



O Espetáculo como Manchete: Da Candelária, uma Multidão Pede Eleições Diretas para Presidente do Brasil¹

Rosane Martins de Jesus²

Universidade Federal do Ceará

Resumo

Na sociedade midiaticizada, espetáculo, mídia e política se amalgamam em diversos momentos. A cobertura da Campanha Diretas Já é um dos exemplos dessa combinação. Tendo como referencial-metodológico a análise do discurso, da escola francesa, esse artigo analisa os discursos acerca do comício pró-diretas – realizado na Candelária, no Rio de Janeiro – apresentados pelo jornal Folha de S.Paulo e pela revista Veja, nos dias 11 e 18 de abril de 1984, respectivamente. A intenção é mostrar como cada um desses veículos de comunicação, ao seu modo, ativou os dispositivos constitutivos do evento espetacular. Ao passo que propomos uma reflexão, a respeito da forma como os discursos jornalísticos conduzem a espetacularização de eventos criados para serem vistos e sentidos, através da mídia, como no caso da Campanha Diretas Já.

Palavras-chave

Jornalismo político; espetacularização; Diretas Já; Folha de S.Paulo; Revista Veja;

Introdução

Na história política brasileira, percebe-se a atuação da mídia no decorrer da instauração das formas de Governo. Em 1964, por exemplo, quando foi estabelecido o Regime Militar e em 1984, quando iniciou o processo de redemocratização do Brasil, a mídia esteve envolvida de forma atuante, não só informando, mas principalmente influenciando a opinião pública. Fernando Lattman-Weltman (2004), em artigo apresentado à Compós – Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Comunicação –, abordou o lugar da mídia nas transições políticas brasileiras, mas

¹ Trabalho apresentado no GT Teorias do Jornalismo, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Bacharel em Comunicação Social, com hab. em Jornalismo, pela Universidade Federal do Piauí - UFPI (2006); especialista em História Cultural, também pela UFPI (2008). Mestranda em Comunicação, na Universidade Federal do Ceará - UFC, onde é bolsista da Funcap – Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico e participante do Lepem - Núcleo de Estudos de Política, Mídia e Processos Eleitorais. E-mail: rosanecomun@hotmail.com



ressaltou que a variável “mídia”, à época, ainda era pouco explorada nas interpretações acerca dos “sentidos e significados dessa transição”.

Sabe-se que muitos dos temas que são incluídos nas agendas de interesses pessoais são dados pela mídia. Nas conversas cotidianas, comentam-se os fatos que chegam através dos veículos de comunicação. Numa sociedade, cada vez mais, ambientada pela mídia, é comum que os assuntos de interesses pessoais, se estruturam a partir dos assuntos estabelecidos pelos *mass media*³.

No que se refere aos assuntos ligados à política, não é diferente. Muito do que se comenta a respeito desta área, nos é apresentado em especial pela grande mídia. Nesse ponto, o jornalismo político funciona como uma espécie de ponte entre os bastidores e a esfera pública; mas ao passo que fornece informações acerca da política, ele também transmite construções interpretativas acerca dos assuntos que reportam.

Observa-se que à medida que a atuação da mídia tornou-se mais presente na vida das sociedades, algumas áreas, dentre elas a política, precisaram se adequar as necessidades das audiências dos *mass media*, que passaram a ser também seu público alvo. Como essa audiência, segundo Guy Debord (1997) a partir do momento em que a sociedade se constituiu como midiaticizada, ela se interessa prioritariamente pelo espetáculo, a política muda a forma de se apresentar, para ser incluída nesse novo cenário de exposição que é a mídia. Essa mudança conduz, conseqüentemente, a uma nova maneira de narrar a política na mídia. Nesse ponto, o jornalismo político deixa de ser puramente informativo para se tornar interpretativo, reforçando, ainda, o que há de espetacular.

No Brasil, uma das coberturas midiáticas, realizada na década de 1980, que reúne espetáculo, mídia e política é a cobertura da campanha Diretas Já⁴, realizada por alguns veículos de comunicação. Destaca-se que a partir da década de 1980, os eventos políticos, feitos no Brasil, passaram a ser produzidos para serem vistos e sentidos.

O agendamento da Campanha praticado pela mídia brasileira se deu de várias maneiras. Ao passo que alguns veículos da mídia impressa, como o jornal Folha de S.Paulo, conduziam uma cobertura intensa acerca da temática; veículos da mídia

³ No âmbito das teorias do jornalismo, o agendamento de temáticas a serem abordados nos discursos jornalísticos é conhecido como hipótese do agenda-setting.

⁴ Realizada entre 1983 e 1984, a campanha Diretas Já marcou o início do processo de redemocratização do Brasil. Nesse episódio, a participação da mídia, especialmente, a dos veículos impressos foi fundamental para o aumento da popularidade da Campanha, levando milhares de brasileiros aos comícios em defesa da realização de eleições diretas.



televisiva, a exemplo da Rede Globo, ignoraram a mobilização, excluindo o assunto de suas agendas; até o momento em que se viram obrigados a ceder ao interesse público.

Nesse artigo, serão analisados os discursos jornalísticos, acerca do comício pró-diretas, realizado no Rio de Janeiro, nas imediações da Igreja da Candelária, no dia 10 de abril de 1984, reportados pelo jornal Folha de S.Paulo, no dia 11 de abril de 1984 e pela revista Veja, no dia 18 de abril de 1984. A partir da análise desses discursos, destacar-se-á como esses veículos de comunicação construíram a imagem do comício e da própria Campanha Diretas Já e como eles ativaram os “dispositivos constitutivos do evento espetacular” de forma a apresentar o comício como um grande espetáculo. Mas, antes disso, falar-se-á a respeito da adequação da política aos formatos da mídia e sua conseqüente espetacularização, bem como serão destacados aspectos do jornalismo político praticado no Brasil.

1 - A política e os meios de comunicação de massa: adaptação e conseqüências

A intensificação da presença dos meios de comunicação de massa na sociedade provocou mudanças significativas na forma como diversas atividades se apresentam e são apresentadas para o grande público. Segundo Wilson Gomes (2004) algumas das transformações da atividade política, por exemplo, estão relacionadas à colocação dos *mass media* na posição de “meio-ambiente” onde se desenvolve as comunicações em geral; e outras se devem a consolidação dos regimes democráticos. Nesse texto, abordar-se-á, especificamente, o primeiro ponto.

De fato, com a expansão dos *mass media* na sociedade, a política ampliou o cenário de debate e exposição. Esse deixou de ser somente os plenários e as reuniões isoladas, para se estender ao âmbito midiático, onde ela é comentada e debatida na mídia e principalmente pela mídia. Dessa forma, a política precisou se adequar aos novos formatos do sistema midiático para atender as necessidades de uma sociedade midiaticizada. Assim, ela passa a ser produzida para ser vista e, em grande medida, sentida.

Ao passo que a política tem como público a audiência da comunicação de massa, ela é conduzida a adequar seu discurso à linguagem midiática. Segundo Roger-Gérard Schwartzenberg (1978) a política que antes era idéias, passa a ser encenação, onde os personagens superam as próprias idéias. E, se essa sociedade está mais interessada no consumo de espetáculo (DEBORD, 1997), onde “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (idem, p.14).



Então, a maneira mais adequada para despertar o interesse da sociedade pela política é apresentando-a como espetáculo, de forma que se tenha uma idéia de estar consumindo entretenimento embora a temática central seja a política, que a princípio, não chamaria à atenção de muitas pessoas.

Quanto a essa adequação de linguagem, Gomes (2004) ressalta que essa transformação (da política) é mais evidente quando consideramos esta exibida e comentada pela comunicação, onde ela é apropriada pelos recursos de expressão da mídia e se torna objeto dos sistemas de recolhimento, seleção e edição dos veículos midiáticos.

Ainda segundo Gomes (idem, p.3), “as estratégias políticas em geral passaram a supor um ambiente de recepção da política centrada no consumo de imagens públicas”. Dessa maneira, os eventos da esfera política começam a ser pensados para serem vistos pela esfera de visibilidade pública, controlada pela Comunicação.

A busca por essa visibilidade na mídia levou a uma espetacularização da política. De acordo com Antônio Rubim (2004, p.189), “o espetáculo, antes afirmação suntuosa do poder, ganha uma nova dimensão (na sociedade midiática) ele passa a ser produzido também como modo de sensibilização [...] e como construtor de legitimidade da política”. Mas, para ser classificada como espetacularizada é necessário que a mídia ative os “dispositivos constitutivos do espetáculo”. Segundo a descrição de Rubim (idem), esses dispositivos são elementos que ajudam a potencializar a dramaticidade e a teatralidade do evento espetacular. Dentre eles, destacam-se os movimentos, os gestos, os cenários, o vestuário, as performances, dentre outros. Dessa maneira, coberturas jornalísticas nas quais não apareça a ativação desses dispositivos, não podem ser caracterizadas como espetacularização, trata-se, nesse caso, apenas de mediação. Portanto, a espetacularização da política se dá quando a mídia ativa esses dispositivos.

O fato de a mídia ter se tornado ambiente, onde várias atividades se desenvolvem, trouxe consigo a necessidade de estabelecer conceitos que ajudassem a compreender essas realidades construídas na mídia. Pensando em suprir essa carência metodológica, Vinício Lima propõe o conceito de Cenário de representação – CR⁵ que pode ser usado

⁵ Segundo Vinício Lima (2004), a expressão Cenário de Representação tem sua origem num texto de Stuart Hall apresentado no Institute of Contemporary Arts de Londres, em 1988. Na ocasião, Hall chama “cenários de representação” a subjetividade, a identidade e a política. Mas, não articula diretamente a expressão com as diversas expressões da realidade na mídia, nem com o conceito de hegemonia, de Gramsci. Essa articulação é feita por Vinício Lima.



no estudo de diferentes dimensões: política; raças; gêneros e outras. Nesse artigo, destaca-se o Cenário de Representação da Política – CR-P.

Segundo Vinício Lima (2004) nas democracias representativas contemporâneas, os Cenários de Representação são, portanto, o espaço específico das diferentes representações da realidade, constituído e constituidor, lugar e objeto de articulação hegemônica total, construído em processos de longo prazo na mídia e pela mídia. Daí, porque a expressão deve ser usada no plural, porque haverá necessariamente sempre um CR hegemônico e outros CRs alternativos.

2 - Jornalismo Político no Brasil

No Brasil, os primeiros jornais só surgiram, oficialmente, a partir de 1808, com a vinda da família Real, que instalou no Rio de Janeiro, a Imprensa Régia, onde era impresso a Gazeta do Rio de Janeiro. Até esse período, segundo Zélia Adfhirni (2005, p.49), o jornalismo no Brasil “se dividia entre o oficialismo e a subversão”. Enquanto a Gazeta do Rio Janeiro publicava informações oficiais do Império, o Correio Brasiliense que entrou em circulação também em 1808, trazia entre outras coisas, idéias abolicionistas, consideradas transgressoras para a época, já que no Brasil ainda se vivia num cenário escravocrata. Publicado em Londres e enviado para o Brasil, o Correio Brasiliense circulou clandestinamente de 1808 a 1822.

Observa-se que desde o início da história do jornalismo no Brasil, ele esteve muito ligado à interesses políticos; à divulgação de informações, que de certa maneira, remetiam a situação política vigente. Com o passar do tempo, os assuntos ficaram mais diversificados e o jornalismo brasileiro passou a abordar inúmeras temáticas, dentre elas literatura, religião e entretenimento. Essa ampliação de temáticas é o que a pesquisadora Lavina Ribeiro (2004) chama de passagem do jornalismo político-libertário para um jornalismo ainda com larga cobertura na área política, mas também, informativo, literário e apoiado em bases editoriais e financeiras próprias.

No que se refere especificamente, ao jornalismo político no Brasil, para Franklin Martins (2005), ele passou por grandes mudanças nas últimas décadas. De acordo com o autor (idem, p.13), “a mais importante delas é que, hoje em dia, a maior preocupação da cobertura é informar o leitor e não convencê-lo a adotar determinadas idéias”.

Quanto ao processo de desenvolvimento da cobertura jornalística acerca da política no Brasil, essa, inicialmente, de caráter partidário explícito, muda a forma de ser exposta e passa a se preocupar com a separação da informação do que constitui



apenas opinião. Hoje, com o aumento das exigências por parte das audiências, percebe-se que esse tipo de jornalismo tornou-se mais interpretativo; o importante nesse momento é promover uma interpretação do fato ao invés de só informar ou estabelecer uma opinião acerca do tema. É necessário que se ofereça os desdobramentos do fato, de modo que o próprio leitor; ouvinte ou telespectador possa por si mesmo estabelecer suas conclusões e escolher um posicionamento. Nesse momento, prima-se muito mais por uma imagem de neutralidade, de maneira que o caráter partidário, predominante no início do jornalismo político, não seja mais associado como característica desse tipo de cobertura.

Entretanto, mesmo diante dessa idéia de neutralidade, muitas vezes, os veículos de comunicação assumem uma posição definida diante de certos fatos da política. Um exemplo, dessa postura, assumida publicamente, é a cobertura da Campanha Diretas Já, realizada no Brasil, de 1983 a 1984, quando o jornal Folha de S.Paulo, seguido da revista Veja, foram um dos veículos de comunicação que adotaram a defesa da Campanha, em suas coberturas jornalísticas.

3 – Na Candelária, vê-se um grande espetáculo: análise dos discursos apresentados pelo jornal Folha de S.Paulo e pela revista Veja.

Na perspectiva da “análise do discurso”, da escola francesa, Maingueneau (2006) pontua que o discurso é decorrente da atividade de sujeitos inscritos em contextos determinados, não podendo ser apreendido como uma atividade inseparável desse contexto. Tendo como base essa definição, foram analisados os discursos acerca do comício pró-diretas, realizado no Rio de Janeiro, no dia 10 de abril de 1984 e publicados pelo jornal Folha de S.Paulo e pela revista Veja, respectivamente nos dias 11 e 18 de abril de 1984.

3.1 – O comício da Candelária nos discursos da Folha de S.Paulo

Era quarta-feira, dia 11 de abril de 1984. No início da manhã, o jornal Folha de S.Paulo chegou às bancas de revista trazendo em destaque o comício a favor das eleições diretas, realizado na noite anterior, dia 10, ao lado da Igreja da Candelária, no Rio de Janeiro. Nesta edição, foram publicados três textos⁶ acerca do Comício. Um

⁶ Esses textos estão disponíveis para acesso no Acervo de Jornais, do Banco de Dados do jornal Folha de S.Paulo, no endereço <http://almanaque.folha.uol.com.br/brasil_11abr1984.htm>



deles, redigido pelo jornalista Ricardo Kotscho, mescla características de reportagem e de ensaio, fortalecendo, ainda, princípios do jornalismo literário⁷, que davam ao discurso mais leveza e humanização, do que normalmente se encontra num discurso jornalístico de rotina.

Com o título “No Rio, mais de 1 milhão pelas diretas”, a Folha (1984, 11 abr. 1984) apresentou o comício que ela classificou como “a maior manifestação popular da História do Brasil”. Seguindo a forma de produção do discurso adotada para a cobertura da Campanha Diretas Já pelo jornal⁸, que se afastava da rigidez e objetividade de lead tradicional, o comício foi reportado de modo a sensibilizar pela narrativa, estimulando a sensação de presentificação, principalmente para o leitor que não tivesse presenciado o evento diretamente. Para isso, o discurso fornecia elementos que ajudavam na visualização do cenário e reforçava os dispositivos constitutivos do evento espetacular. Assim, o leitor poderia estabelecer uma imagem acerca do evento a partir da construção apresentada pelo jornal.

No discurso, procura-se fortalecer a pacificidade da Campanha e dos atos públicos relacionados. Ao passo que a matéria relatava que “houve um problema, que exigiu a intervenção da PM”(NO RIO..., 1984), a noção de tranquilidade era dada logo em seguida: “mas nem isso foi suficiente para criar tensão”(idem).

Observa-se a ênfase também no caráter nacionalista e no significado da participação popular; adesão às causas do movimento. Essa característica pode ser exemplificada com os seguintes trechos: “cantaram o Hino Nacional”; “continuava chegando gente, amontoando-se, ficando longe do palanque, sem visão, apenas ouvindo; o importante era estar na grande festa, defender as diretas” (op. cit). Com essa passagem, intensifica-se o fato de que as pessoas participavam dos comícios pelo interesse em ouvir o que seria dito e não simplesmente, para verem artistas; como muitos críticos, geralmente porta-vozes do então Presidente da República, João Figueiredo, ressaltavam ao estabelecerem seus comentários.

A matéria citada, ainda, busca referências em movimentos populares que marcaram a História política do Brasil, como a Campanha “o petróleo é nosso” de 1954

⁷ Para Felipe Pena (2006) o jornalismo literário potencializa os recursos do Jornalismo, ultrapassa os limites dos acontecimentos cotidianos, rompe as correntes burocráticas do lead, evita os definidores primários e principalmente, garante perenidade e profundidade aos relatos. Mas, ressalte-se que o jornalista literário não ignora os princípios da redação jornalística, estes continuam extremamente importantes, como, por exemplo, a apuração rigorosa, a observação atenta, a abordagem ética e a capacidade de se expressar claramente, entre outras coisas.

⁸ A partir de dezembro de 1983, o jornal Folha de S. Paulo iniciou uma cobertura detalhada dos desdobramentos e principalmente dos atos públicos relacionados a Campanha Diretas Já. Essa cobertura tinha como característica a humanização dos fatos, de forma a aproximar a Campanha dos seus leitores.



e a Marcha da Vitória⁹, realizada em abril de 1964. Ambas eram relacionadas, como recurso para legitimar o evento pró-diretas como a maior manifestação popular da história do Brasil. Nesse ponto, percebe-se o que Felipe Pena(2006) chama de “contextualizar a informação”, relacionando o assunto com outros fatos, compará-lo com diferentes abordagens para enfim localizá-lo em um espaço, onde seja possível visualizar sua dimensão.

Elementos do espetáculo foram destacados de várias maneiras. Inclusive com destaque para um “canhão de raio laser”, com o qual se escrevia no céu o nome dos oradores e a frase mais dita no comício: *diretas já*. Esses detalhes, que numa matéria jornalística dentro dos padrões da objetividade, seriam ignorados, eram ressaltados com o propósito de colaborar para a formação do cenário e da imagem espetacular do comício.

O recorte dos discursos, apresentados pela Folha e relacionados aos respectivos autores, colabora para a legitimação da Campanha; para a certeza de que as eleições diretas seria uma realidade e para a importância do papel da população nesse processo. A fala do então governador de São Paulo, Franco Montoro, reportada na matéria, reforça e resume essa afirmativa: “O povo brasileiro não tolera que o País continue tutelado pelo regime arbitrário instalado no poder há 20 anos. O povo acabou com a tortura e a censura; agora vai acabar de vez com a ditadura” (NO RIO..., 1984).

Na matéria produzida pela Sucursal do Rio, intitulada “Rio faz o maior comício da história do Brasil” reforçavam-se os mesmos elementos da matéria “No Rio, mais de 1 milhão pelas diretas” e complementava as informações disponibilizadas nesta. O diferencial é que a emoção do espetáculo era apontada com mais veemência, como pode ser constatada no trecho:

a emoção foi a grande marca deste comício. Estavam emocionados os apresentadores, todos tarimbados no contato permanente com o público. Estavam emocionados os políticos, mesmo os mais experientes, aqueles que já viveram outras campanhas memoráveis. Estava especialmente emocionada a massa que compareceu em peso à convocação do comício. (FOLHA, RIO..., 1984, 11 abr. 1984)

Contanto, o texto apresentado pela Folha que mais ênfase deu a emoção foi “O

⁹ Essa mobilização também é conhecida por “Marcha da Família com Deus pela Liberdade” e comemorou a queda do então Presidente João Goulart.

País Grande reencontra a Nação”, do jornalista Ricardo Kotscho¹⁰. Na matéria, o repórter destaca fontes anônimas, fugindo das fontes oficiais (oradores do comício), inclusive para reforçar a legitimidade de sua própria opinião, quanto à dimensão do significado daquele evento:

Uma faixa feita a mão por algum brasileiro anônimo no meio da multidão, segurando a sua entre milhares de outras, talvez resuma melhor do que a emoção do repórter já um pouco cansado das emoções destes últimos meses, o que aquele povo todo quer dizer: ‘Se alguns pediram 64, agora todos pedem diretas’ (KOTSCHO, 1984, 11 abr. 1984)

Observa-se uma abordagem ampla e contextualizada. Kotscho (idem) faz referência ao filme “Jango” – que, à época, estava sendo exibido no cinema – para estabelecer uma ligação entre o passado e o presente, que nas palavras do repórter indicava o futuro, na próxima esquina, onde acontecia o comício pelas Diretas.

A maneira como o texto foi escrito, meio romanceado, ajuda a espetacularizar a Campanha e a solidificar imagens emotivas relacionadas ao evento. Ao citar (op. cit): “O Brasil já não era o mesmo, antes do primeiro discurso do primeiro líder nacional a falar, quando o Sol se punha no céu limpo do Rio de Janeiro desta terça-feira, que ninguém vai esquecer”, Kotscho reforça a importância do comício para a história do Brasil – “O Brasil já não era o mesmo” –, ao passo que eleva o evento a categoria de lembrança individual intransponível – “que ninguém vai esquecer”.

O repórter usa sua experiência na cobertura da Campanha e faz referências a comícios realizados em outras capitais – no início da Campanha e que não tiveram tanta divulgação –, para dizer que o desejo de mudança nessas capitais era o mesmo que podia ser sentido no Rio de Janeiro, onde mais de 1 milhão de pessoas “levantaram a bandeira das Diretas”.

Diferente das outras matérias, Kotscho (id) destaca que “a impressão que se tinha, ao atravessar aquela multidão era a de que ninguém tinha muito interesse em ouvir, mas em falar”. Nesse ponto, falar contribuía para ser parte do espetáculo; ter sua imagem ligada a Campanha. É o que Debord (1997) chama de busca de visibilidade no

¹⁰ Ricardo Kotscho era correspondente especial da Folha, na cobertura da Campanha Diretas Já. Ele viajava junto com a caravana das Diretas e escrevia reportagens especiais a serem publicadas na Folha de S.Paulo. Como uma espécie de diário de bordo, geralmente escrito em primeira pessoa, esse material normalmente procurava mostrar os bastidores da Campanha e destacar os anônimos que participavam da festa. Os textos mesclavam características da reportagem com as do ensaio.



espetáculo e Zygmunt Bauman(2000) chama de necessidade de participar de uma mobilização coletiva e ser visto fazendo parte daquele movimento.

Em geral, a cobertura realizada pela Folha de S.Paulo enfatizou os “dispositivos constitutivos do espetáculo”, de forma a estabelecer um cenário de representação marcado pelo espetacular. A grandiosidade do comício estava na participação popular; nos gestos; nos discursos e na emoção que este pode despertar. Mas do que um evento político, a Folha tentou mostrar que a Campanha era a própria consolidação de que a população sabia se manifestar com ordem e alegria, quanto ao desejo de poder eleger o Presidente do Brasil, através do voto direto.

3.2 – O discurso da revista Veja acerca do comício da Candelária

Na edição do dia 18 de abril de 1984, a revista Veja reportou como manchete de capa o comício pelas Diretas, realizado no Rio de Janeiro, próximo a Igreja da Candelária. Com o título “O Grito da Candelária”¹¹, a Veja apresentou o comício, classificado pela revista como “a maior manifestação da História do Brasil”. Diferenciando-se da Folha de S.Paulo, que ressaltou a participação popular, ao se referir ao comício como a “maior manifestação popular da História do Brasil”.

Nos três primeiros parágrafos da matéria, a Veja faz menção a participação do advogado Heráclito Fontoura Sobral Pinto¹² no comício. Com isso, ela o eleva a categoria de personagem principal do evento. “A multidão acompanharia emocionada ao discurso do advogado, que arrancou aplausos generalizados e algumas lágrimas da platéia”, enfatizou a Veja (1984, 18 abr. 1984).

Para dar legitimidade ao movimento, partindo da participação de Sobral Pinto, a revista lista atuações do advogado em outras mobilizações importantes na História do Brasil, como na Marcha da Família com Deus pela Liberdade, realizada em 1964. Movimento este que também foi citado pela Folha de S.Paulo, mas esta não a ligou a imagem de Sobral Pinto. Ao relacioná-lo aos dois movimentos, destacando que aos seus 90 anos de vida, o advogado saiu da sua casa para se juntar às milhares de pessoas, que pediam eleições diretas para Presidente, a Veja contribui para dar uma maior credibilidade a causa da Campanha Diretas Já.

¹¹ Esse texto está disponível para acesso no Arquivo da revista Veja, no endereço <http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/capa_18041984.shtml>

¹² Advogado respeitado na sociedade brasileira. Lutava principalmente em favor das causas democráticas. Heráclito Fontoura Sobral Pinto ficou mundialmente famoso, em 1935, quando defendeu os comunistas Luiz Carlos Prestes e Harry Berger. Sobral Pinto morreu em 1993, aos 97 anos.



Destaca-se, também, a participação do povo, mas este foi apresentado como participante e não como protagonista, como elucidava o jornal Folha de S.Paulo. A Veja procurou mostrar que a multidão presente nas imediações da Candelária não estava muito preocupada em ouvir políticos e nem em ver artistas. Ela queria participar da festa, distrair-se com as barraquinhas de comidas e bebidas – que deram ao cenário do comício uma proximidade com quermesses realizadas nas cidades do interior do País – além de se divertir com as encenações de teatro, realizadas ao ar livre, muitas delas, tendo o humor como suporte.

Logo após estabelecer uma descrição das atrações alternativas do comício, ou seja, aquelas que não eram apresentadas no palco principal, tais como as performances humorísticas e as barraquinhas, a Veja cita uma participante que afirma gostar de comícios, a partir daquele momento: “eu agora gosto de comício”. Pela ordem em que as informações estão dispostas no texto, percebe-se que a idéia que se tentou reforçar, foi a de que só agora, quando os comícios passaram a ser festas, é que o público despertou o interesse por eles. Entretanto, isso não significa dizer que as pessoas tivessem despertado para as idéias apresentadas no comício pró-diretas, mas para a comemoração; para o espetáculo que girava em torno dele.

A revista ressalta ainda a realização de uma manifestação pacífica, conduzida por familiares de militantes de extrema esquerda desaparecidos, no decorrer da repressão política. Embora, dividindo o mesmo espaço, a Veja ressalta a visibilidade diferenciada para estas mobilizações, fato justificável diante do motivo que levou milhares de pessoas a Candelária: exigir eleições diretas.

No final da matéria, enfatiza-se o início de uma “maturidade política” para o povo brasileiro, sendo esta uma prova de que o povo já poderia escolher por ele mesmo o seu representante na Presidência do País. Essa maturidade foi usada como justificativa para a pacificidade da Campanha Diretas Já. Deu-se como exemplo dessa tranqüilidade, o fato de que ao final do comício, não se constatou nem uma vidraça quebrada, nem um tumulto que merecesse intervenção policial.

Observa-se que o discurso apresentado pela Veja prima pela objetividade. Mas, não deixa de recorrer aos elementos constitutivos do espetáculo para contextualizar sua narrativa. Usa-se em diversos momentos, os bordões ditos por Osmar Santos, locutor que comandava a animação dos comícios e faz-se referência aos elementos que compunham o cenário do comício-espetáculo, como o canhão de raio laser, que escrevia no céu, o nome dos oradores e da Campanha. No entanto, não se percebe no texto, o

destaque dado à participação popular, que é evidenciado no título da matéria “O grito da Candelária”.

Quanto à imagem que a revista *Veja* constrói acerca da Campanha Diretas Já, o que se percebe, diante da análise desse material específico, é que ao passo que ela tenta estabelecer uma imagem popular para a Diretas Já, a revista acaba se atendo aos bastidores; dando, em muitos momentos, mais informações sobre as articulações políticas do que a participação do povo na Campanha.

Notas conclusivas

Observa-se que os textos jornalísticos analisados nesse artigo rompem com as características do jornalismo tradicional, dentre elas, destaca-se, por exemplo, a quebra com a rigorosidade do lead e com a objetividade em excesso. Percebe-se que tanto o jornal *Folha de S.Paulo* quanto a revista *Veja* procuram novas abordagens para expor a temática. Nesse caso, a *Folha* por ser um jornal diário e por isso apresentar um caráter imediatista é quem mostra essa ruptura de forma mais intensa, pois a revista pela própria lógica de produção, disponibiliza de um tempo maior do que o jornal para amadurecer as reflexões acerca da temática e produzir um texto mais aprofundado; e geralmente, a revista já apresenta uma linguagem diferenciada. Entretanto, mesmo diante do pouco tempo disponível para a reflexão, a *Folha* consegue valorizar os “dispositivos constitutivos do espetáculo”, ao passo que fornece perenidade e profundidade aos relatos.

Essa linguagem diferenciada – com que ambos tratam a temática nesses discursos – que muitas vezes se aproxima de um jornalismo literário, seria visto de forma natural – já que se trata da apresentação de um evento pensado para ser um espetáculo – se não estivesse ligado à política. Área essa, onde normalmente, as coberturas jornalísticas tendem a primar pelos critérios de objetividade e neutralidade.

Na cobertura jornalística da Campanha Diretas Já, nota-se que houve uma espetacularização do movimento. Mas, é necessário esclarecer que a própria Campanha forneceu os elementos que permitiram à mídia apresentá-la como um grande espetáculo. Evidencia-se que a Campanha foi pensada nos moldes da linguagem midiática. Dessa forma, a espetacularização na mídia foi apenas uma consequência da nova forma de pensar e conduzir os eventos em torno da política.

Em geral, na cobertura de eventos pensados para serem vistos e sentidos através da mídia, a espetacularização é um processo natural. Nos discursos jornalísticos acerca



do comício pró-diretas, o que se pode perceber, a partir dos textos analisados, é que tanto o jornal quanto a revista, só consolidaram a imagem espetacular da Campanha, pois o próprio movimento já se apresentava como um grande espetáculo.

O papel da mídia, nesse processo de espetacularização, foi ativar os “dispositivos constitutivos do espetáculo” que o movimento em si, fornecia por ter consciência de seu potencial espetacular e da necessidade de apresentar essas características para despertar o interesse da mídia e conseqüentemente da sociedade midiaticizada.

Referências bibliográficas

ADGHIRNI, Zélia Leal. Jornalista: do mito ao mercado. In: **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol.II, nº1, 2005. p. 45-57.

BAUMAN, Zygmunt. **Em busca da política**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

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

GOMES, Wilson. Sobre a transformação da política na era da comunicação de massa. In: XIII ENCONTRO DA COMPÓS, 2004, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Bernardo do Campo/SP: Umesp, 2004. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_601.pdf> Acesso em: 29 maio 2009.

KOTSCHO, Ricardo. O país grande reencontra a Nação. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 11 abr. 1984. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/brasil_11abr1984.htm> Acesso em: 30 abr. 2009.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Instituições e Transições políticas: o lugar da mídia. In: XIII ENCONTRO DA COMPÓS, 2004, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Bernardo do Campo/SP: Umesp, 2004. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_597.pdf> Acesso em: 29 maio 2009.

LIMA, Vinício A. de. Cenários de Representação da Política – CR-P. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). **Comunicação e Política: Conceitos e Abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. p. 9-40.

MAINGUENEAU, Dominique. **Termos-chave da análise do discurso**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.



MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. São Paulo: Contexto, 2005.

NO RIO, mais de 1 milhão pelas diretas. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 11 abr. 1984. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/brasil_11abr1984.htm> Acesso em: 30 abr. 2009.

O GRITO da Candelária. **Revista Veja**. 18 abr. 1984. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/capa_18041984.shtml> Acesso em: 02 maio 2009.

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário**. São Paulo: Contexto, 2006.

RIBEIRO, Lavina Madeira. **Imprensa e Espaço Público: a institucionalização da imprensa no Brasil, 1808-1964**. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

RIO faz o maior comício da História do Brasil. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 11 abr. 1984. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/brasil_11abr1984.htm> Acesso em: 30 abr. 2009.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. Espetacularização e Mídiação da Política. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). **Comunicação e Política: Conceitos e Abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. p. 181-221.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O Estado Espetáculo**. Rio de Janeiro: Difel, 1978.