



Proximidades e contrapontos da cobertura política na eleição presidencial de Manoel Deodoro da Fonseca (1891) e Luís Inácio Lula da Silva (2002)¹.

Bruna Vieira Guimarães² - UMESP
Ingrid Gomes³ - UMESP

Resumo:

O tema proposto⁴ por este paper é selecionado pela sua relevância social: uma reflexão sobre o papel da imprensa na democracia. Para isso resgatar-se-ão os parentescos e diferenças da propaganda política, pela imprensa, através de resgate histórico no período que antecedeu a primeira eleição para Presidência da República em 1891, no ainda voto indireto, culminando na vitória de Deodoro da Fonseca, e por meio de análises de conteúdo de revistas nas eleições para presidente em 2002, a qual levou Lula ao posto de presidente. Os objetos de análise são periódicos que atingiram segmentos importantes da sociedade brasileira nessas épocas: em 1891 a *Revista Illustrada* e o jornal *O Paiz* e em 2002 as revistas *CartaCapital* (de setembro a novembro) e *Veja* (de setembro a novembro). O assunto definido para a análise é a construção da imagem apresentada dos candidatos, respectivamente o primeiro e o último (atual) presidente do Brasil, ou seja, de que maneira essa imprensa tratou –em suas linhas editoriais– a figura dos presidenciáveis em questão. Enquanto Deodoro da Fonseca tinha a ala militar ao seu lado e votos ainda restritos que o apoiavam, Lula demorou décadas para chegar ao cargo máximo do poder político brasileiro, com a principal diferença de não ter na imprensa seu espectro de fomentação eleitoral.

Palavras-chave: Deodoro da Fonseca, Luís Inácio Lula da Silva, Propaganda Política, Cobertura na imprensa e parcialidade jornalística.

Introdução

As metodologias aplicadas neste paper foram à pesquisa histórica e a análise de conteúdo. Na definição de José Honório Rodrigues (1982, p.21), Pesquisa Histórica é “a descoberta cuidadosa, exaustiva e diligente de novos fatos históricos, a busca da documentação que prove a existência dos mesmos, permita sua incorporação ao escrito histórico ou a revisão e interpretação nova da História”. Consiste na descoberta dos fatos, na documentação, e no uso correto dos achados.

¹ Trabalho apresentado ao XVII Endecom – Encontro de Informação em Ciências da Comunicação, do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos - SP, 2007.

² Jornalista e Mestra em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, e-mail: brunajornalista@hotmail.com.

³ Jornalista, Mestra em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo e Especialista em Globalização e Cultura pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, e-mail: ingridgomessp@yahoo.com.br.

⁴ O tema apresentado para o Tema Livre foi desenvolvido em profundidade nos projetos de mestrados, “Deodoro da Fonseca - a Propaganda Política do primeiro presidente do Brasil”, por Bruna Vieira Guimarães, e “As três imagens de Lula - Os posicionamentos das revistas *CartaCapital*, *Primeira Leitura* e *Veja* nas eleições para presidente em 2002”, por Ingrid Gomes, ambos finalizados em março de 2007, sendo aprovados pela Universidade Metodista de São Paulo, sob orientações do Prof^o Dr. Adolpho F. Queiroz.



Referente a análise de conteúdo⁵, ela se faz necessária para averiguar em profundidade e neutralidade do pesquisador sobre o recorte considerado da pesquisa. Nesse sentido é válido destacar que esse é um importante método para análise de periódicos semanais e mensais, em razão do seu teor de classificação através da categorização e da comparação dos resultados, em se tratando de mais de uma revista para a composição da amostragem da pesquisa. Assim, os dados coletados são colocados na mesma “balança” para comparação e validação dos resultados após a análise qualitativa.

Contudo, a grande questão que o paper aborda é se, através do posicionamento ideológico da imprensa, da época de Deodoro da Fonseca e de Lula (2002) identificam-se elementos contributivos a uma imagem positiva dos candidatos perante os leitores ou, pelo contrário, se tais posicionamentos levaram à construção de um candidato menor, de certa maneira enfraquecendo-o junto à opinião pública.

Outra questão tratada é o avanço das técnicas de propaganda política usadas na primeira e na última campanha eleitoral para presidente. A partir dessas análises, vislumbraram-se quais os elementos que compunham a pauta política de relevância para a imprensa em época de campanha política.

Manoel Deodoro da Fonseca para presidente - Breve contexto histórico

Divulgação de manifestos, realização de comícios, publicação de artigos e editoriais doutrinários na imprensa. Essas foram algumas técnicas de propaganda política utilizadas para instalar a República no Brasil. O responsável por tais ações foi um grupo de intelectuais republicanos denominado ‘propagandistas’, com destaque para Quintino Bocayúva, Silva Jardim, Rui Barbosa e Benjamin Constant.

Apesar da agitação doutrinária, no único meio de comunicação existente na época, a imprensa, e também nos clubes republicanos e militares, a República no Brasil foi proclamada por meio de um golpe militar. Aqui, a pesquisadora faz um parêntese para fazer suas as palavras do ex-presidente do Brasil, José Sarney, na apresentação do livro *Deodoro: Subsídios para a história*, de Ernesto Sena⁶ (1999, p.7).

Os clubes republicanos, àquele tempo, estavam mergulhados na frustração por não ter encontrado eco na opinião pública sua pregação para a mudança do

⁵ Foi em razão de diagnosticar os problemas que iam sendo acentuados e, mesmo levantados, durante a Segunda Guerra Mundial, que a análise de conteúdo foi apropriada para a investigação de ordem política, com a intenção de desvendar propagandas subversivas, principalmente *nazi* e comunistas, já que quem as patrocinavam e incentivavam eram os Estados Unidos (BARDIN, 1977, p.16).

⁶ Ernesto Sena e Tobias Monteiro foram responsáveis pelo pioneirismo na reportagem histórica (SENA, 1999, p.10).

regime. As últimas eleições para o Parlamento do Império mostraram o inexpressivo desempenho da idéia republicana. Elegeram-se poucos representantes, sem qualquer peso no Legislativo. O debate da República não figurava na pauta política. No Exército, a situação era diferente. Ele não era republicano, mas alguns oficiais, discípulos de Benjamin Constant, formador, pela cátedra que exercia na Escola Militar, de muitos militares, detinham pequenos nichos republicanos, muito bem colocados, principalmente na guarnição da corte, e ativos mais pelo ressentimento do Exército contra o tratamento que a Monarquia lhes dispensava do que pelas idéias. A República, para estes, era a libertação do Exército da tutela dos gabinetes, tidos e havidos como inimigos da corporação, à qual perseguiam, discriminavam e humilhavam. Os militares julgavam-se dignos do respeito nacional pela sua ação na defesa da unidade nacional, na guerra do Paraguai, na sustentação da ordem.

Ainda como descreve Sarney (SENA, 1999, p.8), entre os ‘marginalizados’ do debate político, encontrava-se Manoel Deodoro da Fonseca.

Era herói de guerra, militar totalmente dedicado às suas tarefas profissionais, sem ligações maiores na política, avesso por temperamento a composições, enérgico, exaltado, colérico e gozando de um grande respeito e liderança, sobretudo entre os mais exaltados. Para ele, o Exército era tudo, estava sempre alerta na defesa de suas prerrogativas e na exaltação dos deveres da Pátria para com ele. Por isso revoltavam-no as notícias de desprestígio e manobras para diminuir sua corporação. Este foi o filão que descobriram os oficiais republicanos para atraí-lo a um golpe militar. Primeiro, lavar a honra da corporação, destituir o Gabinete e, assim, dar um passo curto para chegar à República. Mena Barreto e Sebastião Bandeira, oficiais ligados a Deodoro e com ele solidários nas suas desavenças com Silveira Martins no Rio Grande do Sul, procuraram-no em 6 de outubro de 1889, menos de sessenta dias antes do 15 de Novembro [...]. Estava aberto o caminho para levar o Marechal à República. Nessa linha passaram a agir, intrigar e levantar a tropa. De ideal da República, nada, só os cabeças pensavam nisso e foram de grande capacidade e espertos.

Esse foi o contexto no qual Deodoro da Fonseca proclamou a República no Brasil e se tornou chefe do Governo Provisório. Portanto, ocupou o cargo mais importante do país, antes mesmo de ser eleito presidente, o que ocorreu somente em 1891. Nestes primeiros quinze meses de República, ele enfrentou diversas crises, as quais contribuíram para a contestação de sua candidatura à presidência.

A oposição tomou atitudes a fim de denunciar ações autoritárias e abusivas do Governo Provisório. Charges em revistas e até um ‘jornal bomba’ foram lançados nas vésperas da eleição presidencial, em 25 de fevereiro de 1891. Tais atitudes foram combatidas pelo Governo por meio da censura e ataques a redações de jornais monarquistas e pelos poucos deputados monarquistas que conseguiram se eleger à Assembléia Constituinte, no primeiro pleito após a Proclamação.



Os familiares e políticos que apoiavam Deodoro, conhecido como ‘deodoristas’, temiam que o caos tomasse conta do país caso ele não fosse eleito presidente. Conseguiram apoio de clubes e escolas militares e fecharam alianças com deputados republicanos.

A chapa de Deodoro tinha como candidato a vice-presidente, o almirante Eduardo Wandenkolk, representando a Marinha. Na oposição, o civil Prudente de Moraes, que exercia o cargo de presidente do Congresso, e seu vice, o militar Floriano Peixoto. Campos Sales tentou convencer Prudente a desistir da candidatura de oposição (MAGALHÃES JÚNIOR, 1957b, p.299), mas não teve êxito.

O resultado da eleição demonstrou a força da oposição. Deodoro foi eleito presidente pelo voto dos congressistas com 129 votos contra 79 votos dados a Prudente José de Moraes Barros. Em seguida, Floriano Peixoto ganha na vice-presidente.

Nos meses seguintes, Deodoro dissolve o Congresso numa tentativa de conter as revoltas e protestos que se espalhavam na capital e demais regiões do país. Renunciou ao cargo em 23 de novembro de 1891, nove meses após ter sido eleito presidente. Floriano Peixoto terminou o primeiro mandato presidencial do Brasil.

Deodoro na íntegra

O sangue político, Deodoro herdou do pai Manuel Mendes da Fonseca, vereador em Alagoas. Como os irmãos, escolheu a carreira militar. Apesar das prisões por indisciplina no início da carreira, foi soldado leal. Sempre esteve alerta na defesa de suas prerrogativas e na exaltação dos deveres da Pátria.

A política entrou na vida de Deodoro por acaso. Assumiu a vice-presidência da Província do Rio Grande do Sul e tentou conquistar uma cadeira no Senado do Império. Teria todas as chances de se tornar senador -sem usar propaganda, padrinhos e arautos-. Mas suas opiniões firmes em desacordo com a Monarquia, não o deixaram ocupar a cadeira.

Não tinha pretensão de exercer as célebres funções que a história lhe reservou. Dois meses antes da Proclamação da República, disse a um jornalista: “Com dois outros anos de vida terei chegado ao mais alto posto do Exército e cantarei no Império como galo na torre (SENA, 1999, p.27)”.

A vida reservava novas surpresas a Deodoro. Ele que não fora ministro, nem parlamentar, não realizara estudos especiais, não viajara para a Europa, sim, foi ele o escolhido para chefiar o Governo Provisório e, posteriormente, tornar-se o primeiro presidente do Brasil.



Foi um estadista improvisado e nisso, aliás, é que precisamente reside o interesse da apreciação do ângulo político de sua complexa personalidade. Ele mesmo afirma:

Procurei constituir uma ditadura de paz e harmonia. Posso ter errado; é possível mesmo que o meu governo tenha cometido mais de um desacerto administrativo; tenho, porém, a consciência tranqüila, porque nunca me deixei guiar senão pelas sugestões do bem comum que me estava confiado (MAGALHÃES JUNIOR, 1957, p. 233).

Deodoro não mediu esforços para conter os oposicionistas. Primeiro, depôs o gabinete monárquico de Ouro Preto, e já na República, enfrentou ferozes deputados como César Zama, Carlos de Laet, Prudente de Moraes e outros.

Por vezes, o próprio Deodoro ‘cultivou’ as mágoas de seus opositores ao elaborar decretos contraditórios e polêmicos. Um desses decretos limitou a liberdade de imprensa. Os jornais monarquistas sofreram censura, tiveram as redações atacadas e os jornalistas reprimidos. O autoritarismo prevaleceu nos conturbados primeiros anos de República, ferindo a opinião pública.

Deodoro ‘enfrentou’ os próprios ministros acreditando estar agindo de maneira correta, como, por exemplo, no caso do Porto das Torres. E os ministros ‘responderam’ com ameaças de deixar o governo, como então o fizeram em janeiro de 1891, um mês antes das eleições presidenciais. Como chefe do Governo Provisório, Deodoro, naturalmente, era candidato à presidência. Seu prestígio passou a ser contestado após dois principais episódios: a demissão coletiva dos ministros e o assalto à redação d’*A Tribuna*, ambos, meses antes das eleições presidenciais.

Contando com o apoio de deodoristas, a candidatura oficial de Deodoro foi ‘confirmada’ em reunião estratégica convocada por Campos Sales. Isso há um mês e um dia antes da eleição que viria formalizar sua permanência no cargo mais importante do país.

A principal estratégia de propaganda política ‘adotada’ por Deodoro foi à discrição. Não distribuiu panfletos e jornais, não falou de Plano de Governo, não fez comícios e festas. Somente defendeu seu governo em discursos no Congresso e compareceu a festividades públicas, onde era exaltado.

Os deodoristas, sim, adotaram a técnica do convencimento ‘boca-a-boca’ para pedir votos. Fecharam alianças com deputados e conseguiram apoio de parte das forças armadas. O Exército ajudou a pressionar os constituintes, pois não queriam ver desprestigiado o grande líder da classe militar.

A oposição atuou com mais ferocidade. Lançou edições extras de jornais e panfletos a fim de denegrir a imagem do candidato da situação, espalhou cartazes pelas principais ruas da Capital Federal, aprovou moções de repúdio, denunciou o nepotismo e usou ‘*estatísticas*’ -embrião de pesquisa eleitoral-, demonstrando a adesão dos representantes paulistas nas eleições presidenciais. Por meio do deboche e zombaria, a imprensa ilustrada satirizou ações de Deodoro como chefe de estado. Apesar de Ângelo Agostini nutrir ‘simpatias’ pelo marechal, suas charges eram festejadas pelos opositores. Nas charges, valia bebê representando a ‘recém-nascida’ República, belas mulheres remetendo a recém-aprovada Constituição, e damas nuas simbolizando a imprensa censurada.

O clima de tensão prevaleceu no dia 25 de fevereiro de 1891. Boatos circularam no Rio de Janeiro, confirmando que caso a oposição vencesse a eleição, ocorreria uma revolta e Deodoro seria proclamado ditador. Ele não precisaria ganhar a eleição nem fazer campanha eleitoral para se tornar ‘presidente’. O Exército, pessoalmente dedicado a ele, não se resignou a deixá-lo cair. Apesar da relevante votação de Prudente de Morais, Deodoro venceu a eleição.

É mister constar que a população assistiu ‘bestializada’⁷ estes acontecimentos, apesar da eleição presidencial ter sido ‘comemorada’ na seleta Capital Federal. Os prédios públicos e os jornais festejaram o resultado da eleição, mantendo as luzes acessas durante a noite.

Na análise da cobertura das eleições presidenciais feita pelo *O Paiz*, apareceram mais manifestações de apoio à candidatura de Deodoro do que de repúdio. Os congressistas deixaram seus depoimentos registrados nas falas transcritas pelos jornalistas, durante as sessões do Congresso.

No dia 19 de fevereiro de 1891, Lopes Trovão evidencia que não tinha receios do marechal no poder; no dia 22, o candidato à vice de Deodoro, Eduardo Wandenkolk, faz questão de constar o apoio que sua candidatura recebeu da Marinha; no dia 22, o capitão Joaquim Almeida afirma que “a eleição de Deodoro representa mais que um penhor político é a recompensa do seu mérito (O PAIZ, 1891)”; no dia 24, os deputados Jacques Ourique e Ramiro Barcello rebatem críticas à candidatura de Deodoro; no dia

⁷ Termo criado por José Murilo de Carvalho, adotado por pesquisadores brasileiros. In: CARVALHO, José Murilo de. **Os bestializados**: O Rio de Janeiro e a República que não foi. São Paulo: Cia das Letras, 1987.



25, Joaquim Carvalho assina a coluna ‘Secção Livre’ em apoio a Deodoro, assim como Gentil de Alencar Sabóia cumprimenta o vice Eduardo Wandenkolk.

As demonstrações de repúdio foram encontradas no dia 19, no depoimento de Marciano de Magalhães durante a sessão do Congresso; no dia 24, Victorino Monteiro reconhecia a ‘incapacidade’ do chefe do Governo Provisório assim como também declararam Barbosa Lima e César Zama.

Nos dez dias de análise d’*O Paiz*, de 18 a 27 de fevereiro de 1891, constatou-se que a maioria das notícias das primeiras páginas eram transcrições literais das sessões do Congresso. Nas demais páginas constavam artigos opinativos, supõe-se que pagos e assinados pelos autores, declarando apoio a Deodoro e ao seu vice Wandenkolk (este último derrotado na eleição).

A posição política do jornal *O Paiz* foi favorável a Deodoro. Isto ficou evidente na edição de 26 de fevereiro, quando a imagem do recém eleito presidente apareceu destacada na parte superior da primeira página com a seguinte legenda: “*O Paiz* já previa a vitória de Deodoro (O PAIZ, 1891)”. O jornal também ressaltou que foi o primeiro a divulgar o resultado do pleito.

Os outros três jornais encontrados -*O Estado de São Paulo*, *Gazeta de Notícias e Jornal do Commercio*- na data específica de 26 de fevereiro, não aprofundaram as notícias da eleição, somente divulgaram o resultado. Os textos de opinião apareceram em menor quantidade, se comparado a’*O Paiz*.

Luís Inácio Lula da Silva para presidente - Breve resgate histórico

Luiz Inácio Lula da Silva é o destaque da contemporaneidade. Ele não só fez o caminho que marca a saga das famílias da seca que procuram um lugar mais digno de sobrevivência, como também foi eleito com o recorde em eleição no país com 52,79 milhões de votos, alcançando em 2002 o topo máximo da hierarquia política de um país democrático, a cadeira de presidente da República.

Lula nasceu em 06 de outubro de 1945 em Garanhuns, interior de Pernambuco, sua mãe Eurídice Ferreira de Melo, apelidada de dona Lindu, e seu pai Aristides Inácio da Silva moravam numa casa simples, quarto, sala, cozinha.

Teve uma infância pobre em São Paulo, com sua família e iniciou-se no trabalho de operário logo na adolescência e se profissionalizou neste cargo na maturidade, além de exercer papel importante na história do sindicalismo brasileiro. Antes de Lula ganhar as eleições do sindicato em 1975, como presidente, já havia passado por outros setores

nos anos anteriores, amadurecendo o entendimento sobre as funções reais do sindicato e originando novos ideais de sindicalismo, que marcaram os anos setenta.

Na gestão de 1978, o sindicato começaria a tomar partido mais firmemente em relação a candidatos ao Senado Brasileiro. Nas eleições de 1978, Lula escolheu seu primeiro candidato, em um apoio formal, Fernando Henrique Cardoso – FHC.

A escolha não foi automática⁸, visto que o resultado se deu do empenho do sociólogo Francisco de Oliveira⁹, que foi até São Bernardo pedir o apoio do sindicalista e de sua categoria, para seu ex-aluno e amigo FHC (MARKUN, 2002, p.121).

No ano de 1979, Lula teve contato com intelectuais, pessoas ligadas a comunidades eclesiais de base (da Igreja Católica) e outras lideranças políticas que almejavam fundar um partido exclusivo dos trabalhadores. Lula, ao conhecer essa proposta, começou a levá-la adiante, propondo reuniões, jantares, encontros para que esse partido saísse do papel. Em 10 de maio foi divulgada a “Carta de Princípios” que, dentre outros elementos, retratava de maneira denunciatória a pobreza e afirmava que ela não seria resolvida sem o concurso decisivo e organizado dos trabalhadores. O primeiro comício do partido recém-criado – Partido dos Trabalhadores (PT),¹⁰ aconteceu no dia 07 de outubro de 1979, em Feira de Santana, na Bahia.

Em 1982, haveria eleições diretas para vereadores, deputados estaduais e federais, senadores, governadores e prefeitos (salvo os das capitais e áreas de segurança), e o PT concorreria às suas primeiras eleições. O nome de Lula encabeçava as quatro chapas na pré-convenção do partido. Logo foi aclamado como candidato a governador por São Paulo. O principal slogan de Lula era: vote três, o resto é burguês!¹¹ (MARKUN, 2002, p.195). Lula ficou em quarto lugar nas eleições¹², com cerca de 1.144.648 votos, mas o PT conseguiu sua entrada no congresso nacional. Ele elegeu oito

⁸ Lula, em conversa com FHC, propôs diretrizes para seu programa, como o direito de greve, a liberdade de organização sindical e a definição de que os salários não causavam inflação, como havia rumores. Eles também combinaram que o advogado do sindicato, Maurício Soares, seria o suplente de FHC. E como resultado deste “acordo”, FHC encaminhou à direção do MDB (único partido político de oposição ao do regime militar – Arena) uma proposta de emenda constitucional restabelecendo o direito de greve.

⁹ Professor de sociologia aposentado da USP, que foi um dos mentores na formação do Partido dos Trabalhadores - PT.

¹⁰ O PT foi o partido pelo qual Lula candidatou-se à Presidência em 1989, 1994, 1998 e 2002, quando se elegeu. Ele permanece no partido, mesmo com passagens turbulentas nos anos 2004-2006, bem como depois do “racha” que levou alguns membros mais esquerdistas do PT a saírem e formarem um novo partido, o PSOL (Partido Socialismo e Liberdade) em meados de 2003.

¹¹ Três era o número do PT naquela época.

¹² O governador do Estado de São Paulo, Montoro (MDB), se elegeu com 5.209.952 votos como slogan: “o senador dos trabalhadores”. Em segundo ficou Reynaldo de Barros, do PDS, com 2.728.732 votos. O terceiro foi Jânio Quadros, que obteve 300 mil votos a mais que Lula. Rogê Ferreira ficou em quinto e último lugar com cerca de 100 mil votos.

deputados federais: seis por São Paulo, um pelo Rio e outro pelo Acre, conquistou duas prefeituras – Diadema, no ABC, e Santa Quitéria, no Maranhão (MARKUN, 2002, p.195).

Lula não gostou de ser mais um parlamentar entre os 500 no Congresso e, em outubro de 1986, tentou renunciar ao mandato, mas desistiu, “(...) diante do argumento de que isso o prejudicaria diante de seus adversários na disputa presidencial, já que Ulysses, Covas, Guilherme Afif Domingos e Roberto Freire eram parlamentares e candidatos a presidente (MARKUN, 2002, p.216)”.

Em 1989, Lula se candidatou para a Presidência da República pela primeira vez. Aproveitou, nos dois anos anteriores, as vitórias de algumas prefeituras do PT para alavancar sua marca de campanha eleitoral, com o slogan nos outdoors junto aos prefeitos vitoriosos: “O Brasil vai mudar de cara, Lula presidente”.

O cenário eleitoral de Lula estava tenso e sua imagem estava associada a baderneiros e criminosos pelos meios de comunicação, em geral. O resultado foi à vitória de Fernando Collor de Mello por 42,75% contra 37,86% de Lula.

Lula não desistiu do sonho de se tornar presidente do país. Nas eleições de 1994, ele candidatou-se novamente, com um PT mais maduro e um Lula menos radical sobre o projeto do partido. Lula perdeu a eleição de 1994, no primeiro turno, por 27 milhões de votos contra 54,3 do tucano (MARKUN, 2002, p.259).

Em 1998, o quadro eleitoral não foi diferente para Lula. Ele perdeu no primeiro turno com 21 milhões de votos (quatro milhões a mais que 1994), contra 35 milhões de votos de FHC.

Análises que comprovam

Uma das hipóteses levantadas para esta pesquisa se baseou em remeter ao papel das revistas como meios que desenvolvem linhas parcializadas sobre a imagem do candidato Luiz Inácio Lula da Silva, desrespeitando as normas do gênero informativo, e do descaso com o rigor das fontes depoentes. Ela foi confirmada. A densidade da confirmação pôde expor de maneira aprofundada na parte das análises, de quê maneira o enviesamento foi realizado, quais recursos utilizados como padrões de manipulação que as revistas tiveram como fundamento ideológico e principalmente qual foi o resultado, em termos de qualificações e desqualificações que elas demarcaram sobre o candidato em destaque. Averiguou-se, contudo, as seguintes parcializações das revistas semanais *CartaCapital* e *Veja* sobre a imagem construída do candidato do PT, Lula.

CartaCapital:

A revista *CartaCapital* construiu a imagem de Lula como um candidato preparado, maduro, experiente, ao mesmo tempo que negociador, conciliador, capaz de administrar o país se utilizando de bases mais justas para com as classes sociais inferiores economicamente.

Nesse sentido, induziu o leitor da revista criando a imagem de Lula de acordo com seu ponto de vista sobre política e economia brasileira. Desde as primeiras edições, analisadas do mês de setembro, fica demonstrado o posicionamento de *CartaCapital* alinhado com Lula na presidência.

A opção de *CartaCapital* pela parcialidade, em favorecer Lula, claramente, comprometeu princípios jornalísticos, dentre eles o principal: a objetividade com o fato real. Com isso, percebe-se o descaso com a presença de fontes para trazer opiniões aos leitores: a própria *CartaCapital* opinou. E, em todos os textos estilo reportagem, 42% do material analisado, foram utilizadas opinião em favor do candidato Lula.

A estratégia utilizada pela revista no apoio a Lula foi defendendo o candidato das acusações de Serra e de outros meios de comunicação. E, para isso, ela cria as reportagens dividindo o fato e mesmo o mundo das idéias, em duas vertentes antagônicas. O mundo do Bem e o mundo do Mal. Lula representa a vítima, e portanto o mocinho do bem dessa criação, e Serra o inimigo, o vilão. O desenvolvimento dessa ação é visto nas reportagens: “E a máquina avança”, “Vade-Retro” e “Óleo da máquina”.

As acusações a Serra não trouxeram comprovações, marginalizando a informação ao nível de descrédito, por não apresentarem valor real enquanto informação verídica. Na defesa de Lula, obteve-se uma reportagem que o defendia, afirmando que sua imagem não foi controlada pelo marketing político, enquanto as outras sete não se posicionaram sobre esse fator.

E para equiparar Lula a um candidato preparado e capaz de administrar o país, o editor-chefe e proprietário de *CartaCapital* propõe a comparação entre Machado de Assis e Lula, remetendo ao primeiro a questão de não ter formação escolar tradicional e de Lula como seu seguidor. Também associa Lula ao defensor do nacionalismo e das idéias de privilégio nacional em detrimento da linha econômica neoliberal adquirida no Brasil na gestão Collor e, em maior fomentação, nos anos FHC.

Das oito reportagens, três defenderam a figura de Lula, mencionando que não se importavam com o grau de escolaridade para afirmarem que o acham preparado

politicamente para assumir o posto de Presidente. Bem como houve quatro reportagens dizendo que Lula é capaz de administrar o governo e ser um político honesto.

Do material opinativo, verificou-se que todas as onze unidades analisadas apontam Lula como capaz de administrar a Presidência da República. E dessas onze unidades, quatro associaram Lula a ser honesto. No andamento dessa idéia de Lula defensor do país, frente à pressão internacional, o repórter Sérgio Lício opina na reportagem “Empresários Paz e amor”, “cristaliza-se em alguns setores a impressão de que Lula e o PT reúnem as melhores condições de implantar um projeto nacional, cujos alicerces estariam na redução da desigualdade social e no incentivo ao mercado consumidor interno”.

Mino Carta também coloca Lula como representante do trabalho, ou seja, símbolo do povo, como se vê no editorial “*CartaCapital* escolhe Lula”, “(...) pela primeira vez, um representante do trabalho”. Além de qualificá-lo como grande negociador e administrador,

Ele representa a chance de mudar a política econômica que nos conduziu ao desastre. Tem autoridade para gerir tensões sociais crescentes. É negociador adequado nas cortes internacionais, onde goza de maior prestígio do que gostaria quem o ataca e o denigre.

Na semana de 09 de outubro, a reportagem “Óleo na máquina”, recomenda o voto em Lula, e o qualifica como um aglutinador. Lula, que tem “(...) claramente muito mais condições políticas de se tornar um aglutinador, de voltar a exercitar o papel que viveu no passado, apesar da aura de extremista: o de um negociador”, bem como o associa a hábil negociador por fundar o PT, a CUT, sem deixar “cacos pelo caminho”. A mesma reportagem reporta um governo Lula “(...) que se propõe a construir ‘um novo contrato social’”, no país.

Nesse sentido, identificou-se que, das oito reportagens analisadas, seis atrelaram Lula a uma imagem popular, reforçando as pontuações averiguadas na análise qualitativa. E do material opinativo, nove unidades de análises o colocaram como popular. A revista *CartaCapital* manteve-se favorável a um eventual governo de Lula e associou a figura do candidato a várias qualificações, tais como:

1. Definiu a imagem de Lula como um candidato preparado, maduro, experiente, ao mesmo tempo que negociador, conciliador, capaz de administrar o país, utilizando-se de bases mais justas para com as classes sociais inferiores economicamente.
2. Lula como o candidato que precisa ser defendido do “mal” que o assola, sempre é a vítima e

mocinho da história. 3. Associação de Lula com Machado de Assis, remetendo a este a questão de não ter formação escolar tradicional e de Lula como seu seguidor. 4. Compara Lula como o defensor do nacionalismo e das idéias de privilégio nacional em detrimento da linha econômica neoliberal adquirida no Brasil na gestão Collor e, em maior fomentação, nos anos FHC. 5. Lula é capaz de administrar o governo. 6. Lula é honesto. 7. Lula e o PT reúnem as melhores condições de implantar um projeto nacional, cujos alicerces estariam na redução da desigualdade social e no incentivo ao mercado consumidor interno. 8. Lula como representante do trabalho, ou seja, símbolo do povo e popular.

Veja:

No começo das edições de setembro, em específico nas três primeiras, a revista *Veja* opta por se manter contra a candidatura Lula de maneira mais tímida, comparando com as espetaculosas versões criadas, denegrindo sua imagem, no mês de outubro.

Veja utiliza, nas primeiras edições de setembro, o padrão de manipulação por fragmentação (ABRAMO, 2003, p.28) em que trazia na proposta das temáticas principais “o crescimento de Lula nas pesquisas”, mas ao invés de aprofundar neste temas, como o prometido, em título, linha fina, propõe nas reportagens outro rumo, em direção à reafirmação de Serra como o candidato ideal. E, ao falar de Lula nessas reportagens descontextualiza-o da idéia primária, problematizando a estrutura da “profundidade” prometida.

Para iniciar a crítica ao candidato Lula, compara-o a um candidato com fragilidade política, e em argumento a essa opinião declara que ele está tendo dificuldades em encontrar apoios firmes, sólidos, e faz isso sem sugerir fontes de pesquisa ou depoimentos de cientistas políticos entre outros especialistas na área política-aliança.

Depois aponta, opinando, que Lula tem falhas em sua formação, que não é um político preparado e, portanto, não pode ser eleito presidente do país.

Duas reportagens e três artigos disseram que é ruim a formação escolar do candidato Lula. Um outro indicativo que colabora para o desgaste da imagem de Lula é *Veja* associar a esposa de Lula, Marisa, a uma antiga dona-de-casa, de maneira preconceituosa e diminutiva, comparando a “nova roupagem” dela com a do marido, desenvolvendo nisso a figura de um Lula ambíguo e desonesto. Nesse sentido, foram computadas cinco reportagens que atrelaram Lula a uma figura desonesta e sete unidades de análise opinativa afirmando o mesmo.

Uma problemática que é marcante nas reportagens da revista é que muitas delas não apresentam autoria demarcada, sugerindo o descaso com a informação transmitida. O segundo descaso, não menos grave, são as utilizações de fontes “não existentes”, enquanto fonte jornalística, tais como “um cacique do PT”, “muitos dirigentes”, “coordenadores do comitê petista”, dentre outros, demarcando a descrença do material transmitido, enquanto informações válidas.

Já no final de setembro e começo de outubro, *Veja* sai da timidez e começa a desenvolver os insultos sobre o candidato Lula. E, para isso, se utiliza de comparações místicas, como a palavra “bruxo”, para definir as pessoas que acham que Lula pode vencer as eleições logo no primeiro turno. Nas primeiras semanas de outubro, *Veja* associa uma possível vitória de Lula no segundo turno ao medo do mercado e à crise econômica vigente no país, externando medo aos eleitores com as versões que cria.

Outros elementos opinativos e ricos de significados deturpadores da imagem de Lula são as ilustrações e fotos trazidas por *Veja*, nas capas e no acompanhamento das reportagens internas. As fotos e ilustrações criam um Lula autoritário, em associação a Hitler, um candidato despreparado e que demonstra insegurança para governar o país, na inclusão dele segurando a “ala radical do PT”, no centauro.

Transfere a Lula a definição de candidato despreparado que é comandado pelos pensamentos do deputado José Dirceu, impressionando o leitor, com argumentos que identificam Dirceu como autoritário e capaz de tudo para chegar ao poder, de quem Lula seria a escada.

Na análise quantitativa, averiguou-se, no item sobre se Lula é capaz de administrar o governo, que seis reportagens se posicionaram de maneira negativa à mesma, colocando-o como inapto à governança, e cinco unidades de análise opinativa afirmaram que Lula não é capaz de administrar o país.

Também coloca Lula como uma criação do marketing político desenvolvido pelo publicitário Duda Mendonça. Seis reportagens afirmaram que Lula é controlado pelo marketing político. Nas edições de final de outubro, Lula é atrelado ao MST, à CUT, às Farcs e principalmente à influência da “ala radical do PT” que chega a chamá-la de os “xiitas brasileiros” prospectando, e amedrontando, que eles irão cobrar a fatia de poder num eventual governo Lula.

Logo a revista *Veja* manteve-se contra um eventual governo de Lula e associou a figura do candidato a várias desqualificações, tais como:

1. Padrão de manipulação por fragmentação em que trazia na proposta das temáticas principais “o crescimento de Lula nas pesquisas”, mas ao invés de aprofundar esse tema, como o prometido, em título e linha fina, desenvolve nas reportagens outro rumo, em direção à reafirmação de Serra como o candidato ideal. 2. Composição do candidato como frágil em relação a alianças políticas. 3. Aponta Lula como candidato que possui falhas em sua formação escolar. 4. Político despreparado e não pode ser eleito presidente do país. 5. Candidato ambíguo e o atrela a uma pessoa desonesta, principalmente, em razão da sua “nova roupagem” estética. 6. O candidato que amedronta o mercado. 7. Associa o candidato como autoritário. 8. Afirma que a voz ativa nas decisões do candidato é José Dirceu. 9. Coloca o candidato como perturbador às manutenções governamentais vigentes em razão da pressão que irá sofrer da “ala radical”.

Conclusões

Tanto Deodoro da Fonseca como Lula, tiveram uma infância simples no nordeste do Brasil, o primeiro no estado de Alagoas e o segundo em Pernambuco. De família, cultura e épocas histórias distintas houve proximidades e diferenças políticas da imprensa que os apoiou e os elegeu.

A única imprensa de grande circulação e de credibilidade jornalística que apoiou Lula, ainda abertamente, nos antecedentes de 2002 foi a revista semanal *CartaCapital* e se utilizou do fórum de defini-lo como o mais próximo dos candidatos, em termos ideológicos, que a revista reivindica como candidato democrático e que visa o bem-social e coletivo.

Neste sentido a imprensa na época de Deodoro, como o jornal *O Paiz* também se manteve favorável, de maneira geral, nas edições que antecederam o pleito presidencial. A imagem que o jornal ‘pregou’, foi de um Deodoro como sendo ‘a melhor’ indicação para presidir o país, pois era militar e já chefia o Governo Provisório. Os deodoristas pregavam que a República, recém proclamada no país, precisava de alguém com o ‘punho forte’ de Deodoro.

A imagem de candidato “cheio de alianças” também foi demonstrada na revista *Veja*, com olhar negativo, e da *CartaCapital*, com olhar positivo, sobre Lula. Referente a Deodoro, enquanto o jornal *O Paiz* publicava mais declarações favoráveis à candidatura do marechal, a *Revista Ilustrada*, satirizava negativamente as ações políticas de Deodoro enquanto ‘chefe’ do país. Muitas das técnicas de propaganda usadas no final do século XIX foram aperfeiçoadas nas décadas seguintes e hoje são



profissionalmente desvendadas. Como a evolução dos comícios, reuniões partidárias, jornais políticos, pesquisas eleitorais, panfletos, propaganda oral (boca-a-boca), cartazes, dentre outras técnicas. Males como a corrupção, nepotismo, apadrinhamento, etc, infelizmente persistem.

Por fim, é mister constar que em ambas campanhas eleitorais, o papel de líder de classe foi fundamental, Deodoro representando os influentes militares no início da República e, Lula como símbolo do sindicalismo nas Diretas Já. O resultado de vitória nas eleições de ambos não surpreendeu. No caso de Deodoro, os ‘deodoristas’ asseguraram os votos dos parlamentares, e no caso de Lula, após diversas derrotas, sua imagem era de um ‘homem preparado’ para governar o país.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2003. 63 p.

ALCÂNTARA, Eurípedes. Transição na crise. **Veja**. São Paulo: Abril, n.1774, p.35-37, 23 out. 2002.

AGOSTINI, Ângelo. Alvorece o anno de 1891 (Figura 17). *Revista Illustrada*, 1891. In: **REVISTA DE HISTORIA DA BIBLIOTECA NACIONAL**. Ano 1, nº 5, nov., 2005.

_____, Ângelo. Apagando o fogo (Figura 4). *Revista Illustrada*, 1890. In: MAGALHÃES JUNIOR. **Deodoro – a espada contra o império: O galo na Torre**. Vol. II, São Paulo: Cia Nacional, 1957b.

_____, Ângelo. Brincos infantis (Figura 12). *Revista Illustrada*, 1891. In: MAGALHÃES JUNIOR. **Deodoro – a espada contra o império: O galo na Torre**. Vol. II, São Paulo: Cia Nacional, 1957b.

_____, Ângelo. Eleição presidencial (Figura 11). *Revista Illustrada*, 1891. In: MAGALHÃES JUNIOR. **Deodoro – a espada contra o império: O galo na Torre**. Vol. II, São Paulo: Cia Nacional, 1957b.

_____, Ângelo. Proclamação da república no Brazil (Figura 1). *Revista Illustrada*, 1889. In: MAGALHÃES JUNIOR. **Deodoro – a espada contra o império: O galo na Torre**. Vol. II, São Paulo: Cia Nacional, 1957b.

_____, Ângelo. Promulgação da constituição (Figura 10). *Revista Illustrada*, 1891. In: MAGALHÃES JUNIOR. **Deodoro – a espada contra o império: O galo na Torre**. Vol. II, São Paulo: Cia Nacional, 1957b.

_____, Ângelo. Saudação à volta ao estado de direito (Figura 18). *Revista Illustrada*, 1891. In: D'AMARAL, Márcio Tavares (texto); LA COMBE, Américo Jacobina (superv.). **Marechal Deodoro – A vida dos grandes brasileiros - 4**. São Paulo: Três, 1974.

_____, Ângelo. Segundo Ministério do Governo Provisório (Figura 9). *Revista Illustrada*, 1890. In: MAGALHÃES JUNIOR. **Deodoro – a espada contra o império: O galo na Torre**. Vol. II, São Paulo: Cia Nacional, 1957b.

_____, Ângelo. Todos generais! (Figura 5). *Revista Illustrada*, 1890. In: MAGALHÃES JUNIOR. **Deodoro – a espada contra o império: O galo na Torre**. Vol. II, São Paulo: Cia Nacional, 1957b.

_____, Ângelo. Um anno! 15 de Novembro de 1890 (Figura 8). *Revista Illustrada*, 1890. In: MAGALHÃES JUNIOR. **Deodoro – a espada contra o império: O galo na Torre**. Vol. II, São Paulo: Cia Nacional, 1957b.



- AOS DEBATES, companheiros! **Veja**. São Paulo: Abril, n.1773, p.09, 16 out. 2002.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70. Martins Fontes, 1977. 13-141 p.
- CARTA, Gianni. Marco Político. **CartaCapital**. São Paulo: Confiança, n.210, p.32-34, 09 out. 2002.
- CARTA, Mino. CartaCapital escolhe lula. **CartaCapital**. São Paulo: Confiança, n.209, p.18, 02 out. 2002.
- CARTA, Mino. Escolhemos LULA há muito tempo. **CartaCapital**. São Paulo: Confiança, n.210, p.21, 09 out. 2002.
- CARTA, Mino. Machado também não era “preparado”. **CartaCapital**. São Paulo: Confiança, n.208, p.20, 25 set. 2002
- CARVALHO, José Murilo de. **Os bestializados**: O Rio de Janeiro e a República que não foi. São Paulo: Cia das Letras, 1987.
- CHOMSKY, Noam; HERMAN. S. Edward. **A manipulação do público**. Política e poder econômico no uso da mídia. Tradução Bazán tecnologia e lingüística. [s. ed.]. São Paulo: Futura, 2003. 12-94 p.
- CRISTÃOS-novos do capitalismo. **Veja**. São Paulo: Abril, n.1770, p.38-45, 25 set. 2002.
- “EU MUDEI. O Brasil também”. **Veja**. São Paulo: Abril, n.1770, p.88-89, 25 set. 2002.
- FERNANDES, Bob. E a máquina avança. **CartaCapital**. São Paulo: Confiança, n.207, p.24-29, 18 set. 2002.
- FERNANDES, Bob. Vade-retro. **CartaCapital**. São Paulo: Confiança, n.208, p.26-31, 25 set. 2002.
- GRAIED, Carlos. Vai ser preciso segurar. **Veja**. São Paulo: Abril, n.1774, p.38-44, 23 out. 2002.
- LIMA, João Gabriel de. Nem todos que lulam são PT. **Veja**. São Paulo: Abril, n.1774, p.46-47, 23 out. 2002.
- LIMA, João Gabriel de & OYAMA, Thais. O homem que faz a cabeça de Lula. **Veja**. São Paulo: Abril, n.1770, p.46-52, 25 set. 2002.
- LÍRIO, Sergio. Empresários paz e amor. **CartaCapital**. São Paulo: Confiança, n.209, p.26-28, 02 out. 2002.
- LÍRIO, Sergio. Óleo na máquina. **CartaCapital**. São Paulo: Confiança, n.210, p.18-20; 22-26, 09 out. 2002.
- LULA lá no primeiro turno? **Veja**. São Paulo: Abril, n.1768, p.70-73, 11 set. 2002.
- MAGALHÃES JUNIOR, Raimundo. **Deodoro - a espada contra o império**: O aprendiz de feiticeiro (da Revolta Praieira ao Gabinete Ouro Preto). Vol. I, São Paulo: Cia Nacional, 1957.
- MAINARDI, Diogo. Lula e “as elite”. **Veja**. São Paulo: Abril, n.1772, p.120, 09 out. 2002.
- PAIZ (O)**. Rio de Janeiro, Quarta-feira, 18 fev. 1891. (microfilme)
- PAIZ (O)**. Rio de Janeiro, Quinta-feira, 19 fev. 1891. (microfilme)
- PAIZ (O)**. Rio de Janeiro, Sexta-feira, 20 fev. 1891. (microfilme)
- SENA, Ernesto. **Deodoro**: subsídios para a história. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 1999.