

Imprensa e redemocratização no Brasil: o caso da revista *Veja*
Charleston José de Sousa Assis*

Resumo: Os meios de comunicação são "reflexo ou guia" do que pensa a sociedade? Esta inquietação de Jean-Jacques Becker é a de todos os historiadores que têm como fontes as notícias veiculadas pelas diversas empresas de comunicação. Para o historiador do tempo presente, freqüentemente os jornais estão entre as fontes mais relevantes. O estudo do caso particular da revista *Veja* tem como objetivo confrontar sua atuação objetiva na cobertura da campanha Diretas Já com a visão de si mesma que exibiu em edição especial comemorativa dos vinte anos da redemocratização, ocasião na qual procura, entre outras coisas, construir uma memória positiva de sua atuação durante a ditadura militar. Ademais, o presente estudo visa contribuir para a discussão acerca da possibilidade desse tipo de fonte permitir a apreensão da cultura política de um ou mais segmentos sociais ou mesmo de toda a sociedade.

Palavras-chave: Redemocratização – Imprensa – Diretas

Abstract: Is the media is a “reflection or guide” of how a society lives? This restlessness of Jean-Jacques Becker is also of all historians that have the news media as source of information. For the contemporary historians, frequently the newspaper is among the most relevant ones. In particular the study about the *Veja* magazine, has as its objective to confront its participation in covering the Campaign of “Diretas Já” with its own vision of itself that the magazine published in a special edition celebrating the 20 years of re-democratization, where their intention, among others, is to build a positive memory of its participation during the Military Dictatorship. The present studies has the objective to contribute for discussion about the possibilities of these kind of source to allow the apprehension of a political culture of one or more social segments or even of a whole society.

Key-words: Re-democratization – Press – Diretas

Introdução

Em especial disponibilizado na Internet por ocasião dos 20 anos da redemocratização do Brasil¹, a revista *Veja* procura demonstrar que sempre esteve na oposição ao governo militar então no poder. Mesmo levando-se em consideração os limites de um trabalho desta natureza, é possível levantar questionamentos acerca de seu posicionamento à época da campanha das

* Doutorando em História Social (UFF) e professor da Universidade Salgado de Oliveira.

¹ http://veja.abril.com.br/especiais/regime_militar/index0.html. Acessado em: 06/06/2008.

Diretas Já. Atualmente, defende que foi um veículo importante na redemocratização e na posterior consolidação do regime, como faz questão de lembrar aos leitores periodicamente. A utilização do termo lembrar remete à questão da memória e, nesse caso, uma pergunta se impõe: trata-se de lembrar o que teria ocorrido ou criar algo sobre o que lembrar?

Outra preocupação desta comunicação seria a de discutir a viabilidade do uso destas fontes para o historiador, uma vez que, como nos alerta a jornalista e historiadora Marialva Barbosa,

“a objetividade da notícia é há muito tempo vista como uma falácia, até mesmo para os mais ingênuos dos profissionais. Ao selecionar, ao hierarquizar, ao priorizar a informação (...) o que o jornalismo está fazendo é uma seletiva reconstrução do presente” (BARBOSA, 1993: p. 11).

Veja e as Diretas Já: a cobertura

Iniciemos com a cobertura da revista à época, marcada pelo comício de Belo Horizonte, que assumiu tons apoteóticos. Ao destacar o brado: “um, dois, três, quatro, cinco, mil, queremos eleger o presidente do Brasil”, declarou:

“o comício de Belo Horizonte, realizado na sexta-feira da semana passada, confirmou a suspeita de que o Brasil teve, com a campanha pela eleição direta do presidente da República, o maior movimento popular de sua História. Jamais uma idéia política levou tanta gente às ruas”.³

Logo no início, afirmou que “poucos movimentos têm essa capacidade de empolgar uma população tão diversa”.⁴ Segundo a reportagem, poucas vezes uma música foi cantada com tanta emoção quanto naquele comício, no qual cerca de 250 mil pessoas acompanharam a cantora Simone na música *Caminhando*, de Geraldo Vandré:⁵ “Havia na Avenida Afonso Pena a real sensação de que, como diz a letra, quem sabe faz a hora, não espera acontecer”.⁶

Eufórica, a reportagem afirma que

“pelo simples fato de terem ido para a Avenida Afonso Pena, tinham a marca da grande mudança ocorrida no Brasil neste verão de 1984: acreditavam que saindo de casa para ir à rua pedir eleições diretas podiam, de alguma maneira, mudar a vida do país em que nasceram”.⁸

Mais “engajada” que a cobertura do comício de Avenida Afonso Pena, em Belo Horizonte, foram as dos comícios da Candelária, no Rio de Janeiro, e do Vale do Anhangabaú,

³ REVISTA VEJA, São Paulo: 29 fev. 1984, p. 20.

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

⁶ Ibid., p. 21.

⁸ Ibid.

em São Paulo. Tome-se como exemplo a cobertura do famoso Comício da Candelária, na qual se vê o esforço para destacar o clima de emoção e de euforia da manifestação:

“Estendida à frente do palanque armado junto à Igreja da Candelária, a imensa multidão viu surgir ao microfone um homem de terno preto e cabelos brancos, curvado por 90 anos de vida e muitas lutas, e ouviu, multiplicada pela aparelhagem de som espalhada por dezenas de postes, a ordem emitida pela voz já trêmula: ‘Peço silêncio para falar. Quero falar à nação brasileira’. A multidão calou-se, e, nos 5 minutos seguintes, acompanharia emocionada o discurso do advogado Heráclito Fontoura Sobral Pinto. ‘Este movimento não é contra ninguém. Este movimento é a favor do povo’, disse Sobral Pinto, que arrancaria aplausos generalizados e algumas lágrimas da platéia ao repetir o Artigo 1º da Constituição brasileira: ‘Todo poder emana do povo’”.⁹

Alguns depoimentos de pessoas comuns também foram registrados:

“‘Eu agora gosto de comício’, dizia na Presidente Vargas Rita de Cássia Silva, 24 anos, empregada doméstica há oito, que estreou em campanhas políticas com o movimento pelas diretas. Mas ela não acredita que poderá usar tão cedo seu título eleitoral. ‘Embora esta seja a vontade do povo, acho que o governo não vai deixar’”.¹⁰

Este, carregado de emoção: “‘Só despertei quando vi o filme Jango’, dizia chorando Silvana Rodrigues, 25 anos, gerente de uma boutique em Copacabana. ‘Durante 25 anos, vivi fora da realidade. Não permitirei que joguem fora mais 25’”.¹¹

O gigantismo dessa manifestação e a própria evolução dos acontecimentos em torno das diretas fizeram com que, em editorial (Carta ao leitor), afirmasse que

o comício em favor das eleições diretas no Rio de Janeiro cravou, na semana passada, mais um marco na evolução desta campanha sem precedentes, em mobilização e apoio popular, por uma idéia política (...) Hoje o desejo de escolher o presidente da República é a maior unanimidade popular já registrada na história do Brasil, algo que se afere não apenas pelo tamanho dos comícios mas por toda e qualquer investigação de opinião pública que se possa fazer. Nunca tantos quiseram a mesma coisa [sem grifo no original] ao mesmo tempo.¹³

Ao final, após 21 músicas e 67 discursos que duraram mais de seis horas, o ponto alto da manifestação: o destaque ao Hino Nacional. A reportagem parece recorrer ao sentimento nacional característico do período:

Das 4:10 horas da tarde, quando falou o primeiro orador, até às 10 da noite, quando as estrelas do ato, de mãos dadas erguidas para o alto e acompanhadas pela multidão, cantaram o Hino Nacional no encerramento do comício, o palanque refletia o clima de euforia registrado na avenida.¹⁴

⁹ REVISTA VEJA, São Paulo: 25 abr. 1984, p. 22.

¹⁰ Ibid., p. 27.

¹¹ Ibid., p. 28.

¹³ REVISTA VEJA, São Paulo: 18 abr. 1984, p. 21.

¹⁴ REVISTA VEJA, São Paulo: 25 abr. 1984, p. 22.

Na edição datada do dia 25 de abril de 1984, dia da votação da emenda Dante de Oliveira, a revista apresenta o auge de seu “engajamento”, ao publicar uma reportagem sob o título “uma flor nasceu na rua”:¹⁵

“...no chão da praça da Sé e do Vale do Anhangabaú, em São Paulo, na Avenida Afonso Pena, em Belo Horizonte, e na Candelária, no Rio de Janeiro, vários milhões de pessoas gritaram: ‘Diretas Já!’ Percorrendo-se grandes comícios ou mesmo as mais mirradas manifestações de pequenas cidades, onde as pessoas simplesmente se vestiam de amarelo para mostrar que querem votar para presidente, e votar agora, sente-se que aconteceu no Brasil em 1984, aquilo que fez o poeta Carlos Drummond de Andrade escrever, em 1945, que ‘uma flor nasceu na rua’”.¹⁶

Esta edição fez juz ao suspense que tomou conta da população, declarou: “nesta quarta-feira escreve-se em Brasília um dos momentos decisivos da maior campanha popular já vista na História do país”.¹⁷ No editorial, se posicionou claramente em favor das diretas:

“A questão seria certamente de outra natureza se envolvesse apenas um debate entre governo, de um lado, e a oposição, de outro, cada qual lutando em defesa de suas posições políticas. No caso, entretanto, o que ocorre é que o governo não está numa disputa com a oposição e sim com a profunda vontade popular. Raras vezes ela foi tão clara ou se manifestou de forma tão maciça quanto ao clamar, nas ruas, pelas eleições diretas para já. (...) A população, nas ruas, diz que quer ver na cadeia os candidatos que o atual sistema oferece. Quer cortar a cabeça do ministro responsável pela economia. Quer que o presidente da república vá embora. Em suma, o que existe é uma monumental e exasperada vontade de trocar, já, quem está mandando”.¹⁸

Diante da postura pró-redemocratização até aqui exibida pela revista *Veja*, cumpre recuperar trecho do primeiro editorial de 1984, no qual, após exaltar os esforços das forças produtoras do país – o empresariado –, defendendo que estas fariam a diferença no desenvolvimento do mesmo, o editor anuncia que

“a questão crucial para 1984 não consiste em saber se vamos eleger o nosso próximo presidente pelo caminho direto ou indireto. O principal desafio que enfrentamos neste início de mais um ano novo é o de verificar onde estamos, definir com clareza o que queremos e juntar esforços para iniciar a longa caminhada – ou corrida – na direção da sociedade próspera e justa que todos almejamos”.¹⁹

Como explicar que a revista modifique completamente sua postura inicial para assumir a postura pró-mudanças, exibida no texto acima e nos anteriores?

A mudança de postura durante a campanha

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid., p. 21.

¹⁹ REVISTA VEJA, São Paulo: 04 jan. 1984, p. 15.

Ciro Marcondes Filho, discorrendo sobre a cobertura do jornal *Folha de São Paulo* na campanha, oferece subsídios para a explicação do que teria ocorrido com os meios de comunicação de um modo geral. Ele afirma que

“nem o jornal nem o comitê imaginavam a forma explosiva como tudo foi crescendo. Neste ponto perderam a compreensão das coisas. Ninguém previa a explosão tão intensa e enérgica das massas (estas, que há muitos anos buscam um meio forte e poderoso para canalizar sua insatisfação e seu protesto, encontraram na campanha um excelente escoadouro)” (1989: p. 171).

Sendo assim, o veículo de comunicação que não estivesse em sintonia com as ruas – 90% dos brasileiros queriam as eleições diretas – corria o sério risco de perder a credibilidade e, conseqüentemente, os lucros. Marcondes Filho oferece um exemplo das situações envolvendo duas emissoras de televisão que corroboram o que foi dito acima:

“...também as redes de televisão tiveram que mudar, não porque o público impôs, mas porque perdiam credibilidade e audiência, ou seja, seu subproduto (telejornal) não era mais ‘comprado’. O lucro, portanto, impôs a virada, a ponto de não atenderem (Globo e Manchete) as ‘recomendações’ do Planalto para não darem destaque às passeatas”. (1989: p. 172).

Em outro momento, o autor remete a um delicado problema: “um conglomerado jornalístico raramente fala sozinho. Ele é ao mesmo tempo a voz de outros conglomerados econômicos ou grupos políticos que querem dar às suas opiniões subjetivas e particularistas o foro de objetividade”. (1989: p. 11). Visto por este aspecto, a explicação para a guinada à democracia dos diversos meios de comunicação residiria em seus próprios interesses e nos dos grupos a eles vinculados. Ainda que tenham e desenvolvam seus próprios interesses, os jornais, no entanto, sempre é bom recordar, não agem em completa dissonância com seu contexto social. Atuar assim – ainda que muitas vezes seja necessário camuflar ou nuançar posições – seria pôr em risco a própria sobrevivência.

As fontes da grande imprensa e o historiador: um dos caminhos

Acredito que a constatação de filiação classista dos meios de comunicação não inviabiliza o uso destas fontes. Muito pelo contrário. Marcondes Filho nos lembra da necessidade que o jornal tem, enquanto empresa capitalista, da realização de lucros. O foco, para o autor, é o leitor do jornal. Ele acredita que o leitor

“funciona como um meio para a maximização do lucro; aqui, ele funciona como um meio para o asseguramento do sistema existente – ou seja, dos editores, dos anunciantes e dos capitalistas como classe.” (1989: p. 21).

Emiliano José trata de responder a uma questão com a qual se aproxima da conclusão de Marcondes Filho. “Como definir a relação entre imprensa e poder?”, indaga. Ao respondê-la,

também se reporta ao caráter mercantil do jornalismo: “Trata-se de uma tarefa difícil, porque o jornalista tem um mandato da sociedade democrática para bem informar mas essa mesma sociedade faz da informação uma mercadoria” (JOSÉ, 1996: p. 8).

Ora, se os meios de comunicação abraçaram as bandeiras vinculadas à democracia fica claro que o fizeram, em primeiro lugar, por questão de sobrevivência. Se mesmo a imprensa conservadora se viu obrigada a defendê-las, isso se deu em função da própria sociedade (incluído aí seu público leitor), que as desejava. A meu ver, se praticamente todos os meios de comunicação seguiram essas orientações, isto significa um forte indicador do quanto a sociedade teve a sua atenção monopolizada por aqueles acontecimentos. Deve-se lembrar que os meios de comunicação estão em constante disputa por seu público, em função de sua sobrevivência. Para Marcondes Filho, “conhecer as necessidades do público (não para de fato atendê-las, mas para não perdê-lo) é o que rege o caráter empresarial do jornalismo” (1989: p. 172).

A meu ver, é necessário que se relativize o papel da imprensa na formação de opinião. Nesse sentido, concordo com Marcondes Filho:

“Sabemos que nenhum meio de comunicação, nem sequer todos juntos, pode impor uma ‘verdade’ do poder contra a realidade que as pessoas vivem e contra a memória, mesmo que apagada, das massas: nem Pinochet, nem Médici, nem Maluf, nem qualquer outro tirano conseguiu formar uma opinião pública favorável só com base nos meios de comunicação, que fosse contrária à experiência das massas” (1989: p. 171).

Veja na redemocratização: ela mesma e os fatos

Em reportagem de 21 de novembro de 2007, afirma que “a campanha Diretas Já, que culminou na abertura política do país, só foi efetiva em razão da ampla cobertura dada pela mídia ao movimento”.²⁰ A afirmação, no mínimo, problemática, oculta o fato de que a cobertura da imprensa se deu praticamente nos momentos finais, quando, a despeito da débil cobertura jornalística, a campanha já era um sucesso de público.

Em sua reportagem especial sobre a redemocratização, vemos a revista afirmar – provavelmente sem se dar conta de que fragilizava seu esforço de exhibir uma postura pró-democracia – que por cinco vezes as Diretas Já foram assunto de capa da revista. Se tomarmos como parâmetro o fato de que a campanha teve início em junho de 1983, cinco capas representam muito pouco. De fato, a revista só cobre efetivamente a campanha a partir de sua edição de 29 de fevereiro de 1984, portanto, a menos de dois meses da votação da Emenda Dante de Oliveira.

²⁰ REVISTA VEJA, São Paulo: 21 nov. 2007, s/p.

A edição anterior é emblemática da postura da revista. A matéria foi publicada em apenas duas colunas – em preto e branco [!] – que afirmavam que as diretas tinham levado 500 mil pessoas às manifestações em várias partes do país até então, com fotografia tímida de um dos comícios.²¹ Se esta constatação contraria a postura exibida pela revista, o que pensar diante do fato que até o final de fevereiro já haviam ocorrido muitas dezenas de comícios nas capitais e no interior, que incluíam desde cidades como São Paulo (250 mil pessoas) a Teresina (30 mil), São Luís (25 mil), Amapá (10 mil), Belém (60 mil), Capão da Canoa-RS (50 mil) e Osasco (25 mil), entre muitas outras? (KOTSCHO, 1984: p. 92, 93) A posição da revista fica ainda mais tênue quando se constata que nem mesmo quando ela passa a cobrir a campanha dá destaque aos demais comícios que ocorrem entre 24 de fevereiro de 25 de abril. Ficam de fora Recife (80 mil), Natal (100 mil), Porto Alegre (100 mil) e Goiânia (300 mil) (LEONELLI & OLIVEIRA, 2004: p. 469).

A própria revista oferece indícios que explicam sua cautelosa [!] postura. Exatamente na edição em que parece assumir plena cobertura da campanha, afirma que a espontaneidade das multidões e a própria magnitude de suas exibições parecem ter assustado a cúpula do PMDB, partido que liderou a campanha pelas diretas. Em tom de advertência, *Veja* (que também parece preocupada), afirma que se infiltrou no partido “a convicção de que a campanha da direta, caso seja submetida a uma longa duração, acabará saindo do controle do partido e tomada simultaneamente pelos petistas, nas praças, e por Brizola, nos palanques”.²²

Acredito que a elucidação da posição da revista passe pela comparação com a cobertura dada à campanha de Tancredo Neves à presidência da República através do Colégio Eleitoral com aquela que mereceu a campanha das diretas, em que o saldo é extremamente favorável à primeira. Um exemplo disto está em seu especial sobre a redemocratização, no qual se jacta de que antes mesmo da eleição de indireta que selara o fim do regime militar, publicara uma edição especial

“que contava, em 33 páginas, os bastidores da eleição de Tancredo e da sucessão presidencial mais importante desde 1964. Quatro jornalistas trabalharam durante dois meses na edição. Foram ouvidas mais de 50 pessoas em cerca de 150 horas de entrevistas. Os repórteres carregavam para todas as conversas um levantamento de mais de 200 páginas contendo tudo o que havia sido publicado pela imprensa em matéria de sucessão. Foi um dos maiores esforços de reportagem política já registrados pela imprensa brasileira”.²³

²¹ REVISTA VEJA, São Paulo: 22 fev. 1984, p. 29.

²² REVISTA VEJA, São Paulo: 29 fev. 1984, p. 22.

²³ http://veja.abril.com.br/especiais/regime_militar/index0.html. Na redação. Acessado em: 06/06/08.

CONCLUSÃO

À título de conclusão, três aspectos deverão ser destacados. Em primeiro lugar, é possível garantir que a cobertura da campanha das Diretas Já foi seletiva, cautelosa, preocupada com a perda de controle por parte do PMDB para as esquerdas, portanto, débil. A impressão que deixa, é que se pudesse escolher não a cobriria. Em segundo lugar, posso afirmar que não se sustenta sua postura atual diante de sua própria participação objetiva na redemocratização, ao menos se considerarmos que quase a totalidade dos brasileiros de então desejaram que a transição fosse via eleições diretas para a presidência, e que o caminho pelo qual optou não foi aquele que a sociedade, no primeiro momento, escolheu. Por último, deve-se ressaltar que o caráter de empresa capitalista da grande imprensa, ao invés de inviabilizar a pesquisa sobre os sentimentos coletivos de um ou mesmo vários segmentos sociais, é capaz de auxiliá-la, na medida em que se todos caminham em uma mesma direção, oferecem forte indício do quanto é elevado o interesse da sociedade nos assuntos abordados. A necessidade de realização de lucros, como vimos, faz com que os mesmos busquem atender aos anseios de seu público leitor. Naquele momento da vida brasileira, os meios de comunicação demonstraram o quanto não podem ser considerados enquanto instituições independentes do corpo social, possuidores de vida própria.

Bibliografia

BARBOSA, Marialva. Senhores da Memória. Tese de Concurso Público para Professor Titular no setor de Jornalismo. Departamento de Comunicação Social. Universidade Federal Fluminense, 1993.

JOSÉ, Emiliano. Imprensa e Poder: ligações perigosas. Salvador: EDUFBA; São Paulo: Hucitec, 1996.

KOTSCHO, Ricardo. Explode um novo Brasil: diário da campanha das Diretas. São Paulo: Brasiliense, 1984.

LEONELLI, Domingos & OLIVEIRA, Dante de. Diretas já: 15 meses que abalaram a ditadura. Rio de Janeiro: Record, 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro. O capital da notícia (Jornalismo como produção social de segunda natureza). São Paulo: Ática, 1989. 2ª edição.

XIII *Encontro de História Anpuh-Rio*

Identities