



Análise do Debate Editado pela Rede Globo no Segundo Turno das Eleições Presidenciais de 1989¹

Alisson Gutemberg da Silva SOUZA²

Gustavo Moreira Magalhães de OLIVEIRA³

Perivaldo Costa PINTO Júnior⁴

Welberte da Paz CONCEIÇÃO⁵

Sérgio Augusto Soares MATTOS⁶

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, BA

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar se existiu um favorecimento da Rede Globo de televisão ao candidato Fernando Collor de Melo no debate exibido no segundo turno das eleições presidenciais de 1989. Haja vista que a Globo naquele momento, e ainda hoje, carrega a importância de ser uma das emissoras de maior audiência no país, se não a maior, e a adoção de um posicionamento tendencioso na edição e exibição do debate a favor de um dos candidatos, teria sido um fator decisivo no resultado final das eleições.

PALAVRAS-CHAVE: Rede Globo; debate; segundo turno; eleições; candidatos.

¹Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do sétimo semestre do curso de Comunicação social/ Jornalismo da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, email: pakaufbr@yahoo.com.br

³Estudante do sétimo semestre do curso de Comunicação social/ Jornalismo da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, email: gustavoufrb@yahoo.com.br

⁴Estudante do sétimo semestre do curso de Comunicação social/ Jornalismo da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, email: jrcostapinto@yahoo.com.br

⁵Estudante do sétimo semestre do curso de Comunicação social/ Jornalismo da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, email: cwelberte@yahoo.com.br

⁶Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFRB, email: sasmattos@gmail.com



INTRODUÇÃO

Ao iniciar este artigo, queremos ressaltar a conjuntura política que o Brasil se encontrara em 1989. Naquele período o país passava por um momento de abertura política, pós-golpe militar, onde, após vinte e cinco anos, o povo brasileiro teve o direito de escolher seu Presidente pelo voto direto. Vale ressaltar que o movimento das “Diretas já”⁷, iniciado em 1983 – 1984, teve grande influência nessa conquista do povo brasileiro.

Segundo Lúcia Avelar⁸ (1992, p.49), a eleição de 1989 foi à primeira campanha presidencial televisiva.

Na primeira campanha presidencial televisiva, a de 1989, a TV passou a ser o centro das informações políticas dos eleitores, e poucos discordariam do fato de que, dentre todos os meios de comunicação, a TV se tornou o mais poderoso.

O primeiro turno das eleições presidenciais de 1989 contou com vinte e dois candidatos, os principais foram: Ulysses Guimarães, Roberto Freire, Paulo Maluf, Leonel Brizola, Mário Covas, Fernando Collor e Luiz Inácio Lula da Silva, ainda vale destacar, junto a estes, o apresentador Silvio Santos, que liderou as pesquisas durante certo período, porém no dia 9 de novembro de 1989, por sete votos a zero, o Tribunal Superior Eleitoral impugnou sua candidatura. A justificativa para impugnação da campanha de Silvio Santos foi que o partido (PMB) não realizou convenções em pelo menos nove Estados e nem em um quinto dos municípios de cada Estado, conforme obrigava a lei. Nesse primeiro turno o candidato Fernando Collor de Melo, da aliança (PRN/PSC/PT do B/PTR/PST) saiu vitorioso com 30,57% dos votos, o equivalente à 20.607.936 votos. Em seguida veio o candidato Luís Inácio Lula da Silva, da aliança (PT/PSB/PC do B) com 17,18% dos votos, o equivalente à 11.619.816 votos. Sendo assim esses dois candidatos disputaram o segundo turno das eleições.

PERFIL DOS CANDIDATOS

O candidato Fernando Collor de Melo, oriundo de uma família política tradicional no estado de Alagoas, era desconhecido no cenário político nacional, mas teve grande

⁷ Foi um movimento civil de reivindicação por eleições presidenciais diretas no Brasil ocorrido em 1983. A possibilidade de eleições diretas para a Presidência da República no Brasil se concretizou com a votação da proposta de Emenda Constitucional Dante de Oliveira pelo Congresso.

⁸ Doutora em Ciência Política, Docente e Pesquisadora da UNICAMP, Sócia-Diretora do Multi-análise – Instituto de Pesquisa aplicada e Professora-Colaboradora da EASP/FGV.



aceitação pelo povo brasileiro. Fernando Collor iniciou a carreira política na ARENA e foi nomeado prefeito de Maceió em 1979 pelo então governador Guilherme Palmeira, cargo ao qual renunciou em 1982, ano em que foi eleito deputado federal pelo PDS. Filiou-se depois ao PMDB e foi eleito governador de Alagoas em 1986. Durante a gestão empreendeu estrategicamente um combate a alguns funcionários públicos que recebiam salários altos e desproporcionais, por isso nas eleições presidenciais de 1989 ficou conhecido como o "Caçador de Marajás". Nessas eleições o candidato também contou com um grande "marketing pessoal", como afirmou Elias Machado Gonçalves⁹ (1995, p.159) "fascinado pelo culto ao marketing, o ex-presidente Fernando Collor de Melo fez de tudo para atrair a atenção em tempo integral das câmeras de TV".

Já o candidato Luís Inácio Lula da Silva, teve início como líder sindical em São Bernardo do campo, no ABC paulista¹⁰. Lula que trabalhava como torneiro mecânico ganhou destaque no cenário político pelas lutas sindicais. Em 1969 foi eleito para a diretoria do sindicato dos metalúrgicos da cidade, dentre os suplentes, continuando a exercer suas atividades de operário. Em 1972, foi eleito como um dos diretores titulares. Sua atuação na diretoria lhe deu grande destaque, sendo então eleito presidente do mesmo sindicato em 1975, e Reeleito em 1978. No ano de 1980, Lula se juntou a sindicalistas, intelectuais, católicos militantes da Teologia da Libertação e artistas para formar o Partido dos Trabalhadores (PT). Participou ao lado de Ulysses Guimarães, da campanha das Diretas Já. Foi eleito Deputado Federal por São Paulo, no ano de 1986, com a maior votação para a Câmara Federal até aquele momento, assim participou da elaboração da Constituição Federal de 1988.

SEGUNDO TURNO

A campanha de Fernando Collor contra Lula, no segundo turno, contou com práticas que podem ser consideradas como antiéticas combinadas com preconceitos políticos e sociais: Os atos político-eleitorais (comícios, passeatas) de Lula foram descritos com conotações desmoralizantes. Sua imagem era associada ao comunismo, fator visto como negativo naquele período, pois com a queda do Muro de Berlim e conseqüentemente o enfraquecimento do bloco socialista, essas ideias passaram a ser alvo de várias críticas.

⁹ Jornalista e professor – bolsista do CNPq na Facom/UFBA.

¹⁰ ABC Paulista, Região do Grande ABC ou ABC é uma região tradicionalmente industrial do Estado de São Paulo, parte da Região Metropolitana de São Paulo, porém com identidade própria. A sigla vem das três cidades, que originalmente formavam a região, sendo: Santo André (A), São Bernardo do Campo (B) e São Caetano do Sul (C).



A grande imprensa também se pronunciava de forma desonesta sobre Lula, como o comentarista Paulo Francis que afirmou que se ele chegasse ao poder o país viraria uma "grande bosta".

A eleição propriamente dita comportou ainda a alegada manipulação política do sequestro do empresário do setor de supermercados Abílio Diniz, que foi libertado de seu cativeiro no dia da eleição, e seus sequestradores foram apresentados pela polícia vestindo camisetas do PT, fato que na época gerou muita desconfiança e algumas pessoas cogitaram a possibilidade de trapaça nos fatos.

Análise do debate:

Partindo dessa premissa analisamos o debate editado pela Rede Globo de Televisão, onde até os dias atuais muitas pessoas defendem que a emissora teve papel determinante no resultado final dessas eleições. O debate do segundo turno das eleições presidenciais de 1989 aconteceu no dia 14 de dezembro, e foi organizado pelas quatro principais emissoras da época: Rede Bandeirantes, SBT, Rede Manchete e Rede Globo, com quatro mediadores – Boris Casoy (SBT), Marília Gabriela (Bandeirantes), Eliakim Araújo (Manchete) e Alexandre Garcia (Rede Globo) – com esses quatro se revezando a cada bloco.

Esse debate acabou virando tema de muitas discussões, menos pelos temas debatidos, muito mais pelas posteriores acusações de favorecimento. A edição do Jornal Nacional do dia seguinte teria sido feita para ajudar Collor. A bem da verdade. Alberico Souza Cruz, o diretor dos telejornais da Central Globo de Jornalismo, tinha um grau de intimidade bastante acentuado com o ex-governador de Alagoas. Falavam-se amiúde, e Alberico era sempre citado intramuros como uma pessoa disposta a ajudar. (RITA, Chico Santa, p.96, 2002).

No dia seguinte ao debate, a Rede Globo, uma das maiores emissoras do país naquele momento e ainda hoje, exibiu uma versão editada do debate em seu horário nobre, mais precisamente no Jornal Nacional. Nessa versão podemos observar como a emissora favoreceu o candidato Fernando Collor de Melo, pois mostrava momentos de Collor com certa vantagem sobre Lula, com relação as suas respostas. O tempo de resposta



concedido a Collor foi maior, como afirma Hugo Assunção Sampaio¹¹ (2001, p.18).

Tudo isso nos faz lembrar o período eleitoral de 1989 que elegeu Fernando Collor. Na ocasião do último debate veiculado pela TV, onde os candidatos falaram cerca de setenta minutos cada, o Jornal Nacional (15.12.1989), da Rede Globo, fez uma edição onde Lula falava sete vezes, totalizando 2'22''. Collor recebeu uma fala a mais, computando 3'34'', ou seja, 1'12'' a mais que o candidato do PT.

Na primeira pergunta, por exemplo, que foi sobre as transformações econômicas nos países comunistas, Collor, primeiramente agradeceu ao povo brasileiro, depois lembrou dos onze dias que antecediam o natal, ressaltou a importância dessa data para a família brasileira, e ainda salientou que Deus iria ajudar a tirar o Brasil da crise econômica que se encontrara. Depois afirmou que era importante se posicionar de forma muito clara sobre as diferenças entre uma candidatura e outra. Segundo Collor, de um lado estava a candidatura de um centro democrático e do outro uma candidatura que defendia teses estranhas ao povo brasileiro, teses marxistas e teses estatizantes. Assim acusou o candidato Lula, e não respondeu a pergunta. Nessa mesma pergunta, agora feita para o candidato Luís Inácio, a edição da Globo não mostrou nenhum agradecimento por parte de Lula. Ele começou respondendo a pergunta. Em sua resposta defendeu que era preciso lutar pelo Socialismo. Naquele período o Muro de Berlim já havia caído, a ideia transmitida ao mundo era a de que o Socialismo caminhava para o fim, assim a resposta de Lula perante a sociedade representava um retrocesso. Por isso essa resposta ganhou destaque na edição promovida pela Globo.

Outro momento em que fica explícito a edição tendenciosa por parte da emissora de Roberto Marinho, é que, quando Collor questiona o apoio que Lula recebeu por parte de Jose Sarney¹² e de Moreira Franco¹³, figuras desgastadas no cenário político nacional, Lula responde a pergunta e se defende perguntando por que Collor não afirma quem financiou o jatinho que o trouxe para o debate, e acontece, nesse momento, mais uma vez, um corte na edição feita pela Globo, interrompendo assim sua fala, deixando seus argumentos fora de contexto.

¹¹ Departamento de Comunicação Social/ Centro de Ciências da Educação - Bolsista do programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC, do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq, em parceria com a Universidade Federal do Piauí - UFPI

¹² Naquele momento era Presidente da República. Em seu governo o Brasil atingiu altos índices de inflação.

¹³ Naquele momento era Governador do Rio de Janeiro.



CONCLUSÃO

Um dos fatores fundamentais na formação de uma notícia é o enquadramento. Os veículos de comunicação detêm um poder capaz de formar e modificar opiniões de boa parte da população. O enquadramento adotado por parte de uma emissora de televisão, por exemplo, pode influenciar em várias questões na sociedade.

Sendo assim podemos afirmar que a Rede Globo teve um papel importante no resultado final das eleições presidenciais de 1989. Na edição do debate a emissora adotou um enquadramento no qual colocava o candidato Luís Inácio Lula da Silva ligado a fatos que eram julgados como negativos pela opinião pública, como por exemplo, o Comunismo. Em contrapartida, a figura de Fernando Collor de Melo era colocada como heroica, a solução para o Brasil, o “caçador de marajás”.

A partir dos fatos analisados é possível pensar a possibilidade de haver manipulação da Rede Globo de Televisão, usando de sua influência para atingir seus propósitos no resultado final das eleições presidenciais de 1989, como relata Juliana Martarello Ribeiro¹⁴ e Márcia Fantinnati¹⁵ (2008, p.2).

O último debate entre Collor e Lula, no segundo turno, foi editado e levado ao público pelo telejornal às vésperas da eleição. Foi dado tempo maior a Fernando Collor; ele foi dado como vencedor do debate. Como a diferença de votos dados para Collor e para Lula foi relativamente pequena, em percentuais, a crítica ao que tinha sido feito pelo Jornal Nacional foi ainda maior.

Um dos fatores que fomentou as críticas levantadas contra a Rede Globo foi justamente o tempo cedido a mais para o candidato Collor, isso seria um dos indícios do apoio dado a Collor por parte da Globo, como cita Mário Sérgio Conti. “Dar 1’12” a mais para Collor foi uma maneira clara de privilegiá-lo.” (CONTI, 1999 apud SAMPAIO, 2001, p.18).

A respeito do posicionamento da Rede Globo, Luiz Miguel do Nascimento apresenta a fala de Roberto Marinho, dono da emissora que disse: “Sim, nós promovemos a eleição do Collor e eu tinha os melhores motivos para um grande entusiasmo e uma grande esperança de que ele faria um governo extraordinário”. No próprio site da emissora apresenta uma nota sobre essa “polêmica” onde a emissora admite ter errado em ter editado o debate para o Jornal Nacional, sendo assim, não iria mais editar debates, apenas apresentá-los na íntegra. Porém, ao contrário do depoimento de Roberto

¹⁴ Aluna da faculdade de jornalismo/ PUC – Campinas, bolsista Fapic/Reitoria.

¹⁵ Professora da faculdade de jornalismo/PUC – Campinas, jornalista, doutora em ciências sociais e líder do grupo de Pesquisa Comunicação e Política.



Marinho, ela não admite seu poder de manipulação sobre tal debate e que apenas selecionou os “melhores momentos” do debate.

Antes da edição do debate passar no Jornal Nacional todas as pesquisas apontavam empate técnico entre os dois candidatos, um bom exemplo disso foi a pesquisa feita pela empresa “Toledo e Associados”, nos dias 8, 9 e 10 de dezembro de 1989. Essa pesquisa apontava Lula com 44,2% dos votos, e Collor com 44,7%, já brancos ou nulos correspondiam a 4,5% e os indecisos eram 5,9%. No final Lula obteve 44,23% dos votos, e Collor 49,94%. Visto que o debate foi editado e exibido pela Globo às vésperas da eleição, e que antes os dois candidatos praticamente mantinham o empate, é notório que a Globo foi fundamental no resultado final dessas eleições. Após a exibição os votos de Lula foram mantidos, porém o candidato Collor teve uma crescente em relação aos seus votos, esses provavelmente vindos dos eleitores que votariam nulo, ou estavam indecisos, e que foram influenciados pelo debate.



REFERÊNCIAS

AVELAR, Lúcia. “*As eleições na era da televisão*”. Revista de Administração de Empresas/ EAESPSP, FGV, SP: 1992.

GONÇALVES, Elias. “*A política de ‘proveta’ do horário eleitoral*”. IN: Rubim, Antonio Albino (org.). “*Idade Mídia*”. Salvador: EDUFBA, 1995.

NASCIMENTO, Luiz Miguel do. Introdução ao debate sobre a eleição presidencial brasileira de 1989. In: História: Questões & Debates, Curitiba, n. 44. Editora: UFPR, 2006.

PORTO, Mauro. *Enquadramentos de mídia e notícia*. IN: Rubim, Antonio Albino (org.). *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Salvador, EDUFBA, 2004.

RIBEIRO, Juliana Martarello; FANTINATTI, Márcia. “*Discurso e imagem social das organizações Globo, perante as eleições presidenciais de 1989 no Brasil*”. XIII Encontro de Iniciação Científica da PUC – Campinas, 2008.

RITA, Chico Santa. “*Batalhas eleitorais (25 anos de marketing político)*”, São Paulo: Geração Editorial, 2002.

SAMPAIO, Hugo Assunção. “*Candidatos privilegiados: como alguns jornais elegem os principais concorrentes em uma eleição*”. Reunião Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência - SBPC. Salvador: UFBA, 2001.

WWW. Youtube.com: “*Debate Collor x Lula (1989) – 1 de 2; Debate Collor x Lula (1989) – 2 de 2*”.