

Charleston José de Sousa Assis. Imprensa e redemocratização no Brasil: a TV Globo e as Diretas Já. (PPG-UFF - Doutorando em História Social)

Resumo: De alguns anos para cá a Rede Globo de Televisão tem investido em marketing com o objetivo de construir uma imagem positiva junto à opinião pública, em especial no que diz respeito ao seu telejornalismo. Seu esforço mais notável talvez seja aquele vinculado à sua participação na cobertura da campanha Diretas Já, em 1984. O objetivo desta comunicação é demonstrar a diferença do que tem sido oficialmente divulgado pela emissora daquilo que efetivamente representou sua cobertura objetiva. Em outras palavras, comparando-se com o que foi ao ar, e de que forma foi, o que sugere um evidente esforço de reconstrução da memória social sobre si mesma.

## Introdução

Em junho de 2008, a Rede Globo fez alarde do lançamento do site [www.memoriaglobo.com.br](http://www.memoriaglobo.com.br), no qual abre muitos de seus arquivos a qualquer um que tenha ao seu alcance um computador em uma conexão razoável com a internet. Ali os interessados encontrarão depoimentos de pessoas que fazem parte da história da emissora, bem como novelas, humorísticos e programas jornalísticos de grande importância para os historiadores do tempo presente.

Entretanto, dentre todos os assuntos abordados na página inicial, o que mais chama a atenção é o link intitulado “Polêmicas históricas”. Situado na parte central da página, o link dá acesso às principais situações que envolveram a empresa em polêmicas que, de uma forma ou de outra, mancham seu nome até nossos dias. São seis as chamadas polêmicas históricas: as concessões de canais, o caso Time-Life, o caso Proconsult, a campanha Diretas Já, os debates Collor X Lula, e a questão atual com o BNDES. Curiosamente, porém não sem razão, as quatro imagens que ilustram o texto informativo do link pertencem à cobertura das Diretas, visto ter sido aquela que, ao lado da cobertura das eleições de 1989, provocou as maiores desconfianças em diversos setores da sociedade brasileira acerca da postura da emissora.

O objetivo desta comunicação é demonstrar que os argumentos utilizados pela emissora para justificar sua atuação nas Diretas encerram contradições que nos permitem colocá-los sob suspeição, e que, portanto, se trata de uma tentativa de reconstrução da memória social acerca da *Rede Globo*.

Razões para todo esse esforço da emissora não faltam. De acordo com Jacques Le Goff,

“a memória coletiva foi posta em jogo de forma importante na luta das forças sociais pelo poder. Tornar-se senhores da memória e do esquecimento é uma das grandes preocupações das classes, dos grupos, dos indivíduos que dominaram e dominam as sociedades históricas. Os esquecimentos e os silêncios da história são reveladores destes mecanismos de manipulação da memória coletiva”.<sup>1</sup>

Pelo exposto, memória e esquecimento, aparentemente opostos, muitas vezes constituem elementos de um mesmo processo. Esquecimentos e silêncios acerca de algo certamente são estimulados porque há interesse que indivíduos, grupos e sociedades lembrem, isto é, constituam sua memória sem o efeito perturbador que eles possam causar. Márcia Motta defende que o historiador tenha em mente “a idéia de que numa sociedade há sempre várias memórias, muitas delas em disputa”. Segundo ela, “vale afirmar: quem quer lembrar, o que se quer lembrar, e porquê”.<sup>2</sup> Diante disso, e tendo ciência de “quem quer lembrar”, investiguemos os dois elementos restantes.

### **Os argumentos iniciais**

O texto do site Memória Globo, intitulado “1983/1984 – Comícios das Diretas Já”, inicia informando que o deputado federal Dante de Oliveira apresentou a proposta de emenda à Constituição em 02 de março de 1983, e que no mês seguinte o PMDB lançou a Campanha Diretas Já. A primeira estratégia de defesa consistiu em demonstrar que mesmo antes do lançamento da campanha, a emissora já havia apresentado matéria no *Jornal Nacional* em 29 de março, com duração de 2 minutos e 16 segundos, tratando do lançamento da campanha. De fato, o entrevistado é o líder do PMDB na Câmara Federal, o deputado Freitas Nobre, que expõe a estratégia da oposição para aprovar a emenda.

À primeira vista, o argumento utilizado parece responder bem aos seus críticos. Entretanto, o próprio texto põe por terra a estratégia, ao admitir que a campanha ganha as ruas nos meses seguintes e, em seguida, informar que no dia 27 de novembro levou ao ar, no programa *Fantástico*, matéria de 1 minuto e 17 segundos acerca de uma festa-comício no estádio do Pacaembu, em São Paulo. Ora, se a campanha estava nas ruas, por que demoraram oito meses para fazer sua cobertura novamente em horário nobre? Ainda mais

---

<sup>1</sup> LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2003, p. 422.

<sup>2</sup> MOTTA, Márcia Maria Menendes. História e memórias. In: MATTOS, Marcelo Badaró (org.). **História: pensar e fazer**. Rio de Janeiro: Laboratório Dimensões da História, 1998, p. 75.

se tratando do dia do falecimento do senador Teotônio Vilela, um dos maiores símbolos da campanha, lembrado nos comícios com a emocionante canção “Menestrel das Alagoas”, de Milton Nascimento e Fernando Brant, cantada pela cantora Fafá de Belém.

Após afirmar que os quatro primeiros meses de 1984 foram marcados por comícios em praças como Salvador e Vitória, a emissora informa que só tratou deles em telejornais locais e assume que isso ocorreu “por decisão de Roberto Marinho”. De acordo com o texto, “o presidente das Organizações Globo temia que uma ampla cobertura de televisão pudesse se tornar um fator de inquietação nacional”. O texto apresenta palavras do próprio Marinho para explicar porque resolveu cobrir a campanha, utilizando trecho de uma entrevista à revista *Veja*, na qual afirma que “a paixão popular foi tamanha que resolvemos tratar o assunto em rede nacional”.

Roberto Marinho disse a verdade? Sim, sabe-se que sua emissora cobriu a campanha em rede nacional. Todavia, não da forma como está disposta no texto. Ali, afirma que em 25 de janeiro noticia o comício da Sé, sobre o qual faz questão de frisar que se tratou do primeiro grande comício da campanha. Em outras palavras, equivale dizer que quando a coisa tomou força a *Globo* estava presente para noticiar. Não foi bem assim. Meses depois a emissora entra realmente na cobertura jornalística.

O referido comício foi causa de muitas controvérsias à época. A acusação que a emissora sofreu foi de que mentiu aos telespectadores, fato que o texto reconhece. Como defesa, diz que a matéria de 1 minuto e 3 segundos do jornalista Ernesto Paglia informou que no comício se pedia eleições diretas para presidente da República. Informa, ainda, que a confusão se originou com a chamada lida pelo apresentador Marcos Hummel, no *Jornal Nacional*, que dizia: “Festa em São Paulo. A cidade comemorou seus 430 anos com mais de 500 solenidades. A maior foi um comício na Praça da Sé”.

Acerca disso, vejamos alguns aspectos. Em primeiro lugar, um comício que reúne cerca de 250 mil pessoas jamais poderia ser anunciado da maneira como foi, sendo vinculado ao aniversário da cidade. Segundo: e o que dizer do tempo exíguo? Um minuto para o maior evento político da história do país em vinte anos? Fica claro que não havia intenção de noticiá-lo efetivamente à época, tanto quanto fica igualmente claro que o esforço atual para dizer que a Globo não havia se omitido.

### **Cotejando as fontes**

Nesse momento, é sempre interessante recorrer às fontes contemporâneas. Não que as mesmas não sejam suscetíveis a manipulações e erros, mas são capazes de nos apontar aspectos sobre as quais as atuais silenciam ou mesmo se opõem. Uma frase do deputado Egídio Ferreira, vice-líder do PMDB na Câmara, pode oferecer subsídios para a explicação do fenômeno: “o movimento pelas diretas cresceu tanto que até a Globo aderiu”.<sup>3</sup> Ora, que dizer de um contemporâneo que afirma que “até a Globo”. Será que se trata de uma posição individual do deputado? Sua frase evidencia, no mínimo, uma má vontade da emissora com a campanha, que teria sido vencida porque o movimento obteve avassalador apoio popular.

Se tomarmos como base o pensamento de Mikhail Bakhtin, certamente não diremos que se tratava de opinião isolada do deputado Ferreira, pois de acordo com aquele,

“na realidade, o ato de fala, ou, mais exatamente, seu produto, a enunciação, não pode de forma alguma ser considerado como individual no sentido estrito do termo; não pode ser explicado a partir das condições psicofisiológicas do sujeito falante. A enunciação é de natureza social”.<sup>4</sup>

A revista *Veja* entendeu as coisas de maneira parecida, quando afirmou que a *Globo*, na verdade, reconheceu que estava perdendo credibilidade por sua omissão em cobrir a campanha.<sup>5</sup> A revista *Isto É* também tratou da ausência da *Rede Globo* na campanha. Afirma que, na opinião de um veterano redator da emissora, imperava no departamento de jornalismo “uma desgraçada sensação de culpa e que os telespectadores ligavam para a emissora indignados com o boicote”.<sup>6</sup> Então, como se vê, à época a sociedade fazia uma leitura crítica acerca da posição da *Rede Globo* frente à campanha.

Voltando ao Comício da Sé, vale o registro que a reportagem de *Veja* afirma que teriam sido 45 segundos, não 1 minuto e 3 segundos. Em que pese o fato de que tanto o repórter quanto o próprio editor (ou mesmo o veículo, o que é comum) estivessem deliberadamente dispostos – por quaisquer razões – a espezinhar a *Globo*, “arredondando” o tempo da matéria, ainda assim é emblemático que tenham mobilizado um discurso que, ao que tudo indica, encontrava eco na sociedade. Será que todos à época estavam

---

<sup>3</sup> REVISTA VEJA, São Paulo: 18 abr. 1984, pp. 93, 94.

<sup>4</sup> BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1986, p. 109.

<sup>5</sup> REVISTA VEJA, São Paulo: 18 abr. 1984, pp. 93, 94.

<sup>6</sup> REVISTA ISTO É, São Paulo: 1º fev. 1984, p. 20.

equivocados ou tinham má vontade em relação à emissora, por isso as acusações que sofreu? Parece que não.

### **A explicação da emissora: pressão insuportável**

Após a polêmica supracitada, o texto explica que a causa de tudo foram as pressões que a Globo sofreu dos militares. O então diretor de jornalismo Woile Guimarães achava que

“foi a maior pressão que a Rede Globo já sofreu”. De acordo com José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, “naquele momento, a pressão sobre Roberto Marinho foi intensa. Foi uma frustração para mim e para toda a equipe de jornalismo, uma tristeza para o Armando Nogueira e a Alice-Maria, não poder fazer a cobertura de maneira adequada. Nós ficamos limitados pelo poder de audiência que a TV Globo tinha. Isso foi uma tristeza muito grande, mas naquele momento o Dr. Roberto não podia resistir.”

Nesse momento, a estratégia de reconstrução de memória atinge o ápice. A idéia apresentada ao leitor do site é que não havia saída para a emissora. A explicação seria a mais ou menos a seguinte: Roberto Marinho estava de mãos atadas. Contraditoriamente, o texto assume essa explicação, pois havia iniciado dizendo que o próprio Marinho temia a campanha.

A meu ver, a contradição se resolve na junção dos dois aspectos: tanto Roberto Marinho era contrário à campanha para eleições diretas à Presidência da República – seja por princípio seja por temor que o processo saísse do controle dos setores dominantes, de resto um temor compartilhado pelos demais integrantes das elites – quanto por medo quanto vinha sendo pressionado para não cobrir a campanha. Embora seja de difícil elucidação, parece que o primeiro fator assumiu maior peso. Assim sendo, parece sofisma a tese da incapacidade de agir do presidente das *Organizações Globo*. Se não, vejamos.

Começemos com uma questão: por que a emissora mergulha na cobertura da campanha no dia 10 de abril de 1984? (Registre-se que faltavam apenas 15 dias para a votação da emenda Dante de Oliveira.) Antes dessa data, notícias em rede nacional somente em 16 e 24 de fevereiro e em 21 de março. Ora, Marinho podia ou não autorizar a cobertura? Se não podia, por que autorizou que a Globo cobrisse “com grande destaque o evento, dedicando-lhe quase uma hora da sua programação”? E, se podia, por que não o fizera antes? Não parceria mesmo querer.

De fato, há uma mudança radical na postura da emissora frente à campanha. Comparemos o Comício da Sé, de 25 de janeiro, com o famoso Comício da Candelária, no dia 10 de abril. No primeiro, a emissora colocou de 45 segundos a 1 minuto de reportagem do comício das diretas em São Paulo, que contou com mais de 250 mil pessoas,<sup>7</sup> ainda assim no contexto do aniversário da cidade. No segundo, com cerca de 1 milhão de pessoas, utilizou quase uma hora, entre *flashes* vespertinos, Jornal Nacional e com interrupções durante a novela das oito.<sup>8</sup>

A meu ver, as razões residem na audiência. Trata-se da perda de credibilidade que se traduz em perda de audiência e, conseqüentemente, em perda de receita. Segundo o IBOPE, entre as 21 e 21h30, cerca de 4,2 milhões de cariocas e 4,8 milhões de paulistanos assistiram ao comício da Candelária. 83% da audiência entre os cariocas e 60% entre os paulistanos. Para se ter uma idéia, a novela *Champagne* vinha apresentando audiência de 60% dos aparelhos de televisão.<sup>9</sup> Como desprezar o interesse gigantesco da sociedade nas diretas?

As palavras de uma reportagem da revista *Veja* acerca do Comício da Candelária oferecem alguns subsídios para entendermos o que se passava:

“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 ao mesmo tempo”.<sup>10</sup>

Ciro Marcondes Filho, ao analisar o fenômeno, também faz observação, de certa forma, semelhante, ao destacar que a campanha dava audiência:

“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

---

<sup>7</sup> REVISTA ISTO É, São Paulo: 1º jul.1984, p.17.

<sup>8</sup> REVISTA VEJA, São Paulo: 18 abr. 1984, p. 93.

<sup>9</sup> Ibid.

<sup>10</sup> REVISTA VEJA, São Paulo: 18 abr. 1984, p. 21.

Manchete) as “recomendações” do Planalto para não darem destaque às passeatas”.<sup>11</sup>

## Conclusão

Sabe-se que os meios de comunicação não são possuidores de vida própria, independentes do corpo social de onde se originam e para o qual se dirigem (e procuram dirigir). Por essa razão, a trajetória da Rede Globo, que foi da omissão ao engajamento na cobertura, se assemelhou a dos outros grandes veículos de comunicação do país. Todos tiveram de mudar. O fato da emissora líder de audiência ter sido a última tem menos a ver com as pressões sofridas pela ditadura que pelas convicções e vínculos classistas de seus proprietários, tanto que, quando os negócios poderiam ser ameaçados, imediatamente a emissora fez tudo aquilo que hoje em dia se esforça dizer que era incapaz de fazer: cobriu a campanha exaustivamente.

O site [www.memoriaglobo.com.br](http://www.memoriaglobo.com.br), a meu ver, se insere no

“processo de construção de memórias [que] implica escolhas entre os fatos do passado, que – por uma razão ou por outra – determinado grupo considera que devam ser lembrados/rememorados. Ao fazer escolhas, o grupo também esquece e faz esquecer outros acontecimentos”.<sup>12</sup>

No final, a mais válida explicação da Globo se encontra na frase distraidamente transcrita pelo autor do texto: “o presidente das Organizações Globo temia que uma ampla cobertura de televisão pudesse se tornar um fator de inquietação nacional”.

## Bibliografia

- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1986, 3. ed.
- LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2003.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia (Jornalismo como produção social de segunda natureza)**. São Paulo: Ática, 1989. 2ª edição
- MOTTA, Márcia Maria Menendes. História e memórias. In: MATTOS, Marcelo Badaró (org.). **História: pensar e fazer**. Rio de Janeiro: Laboratório Dimensões da História, 1998.

---

<sup>11</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. O capital da notícia (Jornalismo como produção social de segunda natureza). São Paulo: Ática, 1989. 2ª edição, p. 172.

<sup>12</sup> MOTTA, op. cit., p. 80.