
Construção e desconstrução de lideranças políticas na América Latina pelos veículos da indústria jornalística: Collor e Chávez na revista Veja¹

Alexandre BARBOSA²

Carolina SALGUEIRO³

Universidade de São Paulo; Universidade Nove de Julho, São Paulo, SP

Resumo

Este artigo pretende mostrar como a indústria jornalística na América Latina atua no processo de construção e desconstrução de lideranças políticas de acordo com os interesses hegemônicos da época. Para exemplificar serão analisados dois casos, a partir da cobertura da revista Veja: o de Fernando Collor, no Brasil, que foi da construção à desconstrução e o de Hugo Chávez, na Venezuela, como desconstrução. A metodologia utilizada foi a análise de enquadramento e os casos servem de parâmetro para análises posteriores sobre o papel da indústria jornalística na sucessão de crises nos governos latino-americanos na última década do século XXI.

Palavras-chave: América Latina; jornalismo político; teoria enquadramento; imprensa hegemônica; Política na América Latina.

Era como si Dios hubiera resuelto poner a prueba toda capacidad de asombro, y mantuviera a los habitantes de Macondo en un permanente vaivén entre el alborozo y el desencanto, la duda y la revelación, hasta el extremo de que ya nadie podía saber a ciencia cierta dónde estaban los límites de la realidad.
Gabriel García Márquez, Cien Años de Soledad

Introdução

Os acontecimentos políticos — e suas respectivas coberturas pela indústria jornalística — da segunda década do século XXI transformaram a América Latina, mais uma vez, numa espécie de Macondo: seus habitantes, se ficarem apenas baseados na cobertura da indústria jornalística, terão dificuldade de distinguir fatos que pertencem à realidade do que é a construção da realidade.⁴

¹ Trabalho apresentado no GP América Latina, Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor doutor do curso de Jornalismo da ECA-USP, coordenador do curso de Jornalismo da Uninove, pesquisador do Celacc-USP, email: alexandre.barbosa@usp.br.

³ Estudante de Graduação do 8º semestre do Curso de Jornalismo da Uninove, email: salgueirocarol@yahoo.com.br

⁴ Macondo é a cidade fictícia do romance Cem Anos de Solidão, de Gabriel García Márquez. Uma das interpretações é que ela é uma metáfora da América Latina no que se refere aos ciclos pelos quais o continente passou.

Os *impeachments* de Fernando Lugo, no Paraguai em 2012, e Dilma Rousseff, no Brasil em 2016, e a eleição de Mauricio Macri, na Argentina em 2015, foram eventos que transformaram a geopolítica da região e nos quais houve relevante participação dos meios de comunicação pertencentes à indústria jornalística. Essa participação pode ser alvo de diversos estudos, mas este artigo tem como objetivo mostrar que é prática de veículos da indústria jornalística, no caso específico da revista *Veja*, um processo de construção e desconstrução de “realidades” que corroboram a visão das teorias do jornalismo que preconizam que o jornalismo é uma construção da realidade e não espelho dela (SOUSA, 2002).

Análise do Enquadramento

Mauro Porto expõe em seu artigo *Enquadramentos da Mídia e Política* (2002) que o conceito de enquadramento tem ajudado as pesquisas sobre função de agendamento da mídia. Referindo-se a McCombs e Shaw, afirma “que a mídia pode não ter muito sucesso em dizer às pessoas *o que* pensar, mas seria muito eficiente em determinar *sobre o que* as pessoas devem pensar.” (PORTO, 2002, p. 2)

O enquadramento entraria como um “segundo nível de efeitos.” Para entendê-lo é possível fazer uma analogia com uma janela devido ao fato do enquadramento priorizar apenas aquilo que a mídia pretende mostrar à audiência.

As pessoas apenas vêem o mundo através da moldura de uma janela. Se a moldura da janela é muito pequena, as pessoas só irão ver uma pequena parte do mundo. Se a janela na parede está voltada para o oeste, as pessoas irão somente ver o oeste. Em outras palavras, a mídia pode mostrar apenas uma pequena parte do mundo a partir de um ponto de vista particular. (PARK apud VOLPONI, 2009, p. 83; tradução da autora).

O sociólogo americano Todd Glitin (1980) foi quem apresentou a primeira definição esclarecedora do conceito de enquadramento.

Enquadramentos são princípios de seleção, ênfase e apresentação compostos de pequenas teorias tácitas sobre o que existe, o que acontece e o que importa. [...] [Novos enquadramentos são] modelos persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, nos quais os manuseadores de símbolos, rotineiramente, organizam o discurso, seja verbal ou

visual. (GLITIN apud VOLPONI, 2009, p. 86; tradução da autora)

Jornalismo com construção da realidade

A indústria jornalística brasileira continua com velhas características: o monopólio familiar, fora ser dirigida para os leitores das classes AB, ou também conhecidos “formadores de opinião”, além disso, a mídia tradicional privilegia a cobertura política e econômica (AZEVEDO, 2006).

Orientados para a elite e os formadores de opinião, estes jornais compensam a baixa penetração nas camadas populares com a grande capacidade de produzir agendas, formatar questões e influenciar percepções e comportamentos tanto no âmbito político-governamental quanto no público em geral, este último através dos líderes de opinião ou através da repercussão da pauta dos jornais na televisão aberta (AZEVEDO, 2006, p. 95).

Visão compartilhada por Venício Lima

No Brasil, os empresários de mídia continuam a defender seus interesses como se estivéssemos nos tempos da velha doutrina liberal (que, de fato, nunca vivemos). Basta que se considere, por um lado, a concentração da propriedade e a ausência de regulação da mídia e, por outro, as enormes dificuldades que enfrenta até mesmo debate de temas e projetos com potencial de alterar o *status quo* legal. (LIMA, 2010, p. 54-55).

Que os meios de comunicação defendam bandeiras ideológicas está na gênese do jornalismo. O problema maior está no fato dessas defesas conseguirem agendar o debate público.

O modo como os jornalistas, editores, redatores e demais profissionais da imprensa organizam e selecionam diariamente as informações, atribuindo ênfase a determinados aspectos de uma cobertura e ignorando outros, auxilia na construção da chamada agenda temática da mídia. (FERNANDES, 2016, p. 18)

Esse agendamento lança mão de recursos como o uso da linguagem.

Na manifestação do uso da linguagem, é possível determinar as tendências de pensamento, da ideologia e das ações dos sujeito. As lutas políticas passa necessariamente por lutas discursivas (...), como nas guerras, as palavras e os conceitos são manipulados pelos bandos ou facções segundo seus interesses políticos e também para criar

‘realidades’. (URIBE, 2016, p. 53)

A seguir, exemplos destes processos. Primeiro, foram analisadas as capas da *Veja* entre os anos de 1988 e 1992 em que Fernando Collor de Mello aparece por meio de imagens ou citações diretas. Nesta etapa houve o diagnóstico quantitativo e qualitativo das capas e das características ressaltadas no ciclo observado, tais como novidade, aparência, beleza física, vestuário, combate à corrupção, expressões faciais e adjetivação. O objetivo é mostrar o processo de criação de um super-herói capaz de salvar o Brasil da inflação que assolava o país até a sua queda, quando foi considerado um político corrupto e incompetente pela população brasileira.

Em seguida, será feito um rápido panorama das capas referente ao presidente da Venezuela Hugo Chávez, que o estigmatizam como uma figura totalitária e anacrônica e que ocuparia, no imaginário da esquerda, o papel de sucessor de Fidel Castro e capaz de desestabilizar política e economicamente a região.

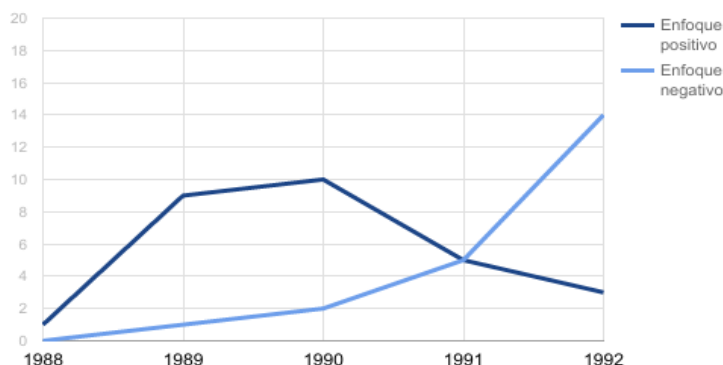
Construção e desconstrução de lideranças políticas: Collor no Brasil

O final da década dos anos 80 foi de eminente importância para o povo brasileiro, uma vez que pela primeira vez em 21 anos o país se viu diante de uma democracia que deu chance aos cidadãos de votar em um Presidente. Neste mesmo período, a revista *Veja* apresentou à nação Fernando Collor de Mello, um político até então conhecido apenas no estado do Alagoas e que em pouco tempo se tornaria o Presidente do Brasil.

O total de capas dedicadas ao ex-Presidente no período abordado foi 50 de 318 edições. Ademais, as capas foram separadas em duas categorias: enfoque positivo e enfoque negativo com o intuito de compreender o enquadramento da revista *Veja*.

Por meio desta análise é possível perceber que houve maior número das publicações com caráter positivo do que das publicações com caráter negativo entre os anos de 1988 e 1990, cujas edições coincidiram com o período pré-eleitoral, eleitoral e o primeiro ano de mandato — respectivamente — do ex-Presidente. Em 1991, o número de tiragens positivas e negativas se manteve equivalente. Contudo, em 1992, as edições com enfoque negativo foram substancialmente superior às edições com enfoque positivo.

Quadro 1 — Enfoque positivo x Enfoque negativo



1988

No ano de 1988 apenas uma capa da revista *Veja* foi dedicada à Fernando Collor de Mello, entretanto, ela marcou o início de uma era. Mediante esta publicação, o Brasil foi capaz de conhecer quem era este personagem que prometia combater à corrupção e, mais precisamente, aos marajás. A chamada o trata como “o caçador de marajás” e sua postura demonstra seriedade ao mesmo tempo em que o apresenta como um personagem jovem e bonito.

Enquadramentos noticiosos são padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados por jornalistas para organizar seus relatos. No jargão dos jornalistas, este seria o “ângulo da notícia”, o ponto de vista adotado pelo texto noticioso que destaca certos elementos de uma realidade em detrimento de outros (PORTO, 2002, p. 9).

Considerando a definição de Mauro Porto sobre enquadramentos noticiosos, pode-se concluir que esta capa tem uma perspectiva auspiciosa sobre Collor.



Figura 1 — Edição de 23 de março de 1988, primeira capa dedicada a Collor na *Veja*.

1989

O ano de 1989 foi o ano das primeiras eleições diretas no Brasil após a Ditadura Militar, neste período 10 capas foram direcionadas ao ex-Presidente Collor nas quais 9 tiveram caráter positivo e apenas uma, negativo.

A primeira capa deste ano apresenta características semelhantes à capa de 1988: um homem jovem, bonito, vestido de terno e gravata no qual porta seriedade. A chamada da edição 1.079 o reapresenta ao país: “Collor: quem é, o que quer e por que está agitando a sucessão”. Tal atitude mantém o padrão de apresentação, seleção e ênfase dos enquadramentos noticiosos. Mas também ao longo do ano nota-se outro traço comum, roupas despojadas, ausência do terno e rosto focado, sempre franzindo as sobrancelhas quando o tema trata da corrida presidencial.

Em relação ao enfoque negativo, a única capa do ano é do mês de outubro e traz apenas uma pequena fotografia no canto superior da esquerda com uma foto séria do então candidato à presidência com o texto “Pesquisas: a queda de Collor”. Apesar do caráter negativo, a imagem assemelha-se às outras: feição séria e uso do terno e gravata.



Figura 2 — Edição de 17 de maio reapresenta Collor ao Brasil.



Figura 3—Edição de 9 de agosto traz Collor sem terno e mesma feição séria.



Figura 4 — Edição de 4 de outubro é a primeira com enfoque negativo.

1990

Em 1990, o semanário *Veja* dedicou 12 capas ao ex-Presidente da República, sendo 10 de caráter positivo e 2, negativo. Este também foi o primeiro ano de mandato de Collor e o ano em que o Plano Brasil Novo, popularmente conhecido como Plano Collor foi implantado em terras brasileiras. Essa medida econômica visava controlar a inflação, entretanto, ao promover o confisco de depósitos bancários e cadernetas de poupança dos brasileiros — uma das medidas do plano — causou controvérsia no país.

Na edição 1.115 de 31 de janeiro de 1990, antes da sua posse como presidente, a *Veja* iniciou uma nova forma de enquadramento. Na imagem desta publicação Collor aparece sorrindo e em atitude descontraída, fato que se repetiria em mais duas edições (1.120 e 1.126) de enfoque positivo no mesmo ano. Todavia, as imagens selecionadas mantêm o mesmo padrão dos outros anos, o uso de terno e gravata e acentuação da juventude do então Presidente. Na edição 1.162, Collor também é retratado sorrindo, contudo, em forma de caricatura que o alude a um super-herói devido a sua posição e porte físico.

No dia 21 de março de 1990, 5 dias após a implantação do Plano Collor, a *Veja* dedicou mais uma capa ao Collor. A chamada, de caráter negativo, diz “o dinheiro sumiu”, no entanto, o invólucro traz um retrato do Presidente com sua faixa presidencial e semblante jovial mantendo ainda atributos das tiragens anteriores. Igualmente ao ano

anterior, a segunda capa de caráter negativo traz apenas uma pequena imagem no canto esquerdo superior da página com uma foto de traços preocupados do ex-Presidente com o texto “Inflação: O impacto dos 3%”.



Figura 5 — Edição de 31 de Janeiro de 1990 traz Collor sorrindo junto ao Presidente George Bush dos EUA.



Figura 6 — Edição de 21 de março de 1990 exibe Collor na cerimônia de posse.



Figura 7 — Edição de 26 de dezembro de 1990 traz Collor com porte de atleta.

1991

O ano de 1991 foi um divisor de águas para o governo de Fernando Collor de Mello, após um ano do Plano Brasil Novo a inflação ainda não estava controlada e a população mostrava os primeiros sinais de descontento com a gestão Collor. No mesmo período, a revista *Veja* dedicou 10 edições ao ex-Presidente, 5 com enfoque positivo e 5, negativo.

A primeira edição com enfoque positivo data-se de 9 de janeiro de 1991 e nela é possível notar um Presidente descontraído e feliz a bordo de um iate, conquanto, ao longo do ano é possível perceber uma mudança no enquadramento dado ao governante. A edição 1.191 de 17 de julho faz alusão a Collor no canto esquerdo superior da página como quem está “à flor da pele” juntamente a uma foto do político com feições preocupadas. O padrão deste enquadramento mantém-se por outras duas edições posteriores (1.196 e 1.199), uma na qual fala da crise do seu casamento e outra na qual traz a chamada: “Collor esgotado”. Nessa, a fotografia enquadra apenas o seu rosto com

um semblante desolado e suor na face, além de salientar as suas marcas de expressão, contrapondo-se ao enquadramento dos primeiros anos no qual o mostrava como um personagem jovem e bonito.



Figura 8 — Edição de 9 de janeiro de 1991 mostra Collor se divertindo.



Figura 9 — Edição de 21 de agosto de 1991 trata da vida pessoal do Presidente.



Figura 10 — Edição de 11 de setembro de 1991 traz um político desgastado.

1992

O ano de 1992 foi crucial para o governo Collor, neste período das 17 edições consagradas ao então Presidente 14 tiveram enfoque negativo. Para mais, as tiragens seguiram um padrão consistente de três revistas com enfoque positivo em sequência e as restantes com características negativas até o final de dezembro. Também é possível notar que as três primeiras edições tentaram recuperar a imagem desgastada do político como, por exemplo, nas edições 1.221 e 1.227 que ambos os textos falam da saúde do Presidente e trazem imagens dele com semblante preocupado e marcas de expressão no rosto nas quais defrontam o retrato de um homem jovial e forte.

Entre os meses de junho e dezembro, 14 capas da revista *Veja* citaram diretamente Collor, número superior ao total singular dos anos anteriores. Igualmente, essas 14 edições trouxeram enfoque negativo. A edição de 26 de agosto de 1992 traz um homem de terno e gravata à frente da bandeira do Brasil, porém sem rosto e com a chamada: “O Brasil renuncia a Collor: a voz do povo chega ao Congresso”; a edição de 22 de setembro exibe o Presidente dentro de uma ampola do tempo com a frase: “Cafajestadas na fase final: palavrões, compra de votos, ataque ao Congresso” e a última edição do ano

apresenta uma caricatura de Collor com marcas de expressão na testa e atado ao seu próprio terno com um cadeado e a seguinte chamada: “1992: o ano glorioso em que nos livramos dele”.

O enquadramento da revista *Veja* por cinco anos de um presidencial jovem, elegante e que iria combater a corrupção foi mudado para um governante fraco e sem apoio, tanto do povo quanto do Congresso, instável, corrupto e, por fim, alguém que o Brasil se veria feliz em livrar-se. A escolha das fotografias foi alterada, as edições nos primeiros anos priorizavam retratos em que Collor passava seriedade e se mostrava jovem e forte, nada obstante, nos anos finais, as imagens mostrava alguém cansado, envelhecido, com rugas e marcas de expressões. É possível notar que o semanário também mudou a forma de tratamento para com o Presidente, tratando-o como um personagem novo capaz de mudar o futuro do Brasil no início, todavia, ao decorrer dos anos mudou o seu enquadramento, transformando Collor em um vilão por intermédio de suas capas.



Figura 11 —Edição de 26 de agosto de 1992 fala que o fim de Collor chegou.



Figura 12 —Edição de 22 de setembro de 1992 aponta falta de controle do Presidente.



Figura 13 —Edição de 30 de dezembro de 1992 comemora a saída de Collor da Presidência.

Desconstrução de Hugo Chávez ou a construção de um monstro



Figura 14 —Edição 1903 de maio de 2005



Figura 15 —Edição 1986, dezembro de 2006



Figura 16 —Edição 3032, novembro de 2007

Para a revista **Veja**, Chávez era considerado um monstro: utilizava a figura de Simón Bolívar em seus discursos, pregava a união da América Latina na chamada ALBA (Alternativa Bolivariana para as Américas). Era amigo e considerado “sucessor” de Fidel Castro, considerado o maior símbolo do anacronismo latino-americano.

A edição 1.903 da revista **Veja**, de 4 de maio de 2005, que tem como matéria de capa o presidente venezuelano Hugo Chávez na matéria, assinada por Diogo Schelp, faz comparações preconceituosas entre Fidel Castro e Hugo Chávez.

O presidente da Venezuela, Hugo Chávez, há mais de seis anos no poder, **ameaça a estabilidade** da América Latina com o financiamento e o apoio a grupos **radicais** de países vizinhos, a formação de uma milícia civil, o uso do petróleo para **chantagear** as repúblicas da América Central e a aliança com a **ditadura cubana** de Fidel Castro, de quem se tornou um **clone malfeito e extemporâneo**. (VEJA, 2005)

O primeiro parágrafo da matéria era “Curiosamente, o único presidente de países americanos que é uma **bomba de efeito retardado**, o coronel paraquedista Hugo Chávez [...]. Veio do meio militar e tornou-se um populista **autoritário** e **fanfarrão**. ” No segundo parágrafo: “O coronel ainda não atingiu a sofisticação [...] de Fidel Castro, este sim [...] um **fóssil da Guerra Fria** que sobrevive em **sua ilha particular** como um **capataz magnânimo**, mas **repressor**”.

Na página 156 da edição, o texto era:

Chávez demonstra necessidade quase **patológica** de se exhibir como clone de Fidel Castro, o **decano dos ditadores**. Ambos se exibem em fardas militares e discursam por horas, misturando **banalidades** com assuntos de Estado. Não estivesse Caracas claramente substituindo Havana como **quartel-general da insurgência revolucionária**, tudo isso poderia ser mais uma **risível patuscada** de **repúblicas bananeiras**. (VEJA, 2005)

Não bastasse o uso de adjetivos depreciativos a matéria é ainda carregada de informações duvidosas, como o uso de aspas de Andrés Oppenheimer, considerado “respeitado especialista em América Latina”, e colunista do **Miami Herald** que afirma ser “Chávez um Fidel Castro sem cérebro e com petróleo”.

Após essa publicação, Chávez voltou em outras capas, sempre associado à figura de ditador ou de responsável pela violência e instabilidade no continente, como mostram as reproduções a seguir.



Figura 17: Em dezembro de 2006, Chávez é chamado de filhote de ditador



Figura 18: Em novembro de 2007, Chávez é comparado a Mussolini e Hitler

Pode-se afirmar que, no conjunto das publicações, *Veja* desconstruiu Chávez como liderança política e construiu a figura de um ditador.

Considerações Finais

Baseando-se na Análise do Enquadramento e nas capas do semanário *Veja*, este artigo constatou o movimento pendular das publicações relacionadas ao ex-Presidente Collor. O enquadramento praticado pela *Veja*, principalmente entre os anos de 1988 e 1990, apresenta Collor, tanto em seus textos como em suas imagens, como um homem elegante, culto, jovem, bonito, sério quando se trata de política, mas também divertido em seus momentos de descontração. Todavia, ao decorrer dos anos e com as denúncias de corrupção contra o ex-Presidente, o semanário mudou o seu enquadramento. Neste segundo momento, sobretudo entre o segundo semestre de 1991 e ao longo de 1992, a *Veja* denotou Collor como uma pessoa instável, cansada, fraca e mentirosa. Além disso, as fotos deste período mostram um homem mais velho, com rugas, marcas de expressão e semblante ora fatigado, ora desolado.

Já Hugo Chávez foi mostrado com um líder que estaria disposto a interromper a democracia na região, associado ao anacronismo político e como um projeto ditatorial. As capas usam apresentam o líder venezuelano com vermelho, expressões faciais negativas e demoníacas e com ligações com ditadores “históricos” como os fascistas Hitler e Mussolini.

Tanto a violência na transformação de Chávez em ditador, como o movimento pendular na transformação de Collor de herói a corrupto são exemplos de como os veículos da indústria jornalística podem criar realidades que não contribuem para o desenvolvimento político da América Latina. Essa construção da realidade atende aos interesses do grupo hegemônico do qual a empresa proprietária da *Veja* faz parte. Essa constatação aumenta ainda mais a necessidade de discutir a democratização dos meios de comunicação e a criação de alternativas comunicacionais que forneçam subsídios aos povos latino-americanos de construir o debate político por suas próprias vozes.

Referências bibliográficas

AZEVEDO, Fernando. **Mídia e democracia no Brasil: relações entre sistema de mídia e o sistema político.** In Opinião Pública, Campinas, vol. 12, nº 1, Abril/ Maio, 2006.

BARBOSA, Alexandre. **A solidão da América Latina na indústria jornalística brasileira.** Embu das Artes: Alexa Cultural, 2017.

FERNANDES, Carla Montuori. **O agendamento intermediário do escândalo da Petrobrás no Jornal Nacional.** In CASTILHO, Alessandra; CAÑIZÁLES, Andrés & MACEDO, Roberto Gondo. *Comunicación Política y Democracia en Latinoamérica: retos y perspectivas.* Capivari, SP: Editora Nova Consciência, 2016.

LIMA, Venício Artur. **Liberdade de expressão e liberdade de imprensa: direito à comunicação e democracia.** São Paulo: Publisher, 2010.

MÁRQUEZ, Gabriel García. **Cem anos de solidão.** Rio de Janeiro: Record, 1999

PORTO, Mauro. **Enquadramentos da mídia e política.** 25º Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Intercom. Salvador, BA, 3 a 6 de setembro de 2002.

REVISTA VEJA. Edições de 1988 a 2008.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da Notícia e do Jornalismo.** Chapecó: Argos, 2002.

URIBE, Esmeralda Villegas. **Esfera midiática e processos eleitorais: os debates televisivos na campanha eleitoral de 2014 para a presidência da República da Colômbia** In CASTILHO, Alessandra; CAÑIZÁLES, Andrés & MACEDO, Roberto Gondo. *Comunicación Política y Democracia en Latinoamérica: retos y perspectivas.* Capivari, SP: Editora Nova Consciência, 2016.