

O Bom, o Mau e o Feio: as representações do jornal *O Estado de São Paulo* sobre os três principais candidatos à Presidência da República nas eleições de 1989<sup>1</sup>

The Good, the Bad and the Ugly: the representations of *O Estado de São Paulo* newspaper about the three main presidential candidates in the 1989 elections

Thaíze Ferreira da Luz\*

**Resumo:** Este artigo tem como proposta realizar uma análise sobre a representação das figuras políticas na mídia impressa. Do ponto de vista das representações, os jornais são capazes de fornecer informações não apenas sobre a sociedade mas também sobre a constituição do social: O objetivo deste trabalho é verificar como a construção da imagem dos três principais candidatos ao pleito presidencial de 1989, Fernando Collor de Mello, Leonel Brizola e Luiz Inácio Lula da Silva, foi feita pelo jornal *O Estado de São Paulo* e, de que maneira essas representações elaboram uma construção simbólica desses candidatos. Para tal, observa-se o uso das imagens nas páginas de *O Estado de São Paulo* e a construção discursiva do periódico, em uma mesma edição.

**Palavras – chave:** Representação política; Fernando Collor de Mello, Leonel Brizola e Luiz Inácio Lula da Silva; Eleições de 1989.

**Abstract:** This article proposes to analyze of the representation of political figures in the print media. From the point of view of representations, newspapers are able to provide information not only about society but also about the constitution of the social. The objective of this paper is to verify how the construction of the image of the three main presidential candidates of 1989, Fernando Collor de Mello, Leonel Brizola and Luiz Inácio Lula da Silva, was made by the newspaper *O Estado de São Paulo* and how these representations elaborate a symbolic construction of these candidates. For such, it was

---

<sup>1</sup> Gostaria de deixar aqui o agradecimento a professora Doutora Marlise Meyrer, do Programa de Pós-Graduação em História da PUCRS, pelas valorosas contribuições a este trabalho.

\* Doutoranda em História pela PUCRS/CAPES, Mestre em Geografia (FURG) e Licenciada em História (FURG) e-mail: [thaizefl@gmail.com](mailto:thaizefl@gmail.com); O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001; This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 001.

observed the use of the images in the pages of *O Estado de São Paulo* and the discursive construction of the periodical, in the same edition.

**Keywords:** Political representation; Fernando Collor de Mello, Leonel Brizola e Luiz Inácio Lula da Silva; 1989 elections.

### As representações na mídia: um estudo de caso a respeito da figura do político

A História Política, passadas algumas décadas de descrédito, nos últimos 30 anos tem chamado a atenção dos historiadores. Muitos trabalhos são produzidos a partir dessa temática, de modo que não cabe aqui fazer uma retrospectiva sobre esse campo da História pois entendemos que a crescente produção acadêmica é o suficiente para justificar nosso interesse pelo assunto.

Podemos dizer que os estudos da História do Tempo Presente remontam à própria renovação dos estudos de História Política. Conforme Reinaldo Lohn, “*mais do que nunca, uma história comprometida e interpelada pelo presente está diante de questionamentos que envolvem a interação entre narrativa histórica e campo político*” (LOHN, 2019, p.II)

Pensando nessa perspectiva da renovação dos estudos de História Política a partir da História do Tempo Presente, verificamos que os veículos de comunicação, em especial os jornais, acabam sendo um campo de construção intelectual e espaço de disputa, onde estes elaboram “*formas de tradução referidas tanto aos horizontes de compreensão quando ao habitus, enquanto discursos e práticas que atuam como referenciais para a interação social, a definição de objetivos e anseios e a fixação de significado*”. (LOHN, 2019, p. 18).

Entendemos que para compreender o funcionamento de regimes e instituições, é fundamental estudarmos o campo político e suas implicações sociais e culturais, como parte do processo de consolidação das democracias. Conhecer os elementos que formam e delimitam a cultura política<sup>2</sup> de uma sociedade é tarefa fundamental para compreender como funcionam suas instituições políticas e os fatores que legitimam os agentes políticos que controlam tal sociedade.

Neste sentido, trabalharemos com a definição de “político” da Escola Francesa, defendido por Pierre Rosanvallon: “O político não é uma instância ou um domínio entre outros da realidade, mas o lugar onde se articulam o social e sua representação, a matriz

---

<sup>2</sup> Sobre o conceito de cultura política, trabalharemos com a definição a seguir: “valores, atitudes e procedimentos políticos se reforçam a partir da interação entre o comportamento e o funcionamento das instituições políticas, algo que implica tanto em processos de aprendizagem do seu uso, como de ressocialização política induzida pela experiência, mas ambos sedimentam-se com o passar do tempo e com a continuidade dos processos que constituem os sistemas políticos” (MOISÉS, 1995, p. 94)

simbólica onde a experiência coletiva se enraíza e se reflete ao mesmo tempo” (ROSANVALLON, 1995, p.30). E para entendermos esse conceito, é necessário utilizarmos fontes documentais consideradas até pouco tempo como “menos importantes”, como o caso da imprensa, panfletos, literatura popular, processos judiciais, etc.

Acreditamos que os jornais constituem um universo formado e construído por meio de discursos e representações do mundo político, capaz de “informar” o público leitor sobre política com a ajuda de instrumentos e técnicas peculiares do meio jornalístico que na maioria das vezes, não condizem com a realidade. Conforme Jodelet (2001, p. 17-18), “A observação das representações sociais é algo natural em múltiplas ocasiões. Elas circulam nos discursos, são trazidas pelas palavras e veiculadas em mensagens e imagens midiáticas, cristalizadas em condutas e em organizações materiais e espaciais”.

Desta maneira, os jornais tornam-se importantes objetos de estudo para o estudo das representações políticas através da análise de seus discursos. Neles podemos ter uma explicação local do significado do mundo político e, sendo uma importante fonte de informação, é inegável sua influência na cena pública enquanto formadores de opinião.

Do ponto de vista das representações, os jornais são capazes de fornecer informações não apenas sobre a sociedade mas também sobre a constituição social:

As representações sociais são fenômenos complexos sempre ativados e em ação na vida social. Em sua riqueza como fenômeno, descobrimos diversos elementos (alguns à vezes, estudados de modo isolado): informativos cognitivos, ideológicos, normativos, crenças, valores, atitudes, opiniões, imagens, etc. Contudo, estes elementos são organizados sempre sob a aparência de um saber que diz algo sobre o estado da realidade (JODELET, 2001, p. 21).

O processo de comunicação é fundamental para que possamos entender as representações sociais:

Os processos que dão forma e transformam as representações sociais estão intrinsecamente ligados à ação comunicativa e às práticas sociais da esfera pública: o diálogo e a linguagem, os rituais e processos produtivos, as artes e padrões culturais, em suma, as mediações sociais. Desta forma, a análise das representações sociais deve concentrar-se

sobre aqueles processos de comunicação e vida social, que não apenas as produzem mas que também lhes conferem uma estrutura peculiar (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 80)<sup>3</sup>

A estrutura própria da atividade jornalística, possibilita uma análise discursiva capaz de entender como se legitima sua atuação e sua influência enquanto formador de opinião, capaz de interferir na cena pública, sendo também um instrumento dos políticos a ao mesmo tempo, um agente político.

### Aspectos teórico metodológicos

Nos propomos a fazer uma análise documental através da representação feita pelo jornal *O Estado de São Paulo* (OESP) dos três principais candidatos que concorreram à eleição presidencial de 1989, utilizando a edição do dia 05 de setembro de 1989. Não se trata aqui de uma análise ampla sobre o tema, mas da análise de elementos imagéticos e discursivos presentes em uma única edição do referido jornal. Em nossa pesquisa, trabalhamos com o periódico em questão no período compreendido entre os anos de 1987 a 1992. Para esse trabalho, nossa escolha se deu por ser uma edição que mostrou a agenda dos três candidatos em um mesmo dia, ou seja, foi possível verificar numa mesma edição, o tipo de mensagem passada sobre a agenda eleitoral de cada um dos principais candidatos à presidência do Brasil no ano de 1989, bem como, a forma como se deu a construção imagética de cada um nas páginas de OESP. Em três reportagens, mostrando cada um dos candidatos, dez dias antes do início do horário eleitoral gratuito de rádio e televisão, onde foi possível identificar um tratamento diferenciado utilizado pelo periódico na apresentação dos três candidatos, cuja análise faremos no próximo tópico deste artigo.

Nesse sentido, trabalharemos aqui com o conceito de representação de Roger Chartier, de que toda representação, “representa alguma coisa”. Conforme o mesmo autor:

Tais representações não são simples imagens, verídicas ou enganosas, de uma realidade que lhes fosse exterior. Elas possuem uma energia

---

<sup>3</sup> Entendemos aqui que o termo “esfera pública” utilizado pela autora não é o mais adequado, tendo em vista que a no caso da formação de opinião e representação social feita pelos veículos de comunicação de massa, não é possível aplicar o conceito *habermasiano* de esfera pública. Em se tratando deste tipo de veículo de comunicação, consideramos correto o termo “cena pública”, desenvolvido por Gabriel Tarde (TARDE, Gabriel. *A opinião e as massas*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.)

própria que convence de que o mundo, ou o passado, é realmente aquilo que dizem que é. Produzidas em suas diferenças pelos distanciamentos que fraturam as sociedades, as representações, por sua vez, as produzem e reproduzem. Portanto, conduzir a história da cultura escrita, dando-lhe como pedra angular a história das representações, é ligar o poder dos textos escritos que as dão a ler, ou a ouvir, com as categorias mentais, socialmente diferenciadas, que elas impõem e são as matrizes das classificações e dos julgamentos. (CHARTIER, 2010, p. 67).

Chegamos a essa conclusão observando os elementos discursivos e imagéticos apresentados pelo OESP, onde a escolha das imagens, posição da notícia na página do jornal e texto utilizados, deixam transparecer a intenção de seu locutor, buscando claramente formar a opinião do receptor daquela informação. Muito embora, pela heterogeneidade do público leitor, obviamente não temos como precisar o alcance do discurso utilizado.

Ainda sobre OESP, cabe aqui fazer uma breve apresentação do periódico analisado. Fundado a 04 de janeiro de 1875, ainda no Brasil Imperial<sup>4</sup>, foi denominado “*Província de São Paulo*”, tendo o nome alterado para *O Estado de São Paulo* com a implantação da República. Seus fundadores foram Américo Brasiliense de Almeida Melo e Manuel Ferraz de Campos Sales. No ano de 1885 ingressou em sua redação Júlio César Ferreira de Mesquita, que em pouco tempo passou a diretor. Até os dias de hoje, a direção do jornal permanece na família Mesquita. Sua orientação manteve a tradição de colocar em seus editoriais uma postura que alia o conservadorismo e políticas liberais. Na década de 1980, assume uma postura neoliberal, em decorrência do contexto internacional vigente, com o fim da Guerra Fria e início da globalização (SODRÉ, 1999, p. 226-227).

A análise do discurso e suas formações discursivas é uma maneira de identificarmos e compreendermos elementos culturais, simbólicos e de valores que formam um universo de significados, capaz de mostrar como grupos sociais entendem o mundo que estão inseridos.

---

<sup>4</sup> Para essas informações também utilizamos o acervo do próprio periódico, disponível em [https://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada\\_1870.shtm](https://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1870.shtm), acesso em junho de 2018 e o arquivo de verbetes do CPDOC FGV, disponível em <https://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeira-republica/ESTADO%20DE%20S.%20PAULO,%20O.pdf>, acesso em junho de 2018.

O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa faz com que seja cada vez mais irrelevante o encontro direto para o estabelecimento de conversação e discussão, bem como a troca de informação. A mediação dos meios de comunicação de massa produz um deslocamento na experiência pública e, ao mesmo tempo, dá forma aos saberes possíveis que esta experiência desenvolve sobre si mesma. Ao tornar-se a forma mais difundida de comunicação social das sociedades contemporâneas, os meios de comunicação de massa informam e forma a esfera pública. Eles o fazem de tal forma que a informação e representações sobre a esfera pública substituem toda e qualquer experiência na esfera pública (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 86).<sup>5</sup>

Se em tempos passados, o debate político era realizado nos cafés e salões, atualmente com a sociedade cada vez mais individualista, os meios de comunicação acabam reunindo de forma “virtual” grupos de pessoas que partilham ideias semelhantes, ainda que estas não estejam presentes no mesmo espaço físico (TARDE, 1992, p. 29). Os meios de comunicação de massa acabam ocupando a cena pública.

Por sua vez, o uso da imagem no meio jornalístico tem como ponto de partida a busca pela objetividade da profissão e uma maneira de “provar” que determinado fato aconteceu. Todavia, assim como as palavras, uma imagem nem sempre traduz de forma fiel a realidade que se propõe representar. Isto porque:

A transmissão de elementos do passado ao historiador pela mensagem fotográfica, no entanto, não deveria limitar-se ao âmbito da comunicação pura e simples. É, justamente, a busca da lógica de tais elementos num determinado tempo e espaço que faz com que adquiram um significado que tanto pode informar aspectos materiais [...] quanto revelar uma imagem/monumento: aquilo que, no passado, a sociedade queria perenizar de si mesma para o futuro. [...] Neste sentido, a produção da mensagem fotográfica está atrelada ao controle dos meios técnicos de produção cultural que, até por volta da década de 1950, ainda era privilégio quase exclusivo de setores da classe dominante (MAUAD; CARDOSO, 1997, p. 406-407).

---

<sup>5</sup> Idem nota anterior sobre esfera pública.

Desta forma, nosso interesse nesse trabalho é fazer uma interpretação discursiva e imagética das notícias selecionadas, com a finalidade problematizar a forma como *OESP* construiu a imagem de cada um dos três principais candidatos ao pleito presidencial de 1989, desde a escolha do tipo de foto apresentada (roupa usada pelos candidatos, expressão corporal, ser era close ou corpo inteiro) até as palavras empregadas na descrição das notícias e as relações feitas com a postura dos candidatos e suas campanhas eleitorais.

Fizemos neste estudo de caso, uma analogia ao famoso filme *O bom, o mau e o feio*, em que três pistoleiros se juntam numa corrida para encontrar um tesouro escondido. A proposta do filme, é a de que os três deveriam ajudar-se mutuamente, tendo em vista que cada um possui a localização parcial do tesouro. Todavia, a vontade de ficar com todo o prêmio é maior, de forma que cada um deles tenta o tempo todo encontrar a recompensa sozinho.

No pleito eleitoral de 1989, o “tesouro” é a vitória na eleição. Em se tratando de uma disputa eleitoral, o candidato vencedor será aquele que conseguir vender melhor suas ideias e passar uma melhor imagem ao eleitorado. Nessa perspectiva, analisando a forma como *OESP* apresentou os três principais candidatos na corrida eleitoral de 1989, podemos perceber pela seleção de imagens e textos de apoio às reportagens e notícias feitas para cada um dos candidatos, um intenção diferente. A partir disso, identificamos as características a seguir, na ótica de *OESP* sobre os líderes das pesquisas eleitorais de 1989.

*OESP* enquanto representante dos “interesses do povo”, durante todo o processo eleitoral de 1989, tentou passar uma imagem de isento e imparcial, maneira mais eficaz para legitimar seu discurso enquanto formador de opinião na cena pública. Todavia, embora tenha apresentado espaço para todos os candidatos do pleito eleitoral, para essa análise, escolhemos falar apenas dos três candidatos com mais intenções de votos. É possível identificar que a forma como utilizou seu espaço, palavras e imagens, é capaz de transparecer que dois dos três projetos apresentados para ocupar a cadeira da presidência do Brasil, claramente não agradavam ao projeto liberal do periódico.

TERÇA-FEIRA, 1 DE SETEMBRO DE 1989

Política

# Collor procura vitória no 1º turno com nova equipe

### Assessoria do PRN em Brasília é reforçada por três antigos pessoais do candidato

BRASÍLIA — O assessor político Marcos Correia vai de imediato se juntar ao Voto Popular e se dedicar ao trabalho de assessoria do Fernando Collor de Mello (PRN), em Brasília. Foi no decorrer do tratamento de pessoas do norte, o ex-assessor brasileiro na Orla, que tem o mesmo nome de Collor, e a reestruturação do programa econômico. O Exa. Brasileiro de Mello também vai deixar suas atividades parciais para se dedicar ao trabalho. Todos vão se mudar para Brasília.

Os três são antigos pessoais de Collor — o ex-assessor e um antigo chefe — e chegaram para reforçar a assessoria do candidato. "Marcos Correia", afirmou o candidato, que reclama da interpretação de sua assessoria em determinadas situações, mas não tem a intenção de sair. Collor acha que com seus antigos, agora, não poderia voltar à sua primeira função. O resto, na realidade das condições locais, é trabalho de longo prazo, mas não é uma tarefa para ser feita ali.

O ex-assessor político e brasileiro Marcos Correia vai coordenar o trabalho de assessoria e ajudar no trabalho de Collor em Brasília. O candidato Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília. O candidato Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília.

O candidato Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília. O candidato Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília.

O candidato Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília. O candidato Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília.



Collor, mais tempo em Brasília e novas compromissos

#### PRIMEIRA

O candidato Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília. O candidato Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília.

to até ao jantar observado em o primeiro momento. Collor estava. Não o voto de Collor. Collor vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília.

Fernando Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília. O candidato Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília.

#### Diário da campanha

Depois de obter o programa de não-transporte, Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília. O candidato Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília.

Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília. O candidato Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília.

O Voto Popular também trabalha em Brasília para o trabalho de Collor em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília. O candidato Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília.

O candidato Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília. O candidato Collor vai trabalhar a favor de sua equipe em Brasília. Marcos Correia vai se dedicar ao trabalho de assessoria de Collor em Brasília.

FIGURA 01: OESP, 05/09/1989 p. 5 – Política

A reportagem feita com a assessoria de Fernando Collor de Mello, candidato pelo Partido Republicano Nacional (PRN) veiculada pelo OESP em 05/09/1989, saiu na página 5 de seu caderno de política. O texto ocupa todo o canto superior esquerdo. Ao leitor mais desatento essa simples informação pode passar despercebida, todavia, nossa experiência em estudos com a imprensa enquanto objeto, nos ensina que essa é a preferência de leitura dos consumidores dos jornais. Desta maneira, o layout apresentado pelo periódico já dá destaque a figura de Collor.

Os elementos textuais ocupam duas colunas grandes à esquerda e à direita e duas colunas pequenas abaixo da fotografia de Collor. O título – “Collor procura vitória no primeiro turno com nova equipe” – está escrito em negrito, em fonte média. Logo abaixo,

temos o texto de apoio – “Assessoria do PRN em Brasília é reforçada por três amigos pessoais do candidato” – está escrito em texto pequeno, também em negrito.

O conteúdo da reportagem, destaca a chegada de três amigos pessoais de Fernando Collor de Mello a sua equipe de assessoria: Zélia Cardoso; Marcos Coimbra e Marcos Coimbra filho. A primeira responsável pela economia e os dois últimos pela assessoria de imprensa. Todos vão mudar-se para Brasília, pois o candidato Collor acredita na vitória no primeiro turno e quer focar sua campanha na conquista dos votos de eleitores indecisos.

Marcos Coimbra vai se licenciar do Instituto Vox Populi, órgão responsável por realizar pesquisas de opinião e dedicar-se exclusivamente a campanha eleitoral de Collor. A certeza na vitória ainda no primeiro turno, vem daí. Em pesquisas feitas pelo instituto a pedido de Collor, foi traçado um perfil dos eleitores indecisos e as vésperas do início do horário eleitoral gratuito de rádio e TV, Collor passará mais tempo em Brasília, dedicando-se à produção de programas cuja finalidade é a conquista do voto desses eleitores em específico. No encerramento da reportagem, o candidato salienta que em seu programa não pretende atacar o presidente Sarney ou seus adversários políticos, está apenas concentrado em mostrar a solução dos problemas brasileiros e conquistar o eleitorado indeciso.

O conteúdo imagético, mostra Collor de terno e gravata, com imagem serena e confiante. Na sua mão esquerda, leva anotações e planos de governo, e na outra, punho cerrado, em símbolo de luta e determinação.

Da junção de elementos textuais e iconográficos, temos uma imagem representativa de Collor, feita pelo OESP, como trabalhador, focado, confiante de que o resultado de seu trabalho será a vitória e que sua campanha não pretende atingir a imagem dos demais candidatos ou do atual chefe de governo. Definitivamente, O BOM candidato!



média e em negrito. Logo abaixo, temos o texto de apoio em fonte pequena: “Depois de uma semana de grosserias, candidato adota bom humor do adversário Maluf”.

Além do texto da reportagem principal também temos duas colunas abaixo da fotografia de Brizola, sobre um segundo assunto. Neste, a preocupação do candidato é ter sua audiência em programa político atrapalhada pela transmissão de uma partida de futebol, no mesmo horário, por outra emissora.

O texto da reportagem principal, destaca uma mudança de postura adota por Leonel Brizola. “O candidato Leonel Brizola, abandonou a sua postura carrancuda e desde ontem, mergulhou sua campanha numa fase de bom humor”. Esta reportagem foi produzida no dia anterior ao de sua publicação em ocasião do encontro de Brizola com empresários em jantar da Associação Comercial do Rio de Janeiro.

No encontro, Brizola repetiu suas posições sobre os principais temas econômicos que preocupam os empresários daquele estado: dívida externa; privatização de empresas públicas e interferência do governo nas questões econômicas. Apesar de “inovar” contando piadas, usando uma cópia da fórmula consagrada por Maluf em sua campanha eleitoral, para OESP, Brizola não convenceu o empresariado presente no encontro, sendo apresentado por ele, quase que de forma caricata.

Mesmo incluindo essa nova forma de se dirigir as pessoas, o periódico é enfático em destacar que Brizola não inovou com relação às suas principais posturas. Não quer saber de privatizar empresas públicas; vai limitar o investimento do capital estrangeiro no país e pretende adotar um modelo intervencionista no sistema financeiro. Assim, os empresários acabaram definindo Brizola como um candidato que “não aprofunda suas ideias. Não inova e não renova suas posições, consideradas estatizantes”.

O conteúdo imagético, mostra um close do rosto de Brizola, onde é possível percebermos que ele veste terno escuro e gravata. Não é possível identificar o local em que a foto foi tirada. Sua imagem mostra a tentativa de sorrir, todavia, “sem mostrar os dentes”, ou seja, para OESP, Brizola continua sendo o velho “caudilho” de sempre, que tenta usar artifícios de outro candidato, porém, sem convencer o eleitorado e empresariado. É o MAU exemplo a ser seguido.

# PT dá ultimato a dissidentes

**Causa Operária e Convergência divergem do partido e têm as dias contados**

**FRANCO J. GOMES**

A Convergência Socialista e a Causa Operária podem estar com seus dias contados dentro do PT. As divergências políticas entre o partido e as duas correntes que atuam na legenda do candidato de PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, vão gerar possibilidades imediatas para cortar o vínculo político de parlamentares com suas militâncias nos partidos das e das mesmas correntes. "Se continuarem com essa postura, não há compatível a existência dos grupos no PT", afirma o secretário-geral José Dirceu.

O presidente do PT, Luiz Gabbiani, reconheceu que "há um movimento de transferência de vocação interna do partido em andamento". Contudo, prometeu apurar se os partidos perdem de fato influência e organização no grupo político, ou se estão com as orientações do partido. Uma se compreende que há uma desconexão da cúpula. Essas correntes contra a política do partido, o próprio Dirceu, pedirá a instalação de uma comissão de ética para avaliar isso.

Entre outras coisas, a Convergência e a Causa Operária não têm intenção em aceitar o nome de Lula e têm uma visão de política institucional contrária à adotada pelo PT. A possibilidade de essas duas correntes voltar a se conectar em partidos políticos não foi descartada por Gabbiani e Dirceu. Enquanto a Causa Operária é um grupo minoritário dentro do PT, a Convergência Socialista possui cargos nas instâncias dirigentes do partido como, por exemplo, a vice-presidência de Brasília ocupada por Antônio José de Aguiar, ex-ministro da Fazenda, enquanto o presidente da legenda, Porfirio de Almeida, também é presidente de Brasília, mantendo o partido e a Convergência. Lula defende a separação de forças e teve suas palavras endossadas por Gabbiani. "É compreensível tentativas de voltar atrás", afirmou.



Lula: continuidade com as correntes internas no PT pode ameaçar a sua candidatura

## Gabeira é candidato até o fim

**FRANCO J. GOMES**

O novo candidato do PV, o jornalista Fernando Gabeira, anunciou ontem que pretende levar sua campanha até o dia 11 de novembro. Ao contrário do que se esperava, o ex-ministro da Justiça não se desistiu da disputa. "Eu não vou desistir de concorrer 11 dias antes das eleições para apoiar a Frente Brasil Popular (PT, PC do B e PPS)", afirmou Gabeira.

Na sua análise, a diretoria do PV quer que o partido tenha uma linha dirigente exclusivamente à luta de classes. "Mas não está disposto a questionar a realidade, de lado, de dentro e de fora", afirmou. Mas a ruptura aconteceu quando o grupo Gabeira foi excluído

do grupo de Lula. De vez em quando, o ex-ministro da Justiça José Paulo Bisol, candidato por cima, não se desistiu.

Até o dia 11, data da con-



Gabeira: sem renúncia

clusão extraordinária do partido para a nomeação de candidato de Gabeira, se liberar que o PV já tenha escolhido o vice Maurício Lobo continuando no campo até não conseguir ou se contata com outro nome. Entre os nomes possíveis estão o vereador paulista Roberto Tripoli e o deputado estadual Carlos Mota, de São Paulo. Gabeira, embora seja a preferência, não pode concorrer porque ainda não tem 30 anos de idade, como exige a lei eleitoral. Em qualquer forma, membros do PV que votariam em favor de Gabeira não podem votar. "Como estamos chegando tarde ao teatro, tentamos não fazer barulho para não incomodar os espectadores", afirmou Gabeira. Ele alegou não querer de ninguém, mas admitiu que se o partido não quiser a renúncia de um Mota, não se esqueça os partidos PCB, PV, PPS, PT e PPSB.

FIGURA 03: OESP 05/09/1989 p. 4

A reportagem feita com Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT) foi veiculada pelo OESP em 05/09/1989, na página 4 de seu caderno de política. O

texto ocupa o canto inferior direito. Essa posição na página do jornal, é uma das menos privilegiadas do ponto de vista da estratégia jornalística, utilizada para publicar assuntos de menor relevância, demonstrando que a folha não está muito interessada em destacar a campanha de Lula.

Os elementos textuais ocupam uma coluna grande. O título – “PT dá ultimato a dissidentes” – está em fonte média e em negrito. Logo abaixo, temos o texto de apoio em fonte pequena: “A Convergência Socialista e a Causa Operária podem estar com os dias contados dentro do PT”.

A reportagem feita com o candidato mostra a “preocupação” de Lula, segundo evidencia OESP, em perder aliados em uma etapa decisiva de sua campanha eleitoral. Os militantes da Convergência Socialista e da Causa Operária estão descontentes com a postura assumida pela direção do Partido dos Trabalhadores. Isso está causando atritos e ameaças dessas duas correntes deixarem de apoiá-lo, muito próximo ao início da propaganda eleitoral gratuita.

Para OESP, o ponto central deste descontentando, gira em torno da escolha do candidato à vice-presidência do PT, o senador José Paulo Bisol. O impasse se dá porque os militantes do Partido dos Trabalhadores têm uma postura diferente da de Bisol com relação a visão sobre a política habitacional.

Na reportagem, Lula diz que se for preciso, será aberta uma sindicância para sanar os problemas que ameaçam a perda de apoio ao partido em um momento crucial de sua campanha eleitoral.

A imagem de Lula, mostra o candidato no comitê eleitoral do Partido dos Trabalhadores, com calça e camisa, segurando uma agenda em uma das mãos, sem terno e gravata como os outros dois candidatos apresentados pelo jornal. Outra diferença, é que enquanto Collor e Brizola foram apresentados apenas mostrando o dorso superior, a imagem de Lula é de corpo inteiro, numa postura nada confiante e desleixada. Seu semblante parece preocupado e incomodado com a situação que precisa resolver nesta fase de sua campanha, na corrida decisiva sobre manter-se na disputa no segundo turno das eleições.

Passando uma imagem carrancuda de Lula, OESP representa o candidato como alguém que não tem segurança sobre o futuro do próprio partido, quem dirá, sobre o futuro de um país. Sem conseguir convencer seus aliados da militância, Lula é o exemplo

FEIO, que não deve ser seguido e muito menos, deve o eleitorado depositar seu voto de confiança neste candidato.

### Conclusão

Neste artigo, buscamos fazer uma análise ainda que introdutória e pontual, da representação feita pela mídia, em especial a mídia impressa, sendo o jornal OESP nesse estudo documental, levantando alguns aspectos metodológicos para compreender a escolha de determinados elementos discursivos e imagéticos pelos periódicos.

Foi possível perceber que tanto os elementos linguísticos quanto os iconográficos, podem ser usados a serviço da mídia para elaborar uma representação da realidade política, ainda que esta não seja a “verdadeira realidade”.

O bom, o mau e o feio aparecem personificados nas figuras dos três principais candidatos ao pleito presidencial de 1989, por Fernando Collor de Mello, Leonel Brizola e Luiz Inácio Lula da Silva. A política econômica do país naquele contexto, juntamente com o desgaste dos políticos considerados tradicionais e com a perseguição a modelos populistas e socialistas, fez com que a imprensa ocupasse um lugar de destaque, atuando de forma significativa, trazendo para as suas páginas as disputas da arena política.

A eleição de Fernando Collor de Mello para a presidência do Brasil em 1989 e posteriormente sua queda em 1992, são marcos divisores da história política do país. Marcado pelo retorno das liberdades políticas e civis, esse período traz novos elementos para a arena política, como por exemplo, uma maior participação e cobrança popular nos assuntos públicos, decorrentes também da *Constituição Cidadã* de 1988; e a retomada e necessidade por parte da imprensa, em ser um agente mais participativo nesse processo, ou seja, o papel institucional da imprensa nas questões relacionadas a política brasileira. Todavia, o cenário econômico no momento de sua posse era o pior possível: a inflação chegou a atingir o índice de 80%. Essa era uma das maiores demandas de seu governo. Marcado por planos econômicos fracassados, escândalos e corrupção, Collor além do presidente mais jovem eleito, também se tornou o primeiro a sofrer um *impeachment*.

O jornal *O Estado de São Paulo* é um representante da grande imprensa brasileira que a partir da década de 1950, assumiu paulatinamente uma estrutura empresarial. Sua redação passou a introduzir novas técnicas redacionais, garantindo a este veículo um

crescimento significativo, sobretudo entre os anos de 1950 – 1970, possibilitando a ele a capacidade de tornar-se importante formador de opinião<sup>6</sup>.

Utilizando elementos textuais e recursos de edição, que vão desde a escolha da imagem, melhor ângulo do candidato e expressão de rosto; roupas; gestos; até a posição que a reportagem ocupa na página do jornal, é inegável que a mídia de massa, ocupa um papel importante e até mesmo preocupante na cena pública. Desta forma, acreditamos que o estudo da política tendo como objeto de pesquisa a imprensa, nos proporciona interessantes debates sobre o tema, além de um campo muito rico de análise.

### Referências

AQUINO, Maria Aparecida de. *Censura, Imprensa, Estado Autoritário (1968-1978)*. Bauru: EDUSC, 1999.

CARDOSO, Ciro Flamarion. MAUAD, Ana Maria. História e Imagem: os exemplos da fotografia e do cinema. In; CARDOSO, Ciro Flamarion. VAINFAS, Ronaldo. *Domínios da História*. Rio de Janeiro: Editora Campos, 1997. Pp. 401-418.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

\_\_\_\_\_. *Discurso Político*. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

\_\_\_\_\_. MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

CARTIER, Roger. Escutar os mortos. In: *Revista Estudos Avançados*, vol. 24, n.69, São Paulo:2010. Disponível em: <http://anpocs.com/index.php/estudos-avancados/user-category/26-estudosavancados/147-estud-av-vol-24-no-69-sao-paulo-2010/6615-revista-estudos-avancados>, acesso em novembro de 2019.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do Discurso*. São Paulo: Edições Loyola,2004.

JODELET, Denise. *As representações sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001. 420p.

JOVCHELOVITCH, Sandra. *Representações sociais e esfera pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2000.

---

<sup>6</sup> Conforme Aquino (1999); Barbosa (2007); Ribeiro A. (2003) e Ribeiro L. (2004).

LOHN, Reinaldo Lindolfo. Reflexões sobre a História do Tempo Presente: uma História do vivido (p.11-26). In: REIS, Tiago Siqueira, et al. Organizadores. *Coleção história do tempo presente: volume 1*, Boa Vista: Editora da UFRR, 2019. 250p.

MOISÉS, J. A. *Os brasileiros e a democracia*. São Paulo: Ática, 1995.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950. In: *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, n.º 31, 2003, p. 147-160.

RIBEIRO, Lavínia Madeira. *Imprensa e Espaço Público. A institucionalização do jornalismo no Brasil. 1080-1964*. Rio de Janeiro: e-papers, 2004.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4.<sup>a</sup> edição, Rio de Janeiro: Editora Mauad, 1999. 502p.

TARDE, Gabriel. *A opinião e as massas*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

#### Site:

O Estado de São Paulo - acervo: <https://acervo.estadao.com.br/>, acesso em junho de 2018.

CPDOC FGV – Verbetes: O Estado de São Paulo (jornal): <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbetes-tematico/estado-de-sao-paulo-o>, acesso em junho de 2018.

ANEXO I - Texto de apoio da figura 01 – Fernando Collor de Mello



**BRASÍLIA** — O cientista político Marcos Coimbra vai se licenciar do Vox Populi e se dedicar exclusivamente à

campanha de Fernando Collor de Mello (PRN), em Brasília. Pai do diretor do instituto de pesquisa mineiro, o embaixador brasileiro na Grécia, que tem o mesmo nome do filho, e a coordenadora do programa econômico, Zélia Cardoso de Melo, também vão deixar suas atividades particulares para se lançarem na campanha. Todos vão se mudar para Brasília.

Os três são amigos pessoais de Collor — o embaixador é cunhado dele — e chegam para reforçar a assessoria do candidato. “Servirão de calço”, afirmou o candidato, que reclamou da incompetência de sua assessoria em determinados setores, mas não tirou ninguém da campanha. Collor acha que com essa equipe, agora, será possível vencer já no primeiro turno. Ontem, na reunião das segundas-feiras, o candidato pediu esforço redobrado dos coordenadores estaduais para atingir tal objetivo.

O embaixador começou a trabalhar ontem mesmo. Marcos Coimbra vai coordenar a agenda do candidato, que vinha incomodando Collor com tantos compromissos. O candidato ficava nas mãos dos assessores, que incluíam na agenda todos os pedidos e Collor era obrigado a tomar café da manhã no Rio, almoçar em Manaus e dormir em Brasília. Esse é um dos roteiros que não será traçado por Marcos Coimbra.

## *Collor: mais tempo em Brasília e menos compromissos*

### PROMESSA

O embalsador, que está passando férias em Brasília e deverá se licenciar assim que acabar a folga, fez vários contatos ontem para checar o convite de um encontro em Buenos Aires. O encontro é patrocinado pela Associação de Dirigentes de Empresas Argentinas, que convida Collor para conversas com políticos peruanos, paraguaios e chilenos. A associação prome-

te até um jantar reservado com o presidente argentino, Carlos Menem. Até o final da tarde, Coimbra não sabia se era boa idéia o candidato aceitar o convite.

Fernando Collor vai ficar mais tempo em Brasília, nesta nova etapa da campanha. Vai concentrar esforços nos programas do horário eleitoral gratuito, nos quais espera convencer parte dos indecisos a votar nele. Ao que tudo indica, o presidente

José Barney e o adversário principal, Leonel Brizola, não serão mencionados por Collor no horário eleitoral. "Não vou criticar pessoas, vou falar dos problemas nacionais", revelou, além de expor seu programa de governo.

### MAIORIA ABSOLUTA

A crença de vencer o primeiro turno tem base em várias pesquisas eleitorais, e numa específica do Vox Populi. "Os números sugerem a possibilidade de eu vencer no primeiro turno", afirmou. "Vamos trabalhar." Collor acredita em faturar 55% da preferência das urnas. O candidato acha garantida uma faixa de 30%, a dos eleitores que desde as primeiras pesquisas declararam voto para ele.

O Vox Populi também realizou um levantamento para conhecer o perfil dos indecisos, e o resultado também é favorável a Collor. O instituto, contratado pelo candidato, concluiu que o voto dos indecisos deve seguir o mesmo caminho do dos definidos. Com base nos aspectos emocionais e subjetivos dos indecisos, uma projeção do Vox Populi indica que Collor vencerá tranquilamente o primeiro turno, com 55% dos votos.

**Depois de uma semana  
de grosserias, candidato  
adota bom humor  
do adversário Maluf**

**RICARDO OSMAN**

**RIO —** O candidato do PDT à Presidência da República, Leonel Brizola, abandonou a sua postura carrancuda e desde ontem mergulhou sua campanha numa fase de bom humor. Num debate com cerca de 100 empresários da Associação Comercial do Rio de Janeiro, Brizola repetiu suas posições sobre dívida externa e privatização de empresas pública, mas inovou no estilo ao contar piadas, numa cópia da fórmula que está consagrando a campanha de Paulo Maluf, do PDS.

"O atual governador do Rio está procurando agora tecnologia para tapar o buraco do metrô", declarou o candidato do PDT, arrancando risos da plateia nesta referência às dificuldades do governador Moreira Franco para dar continuidade às obras iniciadas no Rio. Em outro momento, garantiu, ironizando, que alguns povos nem mais se vangloriam "quando passam a perna nos brasileiros". E, num ditimo lance, ao ser convidado a assinar o livro de presenças da Associação, cuja lista é iniciada por Ruy Barbosa, surpreendeu: "Eu sou analfabeto perto deste homem".

Noutra afirmação que surpreendeu os empresários, Brizola anunciou que, se eleito, irá fazer uma auditoria no contrato firmado pelo empresário Olacir de Moraes que ganhou a concorrência oficial para construção da Ferrovia Leste-Oeste.

Aplausos para as brincadeiras houve, mas nem todos gostaram das propostas apresentadas por Brizola. Ao falar sobre capital estrangeiro, ele anunciou que "em alguns casos" multinacionais deverão ter um teto para lucro. "O capital estrangeiro terá o lucro garantido, mas poderemos determinar este lucro", contou. O empresário da área de serviços, Luis Felipe de Souza, de 45 anos, avaliou que Brizola "não aprofunda suas idéias". "Ele repetiu o que já vinha dizendo. Não há inovações. É a mesma posição estatizante de sempre", protestou Souza. O candidato havia se posicionado contra a privatização das empresas públicas e pela intervenção no sistema financeiro.

## **Causa Operária e Convergência divergem do partido e têm os dias contados**

**TEREZINHA LOPES**

A Convergência Socialista e a Causa Operária podem estar com seus dias contados dentro do PT. As divergências públicas entre o partido e as duas correntes que atuam na legenda do candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, vão exigir providências imediatas para conter o desgaste provocado pelas advertências contra esses militantes nos últimos dias e uma possível baixa na candidatura petista. "Se continuarem com essa política, será incompatível a existência dos grupos no PT", admite o secretário-geral José Dirceu.

O presidente do PT, Luiz Gushiken, reconheceu que "há um movimento de transgressão às normas internas do partido em andamento". Cauteloso, prometeu apurar se as atitudes partem de atos isolados ou orientações do grupo político, em confronto com as orientações do partido. Caso se comprove que há uma determinação da cúpula dessas correntes contra a política do partido, o próprio Gushiken pedirá a instauração de uma comissão de ética para estudar o caso.

Entre outras coisas, a Convergência e a Causa Operária até hoje relutam em aceitar o nome do senador José Paulo Bisol como candidato a vice na chapa de Lula e têm uma visão de política habitacional contrária a adotada pelo PT. A possibilidade de essas duas correntes virem a se constituir em partidos políticos não foi descartada por Gushiken e Dirceu. Enquanto a Causa Operária é um grupo minoritário dentro do PT, a Convergência Socialista possui cargos nas instâncias dirigentes do partido como, por exemplo, a vice-prefeitura de Diadema ocupada por Antônio Justino, expulso recentemente da legenda. Por conta dos últimos incidentes na prefeitura de Diadema, envolvendo o partido e a Convergência, Lula defendeu a ocupação de terras e teve suas posição endossada por Gushiken. "É compreensível trabalhadores invadirem terrenos", afirmou.



Recebido: 15 de novembro de 2019

Aprovado: 30 de novembro de 2019