

## A REPRESENTAÇÃO VISUAL E TEXTUAL DE FERNANDO COLLOR DE MELLO E DO MOVIMENTO DOS CARAS PINTADAS NA REVISTA VEJA

DOUGLAS FERREIRA DOS SANTOS<sup>1</sup>; PROF<sup>a</sup>. DRA. CAROLINA KESSER BARCELLOS DIAS<sup>2</sup>;

<sup>1</sup>UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS – [douglas.ferreiradossantos@gmail.com](mailto:douglas.ferreiradossantos@gmail.com)

<sup>2</sup>UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS - [carol.kesser@gmail.com](mailto:carol.kesser@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa, ainda em desenvolvimento, iniciou em pleno aumento da popularidade de um presidente negacionista, sem plano de governo, e que utiliza as mídias para sua autopromoção e legitimação de suas condutas. É através dos diversos meios midiáticos, sejam eles televisivos, impressos e/ou nas redes sociais, que Jair Messias Bolsonaro, capitão reformado do exército e político (foi deputado federal por sete mandatos), veicula/apresenta sua imagem como sujeito anticorrupção e de esperança para reverter uma realidade, criada por seus apoiadores da direita e da extrema-direita, de salvação da soberania do país.

As plataformas digitais tornaram-se ferramentas durante a campanha de Bolsonaro, em virtude do aumento do acesso à *Internet* nas últimas duas décadas, porém esta não é uma prática inovadora, pois em outros contextos também foram usados mecanismos populares para a construção do perfil de um político salvacionista, mas utilizando outras ferramentas dos meios de comunicação. Em 1989, Fernando Affonso Collor de Mello, candidato pelo Partido da Renovação Nacional (PRN), tornou-se o primeiro presidente eleito diretamente após o período da ditadura civil militar (1964-1985). Sua imagem foi popularizada através dos meios de comunicação, sobretudo pelas mídias televisivas e impressas. Destas, a revista *Veja* foi essencial para veicular imagens e textos que exaltavam a jovialidade do candidato, apresentando-o como sendo a única opção possível para solucionar as demandas do país e devolver a estabilidade política. Ao enaltece-lo, a mídia contribuiu para criar, moldar e propagar sua figura de “Caçador de Marajás”.

Não obtendo sucesso e causando a insatisfação popular com as medidas tomadas nos primeiros anos de seu mandato, sobretudo o Plano que desencadeou desempregos e o confisco de contas bancárias (Collor I), deu-se início a privatizações e reduções das tarifas alfandegárias, criando um espaço propício para o crescimento do neoliberalismo, nascendo, assim, o segundo Plano (Collor II) que, novamente, não obteve sucesso. Foi nesse cenário que surgiram várias denúncias de corrupção, dentre elas algumas feitas pelo seu irmão, Pedro Collor, que revelou esquemas de lavagem e desvio de dinheiro.

Foi a partir de denúncias veiculadas nos meios de comunicação que diversos seguimentos da sociedade se juntaram, com o inesperado entusiasmo e adesão dos jovens, e o Movimento dos Caras Pintadas saiu às ruas exigindo o *impeachment* do presidente.

Para Mische (1997) e Dias (2008), a mídia teve participação no movimento dos caras pintadas quando legitimaram as manifestações, divulgando-as na

programação e, também, reforçando-as com obras ficcionais: ao exibir a minissérie *Anos Rebeldes*, a Rede Globo contribuiu para cativar os jovens que ainda não tinha aderido ao Fora Collor (MISCHE, 1997: 135-136). A exibição da minissérie, que apresentou de forma romantizada as lutas contra a repressão no final da década de 1960 e início de 1970, despertou na juventude da década de 1990, “um novo herói: a juventude rebelde e politizada dos anos 60” (DIAS, 2008: 05).

A revista *Veja* teve um papel crucial na construção e desconstrução da figura de Fernando Collor e, até hoje, ocupa um lugar simbólico na sociedade ao pautar temas de interesse do grande público, legitimando os discursos através das representações visuais e textuais, o que a torna uma importante fonte nesta pesquisa. É inegável que ela foi – e ainda é – um instrumento importante para disseminação de informações e construção de narrativas sobre fatos, tornando-se relevante para a historiografia brasileira.

A *Veja* é uma revista de grande circulação nacional. Pertence ao grupo Abril, fundado por Victor Civita e Roberto Civita em 1950, e sua primeira publicação foi no dia 11 de setembro de 1968. É um semanário brasileiro que aborda temas sobre economia, política, cultura, lazer e entretenimento, com abrangência nacional e internacional. Aos moldes da revista *Time*, *Veja* consolidou-se no país e passou a ganhar cada vez mais espaço de circulação (SILVA, 2005: 55-56).

A revista *Veja* é um produto mercadológico de construção e desconstrução de narrativas sobre fatos históricos, veículo de propagação e legitimação de discursos e instrumento que está a serviço do neoliberalismo. Pela quantidade de tiragens – desde a sua criação –, ocupa o *ranking* de revista mais vendida no Brasil. Ainda, foi pioneira na publicação das denúncias de envolvimento do Presidente Fernando Affonso Collor de Mello em esquemas de corrupção, realizadas por seu irmão, Pedro Collor, na edição 1236. Nesta pesquisa, ela funciona como uma fonte importante para observar as influências da mídia no registro de momentos e fatos importantes da História brasileira.

Compreender os fatos históricos da política recente do país, a partir da perspectiva da *Veja*, permite evidenciar sua constante participação na construção de narrativas políticas e sociais, como nos episódios de ascensão e derrubada de Collor. Antes mesmo do período eleitoral, a revista passou a apresentá-lo como o “messias” e “teve a chance de revelar para a população um dossiê com denúncias capazes de destruir a credibilidade e, como ocorreu, afastar o governo Collor” (LUZ, 2004: 52).

Assim, esta pesquisa propõe a análise sobre as representações visuais e textuais sobre Fernando Collor de Mello e o Movimento dos Caras Pintadas, nas edições da revista *Veja*, no decorrer dos anos de 1988 a 1992.

## 2. METODOLOGIA

O interesse nos discursos textuais e iconográficos em torno de Collor e do Movimento dos Caras Pintadas, na *Veja*, permite compreender se houve mecanismos de veiculação de apoio ao candidato/presidente e, a posteriori, de legitimação – ou negação – das manifestações. Portanto, a metodologia adotada foi à criação de um banco de dados com anotações consideradas relevantes sobre as diversas representações, visuais e textuais, do candidato à presidência da República e do movimento dos caras pintadas. O banco de dados foi organizado em forma de catálogo, para permitir a visualização simultânea das

edições, a fim de facilitar as comparações durante as análises. O material assim organizado permite a localização dos conteúdos, a qualquer tempo, para realização das análises, estabelecendo uma noção mais ampla sobre o contexto do tema de pesquisa.

O banco de dados está organizado em dois blocos: o primeiro intitulado “Collor” e dividido em três partes a) A construção de um candidato; b) Mudanças dos discursos; e c) A desconstrução do político; o segundo bloco, intitulado “Movimento dos Caras Pintadas”, organizado da seguinte maneira: a) Legitimação; b) Criminalização; e c) Ausência. Essa organização permitirá fazer o comparativo para entender os pontos primordiais para a mudança, ou não, dos discursos.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Sobre as narrativas visuais e textuais de Fernando Collor e o movimento dos Caras Pintadas, nos conteúdos da *Veja*, nas edições identificadas - a partir de critérios preestabelecidos - são as publicações do ano de 1988 – início do corte temporal da pesquisa, quando da promulgação da Constituição Federal, visto que é o documento primordial que estabelece, legitima e orienta sobre o regime político democrático – até dezembro de 1992, ano em que acontecem as manifestações a favor da renúncia do presidente em todo o Brasil.

Sendo assim, até a presente etapa da pesquisa, identifiquei três momentos distintos nas representações de Collor pela *Veja*: 1. O “messias” (março de 1988 a dezembro de 1989), onde há uma construção imagética e textual sobre Collor apresentando-o como o único candidato capaz de solucionar todos os problemas do país; 2. O “presidente” (janeiro de 1990 a julho de 1992) trata-se de narrativas favoráveis ao presidente e, nas abordagens sobre os aspectos negativos, o semanário responsabilizou integrantes do governo; e 3. O “ex-presidente” (de agosto a dezembro de 1992) para designar quando a revista passou a publicar narrativas em torno da necessidade do processo de *impeachment*. Portanto, identifiquei que o discurso da revista se modifica em “favorável”, “com dúvidas” e “contra” Fernando Collor.

Em relação ao movimento dos caras pintadas é possível afirmar que às representações se tornaram uma referência não apenas sócio-política, pois é inserida na memória coletiva como um evento cultural e identitário brasileiro, mas através da publicidade contida em edições da revista *Veja*.

### 4. CONCLUSÕES

A presente pesquisa torna-se, assim, relevante para a historiografia, para os profissionais do ensino de História, para a sociedade em geral e, sobretudo, para os jovens, pois é necessário compreender/entender/discutir a representação (ou representações) sobre Fernando Affonso Collor de Mello, primeiro candidato eleito presidente de forma direta após a ditadura civil-militar, e sobre um dos maiores movimentos juvenil da história do tempo presente.

Portanto, é possível afirmar que, embora tenha havido a tentativa de preservar o presidente Collor, num primeiro momento, foi inevitável que, com seu comprometimento diante das inúmeras denúncias, a revista passasse a

desconstruir a imagem de Collor, tornando o “messias” e caçador de Marajás em responsável e cúmplice dos diversos esquemas de favorecimento e corrupção.

No que se refere ao movimento dos caras pintadas, a *Veja* legitimou as manifestações, através das representações textuais e imagéticas, com o intuito de propagar o discurso como sendo um meio de comunicação democrático. Nos textos jornalísticos é possível identificar a narrativa de que a pressão do povo foi fundamental para que houvesse a abertura do processo de *impeachment*, desta maneira, a revista acabou provocando uma aproximação dos fatos aos leitores e um convite - mesmo que indiretamente - para adesão dos demais pela saída de Collor da presidência.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Artigo

DIAS, Luis Antonio. Política e Participação Juvenil: os “caras-pintadas” e o movimento pelo impeachment. In: **Revista História Agora**. n. 4, 2008. Disponível em:

[http://www.historiagora.com/dmdocuments/politica\\_e\\_participao\\_juvenil\\_cp.pdf](http://www.historiagora.com/dmdocuments/politica_e_participao_juvenil_cp.pdf).

Acesso em 13 de março de 2020 às 22h 14min.

LUZ, Thaize Ferreira da. A Influência da Mídia na Queda de um Presidente. In: **Biblos**, Rio Grande do Norte, v. 16, 2004, p. 45-53.

MISCHE, Ann. De estudantes a cidadãos: redes de jovens e participação política. In: **Rev. Bras. Educ.** [online]. 1997. Disponível em:

[http://educa.fcc.org.br/scielo.php?pid=S1413-24781997000200012&script=sci\\_abstract](http://educa.fcc.org.br/scielo.php?pid=S1413-24781997000200012&script=sci_abstract). Acessado em 12 de janeiro de 2021 às 18h 37 minutos.

### Tese/Dissertação/Monografia

SILVA, Carla Luciana Souza da. **VEJA**: O indispensável partido neoliberal (1989 a 2002). Tese (Doutorado em História) – Programa Interinstitucional de Pós-Graduação em História UFF/UNIOESTE, 2005.