eleitores, apresentando expedientes inovadores nas campanhas eleitorais. Contudo, havia entre eles algumas diferenças, uma delas essencial: Arnon trabalhou desde a adolescência e conseguiu fazer fortuna sozinho, “Sabia o valor do dinheiro” (CONTI, 1999, p. 16), diferentemente de Collor, que já nasceu rico e não tinha a mesma preocupação com o dinheiro. Pelo contrário, gastava o quanto podia o dinheiro do pai.

Arnon tinha gosto pela escrita, “era um homem de leituras ecléticas e de curiosidade intelectual” (CONTI, 1999, p. 16). Quando faleceu, em 1982, deixou uma vasta biblioteca, espaço que Fernando usou de escritório, mas sem o mesmo interesse pela leitura e pela escrita. Lia mal e escrevia mal, no entanto, era bom de oratória. Pedro Collor (1993) descreve o irmão mais velho da seguinte maneira: “Fernando sempre foi o rei da dissimulação, do comportamento dúbio. Nasceu candidato nato ao prêmio Molière de teatro. Um talento” (CONTI, 1999, p. 38). Complementa dizendo: “Quem já o ouviu discorrer sobre o livro Sidarta, de Hermann Hesse, considere-se lesado. Ele não leu uma linha”. Era informado porque geralmente “pedia a irmã Ana Luiza que lhe fizesse um resumo. Machado de Assis, leu da mesma maneira” (CONTI, 1999, p. 38).

Pedro Collor era o mais novo dos cinco filhos de Arnon e Leda e registrou algumas memórias da família. Sua principal obra, *Passando a limpo – a trajetória de um farsante*, foi publicada na década de 1990. Tem caráter testemunhal, já que nela Pedro apresenta os motivos que o levaram a enfrentar seu irmão presidente e a tecer notas públicas denunciando fraudes de seu governo. O Governo Collor não é nosso objeto de estudo, mas a memória registrada por esse autor nos ajuda a entender a trajetória dos Collor de Mello e, com isso, conhecer a figura central dos nossos estudos: Fernando. Também é preciso cautela para conhecer Fernando aos olhos de Pedro, já que ambos, durante a vida adulta, sobretudo durante o reduzido mandato de Fernando Collor como presidente, tornaram-se inimigos de guerra. No entanto, nem sempre foi assim.

Fernando e Pedro eram os caçulas do casal Mello. Quando crianças, dividiam o mesmo quarto, estudavam nos mesmos colégios e, na juventude, compartilharam o apartamento em Brasília, onde passaram a morar para estudar. Todos os filhos de D. Leda tiveram uma experiência familiar de muitas formalidades e pouco amor. “Quando a família morou em Maceió, Leopoldo, Ledinha e Ana Luíza foram postos durante um período num colégio interno no Recife e uma prima de Arnon, Dida, cuidou de Fernando e Pedro” (CONTI, 1999, p. 56). Fernando e Pedro também foram estudar em colégios internos no Rio de Janeiro: São Bento e, depois, São José. Só iam para casa aos fins de semana. Arnon e Leda mantiveram-se distantes dos filhos inclusive na infância deles. Ledinha, irmã mais velha de Collor, muitas vezes assumiu o papel de mãe. Era ela que cuidava do irmão quando ele ficava doente, que dava atenção, carinho e afeto. Foi a figura feminina mais importante para Collor até os quinze anos (CONTI, 1999).

A história dos Collor de Mello é densa. Arnon F. de Mello nasceu em 1911, na zona da mata do estado de Alagoas, na cidade de Rio Largo. Filho de senhor de engenho, teve uma infância abastada, interrompida bruscamente devido à crise alagoana, referente à proibição da exportação do açúcar, ocorrida no governo de Epitácio Pessoa. Os negócios de seu pai, Manoel Affonso, foram arruinados e Arnon passou a trabalhar para ajudar a família. Ainda assim, manteve-se dedicado aos estudos. Coursou a maior parte em Alagoas, onde participava de jornadas literárias que discutiam aspectos da modernidade (CONTI, 1999).

Conservava uma maioria de amigos intelectuais, como o poeta Jorge Lima e Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, o dicionarista. “Aos 18 anos papai era um rapaz pobre, dado às coisas da cultura e cheio de vontade de vencer na vida, em Maceió juntou-se a um grupo de intelectuais e foi trabalhar como repórter no Jornal de Alagoas” (MELLO, 1993). Seus amigos transferiram-se para o Rio de Janeiro com a pretensão de estudar, trabalhar e, inclusive, estar

no centro das discussões teóricas referentes àquele momento. Isso motivou Arnon a migrar de Alagoas para o Rio de Janeiro. “Sua mãe então vendeu um dos últimos terrenos da família, por três mil réis, costurou o dinheiro no cós da cueca do filho, e foi assim que Arnon desembarcou no Rio, no início de 1930” (MELLO, 1993).

No Rio de Janeiro, Arnon matriculou-se na escola de Direito e foi trabalhar no Jornal “A Vanguarda”. Conta Pedro Collor (1993) que, com a revolução de 1930, o jornal foi fechado e seu pai foi transferido para o Diário de Notícias. Ganhou experiência, fez boas amizades e passou a trabalhar nos Diários Associados de Assis Chateaubriand. Gostava de se apresentar bem e, como privilégio da profissão, frequentava as “boas rodas do Rio de Janeiro”. Diz Pedro: “O jovem Arnon – contavam-me parentes e amigos que conviveram com ele – costumava dizer: ‘eu primo por me apresentar bem’” (MELLO, 1993, p. 23), característica que Fernando também herdou do pai.

Muito dedicado ao trabalho, apessoado e bem relacionado, em pouco tempo Arnon foi escalado para as coberturas mais importantes. Após dois anos morando no Rio de Janeiro, já era designado para cobrir as matérias mais importantes. Foi escalado como correspondente de guerra para acompanhar as tropas paulistas na Revolução Constitucionalista de 1932, movimento em oposição ao governo do então presidente Getúlio Vargas. Foi nessa época que conheceu Leda Collor. Curiosamente, o sobrenome Collor não pertence propriamente aos Collor de Mello. Conta Pedro Collor de Mello (1993, p. 22):

O sobrenome Collor a rigor não nos pertence. Meu avô, Lindolfo Leopoldo, nasceu no final do século passado [século XIX] no Rio Grande do Sul, filho do sapateiro e músico amador Johann Boeckel. Em 1893 meu avô morreu e minha bisavó Leopoldina Schreiner Boeckel, casou-se como João Antônio Collor. Dono de uma frota de barcos. Depois de adulto, Lindolfo adotou o nome do padrasto que o criou. Não fosse isso seríamos Boeckel de Mello.

O autor diz que a memória de sua família começa há cem anos, com uma inofensiva alteração genealógica, mas o fato é que, devido a essa decisão de Lindolfo de adotar o sobrenome do padrasto, as gerações posteriores também passaram a assinar “Collor”. Não fosse esse sobrenome, Fernando não teria os quatro L do nome para pintar de verde e amarelo na campanha presidencial de 1989. É certo, ele carrega dois sobrenomes de muita significação política: Collor, de Lindolfo, político de destaque nos anos 1930, e Mello, sobrenome paterno também de peso político.

Em 1930, Lindolfo Collor, avô materno de Fernando, participou dos principais desfechos políticos. Foi revolucionário no Movimento de 1930 e ocupou o Ministério do

Trabalho, Indústria e Comércio. Contudo, em 1932, por desavenças com Getúlio, abandonou o governo e tornou-se oposição, assumindo a liderança na revolução constitucionalista de 1932. “E foi para uma entrevista a respeito dos revolucionários que recebeu em sua casa, no Rio Grande do Sul, o jovem repórter Arnon de Mello” (MELLO, 1993, p. 23). Lindolfo simpatizou-se com Arnon, que, por vez, encantou-se por uma de suas filhas, Leda Collor. Trocaram olhares e tempos depois, no Rio de Janeiro, começaram o namoro, tendo se casado em seguida na Europa, onde Lindolfo e sua família estavam exilados, precisamente em Portugal (MELLO, 1993).

Depois de casado, já advogado, Arnon de Mello continuou prosperando. Destacou-se no meio jornalístico e no ramo imobiliário. Entrou para a vida política em 1938. Em 1945, candidatou-se a deputado pelo estado de Alagoas, mas não saiu vitorioso. Só em 1950, concorrendo pela União Democrática Nacional (UDN), Arnon conseguiu derrubar a oligarquia de Silvestre Péricles de Goes Monteiro e assumir o governo do estado de Alagoas. Sobre Silvestre Péricles, lembra Mello (1993, p. 24): “homem que tanta desgraça traria a nossa família”.

A terça-feira, de 4 de dezembro de 1963, começou diferente para Fernando Collor. Interno do colégio São José, no Rio de onde só saía nos fins de semana, ele teve permissão naquela manhã para ir ao médico. À tarde estava em casa, ouvindo rádio, quando uma edição extraordinária informou, sem dar o nome da vítima, que um senador levava um tiro no plenário e morrera. Fernando tinha poucas dúvidas que seu pai não estivesse envolvido no tiroteio. (CONTI, 1999, p. 25).

Desde que Arnon foi eleito, os Goes Monteiro passaram a dirigir ameaças aos Collor de Mello. “Silvestre deu entrevista a O Globo, dizendo que impediria a entrada de Arnon no plenário do senado” (CONTI, 1999, p. 25). Arnon rebateu dizendo que iria mesmo correndo risco de vida. E foi. Ele compareceu, em 1º de fevereiro de 1963, à cerimônia de posse, que teve segurança redobrada. Depois da posse, se absteria até dezembro. Dizia Silvestre Péricles: “É um maricas não virá, porque não é homem para me enfrentar” (CONTI, 1999). No auge do conflito, Arnon reuniu a família e avisou que discursaria na seção de quatro de dezembro, mas a família temia o desfecho daquela seção.

Na referida seção, foram aprendidas armas com Leda e Leopoldo, mas eles não eram os únicos armados. Silvestre Péricles já havia avisado que iria com duas pistolas 45 e Arnon de Mello armou-se também com um revólver calibre 38. Antes de Arnon começar a discursar, pediu ao presidente da tribuna para falar de frente para a plenária, e não de lado, como era o permitido. Na verdade, seu interesse era ficar de frente para Silvestre Péricles, que já havia

dirigido aos Collor tantas ameaças. Diz Mello, recorrendo à memória de sua irmã Ana Luíza: “Provocado, papai sacou a arma e deu três tiros: Um para cima e os outros dois em direção a Silvestre. Um deles ricocheteou numa cadeira e atingiu Karala. Ele morreu dois dias depois” (MELLO, 1993, p. 31).

No entanto, Karala, senador pelo estado do Acre, nada tinha a ver com o conflito dos alagoanos, e isso complicaria a vida de Arnon. Preso por sete meses no quartel da aeronáutica, passou a se preocupar mais ainda em preparar um de seus filhos para ser seu sucessor nas empresas e na política. No período desse episódio, Leopoldo trabalhava nas empresas da família em Maceió. “Como era o filho mais velho papai desejava vê-lo como seu sucessor, Leopoldo recusou-se terminantemente a seguir a carreira. Não tinha vocação política e detestava os alagoanos” (MELLO, 1993, p. 32). Com toda dificuldade, Leopoldo ainda dirigiu os negócios da família por um tempo, “um jornal, uma rádio AM e uma gráfica” (MELLO, 1993, p. 33). Conforme descreve Mello, muitas vezes faltou até papel para imprimir o jornal. Leopoldo não tinha muita afeição pelo pai, e, devido a seu desinteresse pelos negócios, os dois passaram a viver cada vez mais distanciados.

Leopoldo não manifestava interesse pelos negócios do pai, não levava jeito para a política. Isso fez com que o velho Arnon tivesse preferência pelo próximo herdeiro da escala hierárquica e, ao rejeitar Leopoldo, preferia Fernando. Dos cinco filhos, Fernando passou a ser o predileto. “O filho predileto correspondeu à afeição: Fernando gostava mais de Arnon que da mãe. A morte do pai foi capital para Fernando. Liberto da sombra paterna começou a fazer política a sua maneira” (CONTI, 1999, p. 16).

Lembra Pedro Collor de Mello (1993, p. 28) que Fernando desde pequeno gostava “das grandes comemorações, dos sinais externos de status e poder”. No colégio sempre se envolvia em atividades que lhe conferiam destaque. Era devoto mariano, gostava de exibir no peito aquela fita azul brilhante com uma medalha. “Fernando e eu não tínhamos o mesmo grupo de amigos e muito menos comportamentos semelhantes. Ele, com aquela necessidade de aglutinar amigos a sua volta, sendo constantemente o centro das atenções, fazia um gênero extrovertido” (MELLO, 1993, p. 30). Nessa fase de adolescência, Leopoldo, o irmão mais velho, era o ídolo de Fernando, pois frequentava boates, dirigia carros, possuía muitas namoradas e era farrista.

Ao mudar-se para Brasília, em 1967, Fernando Collor passou a imitar um de seus ídolos, o irmão Leopoldo. Dez anos mais velho, Leopoldo era independente, farrista, tinha um carro incrementado, frequentava boates. A diferença maior entre os irmãos era a dedicação maníaca de Collor ao caratê. (CONTI, 1999, p. 56).

Em 1976, Arnon era senador e ainda tinha três anos de mandato para cumprir. Então transferiu a família do Rio de Janeiro para o Distrito Federal: D. Leda, Ana Luíza, Fernando e Pedro, mas a esposa não se acostumou a Brasília e voltou com a filha para o Rio de Janeiro. A maior parte do tempo, Fernando e Pedro ficavam sozinhos e gostavam dessa liberdade. Foi nessa época que Fernando Collor demonstrou publicamente o seu lado violento. O caratê era seu esporte preferido. “Entre os 18 e 20 anos passou a ser visto como uma pessoa violenta” (MELLO, 1993, p. 38) e treinava até dar calos nas mãos, surrava as paredes e os móveis da casa para enrijecer os músculos.

Empolgado e explosivo, aplicava seus conhecimentos na rua. Foram vários os incidentes. Criou confusão no hotel Eron, em São Paulo, onde surrou os seguranças e quebrou os espelhos que revestiam a recepção. “Não satisfeito, surrou sua acompanhante, uma jornalista muito conhecida em São Paulo” (MELLO, 1993, p. 38). Também em uma boate de São Paulo, chegou a esbofetear uma moça. O incidente mais grave ocorreu em um treino em Brasília, quando Collor quebrou três costelas do adversário. Era faixa preta, resolvia tudo a golpes de caratê. “Minha tese é de que estas crises de violência eram provocadas pelo consumo de drogas pesadas” (MELLO, 1993, p. 37). As festas de arromba da galera amiga de Fernando e Pedro Collor eram regadas a drogas (CONTI, 1999).

Arnon, sabedor da badalação dos filhos, imediatamente pensou em uma solução: um emprego. Desse modo, incentivou-os a iniciar carreira jornalística. Tinha interesse em preparar um sucessor para dirigir a Gazeta de Alagoas. “Se um dos dois desse para a política, melhor ainda” (MELLO, 1993, p. 35). Bem relacionado, conseguiu vaga para os filhos nos Jornais de Brasília. Pedro foi trabalhar no Estadão e Fernando no JB. Desempenharam bem a profissão. Fernando destacou-se, já que “a arte de falsear a verdade de acordo com sua conveniência era empregada também no campo profissional” (MELLO, 1993, p. 37). Logo depois, Arnon investiria novamente na sucessão familiar, convidando Fernando a dirigir as empresas de comunicação que pertenciam à família no estado de Alagoas. Ele reconhecia em Fernando a habilidade para os negócios e para a política. Collor atendeu prontamente ao chamado do pai, aos 22 anos de idade, e assumiu a Gazeta de Alagoas. Esse itinerário o levaria a se tornar um homem poderoso.

Pouco depois de assumir, convenceu meu pai a contrair empréstimos fabulosos para construir um novo prédio para o jornal, um projeto megalomaníaco de 4 mil e 200 metros quadrados. Papai desembolsou dinheiro sem parar. Fernando gostava das grandes realizações e até sabia promover uma. Entretanto o dia-a-dia não lhe agradava. Não lhe aflagava o ego. (MELLO, 1993, p. 41).

Fernando dirigia todas as empresas da família, o jornal, a rádio e a gráfica, mas mostrava mais interesse pelo jornal. Pretensioso, ao mesmo tempo em que ampliava o jornal e contraía dívidas que extrapolavam a receita das empresas, já pensava no projeto de televisão. Foi incentivado pelo irmão Leopoldo, que trabalhava na Rede Globo e temia que Roberto Marinho instalasse em Alagoas a sua própria empresa, como fez em Recife. Então, Fernando Collor convenceu Pedro Collor, que também morava no Rio de Janeiro e trabalhava na Globo, a transferir-se para Alagoas e cuidar do projeto de televisão. Convencido, Pedro passou a dirigir o projeto. Assim, a TV Gazeta foi inaugurada em 1975. Por ser afiliada da Rede Globo de televisão, retransmitia a sua programação. Nesse momento, Collor conseguira os recursos necessários para alçar-se no cenário político.

Fernando Collor tinha o aval do pai para seguir carreira política. Já a mãe não se esforçava para ver o filho desempenhando qualquer função relacionada. Conforme Conti (1999), Dona Leda estava farta de política. Acompanhou o pai nos exílios impostos por Getúlio Vargas e esteve ao lado do marido na saga vivida no Palácio dos Martírios. Por isso, preferia que o filho seguisse outra carreira. No entanto, há um contrassenso, demonstrado na explicação de Pedro Collor de Mello (1993). Segundo ele, Leda estava envolvida nas questões políticas, acompanhava o marido nas reuniões e foi atuante quando primeira-dama do estado de Alagoas.

Candidatou-se a deputada Federal em 1974, filiada a ARENA. A derrota foi estrondosa e, naquele ano, a vitória foi do MDB. O problema é que a relação de Arnon e Leda ficou péssima. Leda atribuiu a derrota à falta de apoio do marido, sentindo que ele preferia apoiar o filho, que já apresentava pretensões políticas. “Desde então, distanciou-se de Fernando e nunca participou com grande vigor de suas campanhas eleitorais” (MELLO, 1993, p. 46). De uma forma ou de outra, Fernando nunca fez questão do apoio da mãe.

Os anos que Fernando Collor dirigiu os negócios da família renderam-lhe experiência com os meios de comunicação. Ele adquiriu intimidade com o público, aprendeu a identificar o que esse público desejava ouvir, ler ou ver, elementos que fariam toda a diferença em sua trajetória política. Tornou-se governador de Alagoas aos 37 anos de idade, justamente porque construiu uma mensagem e soube propagandeá-la. “Seu estandarte de autodivulgação ficou mais ao nível da indignação moral que no da racionalidade política, era o do combate a servidores públicos com proventos faustosos” (CONTI, 1999, p. 13). Prometia enxugar a máquina administrativa do Estado, acabar com o nepotismo, com os altos salários incompatíveis com a reduzida jornada de trabalho, com as aposentadorias precoces, bem

como com os privilégios concedidos pelo governo a muitos funcionários públicos. Essa mensagem seria aperfeiçoada até a campanha presidencial de 1989.

Ele continuava com a mensagem. Mas, faltava-lhe a máquina para alardeá-la em escala nacional. Collor agora precisava da grande imprensa, dos noticiários das redes de televisão, das manchetes dos jornais de prestígio, das reportagens das revistas. Teria de lidar com os donos das empresas, os repórteres e fotógrafos, os editores e diretores de redação, pessoas que pouco conhecia e das quais desconfiava. Só por meio deles conseguiria falar aos brasileiros. E Collor tinha o que os jornalistas caçavam: Notícias. (CONTI, 1999. p. 13).

Esse meio jornalístico não era estranho a Fernando. Aliás, ele sabia muito bem como lidar com as diferentes situações relacionadas à imprensa, pois aprendera isso administrando o mais poderoso grupo de comunicações de Alagoas. Tinha o senso do espetáculo, gostava de emocionar o público e garantir imagens emocionadas na mídia. Foi como governador de Alagoas que começou a debutar na imprensa nacional. Sua guerra contra os “marajás” alagoanos teve repercussão nacional.

Collor vibrava falando às multidões. Mesmo eleito governador em Alagoas, continuou em campanha, preferia os holofotes dos palanques às reuniões partidárias. Mello (1993) parece ter razão: a rotina diária não lhe afagava o ego. Foi aquecendo o ego em um comício que ele ouviu pela primeira vez um eleitor usar a expressão “marajá”, referindo-se aos funcionários públicos alagoanos que recebiam salários robustos sem trabalhar. De imediato, percebeu o valor simbólico da palavra e incorporou-a a seu discurso. Definiu, então, sua indignação moral de “guerra aos marajás” e logo se autopromoveu a “caçador de marajás” (CONTI, 1999).

Experiente com publicidade, sabia que em alguns momentos era preciso retirar-se de cena para não desgastar a imagem. “Depois de eleito governador em novembro de 1986, Collor desapareceu durante quase dois meses”. Viajou para a Europa com sua segunda esposa, Roseane – no passado fora casado com Lilibeth Monteiro de Carvalho. Do exterior, ligou para seu assessor de imprensa, Claudio Humberto Rosa e Silva, e fez os encaminhamentos para sua chegada triunfal em Maceió. Ao retornar, uma multidão esperava por ele, iluminados pelo sol de meio-dia do verão nordestino. “Estandartes reproduziam seu rosto. Bandeiras, faixas, fogos e banda de música o saudavam” (CONTI, 1999, p. 14). A multidão, eufórica, gritava seu nome. Numa caçamba de caminhão feita de palanque Collor frisou: “Somos todos um”, e apertou as mãos num gesto de vitória, sendo respondido com gritos calorosos e aplausos (CONTI, 1999). Ele era o único de terno preto.

Empertigado com seu 1,84 de altura, parecia o mais alto de todos. O mais forte. O atleta. Talvez fosse o único no Palmares capaz de passar num teste para galã de telenovela. Era um branco, num mar de morenos, o colonizador entre os nativos. Em nenhum instante perdeu o controle do transe. Sabia o que queria da manifestação. (CONTI, 1999, p. 14).

Seu preparo físico, sua preferência por esportes radicais, sua jovialidade e sua aparência de galã também seriam usadas como propaganda eleitoral. Essas características foram potencializadas nas propagandas audiovisuais para projetar a imagem do político moderno e essa imagem seria trabalhada, em 1989, em âmbito nacional. O discurso ideológico construído por Collor e sobre Collor apresenta dois aspectos fundamentais: a personificação e a ideia de salvação. Collor representou um personagem, que, intencionalmente, deveria ser vinculado pelos brasileiros aos galãs do cinema estadunidense.

Da mesma maneira que o aspecto moderno e jovial de Collor era acentuado, o oposto era identificado e explorado nos seus opositores, caracterizados como tudo que de ruim o eleitor poderia identificar naquele momento. Os opositores eram figurados no governo Sarney (1985-1989) e no candidato Lula (PT). A imprensa acentuaria as diferenças entre eles, favorecendo a personificação de Collor como uma espécie de político ideal, de “Salvador”. Conforme Girardet (1987, p. 63), os momentos de crises políticas favorecem o ressurgimento dos mitos políticos, dos heróis e salvadores: “Ele não se pertence mais, pertence a nós. Tornou-se algo a mais que um homem, uma espécie de símbolo”. Um símbolo em que milhares de pessoas passam a se reconhecerem e desejarem como presidente do país, mas isso discutimos no próximo capítulo.

Assim, na campanha presidencial de 1989, Collor seria visto como o político que viria não para escancarar o Brasil a uma política liberal que beneficiaria os empresários e os investidores capitalistas, e sim como o “salvador”, que apareceu para liquidar com os funcionários públicos que, inconstitucionalmente, ganhavam um salário superior ao estabelecido devido às fraudes e para construir um Brasil novo. Uma espécie de “super-herói”, que veio para salvar o país de todos os males da Nova República. Conforme aborda Antônio Gramsci (1978), de fato a população pode ser dominada por certos tipos de interesses. No caso das eleições que elegeram o presidente Collor, especificamente, um determinado grupo social divulgou propostas que eram de interesse coletivo, e isso convenceu essa maioria a adotar a causa dos grandes capitalistas como causa própria.

Uma multidão de pessoas pode ser dominada “pelos interesses imediatos, ou tomada de uma paixão suscitada pelas impressões momentâneas, transmitidas de boca em boca que se unifica na decisão coletiva, pior, que corresponde aos mais baixos instintos bestiais”

(GRAMSCI, 1978, p. 130). Não que essa maioria coletiva seja moldável, passiva a qualquer situação, mas o vulgo é levado pelas aparências e pelos resultados dos fatos consumados (MAQUIAVEL, 1965, p. 96-98). Collor soube disfarçar essa qualidade de príncipe simulador, vendendo sua imagem no mercado eleitoral. “Milhões de brasileiros se reconheceram no discurso de Collor pelo menos até o seu primeiro dia de governo” (MARRA, 1999, p. 113). É que ele se saía melhor disputando votos que governando. Dado isso, compete-nos estudar a relação de Collor com o eleitorado, ou com a opinião pública.

2.4 FERNANDO COLLOR DE MELLO NA HISTORIOGRAFIA BRASILEIRA

Em consonância com a fala de Carla Luciana Silva (2009), em Francisco de Oliveira (1992, p. 21) a campanha de Collor é analisada pelas conjunturas de dominação social: “Collor teria transformado uma eleição, numa expressão codificada da luta de classes”. O primeiro turno eleitoral não assumiu essa configuração. Os interesses eram muitos e diversos, devido à pluralidade de partidos políticos e candidatos disputando a eleição presidencial. Porém, os resultados do primeiro turno anunciaram que haveria mais do que uma eleição, dava-se início a uma guerra eleitoral envolvendo os primeiros colocados. De um lado, Fernando Collor de Mello, à frente da coligação PRN, PFL, PDS e PTB, e do outro, Luís Inácio Lula da Silva, candidato da frente Brasil Popular: PT, PSB e Pcdob. O PMDB e o PFL¹⁹, partidos de mais expressão naquele momento, tiveram seus candidatos vencidos no primeiro turno e coligaram o primeiro com Lula e o segundo com Fernando Collor.

Collor elegeu-se governador do estado de Alagoas pelo PMDB, justamente no processo de transição para a Nova República, em que a dobradinha PMDB e PFL era dominante. Contudo, para alçar-se no cenário nacional, filiou-se estrategicamente ao pouco conhecido PRN. A ideia era construir uma imagem que não estivesse vinculada às forças conservadoras remanescentes do regime militar. Curioso, mas não contraditório! “Embora não fosse um lídimo representante, era de fato, um espécime das bases conservadoras do regime burocrático-militar” (OLIVEIRA, 1992, p. 18). A própria trajetória política de Collor comprova essa fala de Oliveira. Durante o regime militar, ele esteve vinculado a ARENA. Enquanto deputado federal, votou em Paulo Maluf no colégio eleitoral. Era, sim, um conservador vestido de uma roupagem moderna e reformista. Era produto do autoritarismo.

¹⁹ Ulisses Guimarães foi candidato pelo PMDB e obteve 4% dos votos válidos. Pelo PFL, concorreu Aureliano Chaves, que teve apenas 1% dos votos.

Nesse sentido, o segundo turno eleitoral representava o enfrentamento entre dois candidatos de raízes sociais opostas: um candidato “bem nascido”, filho de oligarquia nordestina influente, tinha acedência de classe, membro das novas burguesias regionais, que “desde os anos 50, se metamorfoseavam, de oligarcas em empresários capitalistas, sem dispensarem os jagunços e o tabuco” (OLIVEIRA, 1992, p. 18); e outro nordestino, com uma história bem diferente do Alagoano. O retirante que migrou para São Paulo ainda garoto, teve uma infância de privações no semiárido sertão pernambucano. Nada de luxo, de jantares abastados com os figurões da sociedade e os grandes nomes da política brasileira. O filho de Lindú, Luís Inácio da Silva, teve uma infância de privações, um histórico de luta, e descobriu muito cedo que a vida é imprevisível. Aos sete anos de idade, desembarcou de um pau-de-arara no bairro do Braz em São Paulo. Não tinha um sobrenome de expressão para a excludente sociedade de castas. Era mais um da Silva, tentando a sorte na grande capital paulista. As adaptações demandaram tempo e também foram sofríveis (PARANÁ, 2009).

De fato, a vida é imprevisível! Luís Inácio da Silva, o Lula, tornou-se membro das novas classes operárias do ABC paulista. Fundou e assumiu, como a principal liderança, o Partido dos Trabalhadores (PT), o único partido de base classista na década de 1980. “Mais que imigrante e nordestino, foi sua qualidade de liderança sindical não pelega e fundador do PT que transformou o embate eleitoral numa expressão de luta de classes” (OLIVEIRA, 1992, p. 18). Nesse contexto, seu opositor, o então candidato Fernando Collor, seria um nome trabalhado pelas burguesias e forças interessadas.

Nos termos definidos por Norberto Bobbio (1995, p. 30), as expressões “direita” e “esquerda” são empregadas para designar “o contraste entre as ideologias e os movimentos em que se divide o universo, eminentemente conflitual, do pensamento e das ações políticas”. O enfrentamento entre Collor e Lula apregoava o conflito entre a direita e a esquerda política, um composto de entes divergentes que representavam interesses diversos e antagônicos, embora Collor tenha recebido apoio das camadas mais pobres da sociedade, os “descamisados”, como ele os chamava. Ademais, ele era grande trunfo das burguesias para derrotar o “sapo barbudo”²⁰. Foi da plataforma popular que Collor se lançou candidato, “com o fracasso rotundo dos candidatos do centro e da direita” (OLIVEIRA, 1992, p. 18). Aqui Oliveira refere-se aos candidatos do PMDB, do PFL e do desgastado Governo Sarney. Collor apresenta-se como uma alternativa frente aos ultrapassados figurões da política brasileira, e aí

²⁰ Expressão usada em um exemplar da revista Veja, publicado em 1989, referindo-se ao candidato Lula.

instalava-se o enigma. O suposto representante dos “descamisados” representava bem mais os interesses elitistas da direita política. Afirma Oliveira (1992, p. 19):

O próprio Collor encarregou-se de decifrar o que era enigma apenas para os parvos: perguntado após sua eleição, como retribuiria o apoio recebido das burguesias – traduzido ostensivamente em aparato publicitário e num aparelho de campanha gigantescos – o já eleito presidente respondeu que havia pago aquela dívida derrotando Lula, a besta-fera das burguesias e de todos os anéis empresariais-burocráticos.

Em vários momentos da campanha essa qualidade de conflito de classe eleitoralmente codificado manifestou-se. Não foram raras as vezes que o candidato Collor destilou o seu ódio de classe sobre Lula, acusando-o de analfabeto, de “comunista”²¹ e de outros emblemas preconceituosos. Houve um esforço da direita política em eleger Fernando Collor. Estava tudo arranjado, somente os candidatos conservadores e de direita tinham chance naquela disputa. A direita se muniu de todas as formas e havia, inclusive, a intenção de golpe, caso Lula fosse eleito. Orestes Quércia²², candidato a governador de São Paulo no ano seguinte, confessou que a atuação do governo de São Paulo no processo eleitoral foi motivado por pressões militares do Comando Militar do Sudeste. Um golpe de Estado estava sendo arquitetado. E por que não? A direita política brasileira é especialista em arquitetar golpes. Fizera isso em 1964 e estava disposta a repetir a dose em 1989. Estava pronta para assaltar o poder caso Collor fosse derrubado nas urnas. As propostas de Lula naquele momento representavam uma ameaça ao grande capital monopolista (OLIVEIRA, 1992).

Mesmo nessas condições, Oliveira (1992) deixa claro que o perfil do candidato Collor não se enquadra especificamente no modelo autoritário, aos menos não nos termos apresentados por Guillermo O’Donnell.²³ Em seus discursos, Collor apela ao povo em geral, usando expressões como “meu povo” e “minha gente”, característica pouco comum aos líderes autoritários. A experiência brasileira e latino-americana mostra que a emergência do autoritarismo, sobretudo do autoritarismo burocrático, trata-se de um movimento organizado que abrange vários setores da sociedade e tem as forças armadas com principal aliada. Contudo, o autor não menciona gratuitamente o papel exercido pelo Comando Militar do

²¹ Os termos comunismo e socialismo estavam vinculados a tudo de ruim que o eleitor podia identificar naquele momento. Muitos brasileiros não sabiam os significados dessas palavras, mas acreditavam que era algo capaz de levar o país à ruína. A imprensa ajudou a construir essa imagem.

²² Quércia buscava votos petistas decisivos no processo eleitoral para o governo de São Paulo, ao qual ele concorria no segundo turno eleitoral de 1990. Referia-se, também, ao posicionamento do Comando Militar no desfecho do sequestro do famoso empresário paulista Abílio Diniz. Tudo foi armado para que o PT fosse incriminado. Isso se retoma no terceiro capítulo.

²³ O’DONNELL, Guillermo. **Análise do autoritarismo burocrático**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

Sudeste em alguns desfechos da campanha eleitoral de 1989. A ditadura militar se naturalizou na democracia brasileira (MACIEL, 2012). Embora o candidato Collor não se enquadrasse no modelo autoritário, no segundo turno eleitoral ele recebeu o apoio das forças remanescentes do regime totalitário brasileiro, apesar de seu perfil eleitoral não imprimir a imagem de líder autoritário, muito pelo contrário: a ideia era apresentar uma imagem oposta a essa. Assevera Oliveira (1992, p. 126):

Collor parece ser a capacidade de sempre surpreender, de manejar, com habilidade dizem os áulicos, a nova capacidade de comunicação socialmente disponível, leia-se televisão, de não se enquadrar nos velhos figurinos dos políticos brasileiros: cara amarrada, ternos do Mappin, escassa capacidade de utilizar os modernos meios de comunicação. Em lugar disto Jet-ski, Cooper, valha-nos Deus, em jardins de châteaux em pleno inverno.

Nos termos definidos por Oliveira (1992), era um “outsider”²⁴, uma figura diferente no cenário político brasileiro. A Nova República herdou alguns conteúdos críticos dos anos anteriores, “os quais permanecem em franca deterioração, e os quais acrescentam uma crise da credibilidade pública, do Estado, da política e dos políticos [...]” (OLIVEIRA, 1992, p. 31). Nesse caso, a estratégia de Collor era trabalhar uma imagem desvinculada desse cenário político-econômico arruinado. É certo que ele não adotou um perfil político autoritário, ao menos não era essa a imagem que desejava imprimir. Seria ele populista? Durante a campanha eleitoral foi tido por alguns como populista²⁵ e demagogo. Porém, para Oliveira (1992, p. 28), “Ele não é populista, pois não interpela a radicalidade das massas, numa sociedade fechada, conforme Laclau²⁶”.

Conforme Oliveira (1992), o primeiro turno eleitoral da campanha presidencial de 1989 contava sim com um herdeiro do populismo varguista, mas não era Collor, e sim Leonel

²⁴ Termo usado por Oliveira (1992) para expressar que o então candidato fugia aos aspectos da normalidade.

²⁵ Para Ângela de Castro Gomes (2001, p. 24-25): “Em primeiro lugar, o populismo é uma política de massas, vale dizer, é um fenômeno vinculado à proletarianização dos trabalhadores na sociedade complexa moderna, sendo indicativo de que tais trabalhadores não adquiriram consciência e sentimento de classe: não estão organizados e participando da política como classe. As massas, interpretadas pelo populismo, são originárias do proletariado, mas dele se distinguem por sua inconsciência das relações de espoliação sob as quais vivem. Só a superação desta condição de massificação permitiria a libertação do populismo ou a aquisição da verdadeira consciência de classe. [...]. Em segundo lugar, o populismo está igualmente associado a uma certa conformação da classe dirigente, que perdeu sua representatividade e poder de exemplaridade, deixando de criar os valores e os estilos de vida orientadores de toda a sociedade. Em crise e sem condições de dirigir com segurança o Estado, a classe dominante precisa conquistar o apoio político das massas emergentes. Finalmente satisfeitas estas duas condições mais amplas, é preciso um terceiro elemento para completar o ciclo: o surgimento do líder populista, do homem carregado de carisma, capaz de mobilizar as massas e empolgar o poder”. Para essa autora o populismo ocorreu, no Brasil, principalmente após o Estado Novo (1945) e prevaleceu até o início de 1960.

²⁶ Segundo Ernesto Laclau (2005, p. 150), “é possível definirmos conceitualmente o populismo não como um tipo de movimento, identificado com uma base social especial ou mesmo com uma determinada orientação ideológica, senão como uma lógica política”.

Brizola. Inclusive, se esse candidato tivesse sido eleito para o segundo turno – o que esteve muito próximo de acontecer, já que a vaga de segundo colocado, ao final do primeiro turno fora disputada por Brizola e Lula, de maneira acirrada –, a campanha eleitoral assumiria outra dimensão. Não seria uma expressão codificada de lutas de classes. Entretanto, isso não aconteceu e a qualidade do candidato Collor na competição deixou transparecer que ele era mais messiânico do que populista. Fernando Collor de Mello figurava um messianismo político urbano, como comenta o autor (1992, p. 50):

O tempo messiânico opõe-se a qualquer outra temporalidade, de forma radical. Ele é de uma só vez, promessa definida e indefinida, um raio que pode abater-se de repente, sem aviso, apocalipticamente; sempre anunciado, não tem data nem minutos marcados. E sua chegada é o “dies irae” da vingança, que é também o dia da justiça. Essa qualidade radical do tempo messiânico choca-se frontalmente com um sistema previsível; e para Collor, essa contradição avançou celeremente: afinal havia uma data marcada para sua posse, que grande parte de seus eleitores interpelaram justamente como o “dies irae”.

Caracterização até então sem antecedentes na história política do país, com exceção de Jânio Quadros, no início na década de 1960 (OLIVEIRA, 1992). De fato, há semelhanças entre a política de Collor e a política janista. Jânio Quadros adquiriu prestígio atuando como governador de São Paulo e alçou-se presidente da república num momento político conturbado. Projetou-se como o líder “salvador”, propondo uma política de moralização administrativa. Usava boné da Companhia Metropolitana de Transporte Coletivo, trafegava constantemente nos transportes coletivos dessa Companhia, espalhava farinha de trigo simulando caspas, comia sanduíches de mortadela nos palanques. Utilizou-se de símbolos, imagens, atitudes impactantes e dramáticas para conquistar apoio popular.

Seu slogan na campanha presidencial de 1960 foi “Varrer a corrupção” e uma vassoura foi usada como símbolo da moralização. Transformou a política em um espetáculo atrativo. Em linhas gerais, Oliveira (1992) afirma que Collor apresenta um messianismo urbano muito mais sofisticado do que Quadros, pois o messianismo janista desbotou-se no decorrer do tempo e fora substituído pela imagem do conservadorismo político. Já Collor inovou em muitos aspectos, inclusive no uso dos recursos de comunicação disponíveis na década de 1980, muito mais sofisticados que os existentes nos anos 1960. “Collor era um “clown” rico, tinha ascendência de classe, enquanto Jânio era no início de sua carreira um professor de ginásio; o espalhafatoso é ridículo de Collor era correr em “Jet ski” e caminhar em pleno inverno nos jardins do Chateau Artigny” (OLIVEIRA, 1992, p. 27). Entretanto, será mesmo que as semelhanças entre eles são meras coincidências?

Na leitura de Olga Tavares (1998), Fernando Collor de Mello é emblemático de um discurso messiânico, mas esse discurso não é inovador, muito pelo contrário, vem sendo reproduzido no Brasil há muito tempo. Nesse sentido, o discurso dele estabelece uma estreita conexão com uma prática discursiva instalada no Brasil desde a colonização e arrastada até os dias atuais, reproduzindo-se ao longo da história e sinalizando que os momentos de crises políticas e econômicas são pertinentes ao aparecimento de líderes, salvadores que vão ao encontro das demandas populares. Nos termos em que define Raul Girardet (1987), os messianismos revolucionários contemporâneos também apelam ao salvador, ao chefe redentor, a quem está reservada a tarefa de livrar a cidade das forças opressoras que desejam estender sobre ela a sua dominação.

Nos discursos de Collor, os princípios de força e superação eram trabalhados constantemente e apresentavam significações complementares, sugerindo um “salvador” para guiar o povo a um novo caminho, para salvá-los da crise instalada e dos vilões apresentados.

Minha gente, o brasileiro sempre foi um otimista, sempre achou que teria um futuro melhor, que a vida dos seus filhos não seria tão difícil como foi a sua, achava até que Deus era brasileiro, que o nosso futebol era o melhor do mundo e que o plano cruzado tinha que dar certo. Este governo que aí está nunca me enganou, mas eu sempre fui um otimista, mesmo nas épocas mais difíceis, mesmo quando eu fui o mais perseguido, eu resisti, lutei, minha gente, e consegui vencer. [...] brasileiro sem esperança não é brasileiro. (TAVARES, 1998, p. 149).

As expressões usadas nos discursos proferidos por Collor eram articuladas para dar um sentido de possibilidade. Os termos “esperança” e “otimismo” eram explorados para designar que nem tudo estava perdido. Essa é uma das características dos líderes messiânicos: projetam-se como os salvadores e estimulam energias em potencial. Para Tavares (1998, p. 56), “o discurso é uma trama que se urde nas mais variadas condições”, uma teia que envolve o receptor e o emissor. Collor se apresentava como a “esperança” em pessoa e sua mensagem era uma das poucas que naquele momento de crise contagiava o eleitor. Ele propunha um tempo novo, repleto de dias melhores. A proposta era de salvação e reorganização político-econômica.

Os discursos exercem poder sobre os indivíduos e às vezes se misturam à própria história do país. Os políticos brasileiros que trabalharam ideias que foram ao encontro da opinião pública deixaram marcas na memória nacional. Tavares (1998, p. 18) compreende que os discursos são históricos por duas razões: “porque se produz em condições determinadas e projeta-se no futuro, porque cria tradição e influencia novos fatos”. Nesse sentido, a linguagem pode ser tida como um modo de produção social que não apresenta neutralidade. É

carregada de sentidos e de intencionalidades. A postura discursiva adotada por Collor reafirma esses princípios, apresentado resquícios de práticas políticas experimentadas no Brasil entre 1930 e 1964.

Assim sendo, as semelhanças entre Collor e Jânio Quadros não são coincidências, pois ambos reproduziram um discurso messiânico histórico no legendário político brasileiro. Conforme Tavares (1998) “o discurso messiânico, no Brasil, tem início com a carta de Pero Vaz de Caminha, em 1500: ‘... Contudo o melhor fruto que dela se pode tirar parece-me que será salvar esta gente’”. A ideia de salvação pressupõe mudança, transformação, regeneração, transição de um tempo de lamúrias para outro que seja perfeito. Por isso, o “salvador” assume o papel de “messias”, uma espécie de representante de Deus na terra. O mito do messianismo é entendido a partir dos aspectos religiosos.

A igreja e o Estado caminharam juntos até a proclamação da república e, mesmo depois de divorciados, a igreja ainda exerceu influência sobre o Estado nos anos seguintes. Getúlio Vargas, no Estado Novo, se encarregou de aproximar essas duas instituições e o Estado e as leis permaneceram sob a “proteção Divina”. No recorte temporal que se estende de 1945 a 1964, o populismo e uma pitada de messianismo marcou a trajetória de alguns governantes. Getúlio Vargas, Juscelino Kubitschek e Jânio Quadros, com mais ou menos ênfase, apelaram aos elementos populistas e messiânicos. A política e a religião sempre tiveram uma conexão estreita na história do Brasil (TAVARES, 1998).

Nessa análise, a identidade brasileira está intrinsecamente relacionada a uma dupla realidade: o cristianismo e o nacionalismo.²⁷ Na linguagem popular, ouve-se até que “Deus é brasileiro”. Isso atesta os clamores religiosos tão peculiares no Brasil. É certo também que heróis nacionais também foram forjados nesse universo de mesclas patrióticas e religiosas. Tiradentes é um bom exemplo. Todos os elementos cristãos foram registrados no percurso de Tiradentes: os cabelos longos, a túnica branca, a delação, as pregações de liberdade, os companheiros reunidos para ouvirem a sua mensagem, o enfrentamento à corte e o enforcamento (o sacrifício). Efeito semelhante teve a morte do candidato à presidência da república Tancredo Neves, em 1985. Poucos foram os governantes brasileiros que não apelaram à nação e à religião (TAVARES, 1998).

Os mitos políticos contemporâneos se confundem aos mitos sagrados das sociedades arcaicas. Imagens de uma nova época de esplendor, de felicidade e de redenção são projetadas. Uma idade de ouro que assegura à humanidade entrar em uma fase de sua história,

²⁷ Para Tavares (1998), mesmo o Brasil acolhendo diversos credos, de várias origens, sua identidade está ligada ao catolicismo e à brasilidade. Sob o lema de “Deus e a Pátria” moldou-se uma nação.

uma fase final, em um reino de justiça, liberdade e felicidade permanente. Prevalece o apelo do líder salvador, o messias restaurador da ordem e provedor de uma nova grandeza coletiva. O mito político “é fabulação, deformação ou interpretação objetivamente recusável do real” (GIRARDET, 1987, p. 13). O mito, antes de tudo, deve ser entendido como uma narrativa que se refere ao passado, mas que projeta uma imagem do futuro e conserva no presente seu valor explicativo. “O mito político por excelência é o messiânico que se introduz no imaginário do sagrado, da paixão, da esperança, da grandeza de um destino” (TAVARES, 1998, p. 28). O mito assume um dinamismo profético.

Na leitura de Girardet (1987), o velho mito político do salvador ressurgiu na história da França, destinado a um futuro bastante curto, mas, por um momento, suficientemente poderoso, coerente, atrativo, para fixar a atenção e reter a reflexão do receptor. Ele se referia à lenda do Sr. Pinay. Em 1951, a história da IV república francesa apresenta um duplo acontecimento: “no plano da crônica política, a investidura da Assembleia Nacional do Sr. Antoine Pinay na presidência do conselho. No plano da história do imaginário, a irrupção simultânea de um novo personagem no legendário nacional” (GIRARDET, 1987, p. 63). Nos discursos do Sr. Pinay, a política não era aquela dos políticos profissionais, nem dos ideólogos burocratas e planejadores de toda espécie.

O personagem criado sobre o Sr. Pinay não é o de um doutrinador, ele representava a moral coletiva e certo estado de espírito que imprimia algumas concepções sobre a França. Apresenta-se como um homem simples, moralista e apegado à família, um homem comum que não tinha aptidão para a política, mas clamava ao povo para juntos fazerem justiça. Nesse discurso muitos cidadãos se reconheciam. Falava em justiça, em colocar ordem na casa, em restabelecer o equilíbrio orçamentário. Fora comparado, por um colunista do jornal francês Paris-Match, ao herói de um filme estadunidense, o Sr. Smith – sujeito banal que acidentalmente foi promovido à vida política e derrubou todos os seus adversários. Sr. Smith era um personagem de ficção e o Sr. Pinay se materializava como uma figura símbolo da mítica política. Um personagem tão representativo quanto os heróis dos filmes hollywoodianos (GIRARDET, 1987).

Impressionante como as características do mito messiânico presentes no imaginário francês descrito por Girardet (1987) apresentam elementos comuns ao imaginário político brasileiro do final dos anos 1980. Collor figurou a versão brasileira de Sr. Pinay e do Sr. Smith. A chegada do herói ou do salvador, aqui, também era desejada. As configurações político-econômicas da década de 1980 no Brasil são análogas às descritas por Girardet sobre a França no início da década de 1950. O quadro era de fragilidade, vulnerabilidade e crise. Os

anos sofríveis de ditadura militar, o vazio deixado pela morte de Tancredo Neves e o caos provocado pela crise política e econômica. Um misto de fé e esperança clamava pela vinda do “homem providencial, do chefe, guia, do salvador. Personagens símbolos, através de um e de outro, exprime-se uma visão coerente e completa do destino coletivo. Em torno deles cristalizam-se poderosos impulsos de emoção, de esperança e adesão” (GIRARDET, 1987, p. 70).

A figura salvacionista de Fernando Collor de Mello estava sendo elaborada muito antes de 1989. O golpe de 1964 pôs fim à presença dos líderes carismáticos no Governo. Desde então, grande parcela da população passou a nutrir uma insatisfação ao sistema político vigente. O início da década de 1980 foi denso, carregado de mobilizações, protestos e possibilidade de um governo civil. Isso devolvia a esperança aos brasileiros, esperança ceifada com a morte de Tancredo Neves. Lembra-nos Tavares (1998) que Tancredo foi eleito ao posto de salvador da pátria, mas faleceu e a profecia não foi cumprida. Sua morte reforçou o anseio popular por um messias, sobretudo porque circulava publicamente a hipótese de assassinato.

Tancredo Neves foi clinicamente dado como morto em 1985. Coincidência ou não, dia 21 de abril, justamente na data em que se rememora outro herói nacional: Tiradentes, fator que aumentou a comoção nacional. Tudo isso somado ao sensacionalismo dos veículos de comunicação, que cobriam ao vivo o acontecimento e reforçavam as incertezas sobre sua morte, divulgando que ele havia sido acometido de uma doença grave, mas lançando a possibilidade de assassinato. “Sua doença, sua morte e seu enterro tiveram caráter de via sacra, de peregrinação religiosa” (TAVARES, 1998, p. 14). O imaginário brasileiro foi frustrado e Collor percebeu essa lacuna, assumindo, então, a responsabilidade que Tancredo Neves não pôde.

Segundo Tavares (1998, p. 28), “Collor assumiu um messianismo político porque surgiu da incapacidade de outros políticos mais tradicionais de assumirem seus chamamentos com tanta crença e determinação”. Essa fala reforça a ideia defendida pela autora de que há um chamamento, um apelo ao salvador, o que está de acordo com o que defende Girardet (1987, p. 186): o apelo ao salvador responde a uma situação de vácuo – “é a busca de um pai ausente ou a substituição de uma paternidade recusada por uma *imago* paterna idealizada”. É certo que, em 1989, existia uma vacuidade que favorecia o clamor ao salvador. A ideia era justamente essa: substituir o governo de Sarney (paternidade recusada) por um pai idealizado (Collor). A imagem de Collor, ou a representação que dele foi construída, traduzia os anseios da coletividade. “Há o tempo de espera e do apelo: aquele em que se forma e se difunde a

imagem de um salvador desejado, cristalizando-se em torno dela a expressão coletiva de um conjunto, na maior parte das vezes confuso, de esperanças, de nostalgias e de sonhos” (GIRARDET, 1987, p. 73).

A representação de Collor como o “Salvador da Pátria” se deu, principalmente, pela sensibilidade política da população brasileira, em virtude das sucessivas crises políticas. Segundo Marra (1989, p. 56), “o eleitor simples, estava completamente desiludido com os políticos profissionais e muito preocupado com a questão da corrupção”. Diante dessa situação, o momento histórico facilitou a vinculação de Collor a uma espécie de salvador, de governante ideal. Girardet (1987) discute os modelos criados sobre a multiplicidade de imagens projetadas sobre um mesmo personagem. Esses modelos são fundamentados no processo de heroificação, “que resulta na transmutação do real em sua absorção no imaginário social” (GIRARDET, 1987, p. 72).

Collor pode ser situado nos três períodos definidos por Girardet (1987, p. 66): “o apelo, o poder e a Glória, o martírio”. Na fase do apelo, o candidato Collor se viu diante de um grande destino. A famosa caça aos marajás alagoanos conferiu-lhe destaque nacional. Seu discurso moralista já anunciava a tendência ao messianismo, pois a moral está estreitamente vinculada à religião e por isso mesmo é um elemento-chave no discurso messiânico. Nos termos de Girardet (1987), o tempo do apelo é aquele que apresenta e difunde a imagem do salvador esperado, cristalizando sobre ele as esperanças, as expectativas e os sonhos. Assim, um número significativo de brasileiros viu em Collor a possibilidade da mudança e da superação dos problemas nacionais, tendo nele depositado a esperança de superação da crise político-econômica vivenciada. Para Olga Tavares (1998, p. 29):

Collor realmente reuniu na sua pessoa a lenda de um guia, que reestabeleceria a ordem e que destruiria os inimigos da pátria com recursos absolutamente míticos. Seus confrontos com Lula, por exemplo, eram claramente identificados com uma luta entre o bem e o mal, apelando para sentimentos religiosos arraigados no povo brasileiro, como a condenação e o aborto.

Collor usava os mais baixos recursos na propaganda anti-Lula. Houve momentos em que essa apelação moral religiosa cristã manifestou-se com mais veemência. Uma situação marcante foi a apresentação emblemática de Mirian Cordeiro, declarando que a filha que ela e Lula tiveram juntos correu risco de vida antes mesmo de nascer, pois o candidato petista havia lhe proposto um aborto. A enfermeira Mirian Cordeiro e Lula foram namorados e desse relacionamento nasceu Laurian, em 1974. Uma matéria divulgada pela UOL notícias de São Paulo (17/12/2009) apresenta Paulo Tarso e Chico Santa Rita, o primeiro assessor da

campanha de Lula e o segundo responsável pela campanha de Collor no segundo turno de 1989, comentando o episódio.

De acordo com Chico Santa Rita, foi gravada uma fita com duração de mais de uma hora, dos quais foram ao ar pouco mais de dois minutos, suficientes para provocar um escândalo. “Quem decidiu colocar a fita no ar foi eu, mas é claro que a decisão final era do candidato”, disse Rita. Segundo Tarso, ele ficou sabendo da origem dessa fita antes dela ser divulgada e imediatamente chamou Lula para decidir qual seria a resposta em relação a essa notícia, porém, Lula disse que não dirigiria nenhuma resposta negativa a Miriam Cordeiro, desqualificando-a, porque sua filha era o resultado de um ato de amor, e isso era o que precisava ser dito. Para Tarso, ficou a certeza de que o depoimento de Miriam foi remunerado, foi forjado. A própria família dela reprovou a atitude. Conforme ele, “Ela buscou um fato vital entre os dois, que é ter tido um filho fora do casamento e tentou esquentar isto para dar ares eleitorais e interferir no processo eleitoral para gerar turbulências. Como gerou”.

Em torno disso promoveram um espetáculo, desqualificando o candidato Lula. Pergunto-me: quanto será que Mirian Cordeiro recebeu pelo showzinho nas emissoras de TV e nas entrevistas concedidas a revistas e a jornais, se vitimizando? Suponho que isso tenha custado caro aos bolsos de Fernando Collor ou aos cofres de sua campanha. Depois dos dois minutos divulgados na televisão, Miriam estampou as páginas dos Jornais e Revistas de circulação nacional. A mídia sensacionalista explorou isso a favor de Collor. A ex de Lula foi chave fundamental na campanha “Collorida”.

Estrategicamente, a matéria foi ao ar na última semana de campanha e o sentido produzido comprova o caráter mítico-religioso invocado por Collor. O fato de Lula ter tido uma filha fora do casamento já era apresentado, por si só, como um elemento imoral. Depois, o fato de ter abandonado a namorada grávida, e o pior, o mais imperdoável ato de violação moral religiosa: o aborto, que Miriam supostamente foi pressionada a fazer. Isso foi usado para desmoralizar o candidato Lula. O próprio Collor, com uma expressão de indignação, repetiu várias vezes, nos debates eleitorais e entrevistas, que o aborto era algo abominável. Durante os cem anos de República do Brasil, completados justamente em 1989, “raras vezes a retórica moralista foi boa eleitora, contudo, depois de vinte anos de desmandos e autoritarismo militar e de um governo civil anódino e corrupto, a moral decidiu realmente os rumos eleitorais de Collor de Mello” (TAVARES, 1998, p. 29-30).

Retomando Girardet, o tempo da glória e do poder é o tempo da presença do salvador. Em analogia a Collor, refere-se a sua glamorosa vitória, a sua legitimação como precursor de uma “nova era”, a sua consagração como presidente da república brasileira. É há, ainda, o

tempo da lembrança, no qual a figura do salvador é novamente lançada ao passado e modificada pelas transformações da memória e de sua capacidade seletiva. Nesse terceiro período, o martírio volta reinar e o líder é identificado, nessa fase, como tudo aquilo que ele negava em outro momento e dizia combater. Isso provocou o desprezo de seus eleitores e também aconteceu com Collor, quando, em 1992, escândalos públicos envolvendo ele e seu governo impactaram a sociedade. A complexa situação teve como desfecho um impeachment. O tempo de herói de Fernando Collor foi curto, mas, para Girardet (1987), os salvadores da pátria não conseguem sustentar seus discursos por muito tempo. As práticas de governo, ao menos na maioria dos casos, não condizem com os discursos e por isso eles caem no descrédito. É verdade, com Fernando foi assim, no entanto, deixamos o governo e o impeachment de Fernando Collor para outra oportunidade.

Para Girardet (1987), não há xamanismo sem encenação e sem feiticeiro que seja também ator. Na fabricação dos heróis, é preciso identificar a parcela do real e do imaginário, o que existe de espontaneidade criadora e de construção intencional. Nesse sentido, existe duas formas para se pensar o surgimento de um herói: a primeira é pela parcela de espontaneidade ligada ao real, a segunda é a construção intencional, a fabricação de um herói. É certo, Fernando Collor de Mello é resultado do mais elaborado marketing político já visto no Brasil até 1989. Houve a intenção de fabricar um herói. Não restam dúvidas quanto a isso. Por outro lado, havia também uma situação concreta vivenciada pelos brasileiros, que favorecia sua construção.

O eleitor não precisava entender de economia e política para saber que as condições de vida não eram as melhores. A inflação se materializava nos supermercados, o desemprego, a corrupção e a miséria eram fatos concretos, mas a propaganda da crise era muito maior do que a crise efetiva, principalmente porque era interessante à campanha eleitoral de Collor que o cenário aparentasse ser muito pior do que já era. Isso se dava justamente para que houvesse um apelo ao salvador. Ele se apropriou da situação e conquistou espaço vendendo uma imagem que agradava os brasileiros. O discurso adotado por Collor e difundido pelos meios de comunicação atribuía-lhe um caráter mítico, envolvido mais a ações imediatas do que a lembranças do passado.

O passado era apresentado no sentido de ser superado, ao menos um passado próximo, que se mantinha vivo na memória de muitos brasileiros de um contexto político que se deseja esquecer, e não memorar. Collor apareceu como um lançamento, o novo em contraposição ao velho e ao retrógrado. De acordo com a fala de Girardet (1987) sobre os mitos messiânicos, havia um passado distante a ser memorado: os “tempos bons”, a “era de ouro”.

Collor sempre lembrava, em seus discursos, dos anos em que a democracia prevaleceu, pautando-se mais em ações, na “caça aos marajás” acima de qualquer outra coisa. Foi muito bom ator e disfarçou, durante a campanha, toda uma manipulação intencional que forjava um personagem. Com diz Oliveira (1992), isso só era enigma para os parvos.

O discurso simbólico construído por Collor e sobre Collor apresenta dois aspectos fundamentais discutidos por Girardet (1987): a personificação e a ideia de salvação. A representação criada sobre os seus opositores fortaleceu a imagem desse personagem, sendo eles caracterizados como tudo o que de ruim o eleitor poderia identificar naquele momento. Os opositores eram o governo Sarney e o candidato Lula. Na Revista Veja, de 6 de dezembro de 1989, aparece, nas páginas 58 e 59, uma chamada, escrita com letras grandes: “Onde Lula é o Demônio”. Na matéria a seguir o editor redigiu um texto e mostrava imagens do Bispo Macedo com uma multidão de pessoas, tendo escrito: “Collor conquista voto evangélico”. Esse tipo de chamada aparece em outras edições da revista e em outras páginas da mesma revista, como a página 5, editado: “O PT não mete vírus”.

A personificação de Collor como uma espécie de salvador se deu em um momento em que a desilusão política favoreceu tanto a criação do personagem quanto a versão de malfetores atribuída à oposição: de um lado, o super herói; do outro, os vilões. Em linhas gerais, Olga Tavares (1998) postula que o ex-presidente Fernando Collor de Mello assumiu um discurso messiânico, que implicou em criar inimigos e vilões, os quais simbolizavam o mal. Projetava-se, desse modo, o dualismo entre “o bem”, simbolizado por Collor, e o “mal”, figurado nos seus “inimigos”, também apresentados como inimigos do povo e da nação.

Nos discursos proferidos durante a campanha eleitoral de 1989, Collor se portava como um justiceiro em defesa dos menos favorecidos, fazendo praticamente um pacto com a população brasileira. Mesmo não tendo nada de salvador, o marajá de Alagoas possuía um discurso redentor, discursava usando um misto de fé, esperança e justiça. No discurso proferido durante a convenção do PRN, Collor fez um compromisso com sua geração, principalmente com os jovens, propondo liderar o processo de mudanças e defender incondicionalmente os direitos do povo brasileiro. Nesse discurso Collor, afirmou:

Não venho em nome dos que tem fome de poder, mas sim em nome dos que tem fome de justiça. [...] venho em nome da fé como mandatário da verdade e sobre a inspiração da liberdade como justiça para promover a prosperidade coletiva. [...] quero ser a voz dos oprimidos, dos desassistidos, dos espoliados e dos humildes que nunca tiveram voz e nem vez no processo histórico brasileiro. (TAVARES, 1998, p. 148).

Esse discurso imbuído de esperanças levou grande parte da população brasileira a crer que existia um “salvador”, “um redentor dos pobres”, “um protetor”, característica comum aos governos populistas. Assim como Oliveira (1992), Tavares também defende que a imagem e os discursos proferidos por Fernando Collor afastavam as semelhanças com os velhos coronéis populistas que trajavam ternos brancos e fumavam charutos. Entretanto, a pesquisadora (1998, p. 111) não desconsidera a possibilidade do (neo)populismo, inclusive defendendo essa ideia, afirmando que “Collor imprimiu um novo conceito de populismo: “manteve o discurso voltado para o privilegiamento dos setores populares, contrabalançando-os com os privilégios da modernidade”. Sua fala era dirigida aos “despossuídos”, termo usado pelo próprio Collor. Os vilões, os marajás e os inimigos eram sujeitos apontados como desqualificados, da “pior cepa”, mas era minoria. “A maioria “somos nós: o povo”, dizia ele. E convenhamos, o termo (neo) “novo” não é estranho a esse candidato, já que ele também é tido na historiografia e na economia como precursor do neoliberalismo. Porque não o neopopulismo? Faz, sim, todo o sentido essa análise produzida por Tavares.

A campanha eleitoral de Collor apresentou um manejo sofisticado das novas técnicas de “fazer” política, acompanhadas pelas inovações no campo das comunicações. Collor foi estratégico, e até mesmo inovador, não por ser um orador dotado da qualidade de “simulador” (MAQUIAVEL, 2004), mas por usar o corpo, sua juventude, o esporte, como forma de se fazer moderno em contraste aos políticos profissionais que haviam participado da História política do país. A imprensa nacional legitimou os signos, os slogans, as imagens e o próprio discurso de Collor.

3 COLLOR A CAMINHO DO PLANALTO CENTRAL

[...] em todas as sociedades os seres humanos se ocupam da produção e do intercâmbio de informações e de conteúdo simbólico. Desde as mais antigas formas de comunicação gestual e de uso da linguagem até os mais recentes desenvolvimentos na tecnologia computacional, a produção, o armazenamento e a circulação de informação e do conteúdo simbólico têm sido aspectos centrais da vida social.

(THOMPSON, 2002, p. 19)

3.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Neste capítulo, objetivamos aprofundar as discussões acerca do nosso objeto de estudo e, portanto, analisamos as estratégias de Fernando Collor de Mello e dos organizadores de sua campanha presidencial na construção de um projeto especificamente neoliberal e de ações publicitárias fundamentais ao modelo de campanha política espetacular, promovida por esse candidato e pelos grupos que o apoiavam. Valendo-se da imprensa nacional, a imagem de Collor como o “salvador da Pátria” foi alardeada em cenário nacional, tendo sido ele propagado como um político capaz de resolver todos os problemas identificados pela sociedade brasileira daquele período.

O então candidato contou com o apoio da revista *Veja*, que abraçou sua campanha e o propagou explicitamente, fazendo uma campanha pró-Collor. Ela não apenas o divulgou como o “encantador de marajás²⁸” como também se esforçou em desvirtuar a imagem de seu opositor, Luís Inácio da Silva, no segundo turno eleitoral. Ao mesmo tempo em que esse periódico mostrava Collor como o herói e salvador, associava o candidato do Partido dos Trabalhadores, Lula, a um comunismo falido no mundo inteiro, identificando-o como despreparado politicamente, baderneiro e criminoso.

Mesmo com um aparato publicitário gigante e bem articulado em favor de Collor, no segundo turno eleitoral a opinião pública nacional estava dividida entre os dois candidatos: o “encantador de marajás” Collor e o petista Lula. À medida que as pesquisas eleitorais mostravam que a distância entre esses dois candidatos estava cada vez menor, Collor e a imprensa oligololizada, uníssona, recrudescia e atingia o ponto mais crítico dessa campanha eleitoral e tecia fortes acusações ao candidato Lula. Quanto menor a disparidade entre os dois candidatos, maior era o espetáculo promovido pela revista *Veja* e pelo próprio Collor.

²⁸ Expressão usada por Terezinha Mendes Marra (1999).

3.2 COLLOR: O “CAÇADOR DE MARAJÁS”

As eleições municipais de 1988 já antecipavam os debates e a configuração eleitoral da campanha presidencial de 1989:

Garantidas as eleições municipais, apesar das pressões em contrário, em novembro de 1988, ocorreu o primeiro embate eleitoral, após o colapso do cruzado, a crise dos partidos da Aliança Democrática e o início da crise de legitimidade do governo Sarney. Apesar de as eleições municipais favorecerem os partidos com maior máquina partidária e eleitoral, pois se tratava de eleições em que o enraizamento dos partidos nos municípios era crucial para o lançamento de candidatos a prefeito e para um desempenho geral, os grandes derrotados de 1988 foram o PMDB e o composto PDS/PFL. (MACIEL, 2012, p. 343).

Conforme Davi Maciel (2012), as eleições municipais de 1988 foram as primeiras, desde 1964, que ocorreram, sem distinção, em todos os municípios. Em 1982, houve, no Brasil, eleições municipais, mas as cidades e capitais de áreas consideradas de segurança nacional não participaram do processo. Elas só tiveram pleitos eleitorais anos depois, em 1985. Salieta Maciel que essa configuração eleitoral dos anos de 1982 e 1985 dificulta estabelecer comparativos entre os quadros eleitorais de 1988. No entanto, ainda assim algumas tendências são perceptíveis, e uma delas é que os partidos de esquerda tiveram mais vantagem nas eleições municipais de 1988.

Em 1982 e 1985, as agremiações dissidentes dos dois partidos predominantes no período de ditadura militar, como o PDS e o PFL, ambos originários da ARENA, e o PMDB, que abrigava um grande contingente de políticos remanescentes do antigo MDB, tiveram sucesso nas eleições. “Em 1982, quando ainda não havia o PFL, o PDS conquistou 46,2 % das prefeituras. Já em 1985, quando as eleições ocorreram nas capitais, [...] o desempenho dos dois partidos somados em número de votos foi de 12,6%, sendo 8,8% do PFL e 3,8% do PDS” (MACIEL, 2012, p. 344). Comparando esses resultados, nas eleições de 1988, o PFL conquistou 24,7% das prefeituras, enquanto o PDS 10,4%. Os dois partidos, juntos, somaram o equivalente a 35,1% e se apossaram de 19% das prefeituras das grandes capitais do país (MACIEL, 2012)

O PMDB, maior máquina partidária projetada com o nascimento da Nova República, teria um desempenho impressionante durante os anos 1980. Em 1982, conquistou 34,9% das prefeituras e, em 1985, assumiu 19 capitais. Em 1986, conquistou 22 das 23 sedes de

governos estaduais.²⁹ Quem diria que esse gigante partidário, em 1985, não ditaria as cartas do jogo na próxima campanha presidencial? Foi ele que elegeu Tancredo Neves, em 1985 (coligação PMDB/PFL), no pacto que permitiu a queda simbólica da ditadura militar. Brigou pela Nova República e assumiu o poder do Estado em seus primeiros anos. Porém, os dados das eleições municipais de 1988 mostram um decréscimo desse partido. “No computo geral, em 1988, o PMDB conquistou 37,5% das prefeituras, crescendo apenas 2,6% em relação a 1982, nas cem maiores cidades conquistou apenas 20 do total, contabilizando 20%” (MACIEL, 2012, p. 344).

Há que se considerar o desempenho do PSDB, dissidente do PMDB, que rachou devido a conflitos internos do partido. A atuação do PSDB somou o equivalente a 4% do total dos municípios. Nas cem maiores cidades, os psdbistas ocuparam 8% das prefeituras, lembrando que esse partido recém-criado ainda estava em fase de estruturação, em 1988, e, por isso, só lançou candidatos a prefeitos nas maiores cidades. O fato é que o desempenho do PSDB não diminuiu o impacto do decréscimo do PMDB. De todo modo, esses resultados indicavam algumas possibilidades para a campanha presidencial de 1989. Significa dizer, então, que o voto expresso nos partidos conservadores recuou, em 1988, nos principais centros urbanos brasileiros (MACIEL, 2012).

Enquanto os partidos conservadores eram derrotados, a esquerda avançava:

Na esquerda, os resultados foram muito melhores, indicando um processo de crescimento acentuado. O PDT, que em 1982 ganhou em 0,6% das cidades em 1985 conquistou duas capitais (8%), em 1988 conquistou 4,5 das prefeituras e nada menos que 17 entre as maiores cidades (17%), inclusive a segunda maior cidade do país, o Rio de Janeiro. Estes resultados indicam a expressiva penetração do PDT no eleitorado urbano e a força da candidatura do Brizola, principalmente no Estado do Rio de Janeiro. (MACIEL, 2012, p. 345).

Comparando os resultados municipais de 1982 e 1988, o desempenho do PT foi ainda mais significativo que os resultados obtidos pelo PDT. Em 1982, esse partido assumiu apenas 1% das prefeituras, o equivalente a duas prefeituras. Em 1985, conquistou uma capital, Fortaleza (CE). Já em 1988, o partido ganhou em 0,9% dos municípios, e, entre os cem maiores, conseguiu conquistar o equivalente a 12%, ou seja, o partido assumiu 12 prefeituras nas grandes cidades. Entre elas, as capitais Porto Alegre (RS), Vitória (ES) e São Paulo (SP). “Os resultados eleitorais de 1988 indicam claramente a insatisfação popular com o governo da

²⁹ Dados retirados da obra: MACIEL, David. **De Sarney a Collor: reformas políticas, democratização e crise (1985-1990)**. São Paulo: Alameda, 2012.

nova República e com os partidos que o apoiavam, favorecendo os partidos de oposição principalmente os de esquerda” (MACIEL, 2012, p. 346).

Para desespero dos contingentes conservadores, esses resultados anunciavam que havia espaços abertos para candidaturas do PDT e do PT na campanha eleitoral presidencial de 1989. Os setores conservadores nutriam a crença de que Leonel Brizola e Lula ameaçariam a ordem vigente, capitalista e liberal. Por esse motivo, suas propostas seriam severamente combatidas pelos setores político-econômicos conservadores. Foi essa brecha que abriu espaço para candidaturas como a de Fernando Collor de Mello: era preciso um nome forte para conter o avanço da esquerda. O alagoano aproveitou bem a brecha e, já em 1987, adquiria destaque nas manchetes de periódicos de circulação nacional, dizendo que era a favor da livre iniciativa privada e da economia de mercado.

Em abril de 1987, Fernando Collor foi notícia nas páginas amarelas da revista *Veja*. Naquela época, sua candidatura para presidente da República não era certa, mas seu interesse em propagar o governo de Alagoas e se autopropagar denuncia sua pretenciosa intenção de disputar um cargo de envergadura nacional. “No dia 6 de abril de 1987, Fernando visitou a editora abril. Foi recebido por Roberto Civita na sala deste último. Disse quantos funcionários havia demitido e que pretendia dali para frente. Roberto Civita gostou dele” (CONTI, 1999, p. 66). A fala com Roberto Civita rendeu-lhe essa entrevista, realizada por Laurentino Gomes (chefe da sucursal de *Veja* de Recife), intitulada: “Vou acabar com os Marajás” e, a seguir: “O governo de Alagoas fala de sua vitória contra os funcionários milionários e promete manter sua cruzada moralizadora”.

Veja: O senhor está fazendo jogo de sena?

Quem acha que estou blefando que pague a aposta. Sempre fui de cumprir o que prometo e sou um pouco cabeça dura nisto. [...] Há uma casta de funcionários, os marajás, que sempre desafiaram qualquer lei e qualquer poder. Vou combatê-los até o fim. Há grupos econômicos retrógrados e perversos agindo sobre a economia do estado e pretendo enfrentá-los.

VEJA: O senhor que vem da elite alagoana, é contra o poder econômico?

Sou a favor da livre iniciativa e da economia de mercado. O que não posso admitir são os feudos que se tornaram as usinas de açúcar, que controlam 60% da economia do estado, mas, na verdade, só servem para sugar seus recursos. É uma atividade secularmente predatória do ponto de vista social. Na usina o que vira bagaço, não é apenas a cana de açúcar, mas também o seu trabalhador.

Veja: O senhor começou a vida política na Arena, juntos com os ex-governadores alagoanos Divaldo Suruagy e Guilherme Palmeira. Agora os combate, porque não rompeu com eles antes?

Comecei com eles, mas não pelas mãos deles. [...] Venho de uma família de políticos. [...] Portanto não sou fruto de uma ação entre amigos. [...] Sobre o passado de convivência com estes senhores, apenas tenho a lamentar, o tempo perdido e o equívoco político. (GOMES, 1987, p. 6).

Figura 1 – Entrevista de Collor para a Veja, em 22 de abril de 1987.

Entrevista: FERNANDO COLLOR DE MELLO

Vou acabar com os marajás

O governador de Alagoas fala de sua vitória contra os funcionários milionários e promete manter sua cruzada moralizadora

Por *Laurenzino Gomes*

Descobertas de quarenta bilhões e falta preta na câmara, o governador alagoano, Fernando Collor de Mello, 37 anos, um homem que na aparência está a meio caminho entre um garoto bovinado da Zona Sul carioca e um jovem advogado bem-sucedido, começa sua deslavadamente distribuída guerra contra a elite imigratória. Neto de um mineiro do Triângulo, filho de um ex-governador de Alagoas, Fernando Collor é casado, tem dois filhos e foi licenciado brasileiro de nascença. Formado, é dono da rede de comunicação de massa denominada de "meu Estado". Em meados de 5 meses de campanha, Collor diz estar pronto para chegar com o que diz: "Se não for capaz de cumprir tudo o que prometi, não há qualquer dúvida, no momento, de que eu cometi um erro grave". "Percebo que estou vivendo momentos decisivos", diz Collor. "Minha voz retinava e a autoridade de meu cargo deu a quem ouvia".

Dois dias depois de assumindo, Fernando Collor obtém do Supremo Tribunal Federal uma liminar suspendendo o pagamento dos vencimentos adicionais dos chamados marajás de seu Estado — uma categoria de cerca de 3 000 funcionários cujo salário tem multiplicado por uma cascata de vantagens concedidas por leis aprovadas nos governos anteriores. Morando nessa primeira vitória, ele anuncia uma campanha pelo desenvolvimento em Alagoas e alivia fogo contra os inimigos de agora: um reduzido grupo de famílias que controla 60% da economia regional e vive no Branco do Estado em milhões de dólares. "Vou acabar com essa elite até o último centavo",

dos grandes aliados do governo passado. Não tenho nenhuma ingenuidade: a coisa é, por isso, muito mais difícil para decidida. É preciso resgatar a credibilidade do cargo que ocupa e a imagem do Estado que governa. Vou de uma guerra que não tem a intenção de participar da política nos últimos anos e pensando de volta à população do meu Estado a esperança e a criação de uma sociedade pública.

VEJA — Que guerra o senhor pode estar de que não vai repetir todos os erros que está cometendo?

Collor — Minha política. Estou apenas começando. Minha guerra é contra os quatro pilares que até hoje sustentavam a política alagoana: o sindicato do café, o poder econômico, o estabelecimento político e os chamados administrativos. De o que acontece no governador do Estado no poder. Para que Alagoas possa entrar em uma nova via, vou que combater esses inimigos. Não quero qualquer tipo de conchego e entendimento com eles.

VEJA — Foi que não conseguiu resolver os marajás?

Collor — A história de todos os governadores que estão assumindo agora é sempre a esta. Não dá para falar em plano de governo. Como governar o país? O cenário é desolador para quem está chegando. Os Estados estão comprometidos pelos desastres, pelo desemprego, pela falta de liberdade e pelo desprestígio do funcionalismo público, que é o esquecimento de fazer funcionar a máquina administrativa. Então, é preciso antes pensar sobre como fazer para depois tratar as obras de governo. Sempre nos



Fernando Collor: "Os marajás desafiavam qualquer poder"

Estou só começando a minha guerra

VEJA — O senhor está fazendo algo de novo?

Collor — Estou aqui que não tenho nada que pagar e agora. Sempre fui de sempre e que governo e sou um pouco cabeça-dura assim. Recordo que os marajás que estão tomando são muito mais para o público de governo: que Alagoas teve até agora, mas ninguém deve se esquecer com o desenvolvimento dela. Há um símbolo de crise em ação em Alagoas, e quero acabar com ele. Há uma casa de funcionários, os marajás, que sempre desafiaram qualquer lei e qualquer poder. Vou combatê-los até o fim. Há grupos econômicos integrados e envolvidos agora sobre a economia do Estado, e pretendo enfrentá-los. Eram

VEJA, 22 DE ABRIL, 1987

Fonte: Gomes (1987, p. 6).

Nessa entrevista, alguns aspectos devem ser ressaltados: 1) Collor aparece em cenário nacional, recém-eleito governador de Alagoas, intitulado-se como o “caçador de marajás”; 2) também apresentou-se como oposição do presidente da república; 3) afirmou ter rompido com a ARENA, e, por consequência, com políticos remanescentes desse partido em Alagoas. Em relação a isso, disse lamentar o equívoco político, quando no passado iniciou carreira nesse partido; 4) defendeu a livre iniciativa privada e a economia de mercado, um discurso que seria a sua ponte de acesso à imprensa nacional.

A princípio, Collor usou o termo “marajá” para se referir ao empreguismo na máquina pública alagoana. Explicava que marajá eram os funcionários públicos e afirmava que o Estado havia se tornado cabide de empregos e, por isso, as instituições públicas estavam comprometidas. Elegeu os culpados dos males que assolavam o estado: os marajás e os usineiros. Ao perceber que o discurso colou e estava repercutindo na imprensa nacional, o

termo “marajá” passou a ser usado para se referir a políticos corruptos, que tinham as mordomias sustentadas por verbas públicas, sendo o maior deles José Sarney. “O presidente José Sarney foi saco de pancadas, uma vez que havia mesmo a suspeita de corrupção no governo federal, a estratégia de Fernando ia ganhando credibilidade” (MELLO, 1993, p. 92).

Conforme Mello (1993, p. 126), Collor usou os usineiros e os marajás de Alagoas como bandeira eleitoreira, uma falsa plataforma de governo, já que, “[c]omo prefeito de Maceió promoveu o mais selvagem empreguismo que se tem notícia até hoje; como governador silenciou os ataques aos usineiros em troca de um negócio espúrio”. Entrevistado por Laurentino Gomes, foi questionado sobre ter nomeado três mil novos funcionários municipais antes de deixar a prefeitura de Maceió, em 1982. Collor respondeu que foi vítima de uma armadilha. Afirmou ter inaugurado muitas obras e por isso não teve tempo de analisar todos os documentos que assinou. Completou dizendo: “nunca mais cometo um erro destes” (GOMES, 1987, p. 6). Sabia ele que ambas as situações eram inadmissíveis para um político.

Pedro Collor de Mello, inspirado na dramaturgia de Dias Gomes, assimila Fernando Collor a Dorico Paraguaçu:

Dorico Paraguaçu não faria melhor. Imagine um prefeito que não vai a prefeitura, só inaugura poste se tiver banda de música, faz política distribuindo emprego público, e no carnaval desfila pelos bailes atracado a prostitutas. Um escândalo, pois não? Pior ainda quando o prefeito não é personagem de ficção, e no lugar da alegre sucupira imaginada por Dias Gomes, temos a combalida Maceió administrada por Fernando Collor de Mello. (MELLO, 1993, p. 58).

A verdade é que o caçador também era marajá, e mais: fazia questão de manter outros tantos funcionários nessa mesma condição. De fato, Dorico Paraguaçu, ou o “Bem-Amado” da narrativa de Gomes, exibida nos cinemas e na televisão brasileira em princípios da década de 1970, é uma figura excêntrica que apresenta semelhanças com o não menos ator e autor de uma dramaturgia política da “vida real”: o próprio Fernando Collor. A versão jovem e, porque não, moderna, de Dorico Paraguaçu. Apresentava-se moderno, mas mantinha as mais velhas práticas eleitoreiras. De prefeito de Maceió a Governador de Alagoas, a dinâmica política permanecia.

Pai Souza, o marajá mais requisitado por Collor no Palácio dos Martírios (sede do governo em Alagoas), era intocável. Ele tinha um cargo comissionado com direito a motorista particular e recebia altos salários para prestar serviços exclusivos ao governador. “Assessor para assuntos sobrenaturais e afins, passava maior parte do tempo sentado num banco de saguão de entrada do palácio” (MELLO, 1993, p. 93). Em dias de assembleia e reuniões

importantes, o motorista buscava Pai Souza logo cedo e ele, chegando ao Palácio, subia imediatamente aos aposentos de Collor. “Solene e compenetrado, o governador, Fernando Afonso Collor de Mello, postava-se no centro da área delimitada pela pomba³⁰ de Pai Souza, por longo tempo, até que curandeiro terminasse o despacho” (MELLO, 1993, p. 93). Assim, o governador se sentia livre dos maus espíritos e preparado para tomar qualquer decisão importante.

O marajá caçador transmitiu uma mensagem que funcionou, uma vez que existia um benefício material, algo de concreto em seu discurso. Os marajás existiam na política alagoana e em grande parte do país. A maioria dos políticos geria o espaço público como privado, fazendo dos órgãos públicos cabides de emprego que serviam a fins eleitoreiros. Isso era real e Collor prometia combater essa prática. Fez a sua mensagem soar verdadeira quando enxugou a máquina administrativa alagoana, demitindo os ditos “marajás”, cortando gordas aposentadorias de políticos e, inclusive, suspendendo os quinquênios de muitos servidores do sistema judiciário alagoano.

Isso causou um escândalo nacional, pois o governador cortou regalias até dos figurões do judiciário. Contudo, na verdade o que ocorreu foi um acordo corrupto e silencioso com essa classe. O mesmo aconteceu com os usineiros, tendo ameaçado receber as dívidas destes em terras para fazer reforma agrária, o que tampouco fez; sequer os prejudicou, haja vista o fato de sua campanha para governador ter sido patrocinada por alguns deles. Collor convocou os “descamisados” a lutar contra um inimigo comum. “Ao convocar “todos os descamisados para lutar contra o dragão, joga os descamisados para assustar a burguesia e obter dela o assentimento da oposição. Mas, não joga os descamisados contra a burguesia [...]” (OLIVEIRA, 1992, p. 134).

Contudo, aparecer nas “amarelas” da Veja, em abril de 1987, foi importante para Collor. Cláudio Humberto Rosa e Silva (1993)³¹, à época assessor de imprensa do governador alagoano, afirma ter comemorado ao ser contatado por Lauretino Gomes para fazer uma “amarelas” com o governador. “Era a Glória!” (p. 232), disse ele. No entanto, naquele momento não passaria disso, duas páginas de destaque na seção de entrevistas da revista Veja. Roberto Guzzo, chefe de redação, não daria, em princípio, atenção privilegiada a Collor. Isso só aconteceria mais tarde, em 1989. Aliás, Guzzo e Roberto estavam em constantes conflitos

³⁰ Uma espécie de giz colorido.

³¹ Existem controvérsias sobre essa função de Cláudio Humberto Rosa e Silva. Há quem diga que o assessor de imprensa de Collor nessa época era Paulo César Farias, mas o próprio Silva, na obra *Mil dias de solidão*, afirma que era ele assessor de imprensa de Collor no governo de Alagoas. Enfim, os dois eram muito próximos de Collor nesse período.

nesse período. A revista outrora fora propagadora do governo Sarney e, naquele momento, tecia-lhe ofensiva. “Conhecidos comuns do presidente e de Civita diziam ao superintendente da Abril que Sarney considerava ridicularizante e desleal a cobertura que Veja fazia de seu governo” (CONTI, 1999, p. 66).

Conforme Conti (1999), Guzzo sempre argumentava com Roberto Civita que não dava para deixar de registrar que o governo de Sarney ia de mal a pior. Em termos econômicos, a inflação não parava de subir; em termos políticos, sua base de apoio estava enfraquecida, decrescia desenfreadamente nas pesquisas de opinião pública e estava desmoralizado devido às denúncias de corrupção. No fundo, Civita estava convicto de que o empresariado brasileiro rejeitava Sarney e que o plano cruzado, lançado em novembro de 1986, tinha nascido fadado ao fracasso. A Veja, como sempre fizera, deveria ficar do lado do empresariado. Sarney não mais interessava às elites brasileiras. Nos termos de Maciel (2012), o comportamento crítico do empresariado era potencializado por críticos mais ortodoxos.

Roberto Campos, ex-ministro do planejamento do governo de Castelo Branco, prócer da ditadura militar e um dos principais representantes do pensamento neoliberal no país, criticou o congelamento, mais uma vez, reputando-o como ineficaz por afastar investimentos produtivos e atingir os efeitos e não as causas da inflação. [...] Criticou, ainda, a burocracia “xiita”, incrustada no governo, que cria reservas de mercado, por simples portaria e afasta os investidores estrangeiros. (MACIEL, 2012, p. 203).

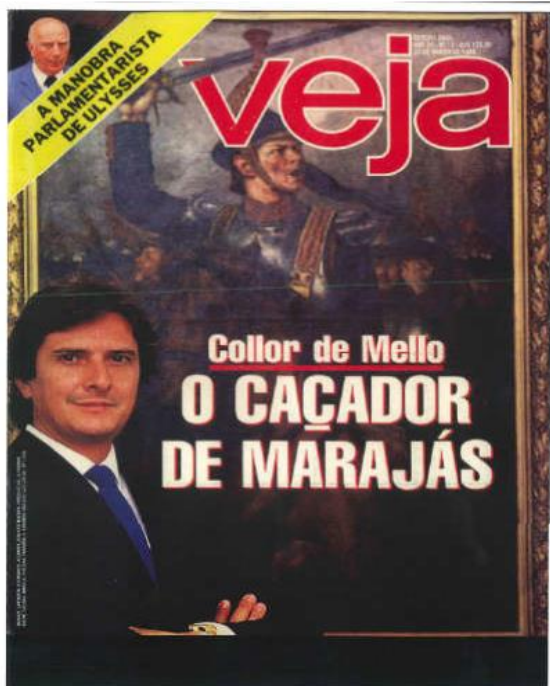
A resistência momentânea de Civita em liberar os periódicos do grupo Abril para combater o governo se deu em função de que ele e o presidente Sarney eram amigos de longa data. Estreitaram os laços na década de 1960, quando Sarney ainda era governador do Maranhão e Victor Civita estava construindo um edifício quatro rodas em São Luís-MA. Roberto pretensiosamente desejava, na década de 1980, ampliar os negócios no Maranhão e disputava concessões de canais de televisão no Ministério das Comunicações justamente para esse estado. Para isso, dependia da apreciação de José Sarney (CONTI, 1999). Mesmo diante dessas questões, Roberto Civita não resistiu por muito tempo e a revista Veja seria um canal aberto às denúncias contra o então presidente da República.

Passados quase um ano da entrevista do governador alagoano nas “amarelas” de Veja, a revista divulgou uma capa com a sua imagem. Como estampa de fundo da fotografia de Collor estava a sugestiva tela “avançar”, produzida por um artista alagoano, Rosalvo Ribeiro, em Paris, em de 1984 (CONTI, 1999). A pintura retratava a proclamação da República brasileira e mostrava um soldado, no caso, Deodoro da Fonseca, empunhando uma espada e com uma expressão de bravura estampada no rosto.

A fotografia foi improvisada por um fotógrafo da Veja, Dettemar, mas combinou perfeitamente com o título da matéria “O caçador de marajás”. A capa sugeria que Deodoro e Collor eram dois bravos que lutavam, embora em momentos diferentes, em defesa da República brasileira. Em suas exposições públicas, Collor deixava muito claro o papel que desejava interpretar e ressaltava sua qualidade de político moderno, completamente desvencilhado dos figurões da política nacional, que, por sua vez, estavam desacreditados na política brasileira.

Entretanto, como podemos observar, a revista Veja, não conspirou a princípio em favor de Collor. Aventava essa possibilidade, mas mostrava-se indecisa. “Esta opção deve ser entendida à luz das indecisões e desorganização da direita formuladora, e não a opção preferencial por Collor, já naquele momento. Ou seja, Veja estava apontando caminhos” (SILVA, 2009, p. 2004). No entanto, não tardaria a perceber que o espetaculoso Collor seria a mercadoria célebre a ser vendida à sociedade brasileira para combater as “assombrações” esquerdistas. Nos moldes de Guy Debord (1997, p. 31), a dominação imperialista moderna conseguiu produzir uma espécie de economia simbólica, de modo que “o espaço social foi invadido pela superposição de camadas geológicas de mercadorias”, ou seja, a mercadoria passou a ocupar a vida social. Vejamos a referida imagem, exibida pela revista Veja em 23 de março de 1988:

Figura 2 – Capa da Revista Veja de 23 de março de 1988



Fonte: VEJA. **Collor de Mello: o caçador de marajás**. São Paulo, ano 19, n. 1.020, 23 mar. 1988. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/hom-e.aspx>>.

Recorrendo à tese da economia simbólica para explicar a ascensão de Collor, podemos perceber que os meios de comunicação compraram a proposta de Collor e a reproduziram, inclusive porque é difícil imaginar, de forma laboriosa, que a imprensa se reuniu e combinou entre si fazer dele o presidente. Isso não aconteceu, a iniciativa partiu de Collor ao apresentar-se como uma alternativa frente a propostas que não se encaixavam na economia capitalista ou, ao menos naquele momento, pareciam não se encaixar. Veja resistiu a Collor, desconfiava dele, e decidiu apoiá-lo ao notar que, caçando os “marajás”, ele adquiriu popularidade. Falava aos descamisados, mas muito mais aos empresários. Veja, bem como a imprensa nacional, o apoiou, nos termos de Roberto Marinho, por considerá-lo melhor do que Lula ou Brizolla vencerem.

Na mesma revista publicada em 23 de março de 1988, na qual Collor fora capa, estava a matéria intitulada “Guerra ao turbante”.

Figura 3 – Primeira página da matéria “A Guerra ao Turbante”, da revista Veja, de 23 de março de 1988



Fonte: **Veja**, São Paulo, ano 19, n. 1020, p. 38, 23 mar. 1988. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/acer-vodigital/ho-me.aspx>.

Mais uma vez, o texto enfatizava a atuação do caçador de marajás no enxugamento da máquina administrativa alagoense e os conflitos relacionados à decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) de reestabelecer os corpulentos salários de alguns servidores públicos.

Ao contrário do que se poderia pensar a briga continua boa para Collor. “Se houver intervenção Federal para garantir os salários dos marajás, ele poderá ser o próximo presidente da República”, prevê o senador Teotônio Vilela Filho, do PMDB alagoano, do mesmo partido de Collor, com quem mantém relações, apenas sofríveis. [...] isto, longe de prejudicá-lo, só contribuiria para dar-lhe mais popularidade aos olhos dos brasileiros. (VEJA, 23 mar. 1988, p. 38).

Como caçador, conquistou reputação de político preocupado com a modernidade. Como combatente pelos quatro anos, o mais enfático neste terreno entre os governadores, Collor de Mello, um ex-malufista, ganhou uma moldura de homem de oposição. Coisa que soma pontos numa eleição hoje em dia. (VEJA, 23 mar. 1988, p. 38).

Figura 4 – Segunda página da matéria: “A Guerra ao Turbante” da Veja, de 23 de março de 1988

dos marajás locais — que são abusivas, mas têm o respaldo da lei (veja o quadro na página 41).

Ao contrário do que se poderia pensar, a briga continua boa para Collor. “Se houver intervenção federal para garantir os salários dos marajás, ele poderá ser o próximo presidente da República”, prevê o senador Teotônio Vilela Filho, do PMDB alagoano, mesmo partido de Collor, com quem mantém relações apenas sofríveis. Na avaliação de Vilela, uma intervenção em Alagoas deixaria Collor na posição confortável de um paladino da moralidade contra quem se voltam todos os poderes da República — e isso, longe de prejudicá-lo, só contribuiria para dar-lhe mais popularidade aos olhos dos brasileiros.

A menção à Presidência é um exagero de retórica, mas não é inteiramente gratuita. Já se falou em pouco menos do que isso, em Brasília, antes que a idéia do parlamentarismo enfunasse na Constituinte com a força atual. Em maquinacões de bastidores, o nome de Collor chegou a ser cogitado como candidato a vice-presidente numa chapa encabeçada pelo chefe do PMDB, Ulysses Guima-

A receita de cada um

Abaixo, a situação atual do combate à praça dos marajás e outros males da administração pública, como o duplo emprego e o excesso de pessoal, em dez Estados:

O governador Orestes Quércia determinou o congelamento dos reajustes para os servidores que ganham acima de vinte pisos salariais do funcionalismo, ou 264 000 cruzados em valores de hoje. Ainda há no Estado salários de mais de 800 000 cruzados.

O governador Newton Cardoso aboliu a comissão sobre multas que os agentes fazendários embolsavam, mas mantém quatro secretários que ganham mais de 1 milhão de cruzados. Na prefeitura da capital, Arthur Cavalcanti ganha 315 000 cruzados e seu maior trabalho é servir café.

Fonte: **Veja**, São Paulo, ano 19, n. 1020, p. 39, 23 mar. 1988. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acer-vodigital/home.aspx>>.

Teotônio, rival político de Collor, estava certo. Quanto mais o poder Federal intervinha para restabelecer os salários dos servidores públicos tidos como “marajás”, mais Collor adquiria popularidade e fazia do presidente também um de seus alvos preferidos.

Atacando o presidente da República, José Sarney, o termo “marajá” ganhava corpo e nome, passando a existir materialmente. Collor defendia, religiosamente, que o mandato de Sarney se encerrasse com quatro anos. Isso não aconteceu e o presidente permaneceu cinco anos no poder, com eleições apenas em 1989. Sem embargo, o caráter oposicionista de Collor ao governo federal reforçava sua imagem de defensor da moralidade política, o que fez com que a administração de Alagoas fosse tida como referência de combate à corrupção. Assim, o alagoano adquiria popularidade.

É interessante notar que, na segunda página da matéria publicada na *Veja* do dia 23 de março de 1988, alinhada à borda superior aparece a imagem de um super-herói e, ao fundo, uma poltrona luxuosa. O teor dos argumentos ironizava a atuação de Collor como uma espécie de herói rico, que tinha ascendência de classe e ocupava o trono no reinado de Alagoas. A seguir está uma lista com dez governadores que, inspirados em Collor ou pressionados pela repercussão do assunto na imprensa nacional, apresentavam medidas para liquidar com os marajás e com a corrupção em seus respectivos estados. Orestes Quércia, por exemplo, “determinou o congelamento de reajustes para servidores que ganham mais de 20 pisos salariais do funcionalismo, ou 264,000 cruzados em valores de hoje” (*VEJA*, 23 mar. 1988, p. 39). O “herói caçador” deixou muitos políticos desconfortáveis com a sua intencionalidade aos marajás, que mais era um show para se autoprojetar do que qualquer outra coisa.

No entanto, a capa com Collor foi logo esquecida na redação da revista *Veja*. “Ela se enquadrava na categoria das capas que buscavam flagrar novos personagens da cena política. Ao menos uma deste tipo era publicada todos os anos” (CONTI, 1999, p. 111). Outros nomes também tiveram esse privilégio, como Lula, em 1985, em matéria intitulada “O PT cresce e agita”; Ronaldo Caiado, em 1986: “A força da UDR”; Affif Domingos, em 1987: “A rebeldia da classe média”; e, em 1988, foi a vez de Collor, mais uma vez circulando na imprensa nacional. Em fevereiro desse mesmo ano, uma escola de samba do Rio de Janeiro, a Imperatriz Leopoldinense, apresentou um enredo de carnaval sobre os marajás e Collor esteve presente não apenas observando do camarote, e sim circulando pela avenida e acenando para as pessoas na arquibancada, tendo sido muito aplaudido (CONTI, 1999). Não há arquivos que mencionam o patrocínio de Collor a essa escola de samba, mas ele deve ter investido uma boa nota, patrocinando o desfile da Imperatriz Leopoldinense, já que lhe era muito favorável. Contudo, a princípio de 1988, a revista *Veja* não deu muita importância para o governador alagoano. Nem Guzzo, nem Gaspari simpatizaram com ele.

Nessa mesma época, o colunista de política da revista *Veja*, Élio Gaspari, profissional altamente gabaritado e respeitado no meio jornalístico, muda-se para Nova Iorque com Dorrit

Harazim. Lá permaneceram, Gaspari, como correspondente da revista *Veja*, e Dorrit, como chefe de escritório da editora Abril. A saída desses dois profissionais complicou a situação da revista. Ela cobriria a campanha eleitoral de 1989 no Brasil sem o seu melhor profissional para assuntos políticos e não conseguiria ninguém para substituí-los.

Há quem diga, Conti é um deles, que Gaspari era especialista em manusear as informações, fazendo-as interessantes ao leitor. Ao escrever as entrevistas com políticos, sempre consultava os interessados, que, na maioria das vezes, autorizava a publicação. Os textos eram bem escritos e alguns políticos achavam interessante, pois, além de circularem na imprensa nacional, às vezes faziam com que soassem mais inteligentes e engraçados do que realmente eram. Também escrevia bordões e convencia algumas pessoas a adotá-los para publicar na revista. Foi assim com o bordão “Os cães ladram e a caravana passa”, que Gaspari escreveu e Joãozinho 30 adotou para que fosse publicado na *Veja*. Dominava a escrita jornalística com precisão, se divertia escrevendo, brincava com as palavras (CONTI, 1999).

Com certo exagero, o Biá da revista *Veja* certamente faria diferença em 1989. De fato, parece exagerado assimilar Gaspari ao personagem da narrativa cinematográfica escrita por Eliane Caffé, o Antônio Biá de *Narradores de Javé*³² (2003), mas como não lembrar dessa figura do cinema brasileiro, que nos serve de referência para discutir o espaço de autonomia reservado a quem assume a escrita? Dizia Biá: “A escritura é assim, o homem curvo vira corcunda, a gente do olho torto, eu digo que é caolho. Por exemplo, se o sujeito é manco na vida, então na história, eu digo que ele não tem perna. É assim, as regras da escrita”. Para Antônio Biá, o “escrevinhado” (escrito) precisava ser “floreado” (melhorado, enfeitado) para ser interessante ao leitor. É isso, a escrita jornalística “floreia” as notícias, fazendo delas atrativas ao leitor ou interessantes a algum projeto político-econômico.

A imprensa, não só ela, tem o poder de sensacionalizar o acontecido, como também de forjar informações. “Daí que cada leitor tem, para si, uma imagem da realidade que na sua quase totalidade não é real. É diferente e quase antagonicamente oposta a realidade” (ABRAMO, 2009, p 24). Esse é um procedimento geral, que rege a produção cotidiana da imprensa, e, se existem várias matérias ou exemplos que contestem essa característica geral, é porque a imprensa não manipula tudo a todo instante. Fosse assim, ela não teria credibilidade. Por outro lado, também não é um fenômeno raro. Contudo, foi sem Gaspari que, em 1989, a

³² O filme *Narradores de Javé*, escrito e dirigido por Eliane Caffé, foi produzido em 2003. Considerado como sendo do gênero comédia dramática, fundamentou-se em fontes jornalísticas. O episódio é narrado tempos depois de uma represa de usina hidrelétrica ter sucumbido o povoado de Javé. O cenário se dá no interior da Bahia. O personagem central, Antônio Biá, não era um homem de confiança, mas era o único no povoado que dominava a escrita e, por esse motivo, foi incumbido de escrever a história do pequeno povoado, recorrendo, prioritariamente, às fontes orais.

Veja tomou partido e posicionou-se frente à política nacional brasileira, manipulando as informações. Em nome do apoio a Collor, atuou como base política para a implantação do neoliberalismo no Brasil, rejeitando e propagando negativamente qualquer ideia ou proposta que pudesse representar uma ameaça a esse projeto capitalista.

3.3 A REVISTA VEJA E A MILITÂNCIA PRÓ-COLLOR

A campanha para eleição presidencial ocorrida em 1989, a primeira desde o fim da ditadura militar, se deu em um contexto de agravamento das lutas sociais: no aspecto político, a luta pela democracia; no plano econômico, o agravamento da crise em decorrência da ineficiência das medidas adotadas pelo governo Sarney, bem como os reflexos da expansão neoliberal em plano mundial (SILVA, 2009). Conforme Fonseca (2005, p. 331), “no Brasil, diferentemente do que ocorreu nos países da Europa e de outros continentes, a agenda neoliberal não se tornou hegemônica quanto a sua implantação – nos anos 80, e sim a partir do governo Collor (empossado em 1990)”, tornando-se expressiva na década de 1990. Porém, já era uma realidade nos anos 1980.

Collor já apresentava, em 1989, os elementos essenciais da política neoliberal. “Quem primeiro falou em privatização, em flexibilização do mercado de trabalho, foi ele. Então tem-se já em Collor, claramente, uma proposta neoliberal, não só do ponto de vista do conteúdo, mas também formalmente, já que sua proposta de organização da sociedade era muito parecida com o modelo americano” (COUTINHO, 2002, p. 28). A relação de Collor com o modelo americano dá-se com o fato de Collor não se preocupar em formar um partido político capaz de organizar a sociedade, pelo contrário, ele filiou-se ao inexpressivo Partido da Juventude (PJ), que, em 1989, havia se convertido em Partido da Renovação Nacional (PRN) e continuava pouco significativo na dinâmica política nacional. Não havia, da parte desse candidato, uma preocupação em organizar um verdadeiro partido político, pois, como os candidatos presidenciais norte-americanos, ele fazia política espetáculo e valia-se, sobretudo, da televisão para legitimar-se. “‘Não me deixem só minha gente’, eis o seu tema eleitoral” (COUTINHO, 2002, p. 29).

Coutinho (2002) desenvolve essa argumentação, a meu ver legítima, ao analisar Fernando Collor de Mello, inspirado numa distinção fundamental que Gramsci (2000) faz sobre as sociedades orientais e ocidentais.

No Oriente, o Estado era tudo, a sociedade civil era primitiva e gelatinosa; no Ocidente, havia entre o Estado e a sociedade civil uma relação apropriada e, ao oscilar o Estado, podia-se imediatamente reconhecer uma robusta estrutura da sociedade civil. O Estado era apenas uma trincheira avançada, por trás da qual se situava uma robusta cadeia de fortalezas e casamatas; em medida diversa de Estado para Estado, é claro, mas exatamente isto exigia um acurado reconhecimento de caráter nacional. (GRAMSCI, 2000, p. 261)

Quando Gramsci (2000) refere-se ao oriente tem em vista a Rússia de 1917. Posteriormente, essa noção é ampliada, valendo para os países que atualmente são tidos como subdesenvolvidos ou de terceiro mundo. A conotação de ocidente se relaciona, fundamentalmente, aos países desenvolvidos da Europa ocidental e central. Os aspectos políticos e geográficos não são especificamente os únicos critérios dessa divisão: é preciso considerar o rico conteúdo cultural, que também é referência para definir o que é o ocidente e o oriente. Contudo, ao falar em ocidente, Gramsci pensa nos países desenvolvidos da Europa e nos Estados Unidos da América. Do ponto de vista do autor, no oriente o Estado é forte e a sociedade civil é “primitiva e gelatinosa”. No ocidente, Gramsci enxerga uma relação mais equilibrada entre o Estado e a sociedade civil, mas não que o Estado fosse “primitivo e gelatinoso”, de maneira alguma, no ocidente também existia um Estado forte, porém, na mesma medida contrapunha-se a ele, uma sociedade civil igualmente bem articulada e organizada (COUTINHO, 2002).

Coutinho (2002) recorda isso para dizer que, até aproximadamente 1930, o Brasil era uma sociedade do tipo oriental. Ele relembra todo o contexto de surgimento do Partido Comunista, que se ergueu independente do Estado e se posicionou, em muitos momentos, contra ele. Ressalta a importância da ativação dos movimentos sindicais, da criação de uma imprensa operária independente, dando sinais de que emergia uma sociedade civil autônoma, iniciativas em muito abafadas pela instauração do Estado Novo (1937), que instala a repressão na sociedade civil. Depois disso, de 1945 a 1964, no período caracterizado como populista, é possível perceber uma ativação da sociedade civil, fator que em muitos aspectos, explica o golpe de 1964.

O golpe militar de 1964 foi desferido contra as forças sociais emergentes. A título de exemplo, os trabalhadores rurais, pela primeira vez, atuavam como atores políticos, organizados em sindicatos e ligas camponesas; os movimentos dos sindicatos urbanos se fortaleciam naquele momento, organizados pela Central Geral dos Trabalhados (CGT); o movimento estudantil se agigantava, liderado pela União Nacional dos Estudantes (UNE). A existência dessa sociedade passou a representar uma ameaça à burguesia brasileira. Na verdade, burguesias, no plural, já que esse não é um grupo homogêneo, e sim heterogêneo,

composto por forças da elite política e econômica do país. O fato é que, ao que parece, aquela sociedade civil existente não estava articulada e consolidada o suficiente para resistir ao golpe militar (COUTINHO, 2002).

A ditadura brasileira pós-1964 foi modernizadora, não especificamente em favor da sociedade, e sim no sentido de desenvolver a economia brasileira, atuando sempre e exclusivamente a serviço do grande capital. “Ou seja, tratou-se de uma ditadura não só do capital industrial e financeiro nacional e internacional, mas também dos latifundiários, que buscavam transformar seus latifúndios em empresas capitalistas” (COUTINHO, 2002, p. 24). Durante a ditadura militar, o capitalismo brasileiro atingiu um patamar desenvolvido, é certo, mas, em meio às contradições desse sistema e da própria ditadura, nos anos 1970 e 1980 cresce e consolida, no Brasil, uma sociedade civil mais articulada.

Para Coutinho (2002, p. 23), “um fato é paradoxal, o Brasil emerge da ditadura militar como uma sociedade do tipo ocidental”, ou seja, como uma sociedade muito mais articulada do que aquela que existia antes da ditadura. Esse ponto evidentemente não redime as ações truculentas e os crimes da ditadura, nem tampouco lhe credita o mérito pelas bases dessa sociedade civil que se consolidava. O fato é que nesse período se desenvolveram as bases de uma sociedade civil. “Desenvolveu-se, por exemplo, uma nova classe operária, como sabemos, um novo tipo de sindicalismo, mas gerou também um novo tipo de partido político, como o PT, que tem basicamente na classe operária o seu ponto de partida” (COUTINHO, 2002, p. 24).

Refere-se ao ocidente, mas ao ocidente periférico, tal como Gramsci definiu Estados como Itália, Portugal, Grécia, Espanha: “Pois bem se olharmos o mundo, veremos que há, ou (havia) dois modelos, dois tipos de organização de sociedades do tipo ocidental. Simplificando muito as coisas, chamaria uma delas de ocidente do tipo “americano” e Ocidente do tipo “europeu”.” (COUTINHO, 2002, p. 25).

Coutinho (2002) entende que no ocidente do tipo americano há uma sociedade completamente organizada e pré-disposta ao associativismo. Ao afirmar isso, Coutinho pensa nos norte-americanos, especificamente nos estadunidenses, ao gestar a noção de ocidente do tipo “americano”, pois eles apresentam uma tendência associativista e organizam-se “no Rotary Clube, no Lyons Clube, na associação dos amigos dos cachorros, dos inimigos dos gatos, dos prós e dos antitabagistas” (COUTINHO, 2002, p. 25). Contudo, trata-se de um associativismo corporativista despolitizado, ou seja, essas associações apresentam interesses político-econômicos restritos, particularistas. A atuação política dessas associações é reduzida e elas não apresentam uma preocupação com objetivos universais.

Nesse modelo de ocidente, os sindicatos são organizados por empresas e, por isso mesmo, são especificamente corporativistas e particularistas. A atuação do partido operário americano durante o século XX, por exemplo, denuncia esse modelo de sindicalismo de resultados, predominantemente despolitizado. São sindicatos combativos, bem articulados e capazes de organizar greves prolongadas quando as condições não implicam em corte salarial e desemprego. No entanto, funcionam com uma espécie de “lobby”³³ e não apresentam uma preocupação ético-política universal. Ademais, atuam no sentido de manter seus empregos, de buscar melhores salários e condições de trabalho para os operários de determinadas empresas.

Considerando a atuação dos sindicatos no Brasil após a década de 1990, em grande medida desarticulada, esse modelo americano corporativista, de sindicalismo de resultados, é o que melhor os representa, visto que a maioria deles têm atuado muito mais no sentido de acomodar as mobilizações do que em mediar os diálogos e propor ações combativas. Contudo, retomando a conceituação de “ocidente do tipo americano”, trata-se, obviamente, de uma sociedade civil organizada, mas completamente particularista. Basta observar que os partidos políticos, nos Estados Unidos, não apresentam propostas substanciais diferentes. Há dois partidos – Democratas e Republicano – e, salvo algumas poucas diferenças, não há propostas alternativas reais entre um e outro. Os Republicanos privatizam um pouco menos? Talvez. Porém, as propostas de governo são semelhantes (COUTINHO, 2002).

Posto isso, o outro modelo de sociedade do tipo ocidental, a qual Coutinho (2002) se refere, foi denominado de ocidente “modelo europeu”. No século XX, ao menos em boa parte dele, os países europeus desenvolvidos apresentavam uma grande atuação de associações, sindicatos, de participação da sociedade organizada. Na Itália, por exemplo, existia “uma sociedade civil extremamente organizada, combativa e plural” (COUTINHO, 2002, p. 27). Os sindicatos atuavam não apenas como sindicalismo de resultados, havia objetivos ético-políticos mais universalistas. Além disso, naquele país imperava um sistema partidário completamente diferente do que existia nos Estados Unidos entre os anos 1940 e 1980.

Havia, claramente, projetos políticos alternativos: quem votava no Partido Comunista Italiano sabia que estava elegendo uma proposta alternativa para a sociedade, diferente do projeto defendido pelo Partido da Democracia Cristã. Existiam duas propostas efetivamente reais e distintas, de modo que a população tinha a opção de escolher manter a ordem vigente, estritamente capitalista, ou votar em uma proposta que apresentava uma perspectiva socialista. Era assim também nos demais países europeus desenvolvidos, como a França e a Alemanha.

³³ *Lobby* refere-se a pessoas ou grupos que atuam frente aos parlamentares, no sentido de pressioná-los a atuar em favor dos interesses do grupo.

Os eleitores que votavam nos projetos políticos conservadores sabiam que votavam em favor da conservação da ordem capitalista, e quem votava o contrário, no Partido Trabalhista, vislumbrava a possibilidade de um novo sistema, uma nova ordem social (COUTINHO, 2002).

Para Coutinho (2002, p. 27):

[...] um sistema deste tipo é favorável à construção de um projeto contra hegemônico. Ele possibilita um efetivo jogo democrático, já que nele há opções reais, estão em questão diferentes modelos de sociedade, ocorre uma politização ideológica, com a conseqüente universalização das várias demandas setoriais. Gramsci diria que em tal modelo, há “catarse”, há passagem do modelo corporativo, ético-político passional, para o momento ético político universalizador. Estamos num contexto em que pode desenvolver-se a “grande política”, ainda na expressão de Gramsci, ou seja, aquela que lida com alternativas efetivas, com questões de estrutura, que põem em jogo a conservação ou a transformação da ordem social, e não com pequenas questiúnculas “parlamentares” e “de corredor”, de bastidores, que não transcendem a ordem existente, que é como Gramsci define, o que chama de “pequena política”. (COUTINHO, 2002, p. 27).

Ao se observar os desfechos políticos brasileiros da década de 1980 por esse prisma, logo percebemos que aquele momento de transição e de transformações político-sociais abrigou o que Gramsci (2000) denomina de “grande política”. Tínhamos, sem nenhuma dúvida, um Estado em crise, que transitava da ditadura à democratização, tentando se reinventar, protegendo os elementos centrais da ordem vigente. Por outro lado, crescia, quase que por energia própria, os movimentos da sociedade civil organizada, que se contrapunham ao governo. Como desconsiderar a atuação do Partido dos Trabalhadores (PT), no contexto político dos anos 1980? Evidentemente, nesse período, emergiu, no Brasil, uma nova classe operária, que deu origem a um novo tipo de sindicalismo. Para Coutinho (2002), um sindicalismo ocidental do tipo europeu, ativo, mobilizado e bastante politizado.

Na verdade, plagiando Coutinho (2002, p. 28), “estávamos, num momento de transição e depois dele, diante da possibilidade de escolher entre os dois modelos de sociedade ocidental, europeu ou americano, deveríamos adotar”. Existiu, sim, uma luta político-ideológica, que pairou sobre o Brasil pós-ditadura. Sua expressão maior manifestou-se no segundo turno da campanha eleitoral de 1989, em uma luta de classes eleitoralmente codificada, dizia Francisco de Oliveira (1992), e com razão. Não foi dito ao eleitor que ele precisaria escolher entre um desses modelos políticos, isso era um enigma. Sem embargo, se analisarmos bem, no segundo turno daquela eleição configuravam-se visivelmente duas propostas distintas de sociedade. Uma delas tinha relações estreitas com o que Coutinho

definiu como modelo americano “liberal corporativista”, mais precisamente neoliberal. Tratava-se da proposta de Fernando Collor de Mello.

O projeto de Collor para o governo antecipava adotar esse modelo como medida protecionista ao capital vigente. Em nome da modernidade, defendia o capital, as privatizações, o mercado, o Estado mínimo. Falava-se, inclusive, em reformar a Constituição, que já o havia sido em 1988. Sua proposta seduziu escancaradamente a burguesia, que, desesperada, o apoiou, como apoiaria qualquer candidato que tivesse condições de vencer a proposta da oposição. Trata-se da proposta de Lula e dos vários grupos sociais e partidos que aprovavam a sua candidatura, apresentando uma configuração política que se aproximava do modelo tido por Coutinho (2002) como ocidental do tipo europeu. Traduzindo, esse modelo político pode ser denominado de “democracia de massas” e não correspondia, especificamente, a um modelo de sociedade socialista, como versou a revista *Veja*, e sim em um projeto com elementos mais democráticos, que “defendia a ampliação do espaço público, a distribuição de renda, a participação da sociedade organizada” (COUTINHO, 2002, p. 29).

Ao se analisar as eleições de 1989 pelo prisma da revista *Veja*, nota-se que o candidato apoiado por ela era alguém cujas origens e práticas políticas, tanto quanto o seu discurso, convergiam para a fase em que se encontrava o capitalismo em fins da década de 1980. Nesse sentido, Fernando Collor era a síntese dos anseios do neoliberalismo em curso no mundo. O embate ideológico defendido e divulgado pela Revista *Veja*, em 1989, construía a noção de que não havia alternativas, o país caminhava rumo à “modernização”, à “globalização”. “As medidas neoliberais dão conta de um leque de questões, que acabariam de formas distintas e desiguais, atendendo aos interesses de todas as parcelas do capital e da burguesia” (SILVA, 2009, p. 27). A grande questão da *Veja*, talvez missão, seria dar a conhecer ao leitor essa realidade.

Desse modo, na medida em que revista *Veja* se posicionava em favor de Collor, tendo como principal eixo de relação o projeto neoliberal, contribuía com a orientação e a organização de alguns segmentos sociais dominantes, assumindo o papel de intelectual coletivo discutido por Gramsci (2005). Seria ela a doutrinadora das elites para o capital, não só propondo o neoliberalismo como programa econômico e político, mas assumindo a postura de fiscalizadora de sua execução, tentando, inclusive, forjar sobre ele consensos. Ela atuaria, naquele momento, como principal representante da burguesia brasileira, por vez subordinada ao capital externo, frente a qualquer projeto de desenvolvimento nacional.

Conforme Carla Lucina Silva há sim, por parte da *Veja*, o papel de intelectual coletivo orgânico da globalização terceirizada. “Ela agrupa ao falar, ordena os temas, convoca os

depoentes e, para melhor dirigir, resume em três linhas o que interessa que os leitores retenham” (SILVA, 2009, p. 170). De forma sintetizada, os três direcionamentos de atuação da revista consistem em: 1) apresentar uma atitude pedagógica sistematizada e organizada, na qual explica as mudanças em curso, apresenta modelos de referência a serem seguidos e exemplifica, sobretudo recorrendo aos padrões de empresas multinacionais; 2) posiciona-se politicamente, apresentando ações políticas de manifestos, projetos em curso e tentando redefinir os papéis do Estado; 3) define uma postura ideológica e defende-a, buscando o convencimento, e recorre a mensagens de otimismo e exemplos de empresários e projetos bem-sucedidos no Brasil e no mundo. Podemos reter que a Veja atua na educação continuada do mundo para o capital (SILVA, 2009).

Se, em 1988, ela se mostrava indecisa sobre qual candidato apoiar, em 1989 a revista não hesitaria em propagar, de forma positiva, o “caçador de marajás”:

Figura 5 – Capa “Collor: Quem é, o que quer e por que está agitando a sucessão” e matéria: “O astro da largada”, da Veja, de 17 de maio de 1989

O astro da largada

Com a popularidade de caçador de marajás e o prestígio de inimigo do presidente Sarney, Fernando Collor dispara nas pesquisas de opinião

O candidato Fernando Collor de Mello tomou-se uma estrela de primeira grandeza na sucessão do presidente José Sarney. O Estado de Alagoas, cujo governo iria abandonar no último fim de semana para dedicar-se em tempo integral à campanha, é o segundo mais pobre do país — e ali reside 1,2 milhão de eleitores, o equivalente a menos que 2% de todos os brasileiros que irão às urnas de 15 de novembro. Seu partido, chamado Partido da Reconstrução Nacional, o PRN, foi fundado há menos de dois meses, logo depois do Carnaval, não dispõe de escritórios nas grandes capitais do país e tem uma mingaada bancada de cinco deputados no Congresso Nacional — é 46 vezes menor que a do PMDB do deputado Ulysses Guimarães, seis vezes mais magra que a do PDT de Leonel Brizola, e seus votos valem um terço dos do PT de Lula. Aos 39 anos, Collor de Mello já foi prefeito bíblico do PDS de Macció e em 1980 no deputado Paulo Maluf na ses Colégio Eleitoral que deu a vitória credo Neves. Quando faltam seis para as eleições, Collor está em pr Lazar nas pesquisas eleitorais — 32% das intenções de voto no último levantamento do Ibope.

“Minha candidatura aterroriza a direita, que só aceita fazer alianças, quanto a esquerda, que só faz cursos”, afirma o candidato. “Eu

“Na minha gestão não vai haver mordomia. Vou vender as mansões do governo em Brasília e os carros oficiais dos ministros. Em um ano e meio, a inflação será de 3% ao mês”

FERNANDO COLLOR DE MELLO

Fonte: VEJA. **Collor: quem é, o que quer e por que está agitando a sucessão.** São Paulo, ano 22, n. 19, ed. 1079, p. 34-40, 17 maio. 1989. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>.

Seria Collor de Mello “a expressão (bem-sucedida) de um improviso necessário da ordem ante os riscos presentes no quadro eleitoral” (ANTUNES, 2005, p. 9). É nessa condição de aventurar-se das elites brasileiras que Collor passa a ser apresentado pela Veja como a “a estrela de primeira grandeza na sucessão de Sarney” (VEJA, maio. 1989, p. 34). Essa expressão foi usada pela própria revista Veja, em matéria publicada em 17 de maio de 1989. Nessa edição, Collor ilustrou a capa da revista e ocupou seis páginas de uma matéria jornalística intitulada o “Astro da Largada”, termo que, aliás, estava em consonância com a fotografia mostrada. Nas capas, a revista Veja apresenta, prioritariamente, imagens: fotografias ou desenhos.

A revista usou também outros recursos textuais para representar o acontecimento ou a informação, mas o uso de imagens, associadas a pequenos textos em caixa alta, é o mais frequente. Por isso, o expediente da revista sempre comportou editores de fotografia, de arte e recursos visuais. Do mesmo modo que havia, e ainda há, toda uma ciência para editar e transformar a informação em texto jornalístico, havia também um grupo de profissionais altamente gabaritados para editar as imagens. O emprego das cores, o corte, o brilho e tudo o mais eram trabalhados para fazer a imagem transmitir uma mensagem.

Como podemos observar, na fotografia na capa da revista Veja, de maio de 1989, esse Collor posando de “astro”, vestido em traje social, com um olhar iluminado, compenetrado em direção ao horizonte, significa muito. O belo, o galã com a mão sobreposta a uma pasta executiva, seria a representação viva do típico burguês, mas não era isso especificamente que a revista queria dizer. A mensagem a ser transmitida é a de que Collor, com olhar compenetrado e decidido, era o nome a suceder o presidente Sarney, ele era a representação do “novo tempo”, do moderno que rompia com um passado sombrio de políticos corruptos e autoritários, e se apresentava como a luz no fim do túnel, como a esperança de um tempo melhor. Talvez por isso o fundo da imagem apareça sombrio e levemente manchado.

Nas páginas seguintes, a matéria intitulada “o astro da largada” apresentava Collor como líder nas pesquisas eleitorais. “Collor está em primeiro lugar nas pesquisas eleitorais – cravou 32% das intenções de voto no último levantamento do ibope” (VEJA, 17 maio. 1989, p. 34). Nesse exemplar, publicado em maio de 1989, a revista já explicitava apoio a Collor e este seria mais intenso no segundo turno eleitoral. Entretanto, houve um esforço para elegê-lo presidente logo no primeiro turno. Como afirma Ricardo Antunes (2005), a burguesia não gosta de empatar no primeiro tempo para ganhar o jogo no segundo. Assim sendo, nessa edição, a Veja apresentava as pesquisas de opinião (confiáveis ou não), mostrando ao leitor

que Collor era a melhor opção dentre os presidencializáveis. Ressaltava que, em 1988, Fernando Collor parecia alçar voos mais baixos, mas, com a caça aos marajás e o prestígio de inimigo do presidente Sarney, ele conquistou popularidade e estava crescendo astronomicamente nas pesquisas eleitorais.

Seu inexpressivo partido? Em nada prejudicou. Aliás, a política espetacular de Collor não exigia especificamente um partido bem articulado e expressivo, pelo contrário, contribuiu, na medida em que serviu para legitimar o discurso de que Collor não estava em conchavos com os grandes partidos, sem credibilidade na política do final da década de 1980.

Seu partido chamado o Partido da Reconstrução Nacional, o PRN, foi fundado há menos de dois meses, logo depois do carnaval, não dispõe de escritórios nas grandes capitais do país e tem uma míngua bancada de cinco deputados no congresso nacional – é 46 vezes menor que o PMDB de Ulisses Guimarães, seis vezes mais magro que o PDT de Brizola, e seus votos valem um terço do PT de Lula. (VEJA, 17 maio. 1989, p. 35)

A revista deixava subentendido que Collor era um político autêntico, não se rendia a velha política eleitoral e por isso mesmo não estava filiado a nenhuma das legendas mais significativas do país. Também deixava claro que o candidato do PRN liderava as pesquisas de opinião, despontando frente aos dois mais articulados partidos de esquerda, que haviam crescido no decorrer dos anos 1980. Ainda, apresentava trechos da fala de Collor “Minha candidatura aterroriza tanta a direita, que só aceita fazer alianças tuteladas, quando a esquerda, que só faz discursos, afirma o candidato” (VEJA, 17 maio. 1989, p. 35) e, em seguida, falas de políticos e empresários que o apoiavam ou não. Os nomes que o apoiavam sutilmente eram postos como exemplo de quem estava tomando a decisão certa. Seus críticos eram apontados como despeitados, incomodados com a eficiência do candidato “biônico”.

Na reportagem, a revista exibiu a fala do candidato Lula sobre Collor: “‘É um político conservador, comprometido com as oligarquias’, afirma Lula”. Entre seus críticos mais apurados estava também Leonel Brizola, com um humor refinado, destemido e sarcástico. O candidato do PDT provocava Collor, dizendo que a sua propaganda moralista era falsa e oportunista. Chegou a denunciar à imprensa o caso de vários funcionários públicos alagoanos que recebiam um mísero salário mínimo e foram demitidos na intentona contra os marajás de Alagoas. Para Brizola, o trabalhador que sofria o carma do desemprego não era “marajá”. Afirmava que Collor era incoerência pura. A fala de Brizola forçou a revista e o próprio candidato Collor a manifestar-se a respeito dessa situação.

Collor contornou a situação, e reconhecendo-se como o único culpado desse equívoco e propondo resolver a questão desses trabalhadores demitidos injustamente. Contudo, argumentava que o projeto de caça aos marajás era mesmo audacioso e, por esse motivo, também complexo. Lembrava que muitos figurões tiveram seus salários reduzidos ou haviam sido demitidos, e isso era posto como essencial. Entretanto, nenhum desses argumentos pareceu convencer, ou mesmo conter, a acidez de Brizola. “Burro que não presta é vendido longe”, afirma Leonel Brizola” (VEJA, 17 maio. 1989, p. 35). Ou seja, longe de Alagoas, sua proposta era mais vendável. Ou ainda, ““Collor é um produto da ditadura’, afirma o ex-governador Leonel Brizola” (VEJA, 17 maio 1989, p. 35). De fato, o “moderno” candidato tinha os pés calcados na ditadura militar.

Para a revista Veja, a situação era normal e não passava de um revanchismo eleitoral:

A linguagem do anúncio é dura, mas a campanha anda assim mesmo. Na semana passada, o próprio Collor usou um palavrão para se referir a Leonel Brizola – e chamou o general Ivan de Souza Mendes, Chefe do serviço nacional de informações, o SNI, de “generaleco de um serviço falido”. (VEJA, 17 maio de 1989, p. 37).

À medida em que Brizola despontava nas pesquisas de opinião, os conflitos entre os candidatos aumentavam e a revista deixava cair a máscara de neutralidade, posicionando-se em favor de Collor. A fala de Leonel Brizola não encerrava uma ofensiva oposicionista eleitoral. “Não é demasiado lembrar que a modernização neoliberal para o terceiro mundo penaliza de maneira mais brutal e nefasta o mundo do trabalho” (ANTUNES, 2005, p. 9), e Collor já dava sinais disso. Seu projeto modernizador seria pensado para o mundo dos negócios, da iniciativa privada, do incentivo às multinacionais e à entrada de capital estrangeiro no país. Os “descamisados” mal sabiam que essa política secundariza o trabalhador e seria o projeto que minaria suas poucas conquistas, conquistas árduas, inclusive.

Era esse o projeto de “modernização” do país encabeçado por Collor: “Em seus contornos mais gerais, esse projeto contempla uma integração subordinada do Brasil nos marcos do mundo capitalista avançado. Fundado num ideário neoliberal para um país de terceiro de mundo industrializado e intermediário [...]” (ANTUNES, 2005, p. 9). Um projeto substancialmente forâneo, inspirado em modelos de países ricos e adeptos da política neoliberal. Isso semeava o sonho de, que inspirado nessa “moderna” configuração, a nação brasileira poderia, a exemplo das potências capitalistas, ocupar uma posição entre os países ricos do ranking mundial. Essa proposição pregava uma política nacional completamente dócil ao capital internacional, que, se apropriando da concorrência e dos monopólios, entrevê

a modernização capitalista no sucateamento do capital estatal. Isso implicava abrir o parque industrial brasileiro às tecnologias estrangeiras, que gradativamente ocupariam os espaços reservados às empresas estatais.

Obviamente, isso tornaria “ainda mais miseráveis o contingente de assalariados que vivem a brutalização mais aguda de sua história republicana” (ANTUNES, 2005, p. 12), fato já antecipado por Leonel Brizola em 1989, uma leitura óbvia da realidade. O desenvolvimentismo liberalista de Juscelino Kubitschek, na década de 1950, também foi completamente dócil ao capital internacional e os militares, durante a ditadura, também se encarregaram de “modernizar” os setores que interessavam ao grande capital. Fazendo uso da expressão usada por Fonseca (2005) para definir o neoliberalismo: a versão “ultra” do sistema liberal definitivamente penalizaria o mundo trabalho. Nessa política nefasta, o trabalhador é dilapidado e desqualificado, não consegue nem mesmo viver do seu trabalho, e o contingente de desempregados faz crescente o trabalho informal. Os indivíduos que conseguem permanecer no mercado de trabalho formal vivenciam a exploração do trabalho e níveis de subtração salarial e outras garantias importantes ao trabalhador (ANTUNES, 2005).

Para Fonseca (2005), a hegemonia ultraliberal (neoliberal) consolidou-se no século XX, significando uma nova conformação econômico-social e político-ideológica. Um sistema que implicava uma reestruturação no modelo de acumulação capitalista que, entre outros aspectos, diz respeito:

- a) à reestruturação produtiva, paulatinamente tornada flexível, nos seguintes aspectos:
 - Introdução de novas tecnologias (informática e robótica, etc.) e de novos modelos de gestão empresarial (como a reengenharia, por exemplo) na atividade produtiva que implicam, em geral, a redução do capital humano;
 - utilização de incessante processo de subcontratação – terceirização e quarteirização – de empresas (de tamanho, tecnologia e qualificação díspares) em substituição à clássica “empresa gigante fordista”;
 - expansão geográfica da produção econômica (arrefecimento das fronteiras nacionais de produção e circulação de produtos e serviços);
 - rompimento do pacto entre capital e trabalho, até então intermediado pelo Estado, implicando brutal diminuição do poder dos sindicatos. Aqui a relação Capital/trabalho, torna-se claramente pendente para o primeiro, mesmo levando-se em consideração as transformações na propriedade das empresas;
 - enfraquecimento da força de trabalho em razão da flexibilização da proteção à mão de obra, fragilizando-a ainda mais.
- b) a transformação da ordem internacional, em razão do ocaso do socialismo, que representou por décadas uma alternativa ao capitalismo. Esse acontecimento não apenas contribuiu decisivamente para o fim da guerra fria como expandiu conseqüentemente o modelo capitalista para quase todos os países do globo. As assimetrias entre os países foram ampliadas.

- c) maior interdependência das economias nacionais, viabilizada pela falta de proteção ao capital nacional. Apesar da assimetria entre os diversos países, o tema abertura econômica vem ocupando a agenda internacional desde o início dos anos 1980. (FONSECA, 2005, p. 75).

Interessa-nos essa proposição feita por Francisco Fonseca sobre o neoliberalismo, pois as exigências da revista *Veja* e o projeto do candidato Fernando Collor, em 1989, apresentam vários desses elementos caracterizados pelo autor, fator que denuncia o posicionamento tendencioso desse periódico. Essa postura revela a imprensa como decisiva nas decisões políticas relacionadas ao país, com potencial de influenciar a capacidade das pessoas perceberem o mundo, de ressignificar informações do cotidiano, de produzir e partilhar saberes, valores e experiências. Observemos a imagem a seguir, seguida pelo texto que apresenta as promessas e propostas de Collor.

Figura 6 – Quinta página da Matéria “O astro da largada”, da *Veja*, de 17 de maio de 1989



Camisetas à venda em Macaé na semana passada: “Presidente tem que ser macho”

e do PFL têm horror a seus candidatos e pouco a pouco estão se definindo por Collor. Tenho trinta prefeitos e 100 vereadores, e todos eles acham que eu devo ir para o Collor”, acrescenta.

Na semana passada, Collor de Mello recebeu sinais bastante seguros de que sua colheita, no PMDB, pode atingir proporções gigantescas. “Sua candidatura é absoluta em meu Estado”, disse-lhe o governador Tarcísio Burity, da Paraíba. Com outro governador, Geraldo de Melo, do Rio Grande do Norte, o diálogo foi mais direto. “Minha candidatura está crescendo em todo o país, e em seu Estado é necessário seu apoio”, disse-lhe Collor de Mello, na terça-feira, quando ambos tomaram o café da manhã às 6 horas — único horário dis-

“Vou fechar o SNI”
As promessas do candidato

Na quarta-feira passada, Collor conversou durante quatro horas com Eduardo Otinegue, chefe da sucursal de *VEJA* em Brasília, e explicou o que pretende fazer se chegar ao Planalto. A seguir, algumas de suas idéias:

- **SNI:** Acabo com esse órgão no primeiro dia. Preciso de informações sérias, e não de conversas de comadres, especialidade do SNI.
- **Ministério:** A Dorothea Werneck pode fazer parte da minha lista de ministériáveis. O Mário Henrique Simonsen e o José Serra também podem. O Delfim e o Mailson estão fora.
- **Mordomias:** No meu governo, ministro vai pagar sua própria casa com o salário que receber. E também vai dirigir seu próprio carro.
- **Sistema de governo:** Vou trabalhar junto aos congressistas para implantar o parlamentarismo no plebiscito de 1993.
- **Dívida externa:** O sistema que bolamos é simples. O governo retira o aval dos empréstimos internacionais, e cada Estado e cada empresa brasileira que se virem para conseguir dinheiro lá fora e pagá-lo.
- **Reserva de mercado:** É um privilégio incompatível com o capitalismo. Sou favorável à competição.
- **Multinacionais:** Vejo com bons olhos a vinda de empresas japonesas ao país. Posso abrir o mercado de automóveis para elas.
- **Greves:** Vou propor uma trégua de seis meses, porque eu sei que em um ano e meio terei levado a inflação a índices de 3% ao mês.
- **Reforma agrária:** Ainda não sei operacionalizar isso.
- **Militares:** Eles terão os soldos melhorados. Os generais ganham pouco.
- **Pagamento a fornecedores:** Quem tiver dinheiro a receber do Estado vai recebê-lo com um desconto de 15%, da comissão que ele cobrou do governo. Quem reclamar vai levar auditoria.

Fonte: *VEJA*. **O astro da largada**. São Paulo, ano 22, n. 19, ed. 1079, p. 36, 17 maio. 1989. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acer-vodigital/home.aspx>>.

A imagem mostra uma empresa de serigrafia de Maceió-AL vendendo camisetas personalizadas com imagens e frases que propagavam Fernando Collor. Ressalta a frase: “presidente tem que ser macho”, prova que a sociedade brasileira herdara ao longo de sua história os resquícios de uma sociedade paternalista (machista), conservadora e patrimonialista, nos termos definidos por Sergio Buarque de Holanda. Era Collor a expressão viva desse legado: “macho” e, por isso mesmo, “corajoso”, “valente”, capaz de enfrentar os poderosos: “os marajás”. A matéria ao lado, que iniciara na página 35, mostrava como Collor estava crescendo nas pesquisas eleitorais e conquistando apoio de políticos renomados dos mais variados partidos, nos diversos estados brasileiros: “‘sua candidatura é absoluta em meu estado’, disse o governador Tarcísio Burity, da Paraíba”, filiado ao PMBD. A revista menciona outros exemplos de políticos que, como este, estava, naquele momento, decidindo se “Collorir”.

Merece atenção diferenciada a fala do candidato Collor, retransmitida pela revista *Veja* nessa mesma matéria, publicada dia 17 de março de 1989, já no final da página, em azul, em uma breve entrevista sobre a reserva de mercado: “é um privilégio incompatível com o capitalismo. Sou favorável a competição”; sobre as multinacionais: “Vejo com bons olhos a vinda de empresas japonesas ao país. Posso abrir o mercado de automóveis para elas”; sobre a reforma agrária: “ não sei operacionalizar isto” (*VEJA*, 17 maio de 1989, p. 36). Como podemos observar, a proposta desse candidato apresenta claramente algumas variáveis específicas da política neoliberal. Ele defende substancialmente a competição, a livre concorrência de mercados, a abertura da economia nacional e a entrada de capital estrangeiro, mas não se posiciona sobre a reforma agrária, que, obviamente, não era prioridade neste modelo de gestão governamental.

Foi articulando textos e imagens que a revista *Veja* manifestou seu apoio a Collor. Sem nenhum amadorismo, a maioria das edições publicadas em 1989 apresentavam matérias com Collor, sobre Collor ou sobre algum aspecto que o favorecia. Se Collor era a estirpe do projeto neoliberal, *Veja* tratou de convencer seus leitores de que esse projeto era o mais viável para o Brasil naquele momento. Assim, boa parte das proposições apresentadas por Francisco Fonseca (2005), definindo as nuances da política neoliberal, apareceram nas páginas da *Veja*. Não que a discussão desse autor apareça na revista, apareciam os elementos político-econômicos e ideológicos que ele considera próprios do neoliberalismo. Isso significa que, de fato, o posicionamento da revista era em favor do capitalismo em versão neoliberal, e essa proposta é apresentada como alternativa a outros projetos identificados por ela como socialistas e que seriam as propostas de candidatos esquerdistas.

Adiante, na carta aos leitores da edição da Veja, publicada em 1º de novembro de 1989, o correspondente da revista sediado em Roma e a fotografa da sucursal da Veja de Porto Alegre-RS aparecem fotografados em Madri, em uma matéria que aborda a prosperidade espanhola, ou seja, a revista enviou os dois jornalistas a esse país para apresentá-lo como referência ao Brasil. Destarte, inicia o texto afirmando que: “depois de passar décadas marcando passo, a Espanha iniciou uma marcha acelerada de renovação que hoje a coloca numa posição invejável” (VEJA, 1º nov. 1989, carta ao leitor). Em seguida, acrescenta que os espanhóis conseguiram se desvencilhar da ditadura do General Francisco Franco sem traumas ou tumultos. E aí estaria, a princípio, a semelhança com o Brasil, que estava também tentando se restabelecer democraticamente depois de anos de ditadura.

Figura 7 – “Na Espanha, o surto da prosperidade”: “Carta ao Leitor”, Veja, de 1º de novembro de 1989

CARTA AO LEITOR

Na Espanha, o surto de prosperidade

Depois de passar décadas marcando passo, a Espanha iniciou uma marcha acelerada de renovação que hoje a coloca numa condição invejável. Primeiro os espanhóis se desvencilharam, sem maiores traumas ou tumultos, da ditadura do general Francisco Franco. Depois construíram instituições democráticas sólidas, capazes de resistir a aventuras golpistas. Por fim elegeram um governo que modernizou radicalmente a paisagem econômica do país, ao mesmo tempo que dizimava dogmas empoeirados do nacionalismo de sabor esquerdista. Sem maiores pudores ideológicos, o primeiro-ministro socialista Felipe González fechou as portas de mineradoras, estaleiros e siderúrgicas estatais deficitárias, repassou outras empresas sob responsabilidade do governo para a iniciativa privada e abriu a Espanha para o capital estrangeiro.

Essas medidas estão na base do impressionante surto de progresso que a Espanha vive hoje. O país está atraindo só em 1989 nada menos do que 10,5 bilhões de dólares em capital estrangeiro, que são investidos na indústria, no merca-



do imobiliário e em ações da Bolsa de Valores de Madri. “O capital estrangeiro cria riquezas”, reconhece Felipe González, que também considera que não existe eficácia social sem eficácia econômica. Os investimentos do exterior que aportaram na Espanha criaram empregos, fizeram com que os salários subissem e deram oportunidade a que milhões de pessoas melhorassem de vida. A prosperidade econômica serviu, ainda, para que o cinema, a literatura e o teatro espanhóis rejuvenescessem e para que cidades como Madri e Barcelona adquirissem um aspecto de festa permanente. De país “subdesenvolvido” da Europa, a Espanha abriu-se para o mundo e se tornou o país que mais cresce no continente.

Para mostrar esse novo país, VEJA enviou à Espanha o seu correspondente em Roma, J.A. Dias Lopes, e a fotógrafa Encida Serrano, da sucursal de Porto Alegre da revista. Durante duas semanas, eles percorreram a Espanha, conversaram com empresários, trabalhadores, economistas, estudantes, professores e entrevistaram o primeiro-ministro Felipe González. De Madri, enviaram na semana passada a reportagem especial que se inicia na página 62.

Dias Lopes e Encida em Madri

Fonte: VEJA. Na Espanha, o surto da prosperidade: “Carta ao Leitor”. São Paulo, ano 22, n. 43, ed. 1103, p. 31, 1º nov. 1989. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acer-vodigital/home.aspx>>.

No dizer da Veja, os espanhóis “construíram instituições democráticas sólidas, capazes de resistir às aventuras golpistas”. Por fim:

[...] elegeram um governo que modernizou radicalmente a paisagem econômica do país, ao mesmo tempo que dizimava dogmas empoeirados do nacionalismo de sabor esquerdista. Sem maiores pudores ideológicos, o primeiro ministro socialista Felipe Gonzalez fechou as portas das mineradoras, estaleiros e siderúrgicas estatais deficitárias, repassou outras empresas sobre responsabilidade do governo para a iniciativa privada e abriu a Espanha para o capital estrangeiro. (VEJA, 1º nov. 1989, p. 31).

A revista considera como “dogmas empoeirados do nacionalismo” o que se relaciona à esquerda. Subentende-se que os indivíduos considerados de esquerda também são os ditos golpistas, aos quais a fortalecida democracia espanhola conseguiu resistir. A mensagem aos brasileiros estava dada: o projeto de Collor era o mais adequado para derrubar os possíveis “dogmas esquerdistas” ou “nacionalistas”, ou seja, para derrubar Lula ou Brizzola. Também deixava claro que o antídoto para modernizar o país e acelerá-lo rumo à renovação era o mesmo usado na Espanha: reduzir as estatais, passando-as à iniciativa privada e abrindo o país para o capital estrangeiro. “Embora a revista tenha afirmado que não apoiava ninguém, esse editorial mostra que o apoio era construído de outras maneiras” (SILVA, 2009, p. 205).

Na seção carta ao leitor da Veja (29 nov. 1989, p. 45) encontra-se a seguinte fala:

O país marcha para o segundo turno da eleição presidencial com algumas pessoas tentando vender a ideia de que na campanha e nas urnas, haverá uma grande disputa entre capital e trabalho. É certo que Fernando Collor de Mello e Luís Inácio Lula da Silva tem origens pessoais, carreiras políticas e propostas de governo bastante diferentes. Mas de maneira alguma é possível afirmar, a partir das diferenças entre os dois candidatos, que os eleitores estejam colocados entre a alternativa de escolher [...] um governo que fazer o país funcionar sem capital ou um outro que pretenda abolir a existência dos trabalhadores.

Essa matéria tinha como título “A falsa oposição entre capital e trabalho” e era o reflexo de que a Veja queria mesmo eliminar todas as contradições. Trazia essa discussão deixando subentender que, ainda que um dos candidatos apresentasse um discurso radical, não era possível de maneira alguma que um governasse para o capital ou que outro governasse para os trabalhadores. E reforça essa ideia afirmando que Lula prometeu governar com a Constituição na mão e a Constituição assegura a livre iniciativa e o direito à propriedade. Ademais, tampouco era possível que, quem quer que fosse o eleito, conseguisse reordenar a economia brasileira sem a colaboração da iniciativa privada e dos trabalhadores. Esse era o discurso da revista.

Para selar essa lógica, “se lembrava implicitamente o exemplo argentino, onde mesmo quem supostamente defendia algo diferente, teria acabado percebendo que não há alternativa” (SILVA, 2009, p. 209). Vejamos a matéria publicada em 8 de novembro de 1989:

Na campanha eleitoral o candidato peronista prometeu mundos e fundos: aumentos de salário, moratória da dívida externa e restrições ao capital estrangeiro. Instalado na Presidência, Menem adotou um receituário oposto ao que defendeu nos palanques. Arrochou os salários, buscou entender-se com os banqueiros internacionais e abriu a argentina aos investimentos estrangeiros. (VEJA, 8 nov. 1989, carta ao leitor).

A revista *Veja* continuava a apontar caminhos, sugerindo aos brasileiros que tomassem o caso argentino como exemplo. Para isso, vendia a ideia de que era melhor votar num candidato que defendia as propostas neoliberais e entendia o programa do que votar em outro que assumia um discurso “radical” e que, se eleito fosse, precisaria se readequar, por que não havia outra forma de governar. Nesse caso, era melhor votar em quem entendia do assunto, Collor, do que em Lula ou Brizzola, que terminariam tendo de se readequar ao modelo neoliberal, porque esse era o modelo mundialmente em voga naquele momento, não sendo possível não o assumir. Embora a revista habitualmente não adotasse a expressão “neoliberal”, era esse o projeto que ela apresentava como a única alternativa possível para o Brasil “redemocratizado”:

[...] No Brasil de véspera de eleição, em que praticamente a cada dia surgem fatos novos e confusos, convém observar a Argentina. Qualquer que seja o candidato eleito, ele encontrará o Brasil numa condição econômica lastimável. Ele terá de agir de maneira rápida incisiva, deverá tomar medidas impopulares e mesmo assim não conseguirá modificar significativamente a situação geral do país em médio prazo. (VEJA, 8 nov. 1989, carta ao leitor).

Conforme a campanha ia se desenrolando, a imparcialidade da *Veja* era posta em risco. Os momentos em que Brizola, candidato associado à esquerda, se destacou foram tensos, porque a revista precisava desenvolver mecanismos explícitos de combate a suas propostas; ela precisava, literalmente, destruir as possibilidades de qualquer candidato vinculado à esquerda se eleger. A vitória de Lula agravou esse quadro. “Qualquer projeção conseguia prever que os votos de Brizola migrariam para ele” (SILVA, 2009, p. 206). Isso acendia a possibilidade de um candidato “radical”, de esquerda, na presidência da república. Por esse motivo o combate à “esquerda”, no segundo turno, representada por Lula, foi agressivo. A revista recorreu a praticamente todos os padrões de manipulação definidos por Perceú Abramo (2009, p. 37), ocultou a verdade, fragmentou, descontextualizou e inverteu as

informações, substituiu o “real” por outra realidade. uma realidade forjada e artificial, era nela que o eleitor deveria “se mover e agir”.³⁴.

3.3 O “FEIO E O BELO”: AS REPRESENTAÇÕES CONSTRUÍDAS PELA REVISTA VEJA PARA LULA E COLLOR

A imagem estampada na capa da Revista Veja, em 22 de novembro de 1989, apresenta mais do que dois candidatos disputando o segundo turno eleitoral para a presidência da República do Brasil.

Figura 8 – “Agora, o Combate que decide a sorte do Brasil: Presidente Collor ou presidente Lula”: Capa da revista Veja, de 22 de novembro de 1989



Fonte: VEJA. **Agora o combate que decide a sorte do Brasil: Presidente Collor ou presidente Lula.** São Paulo, ano 22, n. 43, ed. 1.106, Capa, 22 nov. 1989. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/ho-me.aspx>>.

Ela sugere um embate entre Lula e Collor, uma disputa entre dois candidatos que se distanciavam, em muitos aspectos, pelas origens políticas, e, principalmente, pelo peso ideológico que passaram a representar no segundo turno eleitoral. Nessa edição de Veja, mais de vinte páginas foram dedicadas aos eleitos para o segundo turno das eleições presidenciais. No discurso da revista, o segundo turno eleitoral da campanha presidencial de 1989

³⁴ Grifos do autor: Perseu Abramo (2009, p. 34).

significava um combate, um duelo entre esses dois candidatos. Obviamente, essa configuração, mostra uma conjuntura eleitoral mais complexa do que no primeiro turno.

A revista afirmava que não havia uma disputa entre capital e trabalho, mas projetou uma capa com as duas faces que encabeçavam projetos políticos alternativos e que davam a entender que essa divisão existia. Se, por um lado, Collor era o defensor do capital e da livre iniciativa privada, por outro Lula era a principal figura do Partido Trabalhista (PT) ao final dos anos 1980 e mostrava grandes chances de derrotar Collor nas urnas. Isso impulsionou a Veja a radicalizar, no sentido de construir uma imagem negativa para Lula e, em contrapartida, construir Collor com uma espécie de “salvador da pátria”. Lula seria identificado como “feio”, “baderneiro” idealista que desejava implantar um modelo de gestão estatal já ultrapassado, falido, em desuso no mundo inteiro. Isso dado o fato de que a revista Veja insistia que as propostas esquerdistas de Lula estavam relacionadas ao projeto socialista, que ela apresentava como falido.

Como podemos observar na capa da revista, publicada no dia 29 de novembro de 1989, Collor foi fotografado com a cabeça erguida, os olhos bem abertos, um olhar seguro e compenetrado, uma pose de quem convidava o adversário para a briga, sem temer a derrota. Sua aparência física: os cabelos bem penteados, a barba feita, a juventude, tudo realçado com uma leve luminosidade. Com isso, seu perfil de galã foi enfatizado. Ele representava o “belo”. A imagem de Lula foi trabalhada para representar o oposto: ele foi intencionalmente apresentado com o olhar baixo, como se temesse encarar o candidato adversário. Não apresenta a mesma luminosidade mostrada na imagem de Collor, pelo contrário, sua rusticidade era ressaltada: barbudo, cabelos já grisalhos, pele opaca, sem brilho. A ideia é que Lula representasse “os dogmas esquerdistas atrasados e empoeirados” que a revista vinha desconstruindo nas edições anteriores, pois, antes mesmo de 1989, esse periódico já vinha se encarregando de educar os leitores para o capital, definindo padrões a serem seguidos ou rejeitados.

Todo eu postulante de um discurso é marcado pela historicidade e sua fala reflete as influências pessoais, sociais, culturais, ideológicas e outras. Interpretando Helena Brandão (2004), o sujeito que produz uma narrativa é um sujeito ideológico, seu discurso não é neutro, imprime valores assimilados das experiências cotidianas, dialoga com a fala de outros sujeitos, com outros discursos. Em sua fala outras vozes também falam, o sujeito do discurso se constitui na formação com o outro, com a alteridade. Estabelecendo diálogos, divergindo, comparando, criticando.

Todo discurso produz sentidos e exprime as posições dos sujeitos que falam. Esses sentidos nem sempre aparecem explícitos nos textos. Nem sempre os indivíduos dizem tudo o que pensam, deixam subentendidos significados que não querem ou não podem tornar claros. Recorrem aos efeitos da linguagem, usam de metáforas, ironias, dúvidas, entre outros recursos da linguagem formal ou informal. As entrelinhas são carregadas de sentidos implícitos (BRANDÃO, 2004).

O eu que elabora uma narrativa, textual ou verbal, concilia elementos dos vários eus presentes no indivíduo, uma espécie de efeito polifônico, ou seja, diálogo de um discurso com outros tantos discursos, das muitas vozes em busca de espaço e afirmação no eu que fala: “o burguês e revolucionário, o urbano e o campesino, o poeta e o racionalista, o coronel do sertão e o jovem prefeito da capital, o homem e o presidente” (SOUZA, 2008, p. 16). Os discursos se constroem em diálogo com outros discursos. Refletem as experiências diárias e os saberes institucionalizados (o discurso político, o discurso jornalístico, o discurso historiográfico, o discurso literário, entre outros) e os saberes advindos do senso comum, das conversas cotidianas.

Para Bronislaw Baczko (1999, p. 7):

A lo largo de la historia, las sociedades se entregan a una invención permanente de sus propias representaciones globales, otras tantas ideas-imágenes a través de las cuales se dan una identidad, perciben sus divisiones, legitiman su poder o elaboran modelos formadores para sus ciudadanos tales como el “valiente guerrero”, el “buen ciudadano”, el “militante comprometido”, etcétera. Estas representaciones de la realidad social (y no simples reflejos de ésta), inventadas y elaboradas con materiales tomados del caudal simbólico, tienen una realidad específica que reside en su misma existencia, en su impacto variable sobre las mentalidades y los comportamientos colectivos, en las múltiples funciones que ejercen en la vida social. De este modo, todo poder se rodea de representaciones, símbolos, emblemas, etc.³⁵

Desse modo, as sociedades inventam as suas próprias representações da realidade e elas são dotadas de símbolos e de significados. No entanto, nem sempre convém chamá-las de real, pois ela tanto pode dar a ver uma ausência, como pode marcar uma presença como critério de apresentação de algum elemento ou alguma pessoa. Portanto, a representação,

³⁵ Ao longo da história, as sociedades se entregam a uma invenção permanente de suas próprias representações globais. Outras tantas ideias – imagens, pelas quais são construídas as identidades, ressaltam as divisões, legitimam os poderes instituídos e elaboram os modelos formadores de opiniões, tais como o “bravo guerreiro”, o “bom cidadão”, o “militante comprometido”, etc. Essas representações da realidade (e não apenas reflexos desta), inventadas e elaboradas a partir da influência simbólica, tem uma realidade específica, que reside na sua própria existência, em seu impacto variável sobre as mentalidades e os comportamentos coletivos, e nas múltiplas funções que exercem na vida social. Dessa maneira, todo poder se rodeia de representações, símbolos, emblemas, etc. (Tradução Livre: Fernanda Soares Borges Perinelli).

como o próprio nome diz, “representa” algo ou alguém. Se representa, pode não corresponder especificamente ao que é real.

Esse conceito de representação social também vem sendo discutido por Roger Chartier, que discute a historicidade dos sistemas de representação coletiva. Do seu ponto de vista, a representação estabelece uma relação com o mundo social em três dimensões: as práticas de produção de sentido múltiplos para o real, produzidas de maneira peculiar pelos diversos segmentos ou grupos da sociedade. Em seguida, as práticas que visam produzir uma identidade específica e as maneiras formalizadas, institucionalizadas, pelas quais as pessoas podem representar outras (CHARTIER, 1990). Todas essas instâncias estabelecem relações diretas com o repertório simbólico, pois é desse modo que se instalam, na vida social, os imaginários. Sobre o imaginário social, Cornelius Castoriades (2000, p. 154) postula que:

Falamos de imaginário quando queremos falar de alguma coisa “inventada” – quer se trate de uma invenção “absoluta” (“uma história imaginada em todas as suas partes”), ou de um deslizamento, de um deslocamento de sentido onde símbolos já disponíveis são investidos de outras significações – ações que não suas significações “normais” ou “canônicas” (“o que você está imaginando?”), diz a mulher ao homem que reclama um sorriso trocado por ela com um terceiro). Nos dois casos, é evidente que o imaginário se separa do real, que pretende colocar-se em seu lugar (uma mentira) ou que não pretende fazê-lo (um romance).

Tomando essa acepção como referência, o simbólico (um conjunto de símbolos estabelecidos socialmente) estabelece uma relação estreita com o imaginário social, considerando que o imaginário parte da “livre” iniciativa dos indivíduos imaginarem situações ou contextos que não apresentam, especificamente, um compromisso com a verdade ou com a realidade, de forma que o imaginado pode não existir especificamente no mundo material concreto tido como “real”. “O imaginário deve utilizar o simbólico, não somente para exprimir-se, o que é óbvio, mas para “existir”, para passar do virtual a qualquer coisa a mais”. Dessa forma, o “delírio mais elaborado bem como a fantasia mais secreta e mais vaga são feitos de “imagens”, mas estas imagens: lá estão como representado outra coisa; possuem, portanto, uma função simbólica” (CASTORIARDES, 2000, p. 154-155).

Castoriades (2000) atribui ao imaginário a capacidade do indivíduo ver em uma coisa, o que ela não é, ou de enxergá-la diferente do que de fato é. Nesse contexto, o espaço de autonomia de cada indivíduo imaginar as diferentes situações de forma livre e autônoma é comprometido pela própria formação social, intimamente ligada aos valores morais assimilados e reproduzidos por dada cultura. Isso, por si só, pode minar esse espaço de autonomia do indivíduo, que passa a ser o principal veículo de reprodução dos elementos

socioculturais instituídos nas diversas estruturas que regem a vida social. Desse modo, a forma dos indivíduos imaginarem ou conceberem a política, a religião, o sexo, o amor e tudo o mais está relacionada ao próprio contexto social em que, desde a infância, esses valores foram inculcados ou ensinados.

O homem, na sua qualidade de ser sensível, é muito menos guiado por princípios generosos do que por “objetos imponentes, imagens chamativas, grandes espetáculos, emoções fortes”. Sendo esta “nova consideração” rigorosamente aplicável aos indivíduos, é - o ainda mais “as nações encaradas no seu conjunto”. Assim, o poder deve apoderar-se do controle dos meios que formam e guiam a imaginação colectiva. (BACZKO, 1985b, p. 302).

Sendo assim, a imaginação “é a faculdade específica em cujo lume as paixões se acendem, sendo a ela, precisamente, que se dirige a linguagem “enérgica” dos símbolos e dos emblemas” (BACZKO, 1985b, p. 302). Portanto, os poderes instituídos apropriam-se dos meios que podem guiar a imaginação coletiva. As religiões, por exemplo, legitimam seus discursos reproduzindo ou construindo um conjunto de mitos, símbolos e ritos. Outro exemplo disso é o conjunto de símbolos, ícones, histórias, memórias e heróis forjados pela maioria das nações republicanas, inclusive pelo Brasil. O imaginário político dessas nações é construído entre outros elementos, por um aparato institucionalizado nas escolas públicas, via ritos, símbolos e memorandos cívicos-patrióticos etc. Por isso mesmo, o imaginário é “representação, evocação, simulação, sentido e significado, jogo de espelhos onde o “verdadeiro” e o aparente se mesclam, estranha composição onde a metade visível evoca qualquer coisa de ausente e difícil de perceber” (PESAVENTO, 1995, p. 24).

José de Souza Martins (1980) elucida algumas representações produzidas em histórias em quadrinhos. Ao analisar a famosa família de patos do “Tio Patinhas”³⁶, figuras criadas pela empresa estadunidense Walt Disney, esse autor reflete as relações sociais vinculadas aos personagens e mostra que elas hierarquizam os moradores da fictícia Patópolis, por meio de uma escala de valores fundada na figura do capitalista clássico. Essa escala de valores se pretende educativa, “por meio da definição do gosto do leitor, procurando incutir nele as noções de bom, ridículo, delinquente e louco, entre outros” (MARTINS, 1980, p. 4). Essa leitura se pauta na constatação inicial de que cada personagem é, antes de tudo, mercadoria, e uma mercadoria é uma “coisa” que se vende e se compra. Porém, nesse mundo fantástico,

³⁶ A Editora Abril, a mesma editora da revista Veja, seria também a da revista O Pato Donald, lançada no Brasil em 1950. Em acordo com a Walt Disney, a Abril reproduzia, no Brasil, muitos sucessos dos quadrinhos estadunidenses como, por exemplo, O Tio Patinhas. Outra revista era a Almanaque e alguns jornais desse período publicavam algumas tiras das histórias em quadrinhos da Walt Disney. Posteriormente, essas histórias foram lançadas em desenhos animados na TV e em jogos de games.

espetaculoso, não são apenas os personagens que são coisas, “o próprio leitor é coisa”, repositório passivo que nele se integra para abrigar sem reflexão da sociedade centrada nesta família (MARTINS, 1980, p. 4).

Estamos, portanto, em face a uma pérfida prática de reprodução dos valores capitalistas, e Martins convida-nos a pensar a passividade e a postura acrítica de grande parte dos leitores diante dessas produções e representações. É preciso compreender que, no mundo das palavras, nada é destituído de valor ou de ideias, e entender as ideias significa, antes de mais nada, identificar a quem elas servem ou a quais interesses elas servem. Nesse aspecto, concordamos com o autor. Não são todos os leitores que conseguem fazer esta leitura crítica, aliás, no Brasil, um grande contingente de pessoas, ainda hoje, não dispõe dessa percepção crítica do material que lê ou mesmo da realidade.

Nos anos 1950, e até nos anos 1980, isso era infinitamente mais complexo, devido aos fatores políticos, econômicos e educacionais. Ainda hoje, o Brasil não tem formado bons leitores. Embora se preocupe em erradicar o analfabetismo, parece não considerar o fato de que saber ler não é apenas decodificar letras e formar palavras. A meu ver, continuam sendo analfabetos os milhões de brasileiros que não sabem ler ideias e interpretar textos e discursos. Enquanto a educação brasileira carece de investimentos – fato em grande medida relacionado aos aspectos político-eleitorais –, a imprensa milionária continua a (des)educar mentes.

A complexidade do sistema capitalista não está simplesmente centrada na economia ou no modo de produção que lhe é peculiar, ele afirma também, enquanto modo de produção de ideias, ele incute valores que moldam um modo de pensar, que pode ser identificado no senso comum e no conhecimento científico.

O modo capitalista de pensar é a mediação necessária na produção e reprodução em crise da alienação que subjuga quem não é capitalista, invertendo o sentido do mundo e dando uma direção conservadora e reacionária à ação que deveria construir a sociedade transformada, desvinculando e contrapondo entre si o saber e a prática. (MARTINS, 1980, p. XII).

Posto isso, podemos considerar que a função dos intelectuais na discussão de José de Souza Martins pode ser traduzida ao que Gramsci nomeia de intelectual orgânico. Teóricos, pensadores, formadores de opinião que utilizam um aparato teórico e/ou propagandístico para dar a entender determinadas ideias que explicam a realidade. Uma ferramenta tanto nas mãos dos que desejam uma sociedade reacionária quanto na dos que desejam uma sociedade revolucionária, porque tais intelectuais obedecem aos parâmetros e às posições que expressam determinadas filiações teóricas, partidárias, entre outras.

Desse modo, o Tio Patinhas consiste numa produção intelectual que imprime um modo de conceber a realidade especificamente capitalista. “Os seus amigos são os amigos do capital. Os seus inimigos são inimigos das formas institucionais e dos mitos de sustentação do capital, embora na verdade sejam amigos do capitalismo” (MARTINS, 1980, p. 15). Toda a trama dessa historinha fictícia está atrelada ao capitalista herói nomeado de Patinhas. Apesar da historinha e dos personagens serem fictícios, eles se comportam como humanos e sugerem padrões de vida a serem assimilados na vida concreta.

[...] o universo de Patinhas é educativo se tomarmos a educação como veículo impositivo de valores. Diante dele as crianças e os adultos podem descobrir como são entupidos, como são ridículos, e alienados quando toleram que na sua personalidade se manifestem grotescos traços humanos. Patinhas constitui um chamado à razão que faz com que as coisas se relacionem umas com as outras como se fossem dotadas de condição humana que faz com que as relações entre os homens pareçam relações entre coisas [...]. (MARTINS, 1980, p. 17).

Por esse prisma, podemos considerar que a abordagem de José de Souza Martins sobre o Tio Patinhas também é válida para pensarmos a função educativa da revista *Veja*. Educativa no sentido ensinar, de impor alguns valores e ideias ao leitor. A imagem de Collor, publicada por essa revista durante o segundo turno eleitoral, em 1989, pode ser comparada ao fictício Tio Patinhas. O personagem vedete, o herói símbolo, que, além de suas excentricidades de rico, tinha parentes, amigos e inimigos. Era ele o contraposto essencial para que as demais figuras envolvidas na campanha eleitoral fossem definidas. Da mesma forma que Patinhas “é o único personagem que serve de referência na definição e constituição de todos os outros” (MARTINS, 1980, p. 5), Collor assume, na *Veja*, o protagonismo da trama da vida “real”.

Como podemos observar, os aspectos em comum entre Collor e Tio Patinhas são muitos, a começar pela editora que publicava as revistas que propagavam os respectivos personagens. Tanto “O Pato Donald” quanto a “*Veja*” eram produções da Abril, que, desde sua origem, apresentam uma configuração reacionária, elitista. Outro elemento que merece atenção são os inimigos do Tio Patinhas: os irmãos Metralha. Conforme Martins (1980), eles representam a conduta anônima dos que aceitam os fins do sistema, mas não os meios institucionais para alcançá-los. Desse modo, os Metralhas, tanto quanto Patinhas, estão sedentos por riquezas, mas repudiam os caminhos institucionais para obtê-la. A diferença entre ambos está no fato de que Patinhas chegou primeiro, ou seja, os canais de acesso à riqueza legitimaram essa posição, transformando em ilícitas todas as outras formas de apropriação dos bens (MARTINS, 1980).

Assim sendo, os Metralhas eram tão capitalistas quanto Patinhas, a posição de inimigos se dava porque eles inviabilizavam o projeto deste. Partindo dessa análise, podemos observar que a imagem moralista de Collor contrapunha-se aos inimigos, tidos como “imorais”, a exemplo dos marajás ou mesmo de alguns candidatos que lhe faziam oposição. Os inimigos de Collor, representados na *Veja* durante a referida campanha eleitoral, eram nada mais nada menos que pessoas capazes de inviabilizar o seu projeto político. Semelhante aos Metralhas, que eram criminalizados por suas ações, e, na historinha, às vezes estavam presos. Os inimigos de Collor também eram apresentados, nos momentos mais críticos, como criminosos.

Conti (1999, p. 230) levanta essa hipótese de que Collor figurava um personagem: “chamou a atenção de Ferreira Neto, o contraste entre o homem apagado do jato e homem aceso e entusiasmado do palanque”. Essa fala denuncia que existiam dois Fernandos, o que dava show às multidões e o que esnobava as companhias nas idas e vindas nas viagens a jato pelo Brasil. Faz todo o sentido. Para um espetáculo, o elemento fundamental é a plateia; se não tinha plateia, não tinha show. Na *Veja*, Collor era apresentado como um homem jovem, rico, de origem nobre, esportista, bonito e como político completamente comprometido com as causas públicas e sociais.

Para Baczko (1999, p. 18), as representações se prestam a inculcar determinadas ideias, crenças, valores morais e políticos no imaginário social:

[...] buscaban formar, por un lado, una imagen desvalorizada del adversario, y muy especialmente invalidar su legitimidad; por otro lado, exaltaban el poder y las instituciones cuya causa era defendida por medio de representaciones magnificadas (como p.ej., la abundante fabricacion de falsos famosos que ejercieron su acción sobre la política de la Iglesia y de la realeza en la era feudal; esta “edad que se inclinaba tan generosamente hacia el pasado poseía representaciones mas abundantes que verídicas [...].³⁷

As representações que a revista *Veja* (não só ela) construiu sobre Collor e Lula, na campanha presidencial de 1989, assimilaram ideias e imagens já consagradas no imaginário popular. Isso possibilitava, por exemplo, projeções de que Collor figurava o “belo”, o “bom” e “Lula o feio”, o “mal”. Esses valores de bem e mal, bom e ruim, produziam um sentido já assimilados pela sociedade nas relações cotidianas. Notoriamente, esse periódico criou

³⁷ [...] buscavam formar, por um lado, uma imagem desvalorizada do adversário, e, muito especificamente, invalidar a sua legitimidade, por outro lado, exaltavam o poder e as instituições, cuja causa era defendida por meio de diversas representações (como, por exemplo, a abundante fabricação de falsos famosos, que exerceram sua ação sobre a política da igreja e da realeza durante a era feudal, “essa velha inclinação generosa que fazia das representações do passado, muita mais numerosas que verdadeiras”. (Tradução livre: Fernanda Soares Borges Perinelli)

estratégias para exaltar Collor e, em contrapartida, esforçou-se para criar uma imagem desvalorizada de seu adversário, Lula, e, com isso, invalidar a sua legitimidade.

Uma estratégia usada pela imprensa brasileira nesse sentido de desmoralizar o candidato Lula foi o depoimento, possivelmente financiado por Collor ou seus compatriotas, de Miriam Cordeiro sobre a suposta ameaça que ela havia recebido de Lula para abortar a filha Laurian.³⁸ “O preconceito religioso contra o aborto, os sentimentos insondáveis quantos aos filhos, a espúria ligação entre o aborto e a morte, com o que igualava Lula aos criminosos mais repugnantes”. E isso acontecia num momento em que os constantes “sequestros e assaltos incendiavam o imaginário, o preconceito dos pobres contra os pobres, acostumados e doutrinados durante séculos a pensarem que sua pobreza é o resultado de sua ignorância” (OLIVEIRA, 1992, p. 20).

Outro fato mencionado por Francisco de Oliveira (1992), ocorrido no dia da eleição e que “prosaicamente poderia ser chamado de desdobramento da farsa”, mostrou até que ponto a crise política provocada pela ascensão de Lula nas pesquisas de opinião poderia influenciar as ações truculentas de seus adversários. Um renomado empresário, dono da rede de supermercados Pão de Açúcar, em São Paulo, havia sido sequestrado e estava há alguns dias desaparecido. A polícia já sabia da localização do esconderijo e havia detido um dos sequestradores, com o qual negociou a rendição e o episódio final. “A rendição não podia denunciar senão o óbvio, o empresário havia sido sequestrado por indivíduos ligados ao PT” (OLIVEIRA, 1992, p. 20).

No desfecho do sequestro, os sequestradores apareceram vestidos com a camiseta do PT e, no cativeiro em que estava o empresário Abílio Diniz, também foi encontrado um vasto material de campanha. A ideia era desmoralizar o Partido dos Trabalhadores e seu principal representante, despertando no imaginário popular a ideia que Lula era criminoso e o PT uma organização que instigava o crime e abrigava bandidos. O desfecho foi reservado para o dia da eleição, justamente para influenciar o resultado das urnas. Lula e PT seriam desqualificados e por isso milhares de eleitores deixariam de votar em Lula para votar em Collor (OLIVEIRA, 1992).

Esses dois episódios foram sensacionalizados pela rede Globo de televisão. O caso de Miriam Cordeiro foi explorado por Collor no último debate eleitoral transmitido ao vivo por essa emissora. O depoimento da “suposta vítima”, Miriam, foi retransmitido no horário

³⁸ Esse depoimento de Miriam Cordeiro sobre a suposta ameaça de Lula, para que ela abortasse a filha Laurian, fruto do relacionamento que ambos haviam tido no passado, foi tratado no segundo capítulo desta dissertação.

gratuito de propaganda eleitoral durante a semana em que aconteceria a eleição; o episódio Abílio Diniz foi retransmitido em rede nacional pelo plantão da Globo, no dia das eleições. Isso mostra todo um manejo propagandístico no sentido de impossibilitar, a qualquer custo, a vitória do candidato petista (CONTI, 1999). Assim como a Revista Veja, a Rede Globo explicitamente apoiou Collor. O vice-presidente da emissora, José Bonifácio, assumiu o favorecimento demasiado a Collor, em entrevista, comentando o último debate entre Collor e Lula exibido pela Rede Globo: “A edição do JN a meu ver foi infeliz, porque acentuou a superioridade do vencedor, só poderia ser considerado antiético se tivesse intervindo as posições” (CONTI, 1999, p. 52).

A revista Veja é um periódico de publicação semanal e a densidade desses acontecimentos foi o reflexo da última cartada da imprensa oligopolizada e, por isso mesmo, reservada para os últimos dias, geralmente decisivos, da campanha eleitoral. A Veja só publicaria seu próximo exemplar na semana seguinte, no dia 24 de dezembro de 1989, posteriormente, portanto, às eleições do segundo turno, que aconteceriam dia 17 de dezembro. Ela estava preparada para cobrir “o dia do caçador”, mas, ainda assim, nessa edição, reservou cinco páginas para tratar o desfecho do sequestro de Abílio Diniz. Na capa, uma imagem de Collor, com os braços erguidos e um letrero dizendo “A vitória num país dividido”; no canto superior esquerdo, a chamada: “Abílio Diniz: o sucesso da operação resgate” (VEJA, 24 dez. 1989, capa) e uma pequena fotografia de Abílio Diniz saindo do cativeiro. A cobertura do desfecho do sequestro seria publicada em uma matéria intitulada: “O bando se rende” (VEJA, 24 dez. 1989, p. 106) e Veja afirmou que, Abílio, recém liberto do cativeiro, tinha todos os motivos para não votar, mas marcaria um “x” em Collor.

No decorrer da campanha eleitoral para o segundo turno, essa revista recorreu a diversos recursos possíveis para minar a moral de Lula e apresentar Collor como “vedete”, modelo a ser seguido. Para isso, recorreu às modernas técnicas de articulação das notícias e da propaganda. Sobre isso versa Baczko (1999, p. 18):

El *savoir-faire*, la elaboración y el aprendizaje de las técnicas de manipulación de los imaginarios sociales está antes que toda reflexión teórica y habría que remontarse muy atrás en el tiempo para reconstruir su historia. Malinowski reconoce en cada corpus de mitos el equivalente a una Carta social que representa y convalida la formación existente con sus sistemas de distribución del poder, del privilegio, de los prestígios y de la propiedad (Malinowski, 1936; Balandier, 1975). Ahora bien, al producir un sistema de representaciones que refleja y legitima a la vez su identidad y

su orden social, una comunidad instala también “guardias” del sistema que disponen de una técnica determinada de manejo de esas representaciones y símbolos.³⁹

Dito de outra maneira, a história do *savoir-faire*, no âmbito dos imaginários sociais, confunde-se com a história da evolução dos meios de comunicação e refere-se às modernas técnicas de comunicação e propaganda usadas como instrumentos para estimular o imaginário social. Ou seja, consiste em toda uma teoria da comunicação que reconhece o uso dos símbolos, do corpo, da arte, da linguagem verbal e não verbal na articulação de discursos e propagandas, como ferramentas utilitárias na produção de novas técnicas de representações sociais.

Os recursos midiáticos usados na campanha eleitoral de 1989 possibilitaram a criação de um personagem imaginário de Fernando Collor de Mello. “O Salvador da Pátria”, “O caçador de Marajás” ou o “defensor dos descamisados” só chegaram a existir no mundo imaginário do qual Collor foi o protagonista; no mundo real eles não existiram, embora parte da população acreditasse que sim. Segundo Guy Debord (1997, p. 24), a produção de espetáculos transferiu o que era vivido à mera representação, capaz de tornar o homem alienado:

O espetáculo na sociedade corresponde a uma fabricação concreta da alienação. [...] A alienação do espectador em favor do objeto contemplado (o que resulta de sua própria atividade inconsciente) se expressa assim: quanto mais ele contempla menos vive, quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu *próprio desejo*.

O espetáculo pode ser expresso no momento em que a mercadoria ocupa completamente a vida social, assim, o “ser” está intimamente relacionado ao “ver”. “O espetáculo é uma permanente guerra do Ópio” (DEBORD, 1997, p. 32), onde as imagens, organizadas em um verdadeiro show midiático, transformam o ser em uma espécie de mercadoria que tende, estrategicamente, a corresponder à necessidade do espectador de se converter em consumidor de ilusões, onde a mercadoria passa a ser essa ilusão efetivamente real e o espetáculo é sua manifestação geral.

³⁹ O *savoir-faire*, a elaboração e a aprendizagem das técnicas de manipulação dos imaginários sociais, cujo estudo exige retomar algumas reflexões teóricas anteriores. Malinowski, reconhece em cada corpo de mitos o equivalente a uma Carta social que representa e convalida a formação existente, com seus sistemas de distribuição de poder, de privilégio, dos prestígios e da propriedade (Malinowski, 1936; Balandier, 1975). Agora bem, ao produzir um sistema de representações que reflete e legitima, por sua vez, sua identidade e sua ordem social, uma comunidade instala também “guardiões” do sistema que dispõem de uma técnica determinada de manejo das representações e símbolos (BACZCO, 1999, p. 18, tradução livre: Fernanda Soares Borges Perinelli).

Matéria publicada na edição de 22 de novembro de 1989 estampava o duelo entre Collor e Lula. Era o primeiro exemplar da *Veja* a circular depois de encerrado o primeiro turno eleitoral. Nessa edição, a revista publicou uma matéria em que apresentava os dois candidatos que disputariam o segundo turno eleitoral. Uma chamada em caixa alta dizia “A luta pela faixa” e, em seguida, “No confronto final, o metalúrgico Lula e o ex-governador Collor terão de mostrar ao leitor quem é o verdadeiro candidato do não”. Observemos:

Figura 9 – “A briga pela faixa”: matéria da revista *Veja*, de 22 de novembro de 1989



Fonte: VEJA. **A briga pela faixa**. São Paulo, ano 22, n. 43, ed. 1.106, p. 48-49, 22 nov. 1989. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acer-vodigital/ho-me.aspx>>.

O texto dá a entender que o sentido do “candidato do não” estava relacionado à não permanência da política vigente, já que, no dizer da revista, “apesar das diferenças óbvias”, os eleitores haviam votado contra os projetos tradicionais e esperavam a mudança, a “não” continuidade do modelo político vigente. A revista novamente apresenta o Collor charmoso, o candidato mais preparado: “tem formação Universitária”, já foi prefeito e governador; e Lula “retirante nordestino, seu diploma é de natureza Ginasial [...]”. Conforme observamos, ela apresenta Collor como o candidato biônico, que construiu sozinho a sua campanha, caçou os marajás e enfrentou os políticos tradicionais, inclusive o presidente Sarney.

Esse periódico enfatiza que Collor havia ganhado disparado e tinha a força do primeiro lugar. Acontece que essa força toda não foi suficiente para o “super Collor”⁴⁰ vencer ainda no primeiro turno. Ele teria de disputar o segundo turno eleitoral e concorrer nas urnas, no dia 17 de dezembro de 1989, com o candidato Lula, que, por sua vez, foi apresentado como “a força do segundo lugar”, ou seja, de início ele já estava em uma posição desfavorável. Em seguida, a revista reforça o fato de Lula ser retirante nordestino e ter migrado para São Paulo. Isso poderia nutrir as rivalidades regionais de alguns xenófobos nascidos na região sudeste e em condição privilegiada, que rejeitavam os migrantes nordestinos instalados na região.

Collor atuava politicamente em um estado nordestino, é verdade, mas sua origem era carioca, estudou nas melhores escolas do Rio de Janeiro e de Brasília e era herdeiro de uma classe abastada. Por si só, isso anulava a possibilidade de preconceitos dessa natureza com sua pessoa; o mesmo não acontecia com Lula. Ademais, a revista menciona a qualidade de sindicalista de Lula, o que não seria problema se a revista não trabalhasse a ideia de que os sindicalistas eram baderneiros e radicais. Por fim, outro elemento que merece destaque é a afirmação da revista de que a atuação do PT nas prefeituras estava sendo alvo de críticas. Do ponto de vista da revista, os petistas que assumiram a administração pública nas últimas eleições municipais, ocorridas em 1988, estavam desagradando os brasileiros. Assim, lança a dúvida quanto à gestão do candidato Lula, caso eleito fosse.

Nas páginas amarelas dessa mesma edição, a revista Veja publicou uma entrevista com Claude Lefort, intitulada “O fim do totalitarismo: o filósofo francês traça um retrato do maior acontecimento do final do século: a desintegração acelerada dos regimes comunistas na Europa”, entrevista feita por Fernando Pacheco Jordão. Lefort é apresentado como um dos mais vigorosos teóricos do totalitarismo. Veja menciona que ele havia sido professor em São Paulo por anos (1953-1954) e que desde então não perdera o hábito de visitar o Brasil. Dá a entender que ele era um nome viável para analisar a desagregação dos estados socialistas na Europa e a política brasileira daquele momento. A princípio, o entrevistador menciona que Lefort se emocionou quando, em 9 de novembro de 1989, ouviu no rádio a notícia de que o governo da Alemanha oriental abrisse o muro de Berlim, símbolo maior da desagregação do mundo socialista.

Lefort, de acordo com a entrevista da Veja, havia, junto com outros filósofos franceses, criado o movimento “socialismo ou barbárie”. O uso da expressão “barbárie”, bem como a fala de Lefort na entrevista, dá a entender que ele avaliava como negativa a

⁴⁰ Grifos meus.

implantação do sistema socialista em alguns países europeus e por isso se emocionou quando soube da queda do muro de Berlim. Nessa matéria, os partidos esquerdistas brasileiros são mencionados, bem como o candidato Lula. “Lefort, [...] costuma falar com entusiasmo das ideias de Luís Inácio Lula da Silva” (VEJA, 22 nov. 1989, p. 34) Em seguida, Veja complementou “Na semana passada parcialmente dividido entre os acontecimentos nos países comunistas e as eleições brasileiras. Ele recebeu VEJA em École des Hautes Études em Sciences Sociales, em Paris, para entrevista” (VEJA, 22 nov. 1989, p. 34).

VEJA – *Como resolver este conflito, de crença no socialismo real e no socialismo ideal?*

LEFORT – Em abril último, eu li uma entrevista de Luís Inácio Lula da Silva no Brasil que me pareceu extremamente lúcida a esse respeito. Ele se declarava socialista, mas acrescentava que seu sonho era visitar os países do Leste para ver como que o sistema não funcionava. Foi uma tirada muito boa, porque eu acho que é possível trazer no coração esperanças de mudanças sociais profundas e ao mesmo tempo constatar que o socialismo real, como chamamos, não tem muito a ver com o ideal socialista. (VEJA, 22 nov. 1989, p. 35).

Lefort menciona ter lido uma entrevista com Luís Inácio Lula da Silva, mas não apresenta a fonte dela. Nas entrevistas que Lula concedeu à revista Veja, em nenhum momento se declara socialista, apresentando uma proposta política que pensava a reforma agrária, as políticas sociais e o fortalecimento das empresas estatais, entre outros aspectos, sem propor uma alteração no sistema econômico vigente. Naquele momento, tampouco havia uma articulação do Partido dos Trabalhadores (PT) no sentido de instalar uma revolução e alterar o sistema econômico vigente e as formas de trabalho e de produção. Havia uma proposta de reforma política, o que é bem diferente. Contudo, Veja insistindo na ideia de que Lula era socialista e que o socialismo estava falido, questiona Lefort:

VEJA – *Não seria anacrônico declarar-se socialista no momento em que este regime está sendo desmantelado em tantos países?*

LEFORT – depende e cito de novo a entrevista de Lula. O que me impressionou foi ele dizer que o socialismo é apenas um horizonte. **No fundo, ninguém sabe muito bem como será.** Ao mesmo tempo, ele afirmava que era preciso agir de forma realista, porque no Brasil já seria uma revolução resolver o problema da fome, assegurar educação e saúde a todos, garantir salários decentes para os trabalhadores e um tratamento com um mínimo de dignidade, como já existe nas sociedades capitalistas, como na Alemanha Ocidental e na França. Ele faz prova, me parece que não tem nada a ver com o comunismo da Europa do Leste. (VEJA, 22 nov. 1989, p. 35).

Veja insiste que o socialismo estava desmantelado e por isso mesmo considerar-se socialista seria anacrônico, completamente descontextualizado daquele momento. Com isso,

sugeria que Lula estava sendo anacrônico. Lefort reafirma todas as incertezas e dúvidas que a revista depositava no candidato Lula ao dizer que “no fundo ninguém sabe muito bem como será” e, depois, insinuar que Lula era contraditório, se reconhecia socialista, mas apresentava propostas de políticas sociais que já existiam nas sociedades capitalistas. Completa a resposta dizendo que Lula “parece” não ter nada a ver com o comunismo do Leste Europeu. Quando Lefort usa o termo “parece” mais uma vez lança a dúvida. Ou seja, pode ser que Lula não tenha nada a ver, mas pode ser que tenha. Para finalizar, a entrevista deixa um recado para os militantes da esquerda no Brasil:

VEJA – *Se o senhor fosse um militante de esquerda no Brasil, qual seria o seu discurso hoje, em função dos últimos acontecimentos no mundo comunista?*

LEFORT – [...] Os elementos mais radicais da esquerda brasileira não podem deixar de enxergar a que catástrofe política, econômica e social conduziu a tentativa de estatização dos meios de produção e de instituição dos meios de produção de instituição de um poder com a pretensão de encarnar o verdadeiro povo. É uma ficção que se revelou sangrenta – ela vitimou milhões e milhões de homens. (VEJA, 22 nov. 1989, p. 35).

Estamos falando do segundo turno eleitoral, em que a esquerda política havia unido forças para eleger Luís Inácio Lula da Silva. Logo, o recado deixado por Lefort sugeria que Lula deveria entender que, no Brasil, as propostas tidas como socialistas eram inviáveis, pois esse modelo de gestão estatal estava falido e havia desgraçado milhões de pessoas. Era uma “ficção que se revelou sangrenta”. O uso da palavra “sangrenta” dava a entender que esse sistema era monstruoso e que, por conseguinte, quem o defendia também o era.

O Partido dos Trabalhadores (PT) foi caracterizado, pela revista Veja, como um partido de radicais, comprometido com o terror, uma característica histórica apontada como da esquerda. Não nos resta dúvidas: houve, no segundo turno eleitoral, um esforço significativo, por parte da revista Veja, em desconstruir Lula e construir Collor. Desconstruir no sentido de desmoralizar o candidato Lula, demonizando-o e, em contrapartida, projetando Collor como moralmente perfeito, uma espécie de Deus. Assim, configurava-se a luta do bem contra o mal. A revista recorreu a uma espécie de “maniqueísmo social, no qual o bem versus o mal distinguem-se, e esses juízos de valor são diluídos no discurso” (GREGOLIM, 2001, p. 239). Esse discurso da Veja estava em consonância com vários veículos de comunicação da imprensa nacional e com o próprio Collor.

Collor, em seus discursos, não perdia a oportunidade de insistir que o PT era um partido antidemocrático e que no poder instalaria um regime totalitário de esquerda. Foi o que ele disse no programa apresentado por Ferreira Neto na emissora de televisão Rede Record:

[...] a democracia pressupõe a convivência de contrários e eles não querem a convivência de contrários. Eu fico imaginando: ‘se eles praticam essa violência agora, no momento de uma campanha eleitoral, imagine a violência que eles não praticariam, caso viessem a chegar à presidência... [...] eu hoje vejo aí o candidato do PT falar em defender a Constituição [...] ele sabe que não pode cumprir o texto constitucional, porque o texto constitucional estabelece um regime democrático e a prática dele não é democrática, é uma prática arbitrária, é uma prática da violência, uma prática da intolerância, da intransigência, da baderna [...]. (COLLOR, 12 dez. 1989).⁴¹

A grande imprensa foi uníssona e tratou de apresentar os inimigos criados por Collor como inimigos do povo. A partir do momento em que ele criou um inimigo comum para sua pessoa e para a população, convidou o povo a lutar por uma causa única: vencer os inimigos apontados. Os textos e enunciados de Collor apresentam recursos linguísticos que visam sustentar ideias como verdades absolutas e indiscutíveis. Em função disso, o candidato do PRN sustentava seu discurso na ofensiva contra a oposição, abordando que “o Brasil novo” pregado por ele só seria possível quando os inimigos fossem banidos do poder, ou, no caso do segundo turno, quando Lula não chegasse ao poder.

O poder que o discurso exerce sobre os indivíduos de fato merece um estudo aprofundado, pois, às vezes, se mistura à própria história do país. Os políticos brasileiros que trabalharam ideias que foram ao encontro da opinião pública, ou melhor, que falaram o que o público queria ouvir, foram os que mais “se aproximaram dos indivíduos e deixaram marcas na memória nacional” (TAVARES, 1998, p. 122). O momento político de 1989 facilitou o surgimento do mito Collor, que se manteve enquanto conseguiu sustentar seu discurso, conciliando a opinião de classes despossuídas e de uma classe de poderosos empresários. De modo geral, muitos brasileiros foram seduzidos pelo discurso desse candidato.

Em seus discursos, geralmente usava os termos “nós vamos, unidos, somos nós, construiremos, venceremos, começaremos”, palavras com um sentido de compromisso, onde ele, enquanto povo, convidava diretamente o povo a assumir a “guerra” declarada contra os opositores para construir o imaginado “Brasil novo”. O discurso do “salvador” que possibilitaria um mundo novo revela o Collor dominador e articulador, que impunha seus anseios e ideologias pelo poder da palavra, pois “a formação ideológica impõe o que pensar e a formação discursiva determina o que dizer” (TAVARES, 1998, p. 121). O discurso adotado por Collor é a expressão do “exercício da dominação pela palavra”.

⁴¹ Fernando Collor, no programa Ferreira Neto: Eleição de 1989, apresentado em 12 de dezembro de 1989. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=zswNJtnHeN0>>.

O termo “caçador de marajás” sempre aparecia nos enunciados da Revista Veja, nas emissoras de TV e no próprio discurso de Collor que se assumia orgulhoso de ser o dito “caçador”, essa utópica jornada moralizadora da luta contra os corruptos foi de fato estratégica naquele momento histórico, no qual a corrupção se fazia presente e bani-la era o que o cidadão brasileiro almejava. O discurso de Collor foi planejado para ir ao encontro das vontades do cidadão. Para reforçar o caráter mítico, suas propostas acompanharam a promessa de um “Brasil novo”. O desafio da construção desse “Brasil novo”, do discurso “Collorido”, era justamente derrotar com a força do voto os “inimigos” descritos por Collor.

O discurso estético criado sobre Collor apresenta-o como político moderno e a modernidade estava atrelada ao vigor de sua própria imagem, realçada pela masculinidade expressa na aparência de Galã, semelhante aos protagonistas dos filmes hollywoodianos. O discurso das imagens vinculadas na revista Veja adotou o “objetivo de ilustrar o texto verbal” (GREGOLIM, 2001, p. 167). A imagem reforça a transmissão de ideias e ideologias, de forma apreciativa, expandindo informações esteticamente. A revista Veja partiu desse discurso, representando, em imagens, aquilo que era exposto verbal ou textualmente.

Os efeitos visuais usados como recursos na campanha de Fernando Collor permitem-nos considerar que as imagens foram peças fundamentais na construção de uma representação que transferiu o “marajá” a “caçador de marajás”, o vilão a herói:

As fotografias, consideradas, ao mesmo tempo, produção técnica e artística, circunscrevem-se numa perspectiva que as compreende em relação aos seus aspectos discursivos e ao saber fazer, uma vez que os efeitos de sentido desse texto são construídos com base em práticas e gestos de leitura diferentes. (GREGOLIM, 2001, p. 166).

Com referência à discussão de Gregolim (2001), as fotografias são capazes de reforçar a ligação e a relação do homem com o mundo concreto, figurando, por meio do estético e do simbólico, imagens criadas para agradar o espectador. Esse discurso estético, que age acompanhado ao jogo óptico representativo, se fez presente no período eleitoral de 1989, moldando a performance do candidato Collor. Isso se deu porque a organização dos textos, das imagens, dos signos e dos códigos conferem sentidos à realidade (GREGOLIM, 2001, p. 163).

No segundo turno eleitoral, Collor enfatizou seu discurso de candidato do povo:

Minha gente, minha voz não é somente minha, é também a voz de mais de 20 milhões de brasileiros que acreditaram em mim e me deram seu voto, sobretudo com a confiança de que, juntos construiremos um Brasil novo, um

Brasil socialmente mais justo. Começamos sozinhos o povo e eu, sem o apoio de nenhum grupo, de nenhum político, de nenhum empresário. Sozinhos enfrentamos os marajás, sozinhos denunciemos a corrupção, sozinhos lutamos contra tudo isso que está aí, e que irá acabar para sempre em nosso país. (28 de novembro de 1989, TAVARES, 1998, p. 155).

Collor nega a influência marcante dos grupos de empresários que contribuíram para sua saída triunfante do anonimato. Ele teve apoio expressivo dos empresários da área das comunicações. Até o momento das negociações de Collor com o Grupo Abril, que pertencia à família dos Civitas, e com a Rede Globo, que pertencia a Roberto Marinho, o então candidato não era conhecido nacionalmente. Além deles, Collor teve o apoio de banqueiros, representantes de industriais nacionais (alguns usineiros de Alagoas e outros) e multinacionais (principalmente as automobilísticas). Em entrevista à *Veja*, publicada em 6 de dezembro de 1989, falou o presidente da Federação dos Bancos do Brasil, Leo Wallace Cochrane, que também era proprietário do Banco do Noroeste, instituição privada.

A matéria estava intitulada com letras grandes e negritadas “O PT não mete medo”, e, em seguida, “O presidente da Federação dos Bancos do Brasil diz que seu setor está preparado para conviver com qualquer resultado que vier a sair das urnas” (*VEJA*, 6 dez. 1989, p. 5). Segundo a *Veja*, desde a primeira vez que o PT falou em estatização dos bancos cada “banqueiro colocou-se na retranca”, e Cochrane fazia parte desse grupo. Disse o banqueiro: “As teses do programa do PRN são mais próximas do que eu penso, mas a Febran não apoia nenhum candidato” (*SERRANO*, 1989, p. 5). Durante a entrevista, explicou: “Nós todos, empresários, banqueiros, políticos de todos os partidos e eleitores, sem exceção, queremos que o Brasil cresça, que se torne moderno, que se livre dos problemas atuais [...]” (*SERRANO*, 1989, p. 5).

Essa entrevista contradiz o discurso de que Collor estava sozinho contra tudo e contra todos. Havia sim um apoio expressivo do empresariado brasileiro a ele. A imparcialidade pregada pela Febran foi posta em risco durante toda a entrevista, pois, assim como a *Veja*, Cochrane e a própria Febran endossavam as propostas de Fernando Collor. Cochrane repetiu algumas vezes que o país precisava se modernizar, e, claro, o candidato que pregava a modernidade era Collor. O título da entrevista dizendo que o PT não metia medo mais uma vez associava esse partido ao terror e ao medo, no entanto, com uma ressalva: nos banqueiros ele não metia medo.

A base política de Collor foi sustentada, em grande mediada, pelo empresariado brasileiro, que apostava no projeto neoliberal e, por isso mesmo, desejava conter o avanço da esquerda, mas, com a configuração do segundo turno e o crescimento de Lula nas urnas,

Collor precisou se autoafirmar como candidato do povo. Isso se deve ao fato de, no dizer de Marcos Coimbra, assessor de Collor, só um “homem do povo” poderia derrotar outro “homem do povo”. Vejamos:

Figura 10 – “Cercos ao povão”: matéria da revista Veja, de 6 de dezembro de 1989



Collor de Mello, em campanha: oito comícios por dia e uma batalha nervosa para assegurar a condição de favorito

BRASIL

Cercos ao povão

A duas semanas da eleição, Fernando Collor de Mello lidera as pesquisas com folga e briga para manter os votos dos brasileiros mais pobres

Fonte: VEJA. **Cercos ao povão**. São Paulo, ano 22, n. 48, ed. 1108, p. 52, 6 dez. 1989. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acer-vodigital/ho-me.aspx>>.

Nessa imagem, Collor aparece cercado pelo povo e Veja esclarece que o candidato do PRN estava liderando as pesquisas e brigando para manter o voto dos eleitores mais pobres. A estratégia já tinha sido traçada por Marcos Coimbra. A campanha do segundo turno não podia configurar o duelo entre o candidato dos ricos e o candidato dos pobres. Assim, a revista publicou, dia 22 de novembro de 1989, uma fala de Marcos Coimbra sobre isso: “Collor só perderia o segundo turno se fosse identificado como o candidato dos ricos, contra o candidato

dos pobres, Lula”, afirma Marcos Coimbra, assessor do representante do PRN” (VEJA, 22 nov. 1989, p. 49). A partir disso, Veja tratou de noticiar que o candidato Collor também atraía o voto do “povão”.

Figura 11 – “Miséria e Esperança”: matéria da revista Veja, de 6 de dezembro de 1989

sempre tem dinheiro para comprar sapatos, e cuja faixa de renda é inferior a 1 500 cruzados novos por mês, Collor vence Lula por 50% das preferências contra 38% — essa parcela do eleitorado é proprietária de setenta em cada um dos 100 votos disponíveis em 17 de dezembro. Na faixa intermediária, a dos brasileiros que trabalham com carteira assinada e são operários especializados, funcionários públicos e empregados nos escalões médios do setor privado, com uma renda que chega a 4 000 cruzados novos, os dois concorrentes empatam — 44% das preferências para cada.

MISÉRIA E ESPERANÇA

Os vinte membros da família Nunes Costa moram num barraco feito de madeira e plástico num subúrbio da cidade de Igarapé-Açu, a 110 quilômetros de Belém. Nenhum deles tem carteira assinada, e a renda da família vem de trabalhos avulsos na agricultura. No dia 15 de novembro, votaram em Collor de Mello. “Collor vai olhar pelos pobres e acabar com a carestia”, diz Jorge Nunes Costa, de 35 anos.

Por fim, na chamada classe A brasileira, curiosidade sociológica que reúne todos os cidadãos brasileiros que ganham mais de cinco salários mínimos por mês, em que se incluem tanto pessoas com patrimônio na casa dos milhões de dólares como o engenheiro em início de carreira e esmagados pelo eleitorado em menos de quinze dias. Também é certo que a maioria dos brasileiros que vivem hoje, e, se isso fosse possível, poderiam ser chamados de...

“FAVORÍSSIMO” — “Collor chegou no povão, e isso torna muito difícil para Lula virar a eleição”, afirma o deputado Renan Calheiros, líder do PRN no Congresso. “Collor é o favoritíssimo e dificilmente perderá essa condição”, afirma o deputado Alcení Guerra (PFL-PR). É certo que o IML das urnas brasileiras está recheado de cadáveres de candidatos com ótima saúde até a reta final de uma eleição — e que acabaram

tando uma atitude do presidente da Argentina, Carlos Menem, diante de altos funcionários do governo de seu antecessor Raúl Alfonsín, seja um desses assuntos capazes de provocar erupções alérgicas na pele do presidente José Sarney.

Líder nas pesquisas, Collor de Mello leva uma batalha, que só irá terminar em 17 de dezembro, na qual tem uma única finalidade — manter o quadro da disputa do jeito



Fonte: VEJA. **Cerco ao povão**. São Paulo, ano 22, n. 48, ed. 1108, p. 53, 6 dez. 1989. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acer-vodigital/ho-me.aspx>>.

Nessa matéria publicada também no dia 6 de dezembro de 1989, a imagem mostra um brasileiro agricultor, de 35 (trinta e cinco) anos, que sustentava 20 (vinte) membros de sua família em situação precária. O título da matéria era comovente “Miséria e Esperança”, e a esperança, evidentemente, estava concentrada no candidato Collor. A faixa com as cores da bandeira do Brasil apresentava o trocadilho, ao centro, “Brasil com Collor presidente”, e os dois “l” do nome Collor em verde e amarelo. Na entrevista, Sr. Jorge Nunes Costa expressa a esperança que depositava nesse candidato: “Collor vai olhar pelos pobres e acabar com a carestia” (VEJA, 6 dez. 1989, p. 53). A vida miserável que viviam famílias como a de Nunes

Costa, facilitou a venda da mercadoria Collor no mercado consumidor de espetacularidades. Estes muito possivelmente não eram leitores da Veja, mas, ainda assim, eram seduzidos pelas propostas de Collor de que o Brasil melhoraria para todos os brasileiros se o tivessem como presidente da República.

Para Guy Debord (1997, p. 33), existe um poder legitimado ao espetáculo político, que age sob a forma de chantagem eleitoral:

[...] exige a participação da grande maioria dos homens, como trabalhadores, assalariados, na busca infinita de seu esforço; todos sabem que deve submeter-se a ela ou morrer. É a realidade desta chantagem: o uso sob sua forma mais pobre (comer, morar). [...] O consumidor real torna-se consumidor de ilusões.

É comum, no meio político, o uso dessa chantagem eleitoreira com fins de negociação de trocas de favores eleitorais, e muitos miseráveis negociam o voto em troca de benefícios elementares para a sobrevivência humana, como comida, saúde e moradia, uma prática coronelística ressignificada para os novos contextos eleitorais. Collor espalhava a esperança de um tempo melhor para os brasileiros. Disseminava a ilusão de que sua proposta política tinha como prioridade pôr fim às desigualdades sociais, quando, na verdade, seu projeto neoliberal penalizaria ainda mais os trabalhadores e não resolveria os impasses das desigualdades sociais, muito pelo contrário.

No texto acima dessa imagem do Sr. Nunes e de sua família, Veja apresenta a fala do então líder do PRN no Congresso Nacional, Renan Calheiros, que dizia: “Collor chegou no povão e isto torna muito difícil para Lula vencer esta eleição” (VEJA, 6 dez. 1989, p. 53). Em seguida, apresenta a fala do deputado Alcení Guerra PFL/PR, dizendo: “Collor é o favoritíssimo, e dificilmente perderá esta condição” (VEJA, 6 dez. 1989, p. 53). No decorrer do texto, a revista repetia que Collor liderava disparado as pesquisas eleitorais e que por isso ele tinha mais chances de ser eleito e derrotar Lula. Foram quatro exemplares publicados durante a campanha para o segundo turno eleitoral e Veja dispensou toda sua atenção a essa eleição, preenchendo as páginas amarelas com entrevistas de banqueiros, empresários e intelectuais que desconstruíam as propostas de Lula. No editorial, várias páginas cobrindo os acontecimentos de maneira tendenciosa mostravam o seu desespero em contribuir para impedir que Lula fosse eleito.

Diante desse quadro eleitoral crítico, a revista tentava mostrar que Collor havia conquistado eleitores de todas as classes sociais. Na página seguinte dessa mesma edição, publicada no dia 6 de dezembro, uma imagem mostrava algumas mulheres manifestando

apoio a Collor e a chamada dizia “Adesão na classe A”. Um pequeno texto, negrito, informava que um grupo de 60 mulheres que haviam votado em outros candidatos no primeiro turno, como Mario Covas e Paulo Maluff, no segundo turno apoiava e trabalhava em prol do candidato Collor. No texto da Veja, uma delas justifica o apoio: “Lula defende ideias muito radicais, Collor é mais ponderado”. Outra exclamou: “Não queremos ver o Brasil se tornar um imenso sindicato” (VEJA, 6 dez. 1989, p. 54). A revista deixava claro que Collor tinha apoio de ricos, pobres, homens e mulheres. Ele era apresentado como um justiceiro que desejava mudar a realidade social dos “descamisados”, um herói que agravada aos diversos segmentos sociais que compunham a sociedade brasileira, conforme Figura 12:

Figura 12 – “Adesão da classe A”: matéria da revista Veja, de 6 de dezembro de 1989

ADESÃO NA CLASSE A

Em São Paulo, um grupo de sessenta mulheres que votaram em candidatos como Mário Covas, Afif Domingos e Paulo Maluf no dia 15 de novembro reuniu-se na semana passada para trabalhar por Fernando Collor no segundo turno. “Lula defende ideias muito radicais, Collor é mais ponderado”, diz uma delas, a publicitária Suzan Bezeze. “Não queremos ver o Brasil se transformar num imenso sindicato.”

candidatos, que já passaram pelo governo e não fizeram nada”, diz.

Retirante nordestino, Ivan nasceu em Aracaju e veio para São Paulo aos 11 anos de idade. Abandonou a escola antes de concluir o 1.º grau, trabalha numa microempresa onde ganha um salário de 600 cruzados novos mensais — sem registro em carteira. Outro bom exemplo desse eleitorado pode ser encontrado num barraco montado com restos de madeira e plástico onde vivem os vinte membros da família Nunes Costa, no bairro Beco do Plástico, periferia do município de Igarapé-Açu, a 110 quilômetros de Belém do Pará. Nenhum dos dez adultos tem emprego fixo — e se sustentam cortando mato das plantações



de maracujá e pimenta-do-reino da região. No barraco da família, não existe água encaixada nem coleta de lixo. Apenas três crianças na família são alfabetizadas. Apesar de analfabetos, cinco membros da família puderam votar no primeiro turno da eleição — todos escolheram Fernando Collor de Mello. “Collor vai acabar com a carestia”, diz Jorge Nunes Costa, 35 anos. Em Igarapé-Açu, Collor de Mello recebeu uma boa votação. Dos 8 857 votos válidos, 6 007 tinham um X no número 20 da cédula.

Em Gravatá, a 80 quilômetros do Recife e com 50 000 habitantes, o candidato Collor de Mello conseguiu uma excelente votação no primeiro turno. Dos 19 000 eleitores da cidade, 11 490 votaram no PRN. Lula, que chegou em segundo lugar, teve 3 817 votos. Um desses eleitores foi a dona de casa Odete Gomes da Silva, 42 anos, seis filhos. O marido de dona Odete é motorista e sustenta a família com um salário de 1 000 cruzados novos por mês. “Eu gostei do jeito de ele falar. Ele parece corajoso”, diz ela, que todos os dias faz o mesmo cardápio para o almoço da família — feijão com farinha.

“Collor faz o papel do justiceiro do eleitorado mais pobre”, afirma o antropólogo Gilberto Velho, do Rio de Janeiro. A quinze dias da eleição, é naturalmente impossível adivinhar o que irá sair das urnas de 17 de dezembro. Também é muito difícil calcular o tamanho do estrago que o barbarismo de militantes do PT pode provocar na candidatura de Lula, caso integrantes de sua caravana mantenham a postura de leões-de-chácara exibida nos confrontos violentos no Rio Grande do Sul, na semana passada. O veredicto das urnas é sempre delicioso para quem vence e tem um gosto amargo para quem perde. O que se pode dizer, no entanto, é que na marcha batida da reta final, o candidato Collor de Mello já tem uma linha de ação e sabe o que precisa fazer. Quanto mais falar mal do presidente José Sarney, maior é o seu potencial de votos em 17 de dezembro. No tudo ou nada da mais prodigiosa carreira política que as eleições brasileiras já produziram, é isso mesmo o que Fernando Collor de Mello irá fazer.



VIOLÊNCIA NA RETA FINAL

A visita de Collor de Mello a nove cidades do Rio Grande do Sul, na quinta-feira passada, transformou-se numa batalha campal. Em Caxias do Sul, simpatizantes do candidato Lula jogaram ovos e tomates em Collor e atrapalharam seus comícios. “Diante da derrota, os adversários estão histéricos”, disse Collor.

Fonte: VEJA. **Cerco ao povão.** São Paulo, ano 22, n. 48, ed. 1108, p. 54, 6 dez. 1989. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acer-vodigital/ho-me.aspx>>.

Nessa mesma página, no canto inferior esquerdo, a revista mostra um conflito ocorrido em Caxias do Sul, onde Collor apresentou-se para um comício e foi recebido a tomadas e com muitas vaias. Não houve o comício e a situação gerou um conflito entre simpatizantes dos dois partidos, o PRN e o PT. Óbvio que, do ponto de vista da revista, isso era coisa de petista, que, segundo ela, incitava a baderna e a desordem. Disse:

[...] é muito difícil calcular o tamanho do estrago que o barbarismo dos integrantes do PT pode causar na campanha de Lula, caso os integrantes de sua caravana mantenham a postura de Leões de Chácara exibida nos confrontos violentos, no Rio Grande Sul na semana passada. (VEJA, 6 de dez, 1989, p. 54)

A Veja responsabilizou os militantes petistas pelo conflito ocorrido em praça pública no Rio Grande do Sul e reforçou a ideia de que o ato violento era despeito, pois, segundo ela, o “veredito das urnas é sempre delicioso para quem vence e tem um sabor amargo para quem perde” (VEJA, 6 dez. 1989, p. 54). A revista descreveu que a visita de Collor às cidades do Rio Grande do Sul transformou-se em uma batalha campal, insinuando, mais uma vez, que Lula e seu partido eram adeptos da violência e não toleravam os diferentes.

Contudo, Collor sabia e Veja também que nos redutos de Leonel Brizolla o candidato do PRN não era bem-vindo. Alguns manifestantes ergueram faixas protestando contra o caçador de marajás. A imagem mostra que em uma das faixas estava escrito “Pillantra Marajá”. Os dois “ll” na palavra “pilantra” não correspondiam a um erro de português, estando coloridos de verde e amarelo como os dois “ll” do nome Collor, e sim a uma ironia à atuação do candidato Collor. Ao fundo, um cartaz dizia “Filhote da ditadura”, frases geralmente usadas por Leonel Brizola para se referir a Fernando Collor. O fato é que a maioria dos gaúchos não compra a proposta de Collor, justamente porque existia, naquele Estado, uma energia política esquerdista combatente às propostas de Collor. De fato, nesse estado Collor perdeu nas urnas do segundo turno eleitoral para Lula.

Na página 59 dessa edição há uma matéria sobre os posicionamentos de algumas religiões cristãs brasileiras a respeito da eleição de 1989 e dos respectivos candidatos que disputavam o segundo turno eleitoral. Nessa matéria, a Veja mencionava que a ala da esquerda da igreja católica ou do clero brasileiro estava tirando o sono vaticano.

Figura 13 – “Adesão da classe A”: matéria da revista Veja, de 6 de dezembro de 1989

cas dentro da igreja”, disse o empresário. O padre não concordou com a opinião do fiel e as coisas pararam por aí. Na manhã do último domingo, no entanto, Trussardi enviou seu genro José Castro Rudge para assistir à missa na Igreja da Cruz Torta e vigiar o padre Bejjamin. Durante o sermão, o celebrante disse que Jesus era o rei dos pobres e odiado pelos poderosos. Nesse momento, Rudge interrompeu-o aos gritos. “Basta, chega de discursos políticos”, reagiu. “A igreja não é lugar de comícios, seu comunista”, acusou, sob aplausos de parte dos 300 fiéis que assistiam à cena. Com a confusão, a missa terminou naquele momento.

A atuação da ala à esquerda do clero brasileiro também está tirando o sono de prelados no Vaticano. “É desconcertante a atuação de alguns bispos na campanha eleitoral”, disse recentemente o cardeal alemão Joseph Ratzinger, prefeito da Congregação para a Doutrina da Fé, o antigo Santo Ofício. “Um bispo não pode dar a impressão aos fiéis de uma Igreja dividida”, acrescenta Ratzinger. Na Cúria Romana, as maiores queixas são contra a atuação dos bispos Mauro Morelli, de Duque de Caxias, e José Rodrigues, de Juazeiro. Espera-se para breve novidades nessa área. Ratzinger — que já puniu frei Leonardo Boff um ano por discordar de seus trabalhos escritos de teologia — está atento às declarações do frade brasileiro, que criticou recentemente o clero conservador no país, especialmente o arcebispo de Olinda e Recife, dom José Cardoso Sobrinho. Ratzinger acaba de convocar o presidente da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, dom Luciano Mendes de Almeida, para ir o mais rapidamente possível a Roma se



“Os padres têm o dever de orientar o seu rebanho. Mas as pessoas que participam das CEBs não são cabresto. Numa eleição, elas acabam votando em quem desejam”

CARLOS ALBERTO LIBÂNIO.
o frei Betto

explicar. Em pauta, a atuação do clero progressista nas eleições presidenciais. No Brasil, frei Leonardo Boff tem uma explicação engatilhada sobre quem deve ser o candidato dos padres nesta eleição. “Collor foi procurar o clero conservador e Lula foi procurado pelos progressistas,” diferencia ele.

IDÉIA FALSA — Para a maioria das pessoas, a Igreja Católica costuma ser formada pelos bispos, pelos padres e por um batalhão de fiéis que todos os domingos frequentam as missas. Nos últimos anos, contudo, a Igreja criou uma série de outros núcleos de atuação, como as Comunidades Eclesiais de Base, as CEBs, as Pastorais Operárias e as Pastorais da Terra — em sua maioria coordenados diretamente por leigos, adeptos da Teologia da Libertação. Calcula-se que existam hoje em todo o país perto de 80 000



Frei Irineu Costella: “Quando falei que...

dessas comunidades. As CEBs já atuaram nos movimentos urbanos contra a carestia, promoveram invasões de terras e, na Constituinte, recolheram 1,7 milhão de assinaturas para as emendas populares de interesse da Igreja, como uma pela reforma agrária. Na sucessão presidencial, a maior parte das CEBs e pastorais engajou-se na campanha do PT — e foi dentro desses núcleos, e não nos altares, que os padres atuaram a maior parte do tempo.

O potencial desses grupos é negável. Nesta eleição, calcula-se que possam gerar até 4 milhões de votos. Contudo, a idéia de que o apoio das CEBs e da Igreja garante invariavelmente a vitória nas urnas é falsa. Nas eleições de 1986 e 1988, na Bahia,

Onde Lula é o demônio

Collor conquista o voto evangélico

Fernando Collor de Melo também conta com um clero fortemente engajado na sua campanha — os evangélicos, um grupo hoje estimado em cerca de 12 milhões de fiéis. Ali, o candidato do PRN já arrebanhou no primeiro turno a maior fatia desses votos, graças ao engajamento de uma leva de pastores dessa tendência que gostam de Collor pelo fato de ele ser um candidato conservador

e, também, porque o candidato arregaçou as mangas e disputou esses votos no corpo-a-corpo. Ele já visitou vários templos pentecostais desde que iniciou a sua campanha. “Collor fará um excelente governo”, afirma o bispo Edir Macedo, líder da Igreja Universal do Reino de Deus, que possui mais de 700 templos em todo o país. Em muitos deles aproveitou-se o momento da oração durante o culto para pedir ajuda a Collor. Na

véspera da votação do primeiro turno, o próprio Macedo comandou uma vigília, vestindo uma camiseta com o nome do candidato, entoando cânticos e associando o nome de Lula ao demônio, enquanto seus fiéis o acompanhavam dançando com as mãos para o alto. Um desses versos dizia: *O diabo na corda bamba, vamos collarir, vamos collarir.*

O medo de ter um governo de esquerda no poder tem sido o principal argumento para a collarização da maioria dos pentecostais. “Se o Lula ganhar, ele vai querer fechar os nossos templos”, diz o pastor



O bispo Macedo e os fiéis:...

Fonte: VEJA. **Onde Lula é o demônio.** São Paulo, ano 22, n. 48, ed. 1108, p. 59, 6 dez. 1989. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acer-vodigital/ho-me.aspx>>.

A revista apresentava uma fala do Frei Betto, dizendo que a igreja não tinha controle sobre o voto dos fiéis. Explica que a igreja não era apenas composta por papas, bispos e padres. As Comunidades de Base Eclesiais (CEBs) tinham suas Pastorais Operárias e as

Pastorais da terra coordenadas por leigos, alguns adeptos da Teologia da Libertação. Publicou Veja: “O bispo Leonardo Boff tem uma explicação engatilhada sobre qual vai ser o candidato dos padres, nesta eleição: “Collor vai procurar pelo clero conservador e Lula vai procurar pelo clero progressista” explica ele” (VEJA, 6 dez. 1989, p. 59). A revista afirmava que o potencial dos grupos progressistas da igreja católica era inegável e mostrou que, apesar das divisões internas na igreja católica, Fernando Collor de Mello contava com o apoio do clero fortemente engajado em sua campanha.

Posto isso, nessa mesma página aparece a chamada mais provocativa entre as que a revista Veja publicou sobre Lula nesse período. Com o título “Onde Lula é o demônio Collor conquista voto evangélico”⁴² (VEJA, 6 dez. 1989, p. 59), a revista noticiava que Collor havia arrebanhado os evangélicos e uma leva de pastores gostavam da sua tendência e o apoiava. Segundo a revista, o medo de ter um governo de esquerda no poder foi o principal argumento para a “colorização dos pentecostais”⁴³. Dizia o bispo Edir Macedo, pastor da igreja Universal do Reino de Deus: “Collor fará um excelente governo” (VEJA, 6 dez. 1989, p. 59). A cena mais impressionante que a revista descreveu sobre essas manifestações religiosas pró-Collor foi dirigida pelo pastor Edir Macedo:

O próprio Macedo comandou uma vigília, em que vestia uma camiseta com o nome Collor e entoava cânticos associando o nome de Lula ao demônio, enquanto seus fiéis acompanhavam dançando com as mãos para o alto. Um destes versos dizia “o diabo na corda bamba, vamos collorir, vamos collorir. (VEJA, 6 dez. 1989, p. 59).

Além dessa manifestação do Bispo Macedo pró-Collor, a Veja apresentou outros depoimentos: “Os evangélicos não podem apoiar Lula porque ele quis até tirar o nome de Deus do preâmbulo da Constituição”, afirma o vereador Gilberto Nascimento, eleito pelo PMDB para a Câmara de São Paulo e ligado à Assembleia de Deus” (VEJA, 6 dez. 1989, p. 59). O pastor Joaquim Santos, em Paragominas, a 300 quilômetros de Belém do Pará, asseverou: “se o Lula ganhar ele vai querer fechar nossos templos” (VEJA, 6 dez. 1989, p. 59). Conforme a Veja, outros segmentos protestantes mais tradicionais, como os metodistas, os presbiterianos e os batistas, mostravam-se divididos. Havia, entre eles, movimentos pró-Lula, como, por exemplo, em Belo Horizonte-MG.

Essas representações de Lula como “demônio” e Collor como “salvador” foram formuladas e sugeridas várias vezes pela revista Veja. Era uma linguagem que o público brasileiro, composto por uma maioria religiosa de cristãos catequizados, entendia muito bem.

⁴² Grifos da revista Veja.

⁴³ Termo usado pela Revista Veja, grifos meus.

Não era preciso saber muito para entender que o “demônio” figurava o mal e causava tragédias e sofrimentos e o “salvador” salvava, redimia as pessoas do mal, conduzia-as ao paraíso. Contudo, esse não foi um discurso comprado por todos, mas foi aceito por uma parcela significativa, principalmente pelo clero conservador da igreja católica e pelos pentecostais, que se encarregaram de reproduzir esse discurso. Grosso modo, muitos brasileiros, independente da religião, passaram a identificar Lula e PT como baderneiros, demônios, e, em contrapartida, Collor figurava o oposto, pois a Veja (mas não só ela, a imprensa como um todo) criou essas imagens para ambos os candidatos.

Ainda nessa mesma edição, nas páginas 60 e 61, a matéria intitulada “A batalha eletrônica” e o subtítulo “Collor e Lula iniciam na TV disputa para mostrar quem é o candidato do povo” (VEJA, 6 dez. 1989, p. 60). Não por acaso, o nome do candidato Collor aparece antes do nome do candidato Lula, sendo apresentado pela revista como primeiro lugar. Uma figura mostrando o centro da bandeira do Brasil em azul, com a faixa branca na qual deveria estar escrito “ordem e progresso”, apresentava o trocadilho “Collor e progresso”. A revista comenta a estratégia que, segundo ela, era usada por Collor: “o truque tem duplo sentido – sugere que Collor é a ordem e Lula, a desordem” (VEJA, 6 dez. 1989, p. 60).

Outra imagem apresentava trilhos de uma linha férrea e, ao final, o nome Collor, em caixa alta e destacado com as cores da bandeira do Brasil. Ou seja, Collor era o caminho. Veja, dizendo-se imparcial, estava apresentando elementos usados por Collor para se autopropagar. Porém, acontece que na mesma página em que ela diz estar discorrendo sobre a batalha entre os dois candidatos, o nome Collor tem ênfase várias vezes nas duas páginas que, abertas, formam uma só, enquanto o nome Lula só aparece no corpo do texto, em letras minúsculas.

Na última edição da revista Veja, publicada antes das eleições do dia 17 de dezembro de 1989, a capa estampou Lula e Collor: aquele do lado esquerdo e este do lado direito. Posições sugestivas, já que Lula representava as forças de esquerda e Collor a direita política.

Figura 14 – “A Batalha Final para mudar o Brasil”: capa da revista Veja, de 13 de dezembro de 1989



Fonte: VEJA. **A batalha final para mudar o Brasil**. São Paulo, ano 22, n. 49, ed. 1.109, Capa, 13 dez. 1989. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acer-vodigital/ho-me.aspx>>.

A revista *Veja* de 13 de dezembro de 1989 retrata Collor e Lula frente a frente em “A batalha final para mudar o Brasil: o que pode acontecer no país com Lula ou Collor”. As divergências entre os dois candidatos ficam nítidas nas propostas apresentadas. Enquanto o candidato Lula pensava o estado como instrumento para melhorar a vida dos pobres, propunha confiança nas estatais e reforma agrária. O candidato Collor prometia combate aos marajás, abertura da economia nacional e privatizar as estatais.

No editorial, a revista também noticiou o último debate eleitoral divulgado pelas emissoras de TVs, no dia 3 de dezembro de 1989. A matéria recebeu o título de “cenas secretas”. *Veja* dizia explorar o debate e os bastidores do debate eleitoral. Como destaque, ele menciona a linguagem intelectual de Fernando Collor de Mello, com poucos erros de

concordância verbal. Afirma que a linguagem usada por Lula era própria de um secundarista. Acrescenta que esse aspecto poderia ser favorável a Lula, já que ele usava uma linguagem simples, como os milhares de brasileiros. Contudo, fica claro que a revista enaltece Collor, apresentando-o como intelectual, formal e bem articulado e diminui Lula, mostrando-o em uma posição muito inferior a Collor.

Os discursos proferidos por Collor estavam de acordo com os discursos produzidos e reproduzidos pela revista *Veja*. Neles, a oposição era intitulada como má, perseguidora, desonesta e corrupta quando se referia a Sarney. Frequentemente, seus discursos começavam com “minha gente” ou “meu povo” e terminavam reforçando seu ideal de Brasil novo. Isso expressava uma relação de sentido, “não há fato ou acontecimento histórico que não faça sentido, que não espere interpretação, que não se lhe encontre causas e conseqüências” (TAVARES, 1998, p. 62).

Desse modo, “o discurso caracteriza-se inicialmente por uma maior ou menor participação das relações entre um eu e um tu” (TAVARES, 1998, p. 57), o eu candidato se aproxima do tu ouvinte por meio do significado expresso no discurso. As estratégias da fala política de Collor no período eleitoral concebiam a ideia de uma nova era: a era Collor, que propiciaria um Brasil melhor para a população de modo geral e, especificamente, para os “descamisados”. Esse discurso estava sustentado por uma proposta básica: reconstruir o país recorrendo a questões como a renovação e a modernidade. Collor deixava nítida a intenção (aparente) de acabar com o tempo das lamúrias atribuído ao governo de Sarney e criar um tempo novo, contrário ao que a população teria presenciado até então.

O espaço simbólico mediado por espetáculos é o espaço de interação discursiva, nos quais os discursos de diferentes mediadores podem apelar a um mesmo público receptor, partindo de uma concorrência onde cada um desses discursos tenta ganhar o receptor, anulando os demais ou desarticulando seus argumentos ou credibilidade. O discurso de Fernando Collor apresentava esse posicionamento competitivo, em que o então candidato criava estereótipos que desqualificava a oposição e, conseqüentemente, lhe rendia uma imagem de candidato “ideal”:

Minha gente, o reino de Avilan declarou guerra contra mim e contra minha candidatura. O reino dos corruptos, dos ladrões, dos especuladores, dos sonegadores, o reino dos Marajás, com calúnias, com difamações, com infâmias, com mentiras, com inverdades, porque eles sabem que chegando à presidência da república eu não estarei defendendo os interesses deles, eu estarei defendendo, sim, os interesses de você trabalhador, de você descamisado, de você que está recebendo um salário indigno, de você que não tem educação, que não tem saúde, que não tem transporte, que não tem habitação, que não tem sequer esperanças... (TAVARES, 1998, p. 148).

O discurso do “encantador de Marajás” era articulado para ir ao encontro do que o público ansiava. A estratégia, perceptível principalmente no segundo turno eleitoral, era fazer com que o povo se sentisse amparado, defendido e representado por ele. Assim, a oposição política era apontada como um inimigo comum: os inimigos de Collor eram inimigos do povo, de modo que elegê-lo significaria vencer o inimigo: “os marajás” ou o “sapo barbudo”.⁴⁴

A partir do momento em que Collor se pronunciava como o “caçador de marajás”, o “salvador”, o candidato que desejava vencer o mal e conduzir o país à prosperidade e à modernidade, ele convertia a opinião pública a seu favor. Ele passava a representar o “bem” e a afirmar que tinha força para derrotar a oposição: “o mal”, que o atacava. De modo que o ataque era uma consagração de sua vitória: só o atacavam porque sabiam que ele era “o melhor”. Isso era transmitido pelo uso do jogo semântico. Collor escolheu uma fala voltada para a necessidade do ouvinte naquele momento.

No discurso a seguir, Collor ressalta sua força diante desses inimigos criados para conclamar seus aspectos de “super-homem”.

Minha gente, o brasileiro sempre foi um otimista, sempre achou que teria um futuro melhor, que a vida dos seus filhos não seria tão difícil como foi a sua, achava até que Deus era brasileiro, que o nosso futebol era o melhor do mundo e que o plano cruzado tinha que dar certo. Este governo que aí está nunca me enganou, mas eu sempre fui um otimista, mesmo nas épocas mais difíceis, mesmo quando eu fui o mais perseguido, eu resisti, lutei, minha gente, e consegui vencer. [...] brasileiro sem esperança não é brasileiro. (TAVARES, 1998, p. 149).

O uso dos vocabulários “otimismo” e “esperança” emite um sentido de possibilidade, onde nem tudo estava perdido e ele, Collor, era o candidato para combater todos os problemas destacados. Collor se apresentava como a “esperança”, propondo um tempo novo, repleto de dias melhores. Segundo Tavares (1998, p. 56), “o discurso é uma trama que se urde nas mais variadas condições”. Essa autora ressalta que o foco dessa trama era o envolvimento do receptor (a população) nas propostas do emissor (Collor). A proposta é de salvação e reorganização. Tavares cita alguns elementos comuns à persuasão eleitoral, que podem ser identificados nos discursos de Fernando Collor de Mello:

⁴⁴ Conforme Conti (1999), essa expressão foi usada por Leonel Brizzola (PDT) durante o primeiro turno da campanha eleitoral de 1989 e reproduzida, ora ou outra, por Collor, durante a campanha para segundo turno, momento em que Brizzola optou por aliar-se a Lula.

- 1 – Repertório: o universo vocabular muito simples; expressões fortes como “guerra aos marajás” e “combater a corrupção” ajudam na fixação rápida por parte dos receptores.
- 2 – Uso dos estereótipos: são fórmulas já consagradas.
- 3 – A criação de inimigos: são mais ou menos imagináveis como os “marajás”.
- 4 – Apelo à autoridade: para Collor a autoridade maior era Deus.
- 5 – Afirmação e repetição: estar sempre certo convicto de sua fala para que o outro a fixe. (TAVARES, 1998, p. 121).

Collor usava essas estratégias de linguagem, com o objetivo de conquistar o eleitor. Por isso, o uso de estereótipos e repetições para que o outro (o povo) memorizasse o sentido do que estava sendo transmitido, de maneira estratégica e organizada. Conforme Maquiavel (2004), “Governar é fazer crer” e Collor mostrou que “fazer” campanha eleitoral também é “fazer crer”. Antes mesmo de governar, ele dava entender que dominava muito bem toda uma teoria das aparências. Contudo, Tavares (1998) elucida dois aspectos fundamentais para entendermos os discursos criados por Collor e sobre Collor: a) o uso de estereótipos para definir os inimigos, como, por exemplo, os marajás, e, no segundo turno eleitoral, Lula foi estereotipado de criminoso, baderneiro e até de demônio; b) opondo-se a essa imagem criada para Lula, o candidato Fernando Collor apelava à autoridade divina e sempre mencionava “Deus” em seus discursos. Essas estratégias foram fundamentais para que Collor fosse eleito Presidente da República, em 1989.

Não resta dúvida da participação da imprensa na construção da farsa do “caçador de Marajás”. As situações criadas por Collor e as atitudes tomadas na interpretação de um homem heróico eram capitadas e divulgadas com o intuito manipulador. Muitas pessoas são atraídas pela característica de vencedor, de modo que tendem a votar no candidato que os números apontam como primeiro lugar. Collor sempre aparecia na revista em primeiro lugar, “na porta de entrada” (Veja, 15 nov. 1989), mostrando a preferência popular que rendia ao candidato do PRN mais votos do que a oposição. “O prodígio das Urnas”, “O sossego de campeão” (Veja, 22 nov. 1989), matérias que ampliavam o sucesso representativo de Collor, influenciando a decisão do eleitor. Assim, foi eleito o “caçador de Marajás”:

Figura 15 – “Collor a Vitória num país dividido”: Capa da revista Veja de 24 de dezembro de 1989

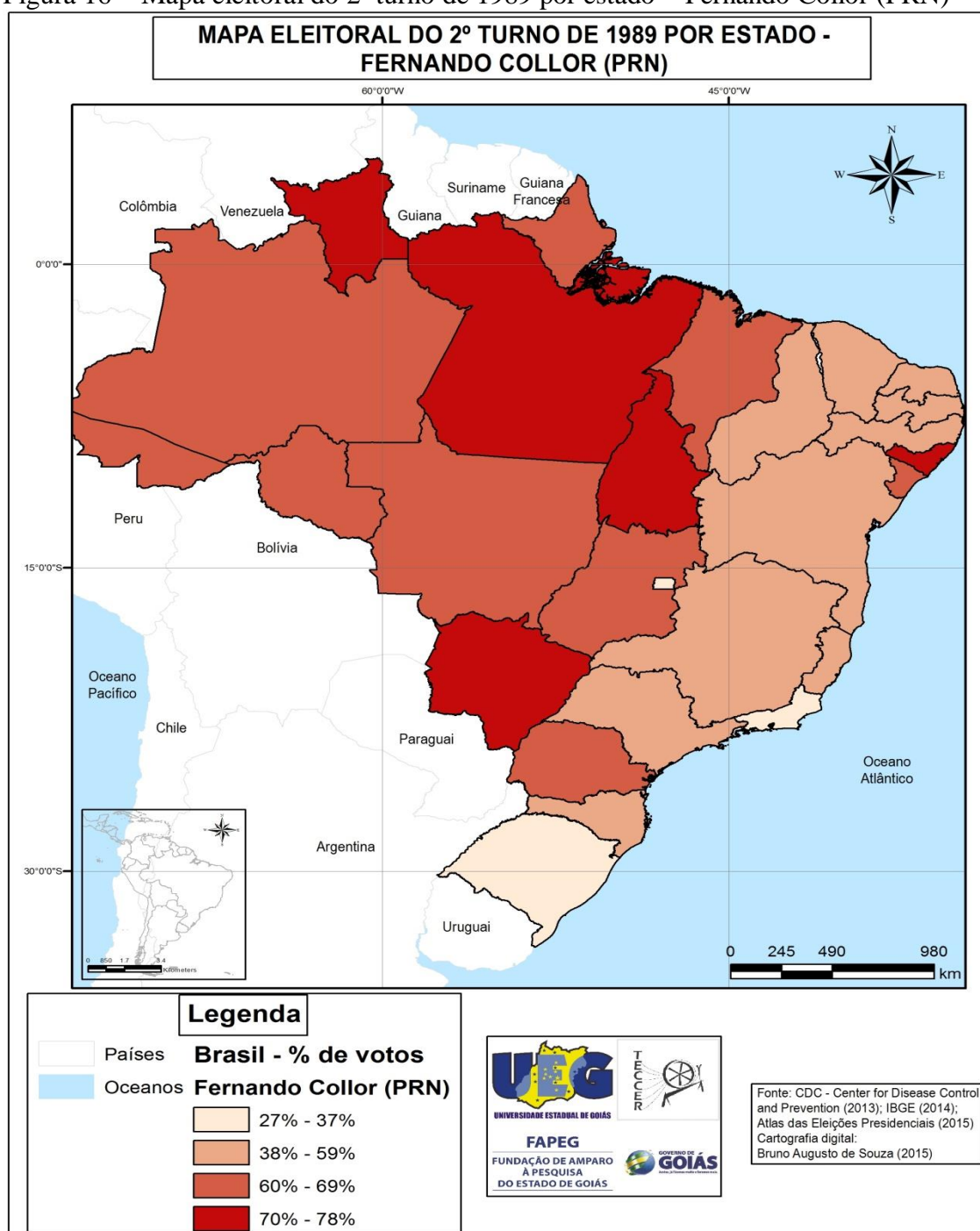


Fonte: VEJA. **Collor, a vitória num país dividido**. São Paulo, ano 22, n. 50, ed. 1110, Capa, 24 dez. 1989. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acer-vodigital/ho-me.aspx>>.

Conforme essa Capa da revista Veja, publicada dia 24 de dezembro de 1989, o candidato Collor foi eleito presidente da república, ou seja, em meio aos fatores constitutivos do espetáculo, foi eleito o encantador de Marajás (MARRA, 1999). A propaganda da revista Veja e da imprensa oligopolizada contribuiu para que o “caçador de marajás” vencesse Lula nas urnas no dia 17 de dezembro de 1989, uma vitória apertada, porque, de fato, o país estava dividido.

Veja não estava de todo equivocada quando, em 24 de dezembro, noticiou que Collor venceu as eleições num país dividido. Apesar de todo o esforço da imprensa golpista, houve estados brasileiros nos quais a disputa foi acirrada. Isso fica mais evidente quando tomamos por referência os estados do Sul, Sudeste e Nordeste do Brasil. No Norte do país e em grande parte do Centro-oeste, Collor dominou as urnas, conforme podemos observar no mapa a seguir:

Figura 16 – Mapa eleitoral do 2º turno de 1989 por estado – Fernando Collor (PRN)



Nos estados do Norte do país, Collor venceu com larga vantagem na frente de Lula, com uma margem de votos que variou entre 60% e 78% dos votos válidos. Nos estados do Centro-oeste, o caçador de marajás também liderou nas as urnas. No Distrito Federal, ele foi vencido por Luís Inácio da Silva. A disputa foi acirradíssima nos estados do sul do país. Marcos Antônio Coimbra, estrategista da campanha de Fernando Collor de Mello, programou, para Collor, 31 comícios durante a campanha do segundo turno eleitoral, 17 deles em municípios gaúchos, devido ao temor de que, unido a Leonel Brizola, Lula dominasse os colégios eleitorais do sul do país. Desse modo, mais de 50% dos comícios do PRN foram realizados no sul. Em 30 de novembro, Collor percorreu nove cidades gaúchas:

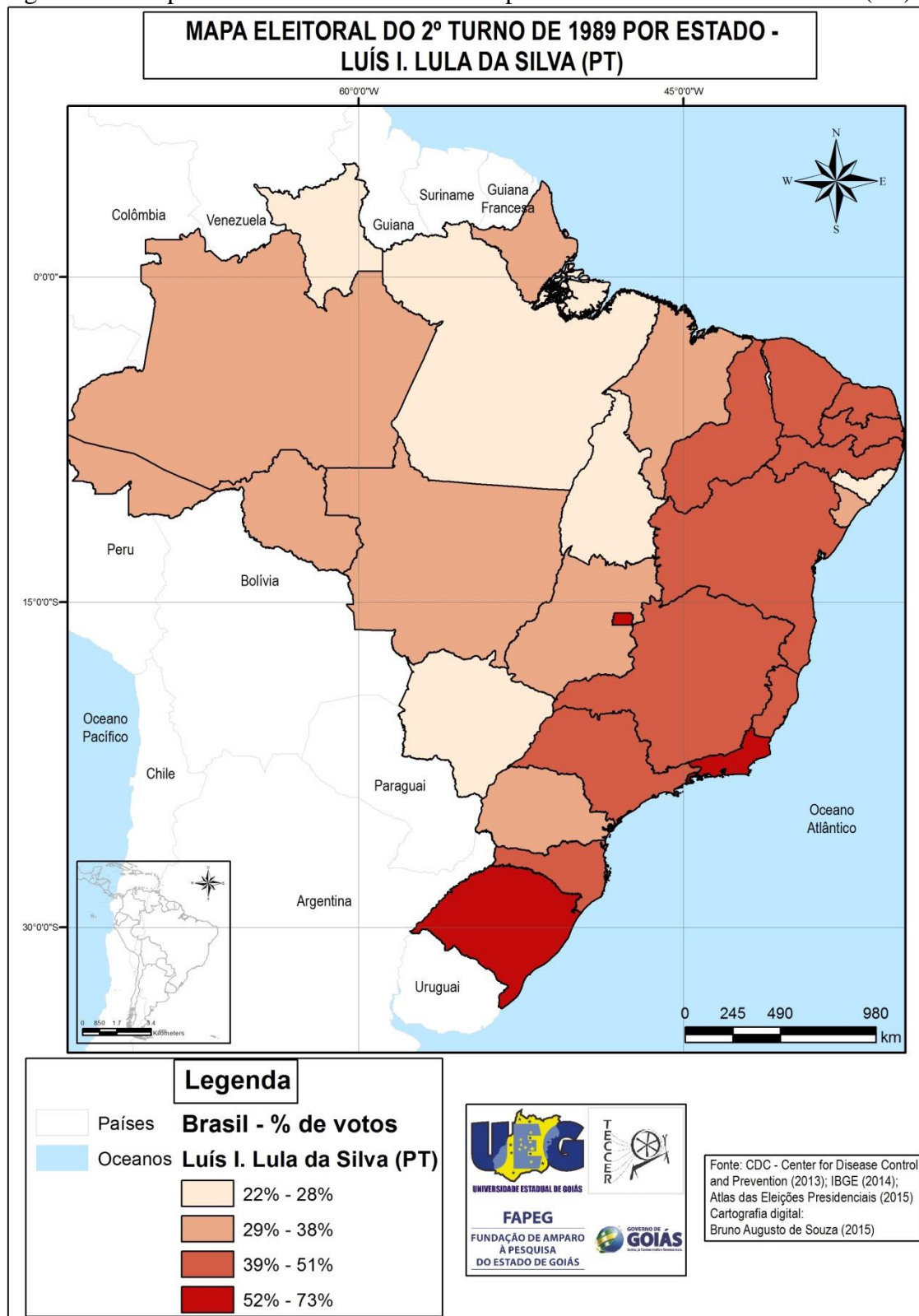
Em Ósorio, sua carreata foi interrompida por grupos que carregavam bandeiras da Frente Brasil Popular. Em Passo Fundo, militantes do PT lhe atiraram ovos, tomates e repolhos. Antes mesmo de o candidato chegar a Caxias do Sul, grupos petistas se espalharam nas margens da praça do comício, gritando palavras de ordem e provocando os coloridos. Seguranças de Collor recrutados da PM alagoana atacaram os petistas com bomba de gás lacrimogêneo e cassetetes. (CONTI, 1999, p. 222).

Em Caxias do Sul, o conflito foi mais intenso. Os grupos que protestavam contra o comício foram agredidos por seguranças de Collor e o comício foi substituído por um cenário de Guerra. Os seguranças de Collor encurralaram alguns grupos que protestavam contra o comício e deram bordoadas e golpes de cacetete. No entanto, os manifestantes se aglutinaram novamente e houve enfrentamento entre militantes de ambos os partidos e os seguranças envolvidos. Como já discurremos, a imprensa e o próprio Collor acusaram os petistas pelo conflito e usaram esses acontecimentos para reforçar a imagem negativa construída para o PT. Nos estados gaúchos, definitivamente, Collor encontrou um clima hostil.

Conforme Conti (1999), a campanha de Collor, no segundo turno eleitoral, secundarizou a caça aos marajás e adotou a estratégia do anticomunismo. Marcos Antônio Coimbra a princípio não teria gostado da ideia, achava a estratégia ineficaz, mas foi voto vencido. A estratégia de Collor contra Lula seria inculcar nos eleitores os riscos do PT tomar o poder e implantar o comunismo no Brasil, medo nutrido principalmente pela classe média, que temia perder seus bens caso Lula fosse eleito. Os bancários defendiam que os bancos privados seriam nacionalizados, pastores evangélicos temiam que igrejas fossem fechadas. Collor explorou a representação do mal que fora vinculada a Lula e, no segundo turno eleitoral, seu inimigo principal fora Lula, “o monstro”, e não marajá (CONTI, 1989).

Observemos, também, o mapa eleitoral do desempenho de Luís Inácio da Silva, Lula, no segundo turno das eleições de 1989:

Figura 17 – Mapa eleitoral do 2º turno de 1989 por estado – Luís I. Lula da Silva (PT)



Conforme podemos observar no mapa, Lula venceu Collor no estado do Rio Grande do Sul, mesmo com toda a artilharia pesada que Collor e toda a imprensa hegemônica se valeu

no segundo turno dessa campanha eleitoral, mesmo com o PRN tentando ganhar o voto dos gaúchos. Nesse estado, Lula obteve uma margem de voto de 52% a 73%. Lula também venceu Collor nas urnas, nos estados do Rio de Janeiro, Pernambuco e no Distrito Federal. Em Pernambuco, Lula despontou com uma diferença mínima de votos na frente de Collor, como podemos observar na porcentagem de votos, que esteve entre 39% e 51%, obtendo vantagem nesse estado. Em grande parte do nordeste brasileiro Lula foi bem votado. O país estava mesmo dividido, uma vez que em todos os estados havia um número considerável de eleitores de ambos os candidatos. O forte aparato publicitário usado na campanha pró-Collor definiu os resultados.

Em 12 de dezembro, faltando seis dias para a eleição do segundo turno, a diferença de votos entre os dois candidatos foi reduzida para quatro pontos percentuais: Collor estava com 47% das intenções de voto e Lula com 43%, uma diferença mínima. Além disso, Collor e seus propagadores jogaram pesado nessa última semana, temendo a vitória do candidato petista. Segundo Conti (1999), o depoimento de Mirian Cordeiro desmontou Lula, e, na última semana de campanha, ele foi exausto para o último debate eleitoral transmitido pela TV. A grande imprensa tinha por intenção inviabilizar a eleição de Lula. Revista *Veja*, jornal *O Globo*, a *Folha de São Paulo* e as quatro principais emissoras de TV da época – *Globo*, *Manchete*, *Bandeirantes* e *SBT* – foram completamente partidárias, pró-Collor e anti-Lula (CONTI, 1999). Com toda essa campanha contra, Lula ainda foi muito bem votado.

Entretanto, a propaganda articulada parece produzir um efeito manada e obscurece a apreensão da sociabilidade contemporânea. Em geral, o senso comum concebe as imagens e os discursos como descartáveis e inofensivos. Poucos veem os desfechos eleitorais como resultantes de uma manipulação, sempre orientada e pertinente às relações públicas e ao marketing eleitoral. Os veículos de comunicação são sim capazes de influenciar algumas decisões relacionadas ao destino do país. A possibilidade que nomeia o mundo contemporâneo como o mundo das imagens está subordinada ao capitalismo monopolista, que gera uma concorrência de marcas e de aparências, na qual o show midiático viabiliza uma nova dimensão pública, incorporada em um sentido de vivência. É por isso que grande parte do eleitorado se viu representada no discurso do “salvador da pátria” e fez dele o Presidente da República em 1989.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenrolar da campanha presidencial de 1989 denuncia a preferência da revista *Veja* pelo candidato Fernando Collor de Mello, principalmente porque as condições e propostas dela estavam tão delineadas quanto o projeto do então candidato. Ambos apresentavam um discurso essencialmente neoliberal e por isso cremos que a revista teve um papel significativo na eleição de Fernando Collor de Mello, especialmente por acreditar em suas propostas e por elas serem condizentes com seus ideais. Isso não significa creditá-la como demasiadamente poderosa, pois, obviamente, ela não o elegeu sozinha, como lembra Conti (1999). No entanto, depois de Collor ter sido eleito, Roberto Marinho bateu no peito várias vezes para dizer: “eu fiz este homem”. Collor é fruto do marketing político, da mais sofisticada propaganda eleitoral, mas é claro que ele tinha marketing pessoal. Entretanto, não fosse o gigantesco aparato publicitário que alardeou a sua mensagem e desferiu golpes contra os opositores aquela eleição não teria o mesmo desfecho.

A estratégia eleitoral usada na exposição pública de Collor e explorada com propriedade pela *Veja* foi a própria imagem do candidato na apropriação do belo. Ele foi governador de Alagoas e teve sua imagem construída a partir do discurso de homem moderno e político inovador. Suas propostas “modernas” estavam em consonância com a modernidade pregada pela arrogância do capital. Esse é o elemento chave: o neoliberalismo se construía no Brasil travestido de valores como “moderno”, “inovador”, “vencedor”. Em consonância com as readequações capitalistas, a imagem de Collor foi projetada publicamente para caracterizar a modernidade. Daí em diante, tudo que se contrapunha a Collor representava o atraso. E foi essa a noção empregada a candidatos que contrariavam o ímpeto neoliberal. Brizola e Lula, fortemente combatidos por esse discurso, eram representados em uma perspectiva negativa, de atrasados, desconectados com a modernidade, portadores de uma proposta falida no mundo inteiro.

O discurso da revista *Veja* sintetizava os interesses da elite econômica nacional e, dessa feita, Collor fora apresentado à nação como sendo a representação da competência, da virilidade, era, enfim, a força necessária para integrar o Brasil aos caminhos da modernidade, e, por isso, no segundo turno eleitoral, Lula passou a representar o risco e a degradação do país em vários aspectos, segundo a mídia os apresentava. Assim, a mídia hegemônica conseguiu fazer prevalecer a ideia de que esses candidatos externavam a batalha do bem contra o mal.

Destarte, confirmamos a nossa hipótese de que a revista Veja, a exemplo de outros renomados veículos de comunicação brasileiros, defendeu o projeto político de Fernando Collor de Mello, quando percebeu que ele poderia ser a figura ideal para derrotar a oposição bem cotada nas pesquisas eleitorais. Candidatos como Leonel Brizzola e Luís Inácio da Silva, que naquele momento representavam uma ameaça aos interesses da fração monopolista da burguesia brasileira, foram combatidos veementemente pela Veja, revista que defendia a política neoliberal. Mesmo antes de assumir a campanha de Collor, as páginas amarelas do editorial eram reservadas para entrevistas com banqueiros, empresários e outras figuras que representavam grupos monopolistas nacionais e seus associados internacionais que serviam a propagação do projeto neoliberal. Em algumas das edições publicadas em 1988 é possível perceber isso.

É fato que, embora a revista Veja só tenha manifestado apoio ao candidato Collor às vésperas da campanha presidencial, desde antes ela já atacava as posições dos grupos políticos cujas ideias se opunham às ideias neoliberais. Isso confirma que, antes de 1989, essa revista poderia até não ter um candidato definido, mas já era claro para ela quais candidatos ou projetos políticos deveria combater. Definidos os quadros eleitorais da campanha presidencial, ela tomou partido por Collor e ajudou a elegê-lo com base em um projeto tido como de modernização para país. Veja apoiou a candidatura de Fernando Collor de Mello como estratégia para impedir, a qualquer custo, o avanço da esquerda política naquele contexto histórico.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Ricardo. **A desertificação neoliberal no Brasil (Collor, FHC e Lula)**. 2. ed. São Paulo: Autores Associados, 2005.

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. 3.ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2009.

ALBUQUERQUE Jr., Durval Muniz. **História: a arte de inventar o passado – ensaios de teoria da história**. Bauru: EDUSC, 2007.

ALMEIDA, Maria Fernanda Lopes. **VEJA: sob censura (1968-1976)**. São Paulo: Jaboticaba, 2008.

AQUINO, Maria Aparecida de. **Censura, imprensa e estado autoritário (1968-1978): o exercício cotidiano da dominação e da resistência: O Estado de São Paulo e Movimento**. Bauru: EDUSC, 1999.

ARENDT, Hannah. **Entre o passado e o futuro**. Trad. de Mauro W. Barbosa de Almeida. 3. ed. São Paulo, Editora perspectiva, 1992.

_____. **O que é política?** Fragmentos das obras póstumas compilados por Úrsula Ludz. 6. ed. Trad. de Reinaldo Guarany. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil, 2006.

_____. **Qu' est-ce que la Politique?** Paris: Seuil, 1995.

ARISTÓTELES. **Tópicos**. Trad. Leonel Vallandro e Gerd Bornheim. São Paulo: Nova Cultural, 1991. (Col. Pensadores, textos selecionados por José Américo Motta Pessanha).

BACZKO, Bronislaw. A imaginação social. In: LEACH, Edmund et al. **Anthropos-Homem**. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985a.

_____. Imaginário coletivo. In: **Enciclopédia Einaudi**. v. 5. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985b.

_____. **Los imaginarios sociales: Memórias e esperanças coletivas**. Trad. Pablo Betesh. 2. ed. Buenos Aires, 1999.

BARROS, José d' Assunção. **Teoria da História: a Escola dos Annales e a Nova História**. 3. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2012.

BERSTEIN, Serge. Os partidos. In: RÉMOND, René (Org.). **Por uma História política**. Trad. de Dora Rocha. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

BIHR, Alain. **Da grande noite à alternativa**. São Paulo: Boitempo, 1999.

BOBBIO, Norberto. **Dicionário de Política**. 11. ed. Brasília: UNB, 1998.

_____. **Direita e esquerda:** razões e significados de uma distinção política. Trad. Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: UNESP, 1995.

BOUEDÉ, Guy; MARTIN, Hervé. As Filosofias da História. In: _____; _____. **As escolas históricas.** Lousã-Portugal: Europa América Ltda., 1983. p. 41-57.

BRANDÃO, Helena H. N. **Introdução à Análise do discurso.** 2. ed. Campinas: UNICAMP, 2004.

BRESSER-PEREIRA, Luís Carlos. A nova centro esquerda. **Revista Século XXI**, São Paulo, v. 2, p. 46-52, maio 1999.

CAMPOS, F. Itami. **Ciência Política:** Introdução à teoria do Estado. 2. ed. Goiânia: Vieira, 2014.

CHARTIER, Roger. **A história cultural** – entre práticas e representações. São Paulo: Difel, 1990.

CASTORIARDES, Cornelius. **A instituição imaginária da sociedade.** Trad. Guy Reynaud. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder.** São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

CONSTANT, Benjamin. Da liberdade dos antigos comparada à dos modernos. **Revista Filosofia Política**, n. 2, 1985.

CONTI, Mário Sergio. **Notícias do Planalto:** a imprensa e Fernando Collor. São Paulo: Companhia das letras, 1999.

CORRÊA, Thomaz Souto. A era das revistas de consumo. In: MARTINS, Ana Luíza; LUCA, Tânia Regina (Org.). **História da imprensa no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2008.

COUTINHO, Carlos Nelson. **Democracia e construção do público no pensamento educacional brasileiro.** Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

CURY, Carlos Roberto Jamil. Políticas da educação: um convite ao tema. In: FÁVERO, Osmar; SEMERARO, Giovani (Org.). **Democracia e construção do público no pensamento educacional brasileiro.** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2003. p. 11-40.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FEUERBACH, Ludwig. **A essência do Cristianismo.** Organização de José da Silva Brandão. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

FONSECA, Francisco. **O consenso forjado:** a grande imprensa e a formação da agenda ultraliberal no Brasil. São Paulo: Hucitec, 2005.

GIRARDET, Raoul. **Mitos e mitologias políticas.** São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

GOMES, Angela de Castro. O populismo e as ciências sociais no Brasil: notas sobre a trajetória de um conceito. In: FERREIRA, Jorge (Org.). **O populismo e sua história: debate e crítica**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

GOMES, Laurentino. Vou acabar com os marajás. Entrevista com Fernando Collor de Mello. **Revista Veja**, ano 18, n. 972, p. 6, 22 abr. 1987. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>.

GRAMSCI, Antônio. **Caderno 12**. Trad. P. Nosella. São Paulo: Anped, 1989.

_____. **Cadernos do Cárcere**. 2: Os intelectuais e a organização da cultura. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

_____. **Obras escolhidas**. Tradução: Manoel cruz. São Paulo: Martins Fontes, 1978.

_____. **Os cadernos do cárcere**. Maquiavel. Notas sobre o Estado e a política. v. 3. Trad. Carlos Nelson Coutinho, Luiz Sérgio Henrique, Marco Aurélio Nogueira. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

_____. **Poder, política e partido**. São Paulo: Expressão popular, 2005.

HOBBSBAWN, Eric J. **A era do capital: 1848-1875**. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

_____. **A era dos extremos: o breve século XX 1914-1991**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

_____. **A era dos impérios**. 10 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

MACIEL, David. **A armassa da ordem: da ditadura militar à nova república**. São Paulo: Xamã, 2004.

_____. **De Sarney a Collor: reformas políticas, democratização e crise (1985-1990)**. São Paulo: Alameda, 2012.

MAQUIAVEL, Nicolau. **O príncipe**. São Paulo: Martin Claret, 2004.

_____. **O príncipe**. Trad. Roberto Grassi. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1965.

MARRA, Mendes Terezinha. **O encantador de marajás**. Brasília: Frank Soudant, 1999.

MARTINS, Ana Luíza; LUCA, Tânia Regina. **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

MARTINS, José de Souza. **Sobre o modo capitalista de pensar**. 2. ed. São Paulo: HUCITEC, 1980.

_____. **O Poder do Atraso**. Ensaios da Sociologia da História lenta. São Paulo: Hucitec, 1994.

MELLO, Pedro Collor de. **Passando a limpo: a trajetória de um farsante**. Rio de Janeiro: Record, 1993.

MÉSZÁROS, Isteván. **O poder da Ideologia**. Trad: Magda Lopes e Paulo César Castanheira. São Paulo: Boitempo, 2004.

MOSCA, Gaetano; BOUTHOU, Gaston. **História das doutrinas políticas**. 4. ed. Trad. Marco Aurélio de Moura Matos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1975.

OLIVEIRA, Francisco. **Collor: a falsificação da ira**. Rio de Janeiro: Imago, 1992.

ONU – Organização das Nações Unidas. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. 1948. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001394/139423por.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2015.

PARANÁ, Denise. **A história de LULA: o filho do Brasil**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

PESAVENTO, Sandra. Em busca de uma outra história: imaginando o imaginário. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 15, n. 29, 1995.

RÉMOND, René (Org.). **Por uma história política**. Trad. de Dora Rocha. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

SANTA RITA, Chico; TARSO, Paulo. **Entrevista concedida ao canal UOL Notícias**. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/especiais/eleicoes-1989/ultnot/2009/12/17/ult9005u14.jhtm>. Acesso em: 25 set. 2014.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **O contrato social**. 2. ed. Trad. Paulo Neves. Porto Alegre: L&M Pocket, 2014.

RUSEN, Jorn. **Reconstrução do passado**. Brasília: UNB, 2007.

SILVA, Carla Luciana. **VEJA: o indispensável partido neoliberal (1989-2002)**. Cascavel: EDUNIOESTE, 2009.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

TAVARES, Olga. **Fernando Collor: o discurso messiânico e o clamor ao sagrado**. São Paulo: Annablume, 1998.

THOMPSON, Jonh B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Vozes, 2002.

DOCUMENTO TEXTUAL/FONTES

a) Documentação Textual

VEJA. **Agora o combate que decide a sorte do Brasil:** Presidente Collor ou Presidente Lula. São Paulo, ano 22, n. 46, ed. 1106, 22 nov. 1989.

VEJA. **O candidato operário:** a dura jornada na luta pela sucessão. São Paulo, ano 22, n. 35, ed. 1095, 6 set. 1989.

b) Documentação Textual Secundários

JORNAL O POPULAR – Indiana Collor, n. 13.180, 16.06.1989.

SERRANO, Luiz Roberto. PT não me mete medo. **Veja**, São Paulo: Abril, ano 22, n. 48, ed. 1108, p. 5-8, 6 dez. 1989.

VEJA. **A batalha final para mudar o Brasil.** São Paulo: Abril, ano 22, n. 49, ed. 1.109, Capa, 13 dez. 1989.

VEJA. **A briga pela faixa.** São Paulo: Abril, ano 22, n. 43, ed. 1.106, p. 48-49, 22 nov. 1989.

VEJA. **A guerra ao turbante.** São Paulo: Abril, ano 20, n. 12, ed. 1.020, p. 38-44, 23 mar. 1988.

VEJA. **Agora, o combate que decide a sorte do Brasil.** São Paulo: Abril, ano 22, n. 46, ed. 1.106, Capa, 22 dez. 1989.

VEJA. **Batalha eletrônica.** São Paulo: Abril, ano 22, n. 48, ed. 1.108, p. 60-61, 6 dez. 1989.

VEJA. **Cerco ao povão..** São Paulo: Abril, ano 22, n. 48, ed. 1.108, p. 48-53, 6 dez. 1989.

VEJA. **Collor:** quem é, o que quer e por que está agitando a sucessão. São Paulo, ano 22, n. 19, ed. 1079, p. 34-40, 17 maio. 1989.

VEJA. **Collor de Mello:** o caçador de marajás. São Paulo: Abril, ed. 1.020, Capa, 23 mar. 1988.

VEJA. **Duelo de argumentos.** São Paulo: Abril, ano 22, n. 47, ed. 1.107, p. 4-10, 29 nov. 1989.

VEJA. **Folgado em primeiro.** São Paulo: Abril, ano 22, n. 28, ed. 1.088, p. 34-35, 19 jul. 1989.

VEJA. **Jogo para fazer gol.** São Paulo: Abril, ano 22, n. 46, ed. 1.106, p. 68-69, 22 nov. 1989.

VEJA. Na Espanha, o surto da prosperidade: “Carta ao Leitor”. São Paulo: Abril, ano 22, n. 43, ed. 1103, p. 31, 1º nov. 1989

VEJA. **Na porta de entrada.** São Paulo: Abril, ano 22, n. 45, ed. 1.105, p. 50-53, 15 nov. 1989.

VEJA. **O caçador de marajás.** São Paulo: Abril, ano 22, n. 21, ed. 1.081, 31 maio. 1989.

VEJA. **O astro da largada.** São Paulo: Abril, ano 22, n. 19, ed. 1079, p. 36, 17 maio. 1989

VEJA. **O dia do caçador.** São Paulo: Abril, ano 22, n. 50, ed. 1.110, p. 74-83, 24 dez. 1989.

VEJA. **O prodígio das urnas.** São Paulo: Abril, ano 22, n. 46, ed. 1.106, p. 62-67 15 nov. 1989.

VEJA. **Onde Lula é o demônio.** São Paulo: Abril, ano 22, n. 48, p. 58-59, 6 dez. 1989.

VEJA. **Sucesso de público.** São Paulo: Abril, ano 22, n. 45, ed. 1.105, p. 70-73, 15 nov. 1989.

ANEXO

Discursos proferidos no Horário Eleitoral Gratuito, em todas as redes de televisão do país, via Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

26 de setembro de 1989.

“Minha gente, o reino de Avilan declarou guerra contra mim e contra a minha candidatura. O reino dos corruptos, dos ladrões, dos especuladores, com difamações, com infâmias, com mentiras, com inverdades, porque eles sabem que, chegando à presidência da República, eu não estarei defendendo os interesses deles, eu estarei defendendo, sim, os interesses de você, trabalhador, de você que machuca a sua mão no âmago da terra, de você, descamisado, de você que está recebendo um salário indigno, de você que não tem educação, que não tem saúde, que não tem transporte, que não tem habitação, que não tem sequer esperanças. Por que eles assim agem com tanta crueldade contra uma candidatura que só quer o bem? Porque eles sabem que eu tenho experiência para poder governar este país, porque eles sabem, sobretudo, que eu irei combater a corrupção e a impunidade, onde ela estiver. E eles nada respeitam. Não querem discutir as ideias, não querem as propostas, o programa, eles querem atacar a pessoa, atacar a família, até mesmo meu pai já falecido – nem isso eles levam em consideração. Outro dia, em Campos, fui informado de que não poderia estar presente naquele município porque armadilhas estavam preparadas para mim. Eu lá fui e recebi uma manifestação generosa de confiança e de esperança de que juntos, eu e você, poderíamos construir, como haveremos de construir, esse Brasil novo. Eu não posso admitir que o nosso povo, sobretudo do Rio de Janeiro, bravo povo do Rio de Janeiro, possa ser tratado como gado. E disse lá em Campos que eu não poderia conviver sequer com essa imagem porque, se em Campos ou o Rio de Janeiro ou qualquer outro estado tivesse alguma cerca, nós estaríamos arrebrandando essas cercas com a força do nosso ideal”.

30 de setembro de 1989.

“Minha gente, o brasileiro sempre foi um otimista, sempre achou que teria um futuro melhor, que a vida dos seus filhos não seria tão difícil como foi a sua, achava até que Deus era brasileiro, que o nosso futebol era o melhor do mundo e que o Plano Cruzado tinha que dar certo. Esse governo que aí está nunca me enganou, mas eu sempre fui um otimista, mesmo

nas épocas mais difíceis, mesmo quando eu fui o mais perseguido, eu resisti, lutei, minha gente, e consegui vencer. De uns tempos para cá as coisas mudaram, o povo foi ficando amargo, desiludido, foi ficando sem esperança, e brasileiro sem esperança não é brasileiro. A verdade é que nesses últimos anos, os anos do regime militar, e agora nessa Nova República, a gente mais simples, a gente que trabalha e que espera uma vida melhor, tem sido muito maltratada. Outro dia mesmo eu registrei aqui, mostrei toneladas de arroz que apodreciam. No começo deste mês, o governo queimou, minha gente, dez milhões de dólares de remédios com prazo de validade vencida, remédios que ele tinha comprado com o dinheiro do imposto que você paga, com o seu dinheiro, todo perdido, enquanto o povo está doente, enquanto o povo passa fome. Não é por acaso que o brasileiro está desanimado e, o pior de tudo, minha gente, e que temos que enfrentar, além de todos esses problemas, a crise moral, a falta de vergonha dessa gente que aí está. É por causa da maneira de pensar e agir dessas pessoas indignas que alguns chegam a pensar que está certo querer levar vantagem em tudo. Isso acontece porque todo o mundo vê levarem vantagem os que têm poder de roubar, sabendo que ficarão impunes. As pessoas que encontro nas ruas, nas minhas caminhadas por todo este país, me perguntam: “onde estão esses ladrões que deram golpe na Bolsa de Valores e que tiveram sua prisão decretada?”. Eu sei que isso revolta, minha gente, eu sei que isso pode empurrar qualquer um para o pessimismo, mas esta não é a solução. Não vamos desistir, não, eu nunca desisti, eu nunca tive vergonha de ser honesto, eu tive coragem de enfrentar os usineiros, os marajás, os criminosos, a perseguição do governo federal. E como eu, tem muita gente que não desiste de ser o que uma pessoa de bem tem que ser. Vale a pena, tem que valer a pena, minha gente. Eu vou fazer um Brasil onde vale a pena ser honesto. É este o Brasil que nós queremos, é esse o Brasil que nós vamos fazer, o Brasil onde todo o mundo tem coragem de insistir na luta, onde vale a pena lutar. Pela primeira vez, depois de tantos anos, você vai ter no governo gente que pensa assim, igual a você. Vai valer a pena ser honesto, sim, e lutar, porque agora, minha gente, chegou a nossa vez”.

11 de outubro de 1989.

“Minha gente, hoje, no Brasil, todo mundo sabe exatamente o que é um marajá. Depois da minha luta em Alagoas, até fora do Brasil, em outros países, as pessoas já conhecem o que quer dizer marajá. Eu fico muito feliz quando me chamam de caçador de marajás. Vamos falar de marajá hoje porque você vai estar junto comigo na guerra contra os marajás que ainda hoje existem no país. E é importante a gente lembrar que marajá, minha

gente, não é somente aquele que ganha muito do governo sem trabalhar e que eu expulsei lá de Alagoas. Existem muitos outros tipos de marajá. Eu aposto que você conhece o nome de uma porção de pessoas que são importantes em nosso país e que são marajás. Mas, além de pessoas, existem também instituições que se comportam igualzinho a um marajá. No sistema financeiro internacional, por exemplo, temos uma porção. Nós temos que combater todos esses marajás porque eles impõem a todos nós um sacrifício que nós absolutamente não podemos suportar porque pagamos a eles, minha gente, juros absurdos, e cada dólar que pagamos a eles de juros, é comida a menos na mesa do trabalhador. Esses marajás decidem quanto é que nós vamos pagar a eles todos os anos. Eles são poucos, a maioria somos nós, e nós é que temos que decidir o que vamos fazer com o dinheiro do nosso país, com o nosso dinheiro. É você, com o apoio do seu voto, que vai me ajudar a ser forte para enfrentar assim esses marajás. Aqui dentro também, porque vamos combater todos os tipos de marajá. Sonegador de imposto é marajá, ele esconde o que ganha, não paga impostos ao governo... Você não pode esconder quanto ganha porque o seu desconto já vem no contracheque, mas os poderosos podem. Mas o marajá encontra mil maneiras de esconder... O sonegador é minoria e, no meu governo, a fiscalização dos impostos dos poderosos será implacável. Vamos ter um controle total sobre o pagamento de impostos no país. Vamos ter provas para colocar na cadeia quem roubar o dinheiro do povo. Especulador, minha gente, também é marajá. Existe o especulador financeiro que fica cada dia mais rico sem trabalhar, só jogando com o dinheiro de lá pra cá. Existem aqueles que só especulam com a terra... São também marajás, porque nada produzem e não deixam ninguém produzir, não constroem casas e não deixam ninguém construir. Existe ainda esse absurdo que é o intermediário, o marajá intermediário, que especula com a venda de alimentos, que esconde até a comida para esperar o aumento de preços e lucrar com a fome do povo. Que vergonha... Eu combati um tipo de marajá e ganhei a guerra, em seu nome. Agora, com o apoio do seu voto, com a sua participação, nós vamos combater todos esses marajás. Eles são minoria, a maioria somos nós e chegou a nossa vez!”

25 de outubro de 1989.

“Minha gente, com a força que o seu voto vai me dar e a coragem que, graças a Deus, eu sempre tive, nós vamos construir o Brasil novo. Nós somos a maioria e chegou a nossa vez. Vamos derrotar a miséria, vamos juntos, unidos, trabalhar pelo desenvolvimento. Aliás, essa palavra desenvolvimento você já ouviu, fica até difícil eu falar sobre o que eu quero

porque desenvolvimento foi a palavra que políticos menos sérios usaram durante tanto tempo para enganar você.

Nos últimos anos, o Brasil tem desenvolvimento, sim, se modernizou, passou a fabricar coisas que não fabricava antes... E daí, minha gente? Quer fazer, eu quero que você pense comigo para que serviu esse desenvolvimento. Por exemplo: o Brasil tem hoje antena que tem nos hotéis de gente rica, nas casas de gente rica, e que faz a televisão passar programas de outros países do mundo. Isso é desenvolvimento, mas e daí? Eu quero dizer “e daí?” para a maioria. Quando a força do seu voto me fizer presidente da República, eu quero e irei governar para a maioria e a maioria dos brasileiros, minha gente, nem consegue ver televisão. Tem uma porção que já está com sono a essa hora porque tem que acordar de madrugada para ir para o trabalho. É claro que não sou contra o desenvolvimento, nem você. A gente fica muito orgulhoso quando o nosso país consegue ter as coisas modernas que os países mais ricos têm. Mas eu vou governar para a maioria e desenvolvimento, minha gente, para a maioria, vai ser acabar com a miséria. Eu tenho vergonha do nosso país ter gente passando fome, morando na rua, sem saber ler ou escrever, desempregado. Então, eu acredito que a gente pensa igual: desenvolvimento é o país melhorando para a maioria. Olha, minha gente, eu tenho 40 anos de idade, eu tive o privilégio de estudar na universidade, de viajar pra fora do Brasil, de conhecer presidentes de outros países. Eu aposto na modernidade, na tecnologia, e eu fui o primeiro a afirmar que o Brasil deve conquistar um lugar no grupo dos países mais ricos do mundo. Mas eu também fui governador de Alagoas e hoje vivo e estou vivendo a dura realidade do Brasil inteiro. Desenvolvimento, agora, é cuidar da gente. O desenvolvimento que nós queremos e que nós precisamos é o desenvolvimento que vai trazer a casa própria, a escola, a saúde, o ônibus, o trem, o transporte com mais conforto para cada um ir trabalhar. O desenvolvimento que vai garantir, minha gente, emprego, comida e salário para os brasileiros, para os jovens, para os que moram nas pequenas e médias cidades, para os que moram no interior. Desenvolvimento só presta se for para a maioria. A maioria somos nós. Agora, chegou a nossa vez!”

28 de novembro de 1989 (primeiro dia do segundo turno).

“Minha gente, minha voz não é somente minha, é também a voz de mais de 20 milhões de brasileiros que acreditaram em mim e me deram o seu voto, me deram o seu voto, sobretudo, com a confiança de que, juntos, construiremos um Brasil novo, um Brasil socialmente mais junto, mais solidário em Cristo. Minha voz é agora também a sua voz.

Começamos sozinhos – o povo e eu – sem o apoio de nenhum grupo, de nenhum político, de nenhum empresário. Sozinhos enfrentamos os marajás, sozinhos denunciemos a corrupção, sozinhos lutamos contra tudo isso que aí está e que irá acabar para sempre em nosso país. A nossa candidatura foi crescendo apenas com o apoio de cada um de vocês; agora, as urnas provaram que o povo compreendeu perfeitamente as nossas propostas, provaram que o povo entendeu que dentro de mim vibra a mesma indignação contra a miséria que vibra no peito de cada um de vocês; que dentro de mim, minha gente, explode a revolta contra a injustiça social, contra o desprezo dos poderosos pelos que não têm meios de se defender. A maioria absoluta dos meus votos veio dos mais humildes, dos mais pobres, de gente simples das cidades e do interior; é por isso que não precisamos, é por isso que não precisamos mesmo, nenhum de nós, negociar nada com ninguém, nem muito menos, minha gente, modificar o nosso programa de governo. São os nossos adversários que agora se empenham em procurar acordo e abandonam as suas propostas em troca do apoio dos partidos e políticos que o povo repudiou clara e fragorosamente nas urnas. Nós não precisamos fazer isso, nós somos a maioria. Vencemos e vamos vencer de novo porque, minha gente, nós temos a melhor proposta para o país e porque temos capacidade para governar porque temos um programa de governo claro e definido, voltado para a diminuição das desigualdades, para as ações sociais que acabem com a miséria e a fome e, sobretudo, para um combate à inflação que garanta o salário do trabalhador. Vencemos, minha gente, e vamos vencer de novo porque queremos um Brasil mais justo para todo o povo e não apenas para uma pequena parcela da população. Queremos um Brasil do qual nos orgulhemos, onde nenhuma criança, nenhuma família mais passe fome. Agora é hora de união, união em torno de propostas e ideais. Agora é, também, minha gente, hora de refletir e pensar, está em jogo o futuro do nosso país, dos nossos filhos, o seu futuro, e é você que decidirá livremente quem tem capacidade e coragem de fazer um bom governo para todos os brasileiros. Como vocês sabem, não queremos nem precisamos de acordos ou conchavos, precisamos, isso sim, de você, da sua força, do seu empenho, da sua participação, da sua confiança. Agora, são dois os caminhos, são apenas duas as opções, e a responsabilidade é sua. A você que ainda está refletindo sobre o seu voto, peço que preste atenção em cada uma das propostas, em cada uma das metas. A você, que já está ao nosso lado, peço que me ajude, levando você mesmo a nossa mensagem aos que ainda não se somaram à nossa caminhada. É a presença de cada um de vocês perto de mim que aumenta a minha coragem, aumenta a minha determinação de mudar este país em favor dos que dele até hoje nada receberam. Apesar de a ele terem dado o seu trabalho, o seu sacrifício, muitas vezes

a sua própria vida. Eu preciso de vocês, vamos juntos, minha gente, construir o Brasil novo. Agora chegou a nossa vez!”