

# O Movimento Diretas Já e a Cobertura do Jornal Zero Hora: uma Análise a partir da Agenda-Setting\*

Poliana Lopes<sup>†</sup>

## Índice

### Resumo

O Movimento Diretas Já (1983-1984) marcou o final do regime militar que foi instaurado no Brasil em 1964 e apoiava a emenda Dante de Oliveira, que tinha como objetivo a eleição direta para presidente em janeiro de 1985. O Movimento teve grandes proporções, reunindo milhões de pessoas em comícios e passeatas. Por isso, o Movimento obteve grande representação na imprensa, conforme citam Domingos Leonelli e Dante de Oliveira (2004), assim como Thomas Skidmore (1988) e outros autores que abordam esta época da história do Brasil. Esta pesquisa pretendeu compreender e verificar como essa cobertura foi feita, pelo jornal Zero Hora, através da hipótese da agenda-setting, a partir dos estudos de Wolf (2001) e Hohlfeldt (2001). O enfoque da análise está

---

\*Monografia de conclusão do curso de Especialização em História, Comunicação e Memória do Brasil Contemporâneo, orientado pela Prof<sup>a</sup> Dra. Paula Regina Puhl, apresentado em maio de 2007 na Universidade Feevale.

<sup>†</sup>Jornalista (Unisinos, 2001), especialista em História, Comunicação e Memória do Brasil Contemporâneo (Universidade Feevale, 2007), mestranda em Processos e Manifestações Culturais (Universidade Feevale)

em dois períodos específicos: o maior comício de Porto Alegre, em 13 e abril de 1984, e o dia da votação, que foi em 25 de abril de 1984. Para verificar o agendamento foram selecionadas três edições para cada data: da véspera, do dia do evento e do dia seguinte. Verificou-se que, dos dez conceitos apresentados pela hipótese, sete existiam nas edições estudadas: acumulação, onipresença, frame-temporal, time-lag, centralidade, tematização e focalização. Os outros três não foram percebidos, pois consonância e relevância relacionam-se à análise de diferentes veículos e saliência refere-se à valorização que o receptor dá ao tema. Assim, confirma-se a hipótese da agenda-setting no caso estudado.

**Palavras-chave:** agenda-setting – cobertura jornalística – Movimento Diretas Já – Zero Hora.

## 1 INTRODUÇÃO

A democracia que o Brasil vive hoje permite que a população aja conforme suas necessidades e quando elas não são supridas há o direito da livre manifestação, seja através de paralisações e greves ou de passeatas, discursos e movimentos populares. Mas nem sempre foi assim, pois em alguns momentos da história brasileira governos ditatoriais tolheram o direito à livre expressão. Considerando a história do Brasil contemporâneo, o governo militar instaurado em 1964 foi um desses casos: população, imprensa, sindicatos, partidos políticos e entidades de classe não podiam se manifestar, após 1968, sob o risco de serem punidos pelos militares.

Uma das reações aos 20 anos de ditadura foi o Movimento Diretas Já – que ocorreu entre 1983 e 1984 – foi o primeiro grande movimento popular onde os brasileiros, das mais diferentes camadas sociais e profissionais, puderam erguer a voz e manifestar seu desejo: o da eleição direta para presidente em janeiro de 1985.

Na época, a imprensa foi uma das grandes incentivadoras e divulgadoras do Movimento Diretas Já, abrindo espaço em suas páginas ou suas grades de programação para mostrar as ações que mobilizavam a população e também explicando o processo de tramitação da emenda

Dante de Oliveira. Os veículos de comunicação – alguns desde o início, outras após o movimento ter atingido grandes proporções – tiveram papel fundamental (juntamente com outras instituições sociais) na amplitude que o movimento alcançou, o que justifica o desenvolvimento desta pesquisa.

Por ser precursor no sentido de manifestação popular pós-militares e por ter utilizado o poder da mídia sobre os receptores, o Movimento Diretas Já é merecedor de um estudo mais aprofundado. Houve, com certeza, casos posteriores muito semelhantes nas proporções atingidas junto à população – como o Fora Collor!, dos Caras-Pintadas, em 1993. Entretanto, o Movimento Diretas Já foi o precursor, devendo ser recordado hoje como um exemplo de movimentação conjunta em prol de um objetivo comum que modifique a vida dos brasileiros.

Assim, conhecer esta relação entre o Movimento Diretas Já, a imprensa e a mobilização popular é o tema deste trabalho. Para compreender até que ponto a mídia influenciou na participação da população nas atividades do movimento, faz-se uso da hipótese da *agenda-setting* – que verifica se e como a mídia influencia sobre o que as pessoas vão pensar e incluir na sua agenda de conversas do dia-a-dia.

Como a cobertura jornalística nacional do Movimento Diretas Já foi ampla, a metodologia deste trabalho, baseada na pesquisa qualitativa, analisou o jornal Zero Hora, que circula em todo o Rio Grande do Sul e é tradicionalmente conhecido por ficar sempre ao lado dos governos, ou de partidos de direita. Foi necessário fazer um recorte no material de análise, pois o jornal Zero Hora deu grande espaço para o Movimento. Então, foram selecionadas as matérias referentes a dois momentos de grande importância na história do movimento no Estado: o maior comício Pró-Diretas, que foi realizado em 13 de abril de 1984 que reuniu 200 mil pessoas no centro de Porto Alegre, e o dia da votação da emenda na Câmara dos Deputados, que foi 25 de abril de 1984.

Dividida em três momentos, esta pesquisa qualitativa – aquela que fornece uma compreensão profunda de certos fenômenos sociais, enfatizando as especificidades de um fenômeno em termos de sua origem e razão de ser, utilizando-se de descrições detalhadas de fenômenos e comportamentos, citações diretas de pessoas sobre as experiências, trechos de documentos e de dados com maior riqueza de detalhes – inicia contextualizando o Movimento Diretas Já: o que foi, como surgiu e

creceu por todo o País, mostrando os principais personagens e os fatos que marcaram esta parte da história brasileira. Pode-se citar, como importantes fontes de informação nesta etapa da pesquisa, os então deputados federais Dante de Oliveira (autor da emenda) e Domingos Leonelli, que participaram direta e ativamente de todo o movimento.

Contextualizando o tema do primeiro capítulo com o objetivo desta pesquisa, a primeira parte é ampliada abordando também a presença do movimento no Rio Grande do Sul, assim como a participação da mídia – nacional e gaúcha – na cobertura e divulgação do movimento.

Na segunda parte, a fim de analisar este acontecimento na mídia, se faz necessário fazer um estudo mais aprofundado da hipótese da agenda-setting antes de se proceder uma análise das matéria escolhidas. Para aprofundar o embasamento teórico, especialistas no assunto como Wolf (2001) e Hohlfeldt (2001) são referências necessárias e de extrema importância.

O terceiro capítulo faz uma análise das reportagens principais publicadas no jornal Zero Hora em dois eventos específicos: o comício de 13 de abril de 1984 e a votação da emenda em 25 de abril de 1984. Para compreender melhor o que se passou e até que ponto houve agendamento, foram selecionadas três edições para cada data: a anterior ao evento, que mostra os preparativos, a do dia e a do dia seguinte, que mostra as repercussões. Os dados serão tratados através de uma pesquisa qualitativa.

Dessa forma, este trabalho busca colaborar com o entendimento da relação do Movimento Diretas Já com a mídia impressa, considerando a sua pertinência e destacando a sua, ainda, atualidade e importância na história brasileira.

## **2 O MOVIMENTO DIRETAS JÁ**

Para analisar a existência – ou não – da influência da hipótese da agenda-setting na cobertura dada ao Movimento Diretas Já pelo jornal Zero Hora, é preciso inicialmente entender e conhecer este momento da história brasileira, para na seqüência ser possível fazer uma análise mais aprofundada.

### **2.1 O Movimento Diretas Já no Brasil**

A história recente do Brasil ficou marcada por dois fatos distintos: Ditadura e Abertura. A Ditadura Militar instaurada em 1964 é objeto de vários estudos, e mesmo assim não foi totalmente esclarecida devido ao sigilo dos arquivos oficiais da época; depoimentos e fatos de conhecimento público é o que constroem praticamente toda esta parte da história do Brasil. A Abertura, que iniciou em 1979 com a Anistia Política, marcou a mudança para o regime político-social em que vivemos atualmente.

Foi neste período que ocorreram as primeiras grandes manifestações públicas – como greves e comícios – sob o poder dos militares. Neste contexto enquadra-se o Movimento Diretas Já que, apesar de ter sido iniciado na Câmara dos Deputados, sob a alçada do PMDB (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004), mobilizou grandes grupos civis em prol de um objetivo comum: a eleição direta para presidente e vice do Brasil.

Segundo Skidmore (1988), a decadência e o final do regime militar brasileiro tiveram início no governo do presidente Ernesto Geisel (1974-1979), quando a sociedade começou a se unir e enfrentar a linha dura, exigindo inicialmente a anistia aos exilados e presos políticos. Como fazia parte do projeto militar a redemocratização do Brasil, foi decretado o fim do Ato Institucional nº5 em 1978.

A entrada no poder do presidente João Baptista Figueiredo (1979-1984) não modificou as necessidades dos brasileiros, que seguiam na busca da Anistia e o fim da linha dura. Skidmore (1988) relata que foi Figueiredo quem assinou a Anistia e o projeto do general Golbery do Couto e Silva que previa o fim do bipartidarismo em 1979, agradando

em parte a população, que andava desgostosa com a política econômica – alta inflação, desemprego e crescimento da dívida externa eram características reais da época. A maior recessão do País, desde a década de 50, esboçara-se ainda em 1981, configura-se em 1982 e se aprofundaria em 1983. (SKIDMORE, 1988)

No sistema pluripartidário, os órfãos da Arena reuniram-se no PDS, enquanto o MDB dividiu-se em PMDB, PP, PDT e outros partidos; na mesma época, os comunistas fundaram o PC do B, e os trabalhadores – organizados após diversas greves e manifestações – fundaram o PT. Segundo Vieira (1985), em 15 de novembro de 1982 ocorreu a primeira eleição direta – para governador, senadores, deputados estaduais e federais, prefeitos e vereadores – desde 1964, e apesar de os partidos de oposição terem maior número de votos (25 milhões, no total, contra 18 milhões de votos para o PDS), o governo manteve o controle do cenário político, acreditando ter como manipular a sucessão de Figueiredo. No Senado, eram 46 senadores do PDS, 21 do PMDB, um do PTB e um do PDT, enquanto na Câmara Federal havia a bancada – majoritária – do PDS, com 235 deputados, contra a bancada opositora, com 244 parlamentares (dos quais 200 do PMDB, 23 do PDT, 13 do PTB e oito do PT).

Após a eleição de 1982, a população brasileira passou a buscar a eleição direta também para presidente da República. Um novo Congresso Nacional, eleito pelo povo, em parte também tinha este anseio. Assim, segundo Leonelli e Oliveira (2004), querendo modificar a legislação brasileira vigente, o deputado federal Dante de Oliveira (PMDB/MT) decidiu apresentar à Câmara dos Deputados um projeto de emenda pedindo mudanças na Constituição brasileira visando à eleição direta para presidente da República. Para apresentar a emenda, Dante de Oliveira precisava do aval de deputados e senadores. Antes mesmo de os trabalhos do Congresso iniciarem, em março de 1983, ele buscou as assinaturas, visitando os parlamentares não somente dentro do Congresso, tanto que “partiu para os apartamentos e hotéis onde residiam ou se hospedavam os parlamentares” (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, p. 36). Sua ação foi avaliada pelo ex-deputado e ex-ministro Fernando Lyra, quase 20 anos depois: “Nunca vi ninguém correr tanto e tão rapidamente naquele Congresso atrás de assinaturas como aquele magro”. (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, p. 78)

Em 2 de março de 1983, após o início das atividades da Câmara e do Senado, Dante de Oliveira apresentou a Proposta de Emenda Constitucional restabelecendo as eleições diretas para presidente da República. Assinada por mais 176 deputados e 23 senadores, ela seria colocada em pauta. No texto apresentado, Dante de Oliveira ressaltava que o que ele buscava era um clamor do povo percebido durante sua campanha para Deputado Federal, no ano anterior. A emenda previa direito ao voto aos brasileiros maiores de 35 anos e no exercício dos direitos políticos, por sufrágio universal e voto direto e secreto. (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, p. 78 e 79)

Visando reforçar a importância da emenda, o PMDB definiu, na primeira reunião da bancada, em 9 de março de 1983, a formação de uma comissão que elaboraria um plano de mobilização. A comissão era formada por Dante de Oliveira, Carlos Mosconi, Roberto Freire, Flávio Bierrenbach, Ibsen Pinheiro e Domingos Leonelli. Este seria o segundo movimento em torno da Emenda Dante de Oliveira, e o início da campanha Diretas Já, conforme Leonelli e Oliveira (2004, p.82), que relatam que no primeiro encontro do grupo, ficou decidido que a campanha não seria detonada pela bancada do PMDB, mas sim pela direção do partido, que assumiria sua operacionalização.

O passo seguinte, segundo o então deputado federal Ibsen Pinheiro, foi conquistar Ulysses Guimarães, tanto que na segunda reunião ele estava presente. E sobre este dia ele conta: “sentimos o seu ceticismo, igual ao nosso, quanto ao objetivo formal – mas percebemos também que ele desvelou, desde logo, o potencial político e parlamentar da proposta” (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, p. 84).

Ainda em março o grupo parlamentar distribuiu um documento para todos os diretórios estaduais do partido, que desencadeou planejamentos regionais e ações locais. Em uma delas o setor jovem do PMDB no Paraná agendou para 17 de abril o lançamento da campanha no Estado, durante a Convenção Estadual da Juventude.

Para manter o assunto em pauta – o que era um problema, devido ao caos econômico que se instalara no País nos últimos anos e acabava mobilizando políticos e população –, o grupo parlamentar usava de alguns manejos: os tempos de discurso na Câmara, a divulgação na mídia e no Congresso de toda e qualquer adesão ao movimento, fosse ela política ou da sociedade. Assim foi feito quando a Igreja Católica mostrou-se

favorável ao movimento, primeiramente através da adesão do bispo baiano, dom José Rodrigues, e em seguida por dom Paulo.

Evaristo Arns e dom Ivo Lorscheider, presidente da CNBB. (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, p.117)

A ata da primeira reunião do grupo, posteriormente mais elaborada, viria a ser o primeiro documento público da campanha: a proposta aprovada na bancada no início de abril e levada à Executiva Nacional em 14 de abril de 1983. Na reunião foi escrita a Resolução do Diretório Nacional, onde o ponto nº1 abrangia a

Eleição do presidente da República, em 15 de janeiro de 1985, pelo voto direto, devendo a Direção Nacional do PMDB constituir uma comissão de senadores e deputados, coordenada com os diretórios regionais, municipais e demais partidos de oposição e setores representativos da sociedade, para empreender ampla e contínua campanha em todo o país.<sup>1</sup>

A referida comissão, coordenada pelo senador Pedro Simon, foi formada pelos senadores Itamar Franco, Álvaro Dias, Gastão Muller e Henrique Santillo e pelos deputados Dante de Oliveira, Domingos Leonelli, Flávio Bierrenbach, Aldo Arantes, Márcio Braga e Oswaldo Lima Filho.

Em 26 de abril, a Executiva Nacional do PMDB reuniu-se para dar implementação às decisões do Diretório Nacional. Além das Diretas, a pauta incluía a oficialização do Projeto Emergência, que viria a ser o conteúdo programático das Diretas. O projeto visava, entre outros pontos, preservar e ampliar a capacidade da Nação de decidir seus próprios caminhos e destinos, a dignidade do ser humano e às riquezas do País. (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004)

Após toda a movimentação interna do PMDB em abril o mês de maio foi marcado pelo declínio das atividades pró-Diretas e pela consequente mudança de foco da política e da imprensa para o governo, que anunciou a retomada da coordenação do processo sucessório pelo presidente Figueiredo. Os temas ligados à oposição, como Diretas, denúncia

---

<sup>1</sup> Trecho retirado da ata da reunião, conforme LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, p.130



de corrupção e críticas à crise econômica foram substituídos na mídia por títulos referentes às preferências do PDS e às disputas entre Paulo Maluf, Aureliano Chaves e Mario Andreazza, que desejavam ser o candidato governista à sucessão de Figueiredo.

Entretanto, por trás das cortinas o mês de maio datou uma das mais importantes alianças do Movimento Diretas Já. Reunidos no dia 27 de maio de 1983, Ulysses Guimarães e o presidente do PT, Luis Inácio Lula da Silva, acordaram a unidade dos dois partidos de oposição em prol do movimento. Assim, como disse Ulysses em discurso na Câmara dos Deputados em abril de 1984, ocorria ali “o arco-íris da aliança entre os trabalhadores e a democracia” (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, p. 153). Devido a seu envolvimento com as raízes do projeto e da emenda a ser votada, o PMDB assumiu a responsabilidade pela realização da campanha, com o apoio dos outros partidos de oposição: PT, PDT e os clandestinos PCdoB e PCB.

Em junho de 1983 a campanha ganha as ruas. Segundo Leonelli e Oliveira (2004), na primeira convocação oficial constava o cronograma inicial de manifestações, que incluía atos públicos em Goiânia (GO) no dia 15 daquele mês, em Teresina (PI) no dia 24 e em São Luis (MA) no dia 25, além de seminários em São Paulo nos dias 17, 18 e 19 e em Cuiabá (MT) no dia 20. Paralelamente, Bahia, Rio Grande do Sul, Pernambuco e outros Estados realizaram seus seminários.

O primeiro comício das Diretas, em Goiânia, reuniu cerca de 8 mil pessoas. Na época, os organizadores não tinham como mensurar o tamanho do evento, então optaram por duas alternativas: o ginásio da Faculdade de Economia da UCG, em caso de público reduzido, ou então, para maiores proporções, um comício a céu aberto, em frente ao ginásio – que foi a que se concretizou. O comício de Teresina ocorreu no dia 26, e após este não pararam de ocorrer movimentações pelo país em prol das Diretas, embora nem sempre a imprensa nacional desse cobertura. Cuiabá (MT), Porto Alegre (RS), Piracicaba (SP), Ilhéus (BA) e Recife (PE) tiveram seus comícios e atos públicos, envolvendo ainda mais a população brasileira no projeto. (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004)

Enquanto isso, a corrida pelo Palácio do Planalto acelerava-se cada vez mais dentro do PDS, que ia se dividindo. O processo sucessório, aparentemente, fugia ao controle do presidente Figueiredo. Neste mo-

mento as forças se dividiam em duas frentes: uma contra o avanço da candidatura de Paulo Maluf à sucessão e outra contra o movimento das Diretas. O problema tornava-se grave, e em julho de 1983 governistas já começavam a mostrar simpatia pelo projeto das Diretas, mas não necessariamente em 1985. Muitos parlamentares mostravam-se a favor, mas mais para adiante; ou seja, para o sucessor do sucessor de Figueiredo.

No dia 21 de julho o Dia Nacional do Protesto parou diversas cidades do Brasil, principalmente São Paulo, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Bahia e outros Estados. Este movimento, não ligado diretamente ao que o PMDB estava criando, destacou-se na história pela forte unidade das centrais sindicais, partidos de oposição e entidades civis. (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004)

Em agosto de 1983 o tema das Diretas voltou a tomar corpo dentro do PDS, principalmente depois da citação de uma frase de Figueiredo, que admitia eleições diretas em 1985 se ocorressem certos “vícios” no Colégio Eleitoral, como compra de votos ou formalização de compromisso para posteriores trocas de favores. Para alguns, a frase serviu como recado para Paulo Maluf.

Enquanto Mário Andreazza e Aureliano Chaves pareciam ser o assunto da política no mês de setembro, o PMDB preparou e exibiu no dia 23, em rede nacional de rádio e televisão, um programa de 60 minutos abordando a questão das Diretas e a convocação da Constituinte. Dois dias antes, na madrugada de 20 para 21, o governo havia perdido votação na Câmara: o decreto-lei 2024, que impedia reajustes salariais superiores ao Índice Nacional de Preços ao Consumidor, foi reprovado com o voto de 252 deputados, dos quais 11 eram do PDS. Essa seria a primeira votação com liberdade desde o início do regime militar. Ou, como disse no dia Ulysses Guimarães, “os senadores e deputados descobriram que podem legislar sem sofrer represálias. Chega ao fim a época das decisões imperiais” (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, p. 255).

O primeiro apoio dos governadores foi formalizado em uma reunião ocorrida em Foz do Iguaçu (PR) nos dias 15 e 16 de outubro, onde oito governadores aderiram à causa. Este apoio ampliou fortemente a estrutura da campanha das Diretas, principalmente com recursos materiais para estimular e respaldar o grande movimento de massas. Assim, a entrada oficial dos governadores do PMDB – e também do PDT – representava um salto de qualidade.

No mês de novembro destacam-se as adesões civis à campanha. Empresários como Abílio Diniz (do grupo Pão de Açúcar), Dílson Funaro (do grupo Thol), Roberto Vidigal e Miriam Lee, entre outros, afirmaram publicamente seu apoio e, por vezes, ainda declaram que compareceriam a um comício em sua cidade. Até as mulheres do Movimento de Arregimentação Feminina – aquele que foi às ruas em 1964 “com Deus e pela família” apoiando o regime militar – se posicionavam pelas Diretas. Uma delas, Julieta Nunes Pereira, sentia-se traída pelo governo, que nos anos 60 prometera eleições dois anos após o golpe. Na mesma época o vice-presidente Aureliano Chaves afirmou se favorável à emenda, e ainda estimulou a criação do Grupo Pró-Diretas do PDS. Na verdade, ficou claro aos políticos que naquele momento ir contra as Diretas era desagradar à população. E, assim, a campanha das Diretas ia deixando os parlamentos, os gabinetes e até as sedes dos sindicatos, para ganhar as ruas e avenidas de todo o país.

Segundo Leonelli e Oliveira (2004), o primeiro comício de São Paulo ocorreu no dia 27 de novembro de 1983, quando cerca de 15 mil pessoas reuniram-se no Pacaembu. Neste primeiro evento, promovido pelas centrais sindicais, não houve a união e adesão política que se seguiria nos meses seguintes, o que é tido como justificativa para o público considerado reduzido.

Em Olinda (PE), o comício de 5 de janeiro de 1984 realizado no Mosteiro de São Bento, que reuniu 15 mil pessoas, deu início à campanha no Estado. Já em 12 de janeiro o calçadão da Rua das Flores, em Curitiba (PR) foi o palco de um comício para 50 mil pessoas. Nestes eventos, a recordação do primeiro comício, em Goiânia, reforçava a tese de quanto o movimento crescera em menos de seis meses.

No dia 18 de janeiro de 1984 a sede da Ordem dos Advogados do Brasil, no Rio de Janeiro, sediou a assinatura e o lançamento de um manifesto pró-Diretas assinado por 11 entidades de classe que, juntas, reuniam mais de um milhão de profissionais liberais de todo o País. Apesar de ser considerada a segunda capital política do Brasil – a primeira era Brasília – o Rio de Janeiro viu inicialmente apenas dois pequenos atos públicos a favor do movimento: uma passeata que saiu de Ipanema e outra no Méier, reunindo pouco mais de mil pessoas.

Um marco na história das Diretas foi o comício da praça da Sé, em 25 de janeiro de 1984. Nele, mais de 300 mil pessoas pediam a

volta do direito ao voto direto para presidente. Com trechos transmitidos por algumas emissoras de televisão e ampla cobertura nos jornais do dia seguinte, foi um dos que mais mobilizou a população – até aquele momento. O presidente Figueiredo preferiu ignorar o ato público, agindo como se nada acontecesse. Entretanto, estava sempre ao par dos acontecimentos. Tentando reduzir o impacto do evento, o porta-voz da presidência, Carlos Átila, definiu o comício como de “pouca expressão”. Para ele o público da praça da Sé era inexpressivo se comparado aos 52 milhões de eleitores que votaram em 1982, dando ao PDS o direito de escolher o próximo presidente.

Nesta época, manifestações pipocavam por todo o País. Em João Pessoa (PB), no dia 26 de janeiro 10 mil pessoas comparecem ao comício da praça da Lagoa, enquanto no dia 27 o comício de Olinda (PE) recebeu 30 mil pessoas.

No início de fevereiro de 1984 Ulysses Guimarães teve a idéia de realizar uma grande marcha sobre Brasília no dia da votação da emenda Dante de Oliveira, visando pressionar os deputados do PDS que estivessem contrários ou indecisos em relação à proposta. Antes disso, seu plano incluía a realização de comícios em Belo Horizonte (MG) e Rio de Janeiro (RJ), tentando superar o ato paulistano do dia 25 de janeiro. A idéia do ato em Brasília preocupou os militares, que levantaram a hipótese de decretar estado de emergência na capital federal, como já havia feito anteriormente. Depois de reunião do PMDB, optou-se por não realizar a marcha e sim um comício em frente ao Congresso Nacional uma semana antes da votação.

Como que tentando frear o efeito da campanha das Diretas, o governo decidiu, em 10 de fevereiro, que o sucessor de Figueiredo de que seu sucessor seria um civil escolhido pelo Colégio Eleitoral.

Em 14 de fevereiro o Comitê 25 de Janeiro – composto por artistas e intelectuais – lançou seu manifesto em um evento chamado Festa do Amarelo. Assim, oficializaram o que já ocorrera no País: a adoção do amarelo como a cor das Diretas Já. No manifesto, destacava-se:

[...] O povo, às claras, quer a gema. Pêssegos, seios, mangas, cabelos, mamões, canários, araras, a natureza explode em amarelo com tropical alegria. A alegria é a prova dos nove. O amarelo é a prova do ovo. (...) Queremos

usar o amarelo das flores sem medo, o girassol amarelo que nos guia, tinge e alimenta. (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, p.404)

Em 16 de fevereiro, as Diretas reuniram dez mil pessoas na praça central de Macapá (AP). Na época, a população da cidade era de 90 mil habitantes, o que aumenta ainda mais a importância daquela manifestação. No mesmo dia Belém (PA) recebeu 60 mil pessoas na praça Primeiro de Dezembro. Com o apoio do governador Jader Barbalho, todos os 82 municípios do Pará puderam se fazer presentes através de caravanas. No dia 19, sete dos 110 mil habitantes de Rio Branco (AC) participaram do comício, enquanto no dia 20 cerca de 16 mil pessoas foram ao comício em Cuiabá (MT). Um incidente da incursão pelo Norte do País foi o comício de Manaus (AM), onde seis mil pessoas compareceram à praça do Congresso; na época, a cidade contava com cerca de um milhão de habitantes, o que tornou o número de presentes inexpressivo.

Enquanto parte do grupo pró-Diretas estava no Norte do Brasil, outras manifestações ocorriam pelo País. No dia 16 de fevereiro cerca de 50 mil pessoas participaram de passeata na Cinelândia, no Rio de Janeiro (RJ), numa espécie de preparação para o comício agendado para 21 de março – e que depois seria transferido para 10 de abril. Na sexta-feira, dia 17, Recife (PE) sediou caminhada de 12 mil pessoas pelo centro da cidade. No dia seguinte 25 mil pessoas reuniram-se em comício na cidade de Caruaru, no interior do Estado. Em Osasco (SP), no dia 19 de fevereiro, um comício levou 25 mil pessoas à Praça da Estação. Em 24 de fevereiro Belo Horizonte (MG) supera o comício da praça da Sé, contabilizando 340 mil pessoas presentes na praça Rio Branco. O dia 25 de fevereiro foi denominado pelos organizadores da campanha o Dia do Interior pelas Diretas. Assim, vários comícios foram realizados nas cidades menores, mobilizando grande número de pessoas. (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004)

O mês de março, quando ocorreu a reabertura do Congresso, foi marcado por uma desaceleração na campanha. Entretanto, isso não significa que os trabalhos foram suspensos. Durante este mês, o Grupo Pró-Diretas do PDS passou por mudanças e crescimento. Ainda em março, o governador carioca Leonel Brizola inaugurou a primeira grande obra de seu governo (o primeiro eleito por voto direto após o golpe

militar): a Passarela do Samba, ou “sambódromo”, onde seria realizado aquele que ficou conhecido como o “Carnaval das Diretas”. Não só no Rio de Janeiro, mas em todo o País, slogans pelas Diretas dominaram o cenário do Carnaval.

Ainda em março, no dia oito, o governo reuniu-se para definir a mudança da data da votação da emenda Dante de Oliveira. Agendada para 11 de abril, ela foi transferida para o dia 25. Conforme Leonelli e Oliveira (2004), a mudança foi necessária porque o governo pretendia apresentar outra emenda, pedindo eleições diretas para 1988 – ou seja, para o sucessor do sucessor de Figueiredo. A emenda presidencial foi entregue ao Congresso em meados de abril, e previa também a alteração de outros 37 itens da Constituição.

No dia 21 de março – data em que ocorreria um comício, mas que foi adiado para 10 de abril – houve uma passeata no Rio de Janeiro (RJ), sem organização do governo estadual nem a presença de artistas, mas que mesmo assim reuniu cerca de 200 mil pessoas (os organizadores contabilizaram 300 mil, contra 150 mil contada pela polícia) na avenida Rio Branco, entre a Cinelândia e a Candelária. Assim, o Rio de Janeiro deu uma resposta àqueles que afirmavam que os comícios e passeatas tinham sucesso porque contavam com a presença de artistas e ao uso da máquina administrativa estadual.

No início de abril, a cidade de Cascavel (PR) realizou uma das maiores manifestações, onde 25% da população de 160 mil habitantes foi às ruas pedir eleições diretas. No dia 5, oitenta mil pessoas promoveram, em Recife (PE), a maior manifestação política do Estado nos últimos 20 anos. Este comício contou inclusive com o apoio do prefeito Joaquim Cavalcanti, do PDS. No dia 6, em Natal (RN), cem mil pessoas lotaram a praça Gentil Ferreira. Goiânia (GO) recebeu novamente um comício das Diretas no dia 12, reunindo cerca de 300 mil pessoas na praça Cívica. No dia 13 os comícios foram em Porto Alegre – 200 mil pessoas – e Ipatinga (MG). (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004)

No comício da Candelária de 10 de abril, o Rio de Janeiro atingiu a casa de um milhão de pessoas em uma manifestação pelas Diretas. Naquela data o presidente Figueiredo estava em visita ao Marrocos e, quando questionado sobre o comício, teria afirmado ao deputado pedessista Alcides Franciscato “se eu estivesse lá, seria a milionésima primeira pessoa”. A frase fez estremecer o PDS, mesmo sendo desmen-

tida dias depois. Sentindo o golpe do comício e abalados pela possível afirmação de Figueiredo, alguns deputados pedessistas chegaram a ventilar a hipótese de votar a favor da emenda Dante de Oliveira.

No dia 16 de abril o Vale do Anhangabaú, em São Paulo (SP) sediou uma passeata de 1,5 milhão de pessoas – o recorde da campanha. Além da mobilização em solo, os edifícios que circundavam o trecho participaram do evento, seja com decoração em verde e amarelo ou com uma chuva de papel picado.

No dia 18 de abril – usando como pretexto as reclamações de parlamentares sobre um grupo de quatro mil mulheres que protestara em frente e dentro do Congresso – o governo federal decretou medidas de emergência no Distrito Federal e em mais dez cidades de Goiás, inclusive Goiânia. A primeira medida foi colocar barreiras policiais em todos os acessos do Distrito Federal, impedindo o acesso de manifestantes pró-Diretas. Foi feito minucioso controle no aeroporto de Brasília, o que incluiu a listagem de passageiros das companhias aéreas. Segundo Leonelli e Oliveira (2004), as emissoras de televisão e rádio foram proibidas de transmitir ao vivo de Brasília e todo o material que fosse preparado para ser divulgado deveria ter aprovação do Departamento Nacional de Telecomunicações (Dentel).

Mesmo com todas as medidas, no dia 24 de abril um buzinaço marcou a véspera da votação em Brasília. Marcando a data, um espetáculo vergonhoso: o general Newton Cruz, responsável pelas medidas de emergência, circulou por Brasília montado em um cavalo branco e, tentando conter os manifestantes, desferia chicotadas nos veículos.

Apesar do clamor civil visualizado durante toda a campanha, o movimento foi derrotado na Câmara dos Deputados na madrugada de 25 para 26 de abril. Apesar de aprovada por 298 votos contra apenas 65, faltaram 22 para atingir o quorum necessário para mudar a Constituição. A vitória do governo no Congresso definiu que a eleição para presidente seria mais uma vez indireta.

Apesar da derrota política da Emenda Dante de Oliveira, o Movimento Diretas Já não perde seus louros, pois com ele “a força da democracia que emergia da base da sociedade no resto do Brasil chegava à Brasília” (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, p. 65). O apoio da população aos opositoristas durante a campanha motivou integrantes do movimento a participar da eleição indireta que ocorreria. Assim, em

maio o governador de Minas Gerais, Tancredo Neves, foi lançado candidato, tendo como vice em sua chapa o ex-presidente do PDS – e dissidente do partido –, José Sarney. Já o governo, entre três candidatos, optou pelo paulista Paulo Maluf. No dia 15 de janeiro de 1985 Tancredo Neves foi eleito presidente pelo Colégio Eleitoral. Não chegou a ser empossado por motivo de doença e, após sua morte, em 21 de abril, o vice José Sarney foi empossado presidente do Brasil.

Vê-se, em um estudo mais aprofundado, que o Movimento Diretas Já não conquistou o que buscava, mas atingiu a uma camada extensa e diversa da população. Acredito que um movimento popular de tal proporção merece destaque, principalmente se considerarmos a época histórica em que ele ocorreu.

## **2.2 O Movimento Diretas Já no Rio Grande do Sul**

Como em todo o Brasil, o Movimento Diretas Já teve uma extensão no Rio Grande do Sul. Semelhante ao resto do País, no Rio Grande do Sul o Movimento iniciou calmo, em pequenos comícios. Representando o Estado em nível nacional, alguns dos principais líderes do movimento eram gaúchos: Pedro Simon, Ibsen Pinheiro e Leonel Brizola, entre outros.

No Rio Grande do Sul o Movimento era coordenado pelo deputado José Fogaça. Ele, juntamente com outros políticos – como Olívio Dutra (PT) e Alceu Colares (PDT) –, mobilizou os gaúchos a lutarem pelo seu direito ao voto direto para presidente.

Os sindicalistas e políticos de Porto Alegre tiveram grande importância no sucesso do Dia Nacional do Protesto – 21 de julho de 1983. Apesar do grande aparato repressivo e da prisão de oito manifestantes, cerca de 10 mil pessoas ficaram em frente à prefeitura para depois dirigirem-se ao Palácio Piratini acompanhados dos dois mil trabalhadores que, liberados pelo deputado Paulo Paim, marcharam de Canoas até Porto Alegre para protestar. Nesta data destaca-se também a unidade dos partidos atrás de um fim em comum. Dividiram o palanque Pedro Simon, do PMDB, Alceu Collares, do PDT e Olívio Dutra, do PT.

No dia 13 de janeiro de 1984 Porto Alegre sediou nova passeata que



culminou com comício na esquina das ruas Borges de Medeiros e Andradas – a rua da Praia. Cerca de cinco mil pessoas acompanharam o ato, que contou com a presença de Ulysses Guimarães, Tancredo Neves, do senador – e vice-presidente nacional do PMDB – Pedro Simon, do deputado José Fogaça – que era o coordenador da campanha do Estado, do presidente regional do PT, Olívio Dutra, do deputado Odacyr Klein e outros políticos de oposição, além dos artistas Raul Cortez, Ruth Escobar, Martinho da Vila e a dupla Kleiton e Kledir. À tarde, Ulysses e Tancredo viajaram até a cidade de Cachoeira do Sul, onde participaram de um seminário sobre eleições diretas e também de um comício.

Durante o tradicional veraneio dos gaúchos, mobilizações ocorreram no litoral do Estado. Em 19 de fevereiro as praias do município de Capão da Canoa sediaram uma caminhada de 50 mil pessoas, entre elas Pedro Simon, Olívio Dutra, o vice-governador de São Paulo, Orestes Quércia, os deputados federais Sinval Guazzeli (PMDB) e Ayrton Soares (PT), o prefeito da cidade, Egon Birlen (PDT) e até um deputado estadual do PDS, Luís Possedon.

Em abril de 1984 o PDS não teve como ir contra o movimento. Devido à pressão, o governador Jair Soares liberou o funcionalismo público estadual para assistir ao comício das Diretas realizado na praça Montevideu, no largo da prefeitura de Porto Alegre, no dia 13. No auge do comício, por volta das 20h, o público que já avançava pela avenida Borges de Medeiros foi contabilizado por José Fogaça: mais de 200 mil pessoas.

### **2.3 O panorama do Movimento Diretas Já na mídia**

Devido a sua proporção, o Movimento Diretas Já teve como ocupar considerável espaço na mídia, principalmente quando começou a arrebatat multidões nos comícios realizados por todo o Brasil.

A imprensa teve papel extremamente importante no crescimento do movimento das Diretas, inclusive por ser ela a responsável pela divulgação – principalmente em âmbito nacional – dos passos dados pelos responsáveis pelas atividades que foram desenvolvidas entre março de 1983 e abril de 1984. Alguns tiveram a coragem de apoiar explicita-

mente o movimento, enquanto outros trataram de manter boas relações com os dois lados da política nacional na época: os governistas e aqueles que lutavam pela eleição direta para presidente.

### 2.3.1 O panorama da mídia nacional

Em fevereiro de 1983 começou a desenhar-se, em São Paulo, o arco de forças que teria papel importantíssimo na grande mobilização popular que se tornaria o Movimento Diretas Já.

“São Paulo alimentava um certo ressentimento. Sentia-se excluído. Entretanto, foi exatamente através da campanha pelas Diretas Já, que o grande estado brasileiro encontrou-se mais profundamente com o Brasil. Ulysses Guimarães, à frente do PMDB, Lula à frente de um PT basicamente paulista, e a Folha de São Paulo, a frente da sociedade civil, levariam São Paulo ao proscênio da política nacional.” (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, p. 73)

A Folha de São Paulo ganhou abrangência realmente nacional após decidir engajar-se em uma campanha que fora gestada, nascida e lançada como uma iniciativa genuinamente parlamentar, apesar de seguidamente alimentar o preconceito do seu público – a classe média – contra os políticos, generalizando o juízo sobre o comportamento dos mesmos.

Segundo o então deputado Ibsen Pinheiro, depois que Ulysses Guimarães apoiou a idéia da emenda, surgiram aliados inesperados. “Um grande jornal, a Folha de São Paulo, talvez, como nós, adivinhou objetivos alternativos de grande valor se as Diretas não viessem. Primeiro registrou com destaque as promoções iniciais, depois engajou-se”, relata<sup>2</sup>.

O jornal O Globo foi o único entre os grandes jornais nacionais que registrou a apresentação da proposta, ocorrida em 2 de março de 1983, em pequena matéria.

<sup>2</sup> Apud LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, p. 84

Ibsen Pinheiro afirma que o grande apoio da opinião pública começou quando a Rede Globo passou a não ignorar o movimento. Entretanto, dentro da emissora a visão é outra, pois afirma-se que a Rede Globo acompanhou toda a movimentação política em torno da tramitação da emenda Dante de Oliveira no Congresso.

“Já no dia 29 de março de 1983, o Jornal Nacional apresentou uma matéria, de dois minutos e 17 segundos, informando que a executiva do PMDB se reuniria na semana seguinte para lançar a campanha. O repórter Antônio Britto entrevistou o líder do PMDB na Câmara, deputado Freitas Nobre, que expôs a estratégia da oposição para aprovar o projeto.” (Memória Globo, 2004, p. 107)

No dia 5 de abril de 1983 o jornal O Estado de São Paulo divulgou, com impacto, os resultados de uma pesquisa nacional de opinião pública<sup>3</sup>, onde 74% do eleitorado brasileiro mostrava-se favorável à eleição direta; nas capitais, o índice subia para 85%. Na matéria, o jornal ressaltava o crescimento de seis pontos percentuais no índice nacional, frisando que em fevereiro de 1982 68% dos pesquisados mostravam-se favoráveis.

A Rede Globo destaca que nos meses seguintes o Jornal Nacional abriu espaço para o debate sobre eleições, ouvindo tanto líderes do governo como políticos da oposição. No dia 15 de outubro, acompanhou em Foz do Iguaçu, Paraná, o encontro de alguns governadores do PMDB que discutiram sucessão presidencial, eleições diretas e economia, inclusive realizando entrevistas.

A Rede Globo também cobriu, em novembro de 1983, a viagem do presidente Figueiredo à África onde, no dia 16, o presidente disse ser favorável às Diretas, ressaltando que, naquele momento, era impossível porque o PDS não concordaria e o Congresso não aprovaria emenda naquele sentido. A entrevista à Álvaro Pereira foi exibida no Jornal Nacional. As declarações tiveram grande repercussão, causando uma séria crise política porque alguns membros do PDS ficaram muito irritados. O Jornal Nacional acompanhou os acontecimentos e o assunto ocupou, no dia 18, mais de nove minutos do noticiário.

<sup>3</sup> Pesquisa feita pelo Instituto Gallup em fevereiro de 1983.

Em 27 de novembro, em matéria de um minuto e 17 segundos, o Fantástico destacou a festa-comício organizada em São Paulo pelos partidos de oposição – que foi considerada a primeira manifestação pública expressiva a favor das Diretas, contando com a presença de 15 mil pessoas. Já em 28 de dezembro foi apresentada a frase que seria usada em todo o material de propaganda da campanha – “Eu quero votar para presidente” –, e o Jornal Nacional exibiu reportagem de dois minutos sobre o assunto.

Grande parte da imprensa passou a dar importância ao movimento quase no final de 1983, no mês de novembro. Naquele mês a revista Isto É dedicou mais de 20 páginas às Diretas, e auto-afirma seu apoio ao movimento publicando foto de toda a redação exibindo os títulos de eleitor. Nas páginas seguintes, dezenas de autoridades nacionais repetiam o ato. No editorial o editor-chefe Antônio Fernando de Franceschi afirma:

“Algo indiscutível em torno do que as pessoas podem se unir, acima de suas eventuais diferenças políticas, pois ninguém em boa fé – ou muito poucos, concedamos – duvida que somente a renovação pelo voto direto poderá salvar o país.” (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, p. 287)

Nestes termos a revista Isto É, tal como a Folha de São Paulo já havia feito – decisão histórica que depois seria seguida por diversos veículos de todo o país –, posicionou-se editorialmente a favor das Diretas, apoiando a campanha.

O engajamento da Folha tornou-se tão importante que o jornal publicava o “Roteiro das Diretas”, destacando os comícios e passeatas que haveriam pelo País. Em janeiro de 1984, junto ao roteiro, passou a ser publicada a “Coluna do Eleitor” que, parafraseando a tradicional “Coluna do Leitor”, publicava cartas de pessoas favoráveis ao movimento. “Sua leitura é uma emocionante viagem pela alma do brasileiro médio, informado e, não raro, apaixonado pelo Brasil.” (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, 372)

Quando o amarelo foi confirmado como a cor oficial das Diretas, em fevereiro de 1984, a Folha – novamente confirmando seu engajamento com a campanha – publicou o editorial “Amarelo, sim”, que afirmava que o amarelo “se opõe à morte, porque é a cor do sol e da gema, e

à miséria porque é a cor do trigo e do ouro (...) Que seja amarelo, portanto, a cor das Diretas.” (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, p.404)

O firme apoio que a Folha emprestou à campanha e mesmo a pressão que exerceu nos momentos de vacilação dos governadores foi absolutamente decisivo para a arrancada e o sucesso da mobilização Brasil afora. Entretanto, sua inflexibilidade contribuiu para a radicalização de falsos dilemas, tais como: negociar ou mobilizar? Desistir das Diretas ou intensificar a mobilização? Não apenas nos editoriais, cujos títulos e conteúdos eram pesadíssimos, a Folha demonstrava sua posição nas notícias. Parecia difícil à Folha aceitar o fato de que existiam forças que, ao mesmo tempo que participavam da campanha, se preparavam para a derrota da emenda e sua inevitável consequência, o Colégio Eleitoral.

Os quatro meses que antecederam a votação da emenda Dante de Oliveira foram dedicados à organização de comícios, que se realizaram por todo o País, como o de Curitiba (PR) em 12 de janeiro. A Rede Globo acompanhou estes comícios somente através dos telejornais locais, excluindo uma divulgação nacional. Essa cobertura regionalizada foi amplamente questionada.

Segundo Leonelli e Oliveira (2004, p. 347), a emissora sonegava aos seus milhões de espectadores o direito a uma informação essencial sobre a história que estava sendo feita nas ruas.

[...] A poderosa emissora de Roberto Marinho pagava à ditadura mais um tributo. Fizera isso antes, junto com todas as outras emissoras, é verdade, através do silêncio em relação à violência nos porões do regime. (...) Á época, a censura que ainda imperava na imprensa brasileira atenuava-lhe a culpa. Mas, em janeiro de 1984, não havia mais censura explícita. Tratava-se de uma decisão política tomada pela família de Roberto Marinho, sob pressão do governo militar. (LEONELLI, OLIVEIRA, 2004, p. 347)

Certo tempo depois, Roberto Marinho explicou as decisões tomadas pela emissora:

[...] Achamos que os comícios pró-diretas poderiam representar um fator de inquietação nacional e, por isso,

realizamos num primeiro momento apenas reportagens regionais. Mas a paixão popular foi tamanha que resolvemos tratar o assunto em rede nacional.<sup>4</sup>

O jornalista gaúcho Daniel Hertz destaca que a adesão de Rede Globo à campanha só ocorreu após o crescimento da campanha e houve evolução do quadro político que a envolvia.

[...] A conclusão de que não era mais possível enfrentar a máquina do continuísmo radical fez com que os setores conservadores que pregavam a conciliação passassem a apoiar as Diretas Já. Foi nesse momento que a Rede Globo evoluiu, subitamente, do silêncio completo a uma grande cobertura do movimento das Diretas. (HERTZ, 1987, p.29)

Com o crescimento da adesão popular ao movimento pelas diretas, o *Jornal Nacional* passou a noticiar todas as manifestações de rua. O primeiro comício a ir ao ar em rede foi o da praça da Sé, em São Paulo, no dia 25 de janeiro de 1984. O telejornal exibiu reportagem de dois minutos e 17 segundos sobre o tema. Esta foi a matéria produzida pela Globo que mais provocou polêmicas: a de que a Globo teria omitido que o comício era uma manifestação pelas Diretas; em vez disso, teria dito que se tratava apenas de uma festa em comemoração aos 430 anos da cidade de São Paulo. A origem da confusão foi a escalada do *Jornal Nacional*. Nela, não há referência ao comício, mas apenas ao aniversário da cidade. “A cidade de São Paulo festeja os 430 anos de fundação”. A chamada da matéria referia-se ao comício como um dos eventos comemorativos do aniversário da cidade. De fato, havia a relação entre a manifestação e o aniversário da cidade: o comício fora marcado para o dia 25 porque, sendo aniversário da cidade, a participação popular seria facilitada. O locutor leu a chamada: “Festa em São Paulo. A cidade comemorou seus 430 anos com mais de 500 solenidades. A maior foi um comício na praça da Sé”. (Memória Globo, 2004) E, em seguida, a reportagem relatou com todas as letras o objetivo político do evento: pedir eleições diretas para presidente da República, destacando que milhões de pessoas foram ao Centro de São Paulo para

<sup>4</sup> Revista Veja de 5 de setembro de 1984

se reunir em um comício em que pediam eleições diretas para presidente.

A Folha de São Paulo noticiou no dia seguinte que, entre os noticiários das emissoras de televisão, o SPTV 3ª edição, que ia ao ar no final da noite, foi o que deu a melhor cobertura: “O SPTV, também da Rede Globo, apresentou uma cobertura mais completa, começando pelas festividades do aniversário de São Paulo, passando pela periferia do comício (preparação do ato, entrevistas com vendedores e pessoas que estavam chegando na praça) e chegou a afirmar que foi o ‘maior comício já visto em São Paulo’”. A emissora deu flashes ao vivo ao longo de toda a sua programação. Isso pode ser verificado pela leitura da Folha de S. Paulo do dia 26 de janeiro: “A Rede Globo, por exemplo, trabalhou com cinco equipes, as quais deveriam enviar material para os jornais Globo Cidade, SPTV e Jornal Nacional”. No dia 27, a mesma Folha publicava: “Durante a tarde, o Globo Cidade trazia flashes esparsos entre um segmento e outro do filme de Lassie ou do seriado As Panteras.” (Memória Globo, 2004)

A maneira como a Rede Globo noticiou o comício da Sé e o fato de não ter destacado nacionalmente os comícios de Curitiba, Vitória, Salvador e Campinas irritaram não só os organizadores do movimento, mas também parcela da população mais envolvida. Mesmo quando a Globo passou a noticiar os comícios nacionalmente, a irritação permaneceu grande, pois a emissora manteve, por algum tempo, o padrão de noticiá-los em matérias de até três minutos, quando o anseio era que a Globo endossasse editorialmente a campanha.

O final do comício da praça da Sé, em 25 de janeiro, foi transmitido ao vivo pela TV Bandeirantes. A autorização para tal veiculação veio diretamente do dono da emissora, João Jorge Saad, que por volta das 18h45min (o telejornal nacional da emissora iniciaria às 19h) chegou à redação afirmando: “Temos que pôr estas imagens no ar. Nunca houve um comício assim em São Paulo. (...) Vamos pôr no ar, sejam quais forem as conseqüências.” (DINES, FERNANDES, SALOMÃO, 2000, 270).

Foi após este ato que a campanha das Diretas ganhou um novo elemento de força: o acompanhamento visual e a integração virtual das grandes massas, e não apenas dos politizados do Brasil. Como retaliação, João Saad foi chamado à Brasília, onde teve negado pelo pres-

idente Figueiredo seu pedido para instalar uma emissora da TV Bandeirantes em Brasília.

Se por um lado segmentos da população pressionavam a Rede Globo para dar mais destaque as manifestações pelas Diretas, por outro a emissora era pressionada pelos militares a simplesmente não cobrir os eventos. José Bonifácio de Oliveira Sobrinho (o Boni, diretor da emissora) confirma: “A pressão sobre Roberto Marinho foi intensa. Foi uma frustração para toda a equipe de jornalismo (...) não poder fazer a cobertura de maneira adequada. Ficamos limitados pelo poder de audiência que a TV Globo tinha.”

No dia 21 de março, a manifestação na avenida Rio Branco, no Rio de Janeiro (RJ) foi apresentada em uma nota coberta de 42 segundos, lida por Cid Moreira. No domingo, dia 25 de março, o Fantástico noticiou o comício pelas eleições diretas na cidade de Campo Grande (MS), que reuniu cerca de 35 mil pessoas.

No dia 10 de abril cerca de um milhão de pessoas se reuniu na Candelária, no Rio de Janeiro. A Globo cobriu o evento com grande destaque, dedicando-lhe quase uma hora da programação, com flashes durante todo o dia e mais nove minutos do Jornal Nacional. Todo o final do comício foi transmitido ao vivo, com os discursos de Ulysses Guimarães e Leonel Brizola. E, mais tarde, a cobertura do comício ocupou 16 dos 21 minutos do Jornal da Globo. Naquele dia a pressão dos militares sobre a Rede Globo atingiu o seu ápice, adquirindo a forma de intimidação pessoal. Antes de o Jornal Nacional ir ao ar, um helicóptero do Exército sobrevoou de maneira ameaçadora a sede da emissora, no Rio de Janeiro, postando-se na altura da janela da sala do então vice-presidente executivo, Roberto Irineu Marinho.

Novos comícios a favor das eleições diretas realizaram-se em Goiânia, em 12 de abril, e em Porto Alegre, no dia seguinte. O Jornal Nacional cobriu os preparativos e, com entradas ao vivo, deu as últimas informações.

O último grande comício antes da votação da emenda Dante de Oliveira se realizou no dia 16 de abril, no Vale do Anhangabaú, em São Paulo. Reuniu quase um milhão e meio de pessoas. Naquele mesmo dia, em Brasília, o presidente João Figueiredo enviou ao Congresso Nacional proposta de ampla reforma alterando 38 artigos da Constituição e estabelecendo a eleição direta para presidente em 1988. A edição do



Jornal Nacional foi praticamente toda dedicada aos dois grandes acontecimentos políticos. As informações sobre a emenda do presidente e as suas repercussões foram acompanhadas por grande equipe de reportagem. Para cobrir a manifestação em São Paulo, a Globo mobilizou dez unidades de geração ao vivo e 20 equipes de reportagem.

Dois dias depois, o presidente João Figueiredo decretou a adoção de medidas de emergência no Distrito Federal e em dez municípios de Goiás por 60 dias. Foi determinada a censura prévia às emissoras de rádio e de televisão, sendo proibida a transmissão ao vivo de qualquer informação sobre as medidas de emergência e a votação da emenda à Constituição. A Rede Globo tinha preparado um mega-esquema para cobrir ao vivo a votação da emenda Dante de Oliveira. Não seriam apresentados apenas flashes, mas a própria programação seria interrompida para que se acompanhasse passo a passo a votação no Congresso.

Em 24 de abril, primeiro dia de censura, o Departamento Nacional de Telecomunicações liberou somente cinco das 16 reportagens enviadas pela TV Globo, quatro das quais censuradas. Como era proibida a transmissão direta de Brasília, a direção da Central Globo de Jornalismo decidiu que o Bom Dia Brasil do dia seguinte seria apresentado no estúdio da Globo em Minas Gerais. De fato, a censura exercida pelo Dentel foi dura: levou à suspensão da TV Gazeta, em São Paulo, cujos transmissores foram lacrados, e também das rádios Guarany AM e FM, dos Diários Associados, em Belo Horizonte. Ainda no dia 24, um representante do Dentel procurou o jornalista Antônio Britto para repreender a Rede Globo por ter levado ao ar uma reportagem que o próprio Departamento havia liberado. Tratava-se de um trecho do Jornal Nacional daquela noite que mostrava a manifestação pró-diretas promovida por brasileiros em Nova York. Apesar das pressões, a TV Globo soube burlar com criatividade as proibições.

No Jornal da Globo alguns repórteres e apresentadores se utilizaram de gravatas e adereços amarelos – cor das diretas – e de gestos, expressões e comentários ambíguos para fazer alusão à emenda constitucional.

No dia 25, quando o Jornal Nacional foi ao ar a votação da emenda ainda não tinha começado. Na abertura do telejornal, o apresentador Cid Moreira informou: “O Congresso vota esta noite, daqui a pouco, a emenda das eleições diretas”, mostrando o cenário da votação. O apre-

sentador leu nota sobre a censura: “A Associação Brasileira de Emisoras de Rádio e Televisão, Abert, divulgou hoje, através do jornal O Estado de S. Paulo, uma nota de protesto contra a censura de noticiário jornalístico vindo de Brasília.” A votação no Congresso Nacional terminou sem que a emenda das diretas conseguisse a maioria de dois terços exigida para ser aprovada.

[...] Esta é a história da cobertura da campanha pelas diretas na Globo. A história de um trabalho jornalístico que enfrentou obstáculos e tentou contornar da melhor forma os entraves para informar o povo brasileiro (...). Mas é, também, a história de um desencontro e de uma mistificação. O desencontro entre o desejo da população e a postura que a TV Globo adotou no período inicial dos comícios. E a mistificação, produzida por alguns, ao transformar uma mentira numa verdade estabelecida. A população desejava, desde o início, que a Globo fizesse não uma cobertura, mas uma campanha pró-diretas de grandes dimensões, (...), que fosse não apenas a narradora comedida daqueles eventos, mas seu agente, seu fermento. O desencontro se deu quando a Globo, condicionada pelas circunstâncias históricas da época e por um jogo de pressões políticas muito forte, decidiu manter a cobertura, ao menos inicialmente, num tom não emocional, equidistante e comedido. (Memória Globo, 2004, p. 112 e 113)

### **2.3.2 O panorama da mídia do Rio Grande do Sul**

Assim como em outros Estados, a mídia gaúcha ficou atenta ao Movimento Diretas Já desde seu início, mesmo que não desse a cobertura necessária aos eventos realizados.

Em Porto Alegre, o jornal Zero Hora acompanhou não só os passos do movimento – cobrindo, nem que fosse com pequenas notas, até os menores comícios realizados pelo interior do Estado –, mas também a relação política do presidente Figueiredo em relação à emenda Dante de

Oliveira e a mobilização da Câmara dos Deputados para que ocorresse sua aprovação. O mesmo foi feito, nem sempre com tanta profundidade, por outros jornais da época, como Correio do Povo e o jornal NH, no Vale do Sinos.

Com espaço reduzido de notícias, as emissoras de televisão local fizeram as coberturas, mas estas foram também reduzidas. A RBS TV – afiliada da Rede Globo – apresentava as notícias em seus telejornais (Jornal do Almoço, ao meio-dia, e RBS Notícias, no final da tarde) e participou da cobertura dos grandes comícios realizados no final da campanha, em abril de 1984, não só para sua programação, mas inclusive como colaboradora da Globo.

Segundo o jornalista gaúcho Elmar Bones, “sem dúvida a campanha das Diretas Já foi inicialmente boicotada pela imprensa”. Ele destaca que houve diversos comícios iniciais, mas que a imprensa como um todo só deu atenção e reconheceu que havia um movimento nacional quase um ano depois do início do movimento, quando houve o comício de São Paulo, já em 1984, que segundo a Folha reuniu um milhão de pessoas no Anhangabaú.

Bones destaca que, segundo recorda, foi a partir deste momento que, no Rio Grande do Sul, o jornal Zero Hora – que na época estava praticamente sozinha no mercado regional – entrou no assunto, assim mesmo timidamente<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Depoimento dado por e-mail em 14 de maio de 2007.

### 3 A HIPÓTESE DA AGENDA-SETTING

O jornalismo como um todo possui diversas vertentes teóricas que estudam seu potencial, sua influência sobre o público receptor. Dentre elas, a hipótese da agenda-setting destaca-se no campo político. Grande parte das pesquisas e trabalhos feitos até hoje sobre a relação entre política e receptores toma como base o agendamento, o que motiva a escolha desta hipótese para o desenvolvimento desta pesquisa.

As pessoas, convivendo em sociedade, têm a necessidade de saber o que acontece não somente na sua casa ou vizinhança, mas em sua cidade, país e também no mundo.

Toda a gente precisa de notícias. Na vida quotidiana, as notícias contam-nos aquilo a que nós não assistimos diretamente e dão como observáveis e significativos happenings que seriam remotos de outra forma. (MOLOTCH, LESTER, apud TRAQUINA, 2001, p.22)

Considerando-se esta importância dos veículos de comunicação para a vida em sociedade, é correto afirmar que pode haver uma influência sobre o pensamento da sociedade – seja sobre o que ela vai pensar ou, em casos mais extremos, sobre como ela vai pensar.

Um dos métodos de análise dessa influência é a hipótese da agenda-setting. Antes de aprofundar uma análise, é importante ressaltar que a agenda-setting – ou agendamento – é uma hipótese pelo simples fato de não ser fechada como uma teoria; ela é, segundo Antônio Hohlfeldt (2001, p.189), “um sistema aberto, sempre inacabado, adverso ao conceito de erro característica de uma teoria. [...] Uma hipótese é sempre uma experiência, um caminho a ser comprovado e que, se eventualmente não der certo naquela situação específica, não invalida necessariamente a perspectiva teórica”.

Na vida atual, inserida em uma sociedade urbana complexa, torna necessária a mediação que é feita pelos meios de comunicação: não temos como testemunhar as decisões do Congresso, os acidentes de trânsito, as descobertas científicas e todos os fatos que ocorrem em um dia. Assim, dependendo da mídia, acabamos sofrendo sua influência,

[...] incluindo em nossas preocupações certos temas que, de outro lado, não chegariam ao nosso conhecimento e, muito menos, tornar-se-iam temas de nossa agenda. (HOHLFELDT, 2001, p.193)

Segundo Traquina (2001, p.18) e Díaz (2004, p.15), na década de 1920 Walter Lippmann foi o primeiro estudioso a relacionar a agendado mídia com a agenda pública, assinalando que os meios de comunicação são a fonte principal de criação de imagens do mundo exterior em nossas mentes. Com isso destaca que o mundo que nos rodeia é muito grande para poder conhecer a informação de primeira mão por meios próprios. Assim, Lippmann considera que os meios de comunicação informam como é este mundo, sob o risco de que nossas mentes reproduzam um mundo distinto do real, já que este está fora do alcance do olhar do receptor. Sem usar a expressão agenda-setting, ele foi o primeiro a descrevê-la.

Considerando essa relação, em 1963 B. Cohen já afirmava:

Embora a imprensa, na maior parte das vezes, possa não ser bem sucedida ao indicar às pessoas como pensar, é espantosamente eficaz ao dizer aos seus leitores sobre o que pensar. O mundo parece diferente a pessoas diferentes, dependendo do mapa que lhes é desenhado pelos redatores, editores e diretores do jornal que lêem. (COHEN apud TRAQUINA, 2001, p.19)

Seguindo esta linha de raciocínio Maxwell McCombs e Donald Shaw desenvolveram, em 1968, um estudo que culminou com a definição da hipótese da agenda-setting. Para eles, as pessoas têm tendência para incluir ou excluir de sua pauta de assuntos aquilo que os meios de comunicação incluem ou excluem de seu conteúdo.

Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora [...] elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem de seu próprio conteúdo. (SHAW apud WOLF, 2001, p.144)

Assim, o agendamento considera que os meios pautam o conteúdo da agenda do público, sugestionando sobre o que ele vai pensar, não impondo necessariamente um enfoque. Essa influência pode, inclusive, afetar aqueles indivíduos que não possuem posicionamento sobre a temática em questão. Mesmo inconscientemente, a temática agendada pela mídia passa a interferir no cotidiano do público, que acaba tirando a temática da mídia e colocando-a no seu dia-a-dia.

Os mass media [...] apresentam ao público uma lista daquilo sobre o que é necessário ter uma opinião e discutir. O pressuposto fundamental da agenda-setting é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos mass media. (SHAW apud WOLF, 2001, p. 145)

A agenda-setting pode ser considerada um método empírico que mostra como os meios de comunicação conseguem transferir a seus receptores listas hierarquizadas dos temas e problemas de maior destaque para a sociedade. Para Lopez-Escobar (apud DÍAZ, 2004, p.16), quando se analisa o conteúdo das mídias e faz-se sondagem com os receptores, percebe-se que existe uma grande correlação entre os temas considerados importantes pelos mass media e os que interessam a sua audiência.

A seleção dos tópicos para a agenda jornalística e a seleção de enquadramentos para as estórias acerca desses tópicos são poderosos papéis da agenda-setting [...]. (MC-COMBS, apud TRAQUINA, 2001, p.43)

O agendamento não tem a intenção de dizer o que as pessoas devem pensar; sua eficácia está em dizer sobre o que pensar. Por isso, segundo Wolf (2001, p.152), a hipótese defende que os meios de comunicação são eficazes na construção da imagem da realidade que o sujeito vem estruturando. Esta imagem é uma metáfora que representa a totalidade da informação que cada indivíduo recebeu, tratou, organizou e acumulou.

Ao mesmo tempo, Wanta (apud DÍAZ, 2004) considera que quando os indivíduos decidem como e por quê usarão determinados meios, eles formam uma parte ativa do processo comunicativo, de acordo com seu contexto individual, atitudes e ações.

Para Dearing e Rogers (apud DÍAZ, 2004, p.16), o estudo da agenda-setting é o estudo das trocas sociais e da estabilidade social. Juntamente com Bregman (in TRAQUINA, 2001, p.19) eles definiram três componentes que constituem o processo de agendamento: os estudos da agenda midiática (que estão relacionados à agenda da mídia); os estudos da agenda pública (que conceituam a relativa importância dos diversos acontecimentos e assuntos por parte dos membros do público) e os estudos sobre a agenda das políticas governamentais (que estuda a agenda das entidades ligadas ao governo). Para eles,

Todos os estudos sobre o agendamento partilham uma preocupação óbvia com a importância relativa das questões públicas [...] a investigação do processo de agendamento procura oferecer uma explicação de como ocorre a mudança social na sociedade moderna. (ROGERS, DEARING E BREGMAN, apud TRAQUINA, 2001, p.20)

Apesar de nem sempre ficar claro nos artigos publicados, normalmente os estudos da agenda-setting consideram como agenda midiática o material jornalístico publicado e/ou veiculado na mídia, desconsiderando o conteúdo geral e amplo da programação midiática (que inclui anúncios, espaços editoriais, etc). “Assim, a agenda midiática dos estudos do agendamento é, de fato, a agenda dos mídia noticiosos”. (TRAQUINA, 2001, p.21)

Considerando uma agenda jornalística, Molotch e Lester (1974) identificam três categorias de pessoas posicionadas de forma diferente perante o trabalho jornalístico. Enquanto os promotores de notícia (news promoters) são aqueles que identificam uma ocorrência como especial, os news assemblers são os profissionais que transformam um perceptível conjunto finito de ocorrências promovidas em acontecimentos públicos através da divulgação na mídia. Em terceiro lugar vêm os consumidores de notícias (news consumers), que são os que assistem a determinadas ocorrências disponibilizadas como recursos pelos meios de comunicação social. (in TRAQUINA, 2001, p.21)

Para Hohlfeldt (2001, p.190), o agendamento funciona conforme três pressupostos. Inicialmente, deve-se considerar o fluxo contínuo de informações a que o receptor está exposto, principalmente nos dias atuais, onde a Internet fornece informações em tempo real sobre todo

o mundo em qualquer lugar do planeta. O processo comunicacional, diferente do que traduzem as antigas teorias, não é um processo fechado. Esse efeito de enciclopédia, como Mc-Combs denominou a avalanche informacional, faz com o receptor conscientemente ou não, guarde uma série de informações das quais poderá lançar mão nas mais diversas situações.

Este pressuposto é a ligação direta com a segunda idéia, onde se percebe que os meios de comunicação têm uma influência a médio e longo prazo sobre o receptor. Conforme analisa Hohlfeldt (2001, p.190 e 191), para perceber os efeitos dos meios sobre seu público-alvo é preciso analisar períodos mais longos de tempo, inclusive o espaço de tempo que ocorre entre a divulgação do material na mídia e o respectivo efeito nos receptores.

O terceiro pressuposto, que acaba dando nome à hipótese, destaca que os meios de comunicação não têm o poder de impor o que o receptor deve pinçar sobre determinado tema, mas sim influenciar, a médio e longo prazo, sobre o que o receptor deve pensar e falar. Neste sentido, segundo Hohlfeldt (2001, p.191), a agenda da mídia passa a constituir a agenda individual e também a agenda social do receptor.

Uma das variáveis que deve-se considerar no agendamento é o conhecimento que o público tem de determinado assunto. Segundo Zuckler, a centralidade é o que define esse posicionamento.

Quanto menor é a experiência direta que as pessoas têm de uma determinada área temática, mais essa experiência dependerá dos mass media para se possuir as informações e os quadros interpretativos referentes a essa área. As pessoas não têm necessidade dos mass media para terem um conhecimento vivido do aumento de preços. Essas condições, quando existem, invadem a vida das pessoas. (ZUCKLER apud WOLF, 2001, p.155)

Quanto à natureza do assunto, há os obstrucivos, para os quais as pessoas podem direcionar sua experiência direta, como os econômicos, por exemplo, e os unosbtrucivos, que estão distantes do receptor, como as políticas internacionais. Segundo Zuckler (1978), o efeito do agendamento é percebido principalmente nas questões unosbtrucivos. (TRAQUINA, 2001, p.38) Isso se dá porque a mídia, quando relata fatos



que não fazem parte do conhecimento comum do receptor, passam um papel de professor, de comunicador do assunto. (MCCOMBS e EYAL, apud TRAQUINA, 2001, p.38)

Essa necessidade de orientação – que acaba sendo feita pelos meios de comunicação – impõe o agendamento sobre as pessoas que têm uma grande necessidade de obter informação sobre um assunto, pois essa necessidade expõe mais o receptor às mídias noticiosas.

Entende-se que o diferencial do cotidiano, da realidade, é um dos fatores que torna um assunto pautaável ou não pelo agenda-setting. A experiência direta, imediata e pessoal do receptor com o assunto em pauta torna-o suficientemente evidente e significativo para fazer com que a influência dos mass media se concretize.

Em uma análise deve-se atentar também para a relação do receptor com o fato agendado, pois “quanto mais o espectador está afastado do mundo dos acontecimentos públicos, mais forte é o poder da agenda-setting dos noticiários televisivos” (IYENGAR e KINDER, apud TRAQUINA, 2001, p.38). Não se leva em consideração, neste conceito, uma mídia específica – apesar de a citação referir-se à televisão, pois o efeito, em maior ou menor escala, ocorrem em todas as mídias. Nesse sentido, Iyengar e Kinder afirmam que a influência da agenda jornalística é particularmente importante para os cidadãos com “recursos e habilidades políticos limitados”. (IYENGAR e KINDER, apud TRAQUINA, 2001, p.38)

A percepção dos receptores em relação a determinado tema não é necessariamente homogênea. Isto se dá porque

[...] nem todas as pessoas demonstram idênticos efeitos no agendamento. Nem todos os temas influem da mesma maneira nos indivíduos. Nem todos os tipos de cobertura influem igual. Uma infinidade de fatores intervém neste processo. (WANTA apud DÍAZ, 2004, p. 16)

Uma pesquisa de Cook e Tyler (apud WOLF, 2001, p.157) reforça esta análise. Ao invés de fixar-se na agenda de um público genérico, os pesquisadores selecionaram um tema – cobertura televisiva de denúncias de abusos e fraudes nos programas federais de assistência médica domiciliária – e pesquisaram o agendamento em diversos públicos envolvidos. Assim, perceberam que na audiência genérica “aqueles que

viram (a transmissão) retêm [...] que o programa de ajuda domiciliária é importante, que a ajuda governamental a este programa é indispensável e que a questão dos abusos é relevante”. (COOK e outros, apud WOLF, 2001, p.158) Já nos públicos específicos a percepção não é mais homogênea: enquanto os responsáveis governamentais manifestam um efeito de agenda, os grupos de utilidade pública têm outra.

### **3.1 Análise da diferenciação da influência dos meios de comunicação**

Percebe-se que há várias pesquisas relacionadas ao estudo da influência da mídia sobre a opinião pública, grande parte ligadas a temas públicos: política, meio ambiente, criminalidade e eleições. Estes trabalhos partem da hipótese principal, que ressalta como determinados temas escolhidos pelos meios de comunicação influenciam na prioridade dada pelo público. Assim, foram, por exemplo, as pesquisas de McCombs e Shaw que deram origem à conceituação da hipótese do agenda-setting, entre outras.

Segundo Hohlfeldt (2001), cada mídia desenvolve um tipo diferenciado de influência, graças às especificidades que apresenta. Apesar disso, a comunicação fora do circuito da mídia é ampliada, ou seja, as pessoas inserem o assunto nas suas pautas de conversa, trocando opiniões e informações, seja no lar, no ambiente de trabalho, no lazer ou na escola, entre outras situações de interação social. A influência do agendamento por parte da mídia depende do grau de exposição a que receptor esteja exposto, e também do tipo de mídia, do grau de relevância e do interesse que o receptor venha a emprestar ao tema.

Hohlfeldt (2001, p.198) também destaca que o agendamento não se dá somente no sentido mídia-receptor. Ele destaca a existência, em certos casos, de um interagendamento entre os diferentes tipos de mídia. Neste sentido ele destaca esta relação:

[...] chegando-se mesmo a perceber que a mídia impressa possui certa hierarquia sobre a mídia eletrônica, tanto no que toca ao agendamento do receptor em geral (pela

sua maior permanência e poder de introjeção através da leitura) quanto sobre as demais mídias (que, por sua vez, evidenciam maior dinamismo e flexibilidade para expandir a informação e complementá-la). (HOHLFELDT, 2001, p.198)

Outro modo de agendamento é o feito pelo receptor – é ele quem mostra à mídia o que deve fazer parte de sua programação. Um exemplo é o Movimento Diretas Já. Como Hohlfeldt explica, foi a opinião pública que agendou o movimento na programação da TV Globo, “que se esquivou o quanto pode à cobertura do evento, mas acabou rendendo-se à pressão do receptor e do restante da mídia”. (HOHLFELDT, 2001, p.198)

A análise da mídia pela hipótese do agenda-setting conta com dez conceitos básicos que permitem uma melhor análise. São eles, segundo Hohlfeldt (2001, p.201 a 203):

1. acumulação, que é a capacidade da mídia de dar relevância a determinado assunto em detrimento a um imenso conjunto de acontecimentos diários;
2. consonância, que analisa as semelhanças que diferentes tipos de veículos apresentam na maneira de transformar o fato em notícia;
3. onipresença, que se dá quando o assunto sai do espaço normal em que é publicado (quando um assunto político, por exemplo, é pautado também no editorial);
4. relevância, quando o assunto está em veículos de diversas empresas, independente do enfoque que esteja sendo dado;
5. frame temporal, que é o quadro de informações que se forma ao longo de um determinado período de tempo nas duas agendas (dos veículos e do receptor) e que permite a interpretação contextualizada do acontecimento de validade do assunto;
6. time-lag, que é o intervalo de tempo entre o período de agendamento da mídia e a agenda do receptor (como se pressupõe a existência da influência, já se sabe que não é imediata, mas sim a médio e longo prazo);

7. centralidade, que analisa a posição da informação entre as outras existentes;
8. tematização, que observa se há variedade do tema no seu enfoque, e ocasiona os desdobramentos de determinado assunto;
9. saliência, ou seja, a valorização individual que o receptor dá ao tema; e
10. focalização, que é o modo como o tema é abordado pela mídia, ou seja, a atenção dada pelo veículo de comunicação ao assunto.

Benton e Frazier, em 1976, buscaram perceber não só se o tema é agendado pelo público, mas também a profundidade com que o assunto é entendido e assimilado. Selecionado o tema economia, pretendeu-se observar em sua pesquisa a percepção do receptor em três níveis: o mais superficial, que leva em conta só o título da área temática; o secundário, em que há conhecimentos mais aprofundados, como causas e efeitos, soluções propostas; e o terceiro, onde se percebeu e fixou informações ainda mais específicas, como argumentos favoráveis ou não às soluções apresentadas, os grupos que apóiam ou estão contra determinada postura econômica, entre outros.

A pesquisa apontou que o agendamento permite que se tenha conhecimento no segundo e no terceiro nível, em particular para os consumidores da informação escrita. No caso da informação televisiva o grau de correlação entre as agendas é baixo.

A televisão parece desempenhar um papel secundário, pouco significativo, na determinação da agenda nos níveis dois e três, que implicam um conhecimento mais aprofundado dos temas econômicos. No momento em que a hipótese do agenda-setting se articula sobre os diversos níveis de processo de aquisição de informações, os dados obtidos revelam papéis diferentes para os vários mass media. (BENTO, FRASIER, apud WOLF, 2001, p.157)

Comparando a influência entre televisão e mídia impressa no processo do agendamento, pode-se entender que

Os jornais são os principais promotores da agenda do público. Definem amplamente o âmbito do interesse público, mas os noticiários televisivos não são totalmente desprovidos de influência. A televisão tem um certo impacto, a curto prazo, na composição da agenda do público. [...] O caráter da agenda parece, freqüentemente, ser estruturado pelos jornais, ao passo que a televisão reordena ou ressystematiza os temas principais da agenda. (MCCOMBS, apud WOLF, 2001, p.162)

### **3.2 As variáveis do agendamento**

A agenda do público pode, segundo McLeod, Becker e Byrnes (apud WOLF, 2001, p.173), ter três tipos de realce:

1. agenda intrapessoal é aquela em que o indivíduo considera serem os temas mais importantes, de acordo com opinião pessoal, definida conforme seu sistema de prioridades;
2. agenda interpessoal é aquela que define os temas sobre os quais o indivíduo fala ou discute com o grupo. Tem uma importância subjetiva, ou seja, uma importância efetiva atribuída a um tema, dentro de uma rede de relações e de comunicações interpessoal;
3. agenda que diz respeito à percepção que um sujeito tem do estado da opinião pública. Segundo George (apud WOLF, 2001, p.173), esta agenda trata-se da importância que o indivíduo pensa que os outros atribuem ao tema, podendo ser comparada a um clima de opinião e ser inserida nas chamadas tematizações.

Tradicionalmente as pesquisas utilizam como base a agenda intrapessoal, pois ela é a mais próxima do efeito causal direto entre os conhecimentos difundidos pelos meios de comunicação e o realce atribuído pelo receptor às variáveis. Além disso, é o tipo de agenda de maior facilidade de observação através das metodologias tradicionalmente usadas

(questionários, entrevistas). Usar os outros dois tipos de agenda exigiria também a utilização de métodos de observação diferenciados.

Em outro sentido, Becker, McCombs e McLeod (apud WOLF, 2001, p.174) conceituaram três tipos de efeito da agenda:

- a modelo de conhecimento, que se refere apenas à presença ou à ausência de um tema na agenda do público;
- b modelo do realce, que se refere à presença de alguns temas, dois ou três, e permite certas indicações sobre sua importância relativa. Neste modelo não se busca a réplica exata de toda a agenda dos meios de comunicação por parte do público;
- c modelo das prioridades, que se refere a toda a hierarquia estabelecida pelos indivíduos, num conjunto mais completo de temas. Implica no confronto entre essa hierarquia e a atenção que os mass media dão aos temas hierarquizados.

Essas diferenciações mostram a necessidade de articular o agendamento para direções mais específicas, de forma semelhante à distinção entre níveis de conhecimentos adquiridos. Por esta via a verificação da hipótese torna-se mais difícil.

É necessário, também, conceitualizar os temas que a agenda-setting considera no momento de uma pesquisa. Segundo os Lang (apud WOLF, 2001, p.175), estes temas dividem-se em cinco categorias, que incluem as preocupações individuais das pessoas; a percepção dos problemas-chave em relação ao que o governo deve enfrentar e resolver; a existência de alternativas políticas em relação às quais as pessoas devem optar; controvérsias públicas e as razões ou motivos subjacentes a uma profunda divisão política.

Esta analogia é apenas um dos critérios relativo à determinação do conceito de tema. O outro, mas não menos importante, é que os temas têm um desenvolvimento muito heterogêneo e são mal representados pela pesquisa, pura e simples, de correlações positivas entre agendas dos mass media e agendas do público. Como um tema pode não interessar a todos os receptores, a mídia coloca em sua agenda temas diversamente salientes, buscando com um deles – ou alguns – entrar na pauta do receptor. Assim, percebe-se que o processo de “construção da agenda seja

um processo coletivo, com um certo grau de reciprocidade”. (LANG, LANG, apud WOLF, 2001, p.175)

### **3.3 Limites e problemas da hipótese do agenda-setting**

Como Wolf (2001) cita, há problemas e limites inerentes à hipótese do agendamento, e é preciso conhecê-los para posteriormente poder usar o agenda-setting para o desenvolvimento de uma análise. Para McCombs (apud WOLF, 2001, p.160), é preciso desenvolver uma estratégia teórica de pesquisa que substitua o empirismo até agora seguido.

#### **3.3.1 As agendas dos diversos mass media**

Considera-se que apesar de poderem basear-se nas mesmas premissas de conteúdo, os diferentes meios de comunicação – impressos, rádio e televisão – podem sofrer uma desagregação de dados que ocasiona que um meio de comunicação específico atinja e defina a agenda dos destinatários que dele são grandes consumidores. As especificidades de cada mídia influem na capacidade para gerar efeito de agenda e, por outro lado, o uso de medidas agregadas tende a anular esta especificidade. Um dos problemas de estudo é que os meios de comunicação são utilizados em conjunto no momento da pesquisa, e a este tema não foi dada a atenção merecida.

Para De George (apud WOLF, 2001, p.161), a agregação das agendas dos mass media só deve ocorrer quando existe uma correlação muito acentuada entre os meios de comunicação. Definida a metodologia, deve-se definir sobre que temas será verificada a existência do agendamento e o frame temporal. McCombs defende que é preciso analisar as modalidades específicas de cada meio de comunicação para provocar efeitos de agenda; seria uma eficácia temporalmente graduada e diferenciada dos vários mass media. Tanto que ele considera denominar-se agenda-setting a influência dos impressos na agenda do receptor e de ênfase (ou spot-lighting) à da televisão.

### 3.3.2 A natureza e os processos de agenda-setting

É importante entender como a agenda da mídia torna-se a agenda do receptor, e este processo de passagem de uma à outra não foi profundamente estudado. Zuckler (1978) considerou que a passagem de uma agenda para outra ocorre de forma homogênea, o que nem sempre é comprovado.

Além disso, deve-se perceber que tradicionalmente o poder da agenda dos meios de comunicação sobre o receptor dá-se pela frequência com que um assunto é tratado; baseia-se no pressuposto de que essa frequência é vista pelos destinatários – os receptores – como fator importante.

Avaliar a importância de um assunto tendo por base apenas o número de vezes que ele é citado é mais o resultado de um processo metodológico de observação da agenda dos mass media (a análise do conteúdo) do que da reflexão teórica sobre o problema. (WOLF, 2001, p.166)

Neste sentido, definir que a frequência de um assunto na mídia define seu agendamento é uma idéia simplificada. Além disso, compreender que a frequência de exposição de um assunto na mídia seja a indicação usada pelos receptores para perceberem seu significado implica uma idéia de mensagem que explicita todos os elementos necessários para sua compreensão e interpretação. Estudos sobre processos de compreensão e verbalização – onde se encaixa a semiótica – mostram uma direção diferente, onde para interpretar e compreender um texto precisa-se de elementos que não são explicitamente mencionados, mas que são essenciais. O receptor deve, para tratar a informação contida no texto, combinar a nova informação com aquela – ou aquelas – apreendida anteriormente. Segundo Violi (1982), “quem interpreta constrói, pouco a pouco, um mundo mental possível, onde insere os novos detalhes que o texto vai lhe fornecendo, modificando, sempre que necessário, as cenas anteriores que tinha construído” (VIOLI, apud WOLF, 2001, p.167).

A hipótese do agenda-setting não deve, portanto, limitar-se ao pressuposto da frequência, pois este não é capaz de explicar e de justificar a obtenção de um efeito tão complexo e importante quanto o obtido pelo



agendamento. Pesquisa de Larsen (apud WOLF, 2001, p.168) visando esboçar alguns dos traços fundamentais do processo de apreensão por parte do receptor aponta que o equilíbrio de um texto, de um discurso, não está associado somente à coerência de ligações entre as frases, mas também à globalidade – o fato de ter um tema condutor –, e ao fato de que o receptor não compreende apenas os textos, mas sim as situações descritas, o que os leva aos conhecimentos do mundo anterior.

### **3.3.3 O parâmetro temporal do agenda-setting**

A variável temporal, apesar de ter grande importância, ainda está sendo elaborada dentro da hipótese do agenda-setting. Globalmente, ela pode ser dividida em cinco parâmetros, segundo Eyal, Winter e De George (apud WOLF, 2001, p.170):

- a o frame temporal, que é todo o período de levantamento dos dados das duas agendas (mídia e receptor), ou seja, a extensão global do tempo em que se efetua a verificação do efeito;
- b o intervalo temporal (time-lag), que é o período que decorre entre o levantamento da variável independente (a cobertura da mídia) e o levantamento da variável dependente (a agenda do público);
- c a duração do levantamento da agenda das mídias, que é o período global da cobertura informativa durante a qual se recolhe a agenda, através da análise de conteúdo;
- d duração do de levantamento da agenda do público, ou seja, o período durante analisa-se o conhecimento que o público possui sobre os assuntos mais significativos;
- e duração do efeito óptimo, que é o período em que se estabelece a máxima associação entre o empolamento dos temas, por parte dos mass media, e o seu realce nos conhecimentos do público.

Apesar de serem perguntas difíceis de responder, elas influem de forma notável nos resultados que se pode obter. Pesquisas usam infor-

mações teoricamente insatisfatórias neste sentido; enquanto alguns estudiosos consideram um frame temporal de duas semanas o suficiente, outros trabalham com frame de até três anos.

Uma das características que marcam o agendamento é que ele não é um sistema excludente: não sendo reducionista, aceita que outras teorias da comunicação sejam utilizadas em seu contexto. Por isso Hohlfeldt (2001, p.203) relaciona o estudo da agenda-setting – que considera a relação mídia-receptor – com o newsmaking, criando uma possibilidade de verificar quais as rotinas que as mídias desenvolvem para alcançar determinado agendamento. Ou então ligá-la ao espiral do silêncio, buscando entender os mecanismos que levaram ao destaque de determinado assunto ao invés de outro, também considerado significativo.

Após este estudo da hipótese da agenda-setting, é importante focar a análise, pois não é viável fazê-la sob todas as hipóteses levantadas. Assim, a análise das matérias publicadas em Zero Hora será feita inicialmente sob a ótica de Becker, McCombs e McLeod no que tange aos três tipos de efeito da agenda. Posteriormente o material será analisado conforme os dez conceitos básicos de Antônio Hohlfeldt.

## **4 O MOVIMENTO DIRECTAS JÁ E O AGENDAMENTO NO JORNAL ZERO HORA**

Ao definir o tema desta pesquisa, optou-se por realizar uma análise de reportagens publicadas no jornal Zero Hora na época do Movimento Diretas Já utilizando a hipótese da agenda-setting, segmento dos estudos do jornalismo amplamente usado em pesquisas sobre recepção de, principalmente, temas políticos. Como o material publicado é muito extenso, após a leitura de diversos materiais referentes ao tema, fez-se uma segmentação em dois fatos de grande importância: o maior comício do movimento no Rio Grande do Sul, em 13 de abril de 1984, e o dia da votação da emenda Dante de Oliveira, que ocorreu em 25 de abril de 1984.

Para compreender e analisar melhor a existência – ou não – de agendamento, a pesquisa ficou segmentada a três edições em cada fato: a anterior, a da data do evento e a posterior, sendo utilizadas as capas e a matéria principal de cada edição, a partir de uma pesquisa qualitativa. Entende-se por pesquisa qualitativa aquela que, segundo apontamentos de aula da professora Denise Castilhos de Araújo (2006)<sup>6</sup>, fornece uma compreensão profunda de certos fenômenos sociais, enfatizando as especificidades de um fenômeno em termos de sua origem e razão de ser, sem quantificar itens. Deve-se considerar, também, que a pesquisa qualitativa, segundo Araújo (2006), fundamentalmente interpretativa, utilizando-se de descrições detalhadas de fenômenos e comportamentos, citações diretas sobre experiências, trechos de documentos e de dados com maior riqueza de detalhes.

O jornal, enquanto fonte histórica, deve ser analisado com atenção. Segundo Pinsky (2005, p.139), “a imprensa periódica seleciona, ordena, estrutura e narra, de uma determinada forma, aquilo que se elegeu como digno de chegar até o público”. Como o pesquisador trabalha com o que se tornou notícia, precisa ficar atento ao que motivou à decisão de dar publicidade a alguma coisa.

---

<sup>6</sup> Anotações feitas pela autora durante a disciplina de Metodologia de Pesquisa, ministrada pela prof. Dr<sup>a</sup>. Denise Castilhos de Araújo, no curso de especialização em História, Comunicação e Memória do Brasil Contemporâneo, no Centro Universitário Feevale, em maio de 2006.

Como o veículo é produzido coletivamente, e pertence a uma empresa, deve-se identificar cuidadosamente o grupo responsável pela linha editorial, verificar quem são os colaboradores mais assíduos, atentar para a escolha do título e os textos. Estes pontos mostram as intenções e expectativas do veículo e de quem o faz. Tudo isto porque

[...] o sumário que se apresenta ao leitor resulta de “intensa atividade de bastidores”, cabendo ao pesquisador recorrer a outras fontes de informação para dar conta do processo que envolveu a organização, o lançamento e a manutenção do periódico. (PLET-DESPATIN, apud PINSKY, 2005, p.141)

Os discursos, afirma Pinsky (2005, p.140), adquirem significados de várias formas, seja pelo destaque dado ao assunto ou também ao seu posicionamento dentro do veículo.

## 4.1 O jornal Zero Hora

A fonte histórica utilizada nesta pesquisa é o jornal Zero Hora, por isso é importante conhecer o objeto de estudo. Segundo informações institucionais do Grupo RBS<sup>7</sup> (proprietário do jornal), a Zero Hora foi fundada em 4 de maio de 1964, substituindo o jornal Última Hora – que era dirigido por Ary de Carvalho e foi fechado logo depois do golpe militar de 31 de março. A primeira edição teve 24 páginas e foi rodada em gráfica terceirizada, pois a empresa não tinha rotativa, que foi adquirida no ano seguinte. Foi também em 1965 que foi incorporado à Zero Hora – que circulava de segunda a sábado – o Segundo Caderno.

Desde 30 de abril de 1970 a Zero Hora pertence ao grupo Rede Brasil Sul (RBS). Sob a liderança de Maurício Sirotsky Sobrinho, o jornal deu início a sua expansão e adotou nova linha editorial, em busca de um veículo economicamente viável. A tiragem chegou a 28 mil exemplares nos dias úteis. Em 1971 a circulação passou a incluir o domingo.

<sup>7</sup> Obtidas por e-mail pessoal após contato com a repórter da Zero Hora, Andréia Soares, em 23 de maio de 2007

Os registros da empresa destacam que, para chegar às ruas todos os dias, Zero Hora teve de superar mais que limitações financeiras. Em 1972, durante uma típica enxurrada em Porto Alegre, a rotativa ficou alagada, e foi preciso imprimir a edição numa gráfica. Nesse ano, a circulação já atingia todo o Estado.

No dia 28 de março de 1973 um incêndio destruiu a Redação, no prédio da Avenida Ipiranga, e também áreas como o arquivo fotográfico e o acervo da antiga Última Hora. No dia seguinte, Zero Hora estava nas ruas narrando a própria tragédia.

Em 1980 o jornal consolidou-se como o jornal mais lido na Grande Porto Alegre nos sete dias da semana. Em 1984 a Zero Hora completou 20 anos sendo o quinto maior jornal do País, com mais de três milhões de exemplares por mês.

Em 1988 a Redação adotou definitivamente o sistema eletrônico de edição, aposentando as máquinas de escrever, processo que agilizou todo o trabalho. No ano seguinte Zero Hora contabilizava a marca de 130 mil exemplares em cada dia útil e mais de 30 mil assinantes.

É importante frisar que a produção de uma matéria jornalística<sup>8</sup> passa por algumas etapas. Ela começa na pauta<sup>9</sup>, que indica o assunto da matéria, normalmente vem de fora da redação, seja por fontes oficiais (governos, entidades entre outros) ou não-oficiais (leitores, colaboradores diversos, etc). A apuração da pauta, feita pelo repórter, é a cobertura jornalística<sup>10</sup>.

## **4.2 A análise das matérias publicadas**

Objetivando focar mais a análise, optou-se por escolher, como dito antes, dois momentos de grande importância do Movimento Diretas Já no Rio Grande do Sul. Apesar de ter havido várias mobilizações em prol do movimento, o comício de 13 de abril de 1984 marcou por ter reunido o maior número de pessoas: 200 mil. O segundo evento selecionado foi o dia 25 de abril de 1984, quando foi votada a emenda

<sup>8</sup> assunto desenvolvido pela reportagem (KLÖCKNER, 1997)

<sup>9</sup> roteiro dos assuntos a serem focalizados pela reportagem (KLÖCKNER, 1997)

<sup>10</sup> matéria completa sobre um acontecimento importante (KLÖCKNER, 1997)

Dante de Oliveira – data de importância, na verdade, nacional –, e que teve repercussão no Estado.

**4.2.1 Comício de Porto Alegre (RS), realizado em 13 de abril de 1984**

#### 4.2.1.1 Véspera do comício – edição de 12 de abril de 1984



Figura 1: capa da edição de 12 de abril de 1984

A edição número 6.779 de Zero Hora não destaca, na capa, o comício que era preparado para o dia seguinte. O assunto das Diretas Já aparece com viés governista, citando a afirmação do presidente Figueiredo. Neste sentido, segundo os conceitos de análise de Hohlfeldt (2001), pode-se perceber que há acumulação, pois é dada relevância à posição de Figueiredo (de âmbito nacional) em relação ao fato local (o comício de Porto Alegre) e centralidade, porque analisa a posição da informação entre outras, além de tematização e focalização.

De um total de 56 páginas, nove citam o movimento. A matéria principal – e seus desdobramentos – ocupa as páginas 14 e 15 da edição, e divide-se entre o comício do Rio de Janeiro realizado dias antes e o que estava por vir em Porto Alegre, no dia seguinte.



Figura 2: página 14 da edição de 12 de abril de 1984





Figura 3: página 15 da edição de 12 de abril de 1984

Neste caso, segundo conceitos de Hohlfeldt (2001), há onipresença, pois um assunto político ocupa a editoria de Geral; acumulação, pois os textos dão relevância ao comício do Rio de Janeiro, ocorrido dias antes, em detrimento a outros temas; frame temporal, porque permite a interpretação contextualizada do acontecimento; time-lag, sendo que o intervalo de tempo entre as agenda do veículo e do receptor fica pressuposto na indicação de coberturas anteriores sobre o movimento (ou seja, se nesta edição o assunto merece destaque e é agendado pelo receptor é porque ele foi previamente abordado pelo veículo); tematização, visto que há variedades de enfoque sobre o movimento; e focalização, percebida pelo espaço que o veículo dá ao assunto.

Ainda na edição do dia 12 de abril de 1984, é importante ressaltar que, além, do comício de Porto Alegre que ocorreria no dia seguinte, o jornal usa da tematização (HOHLFELDT, 2001), pois publica matérias relacionadas ao tema Diretas Já em outros editoriais, indicando a variedade de assuntos que o tema permite.



Figura 4: página 40 da edição de 12 de abril de 1984

Na página 40, por exemplo, a matéria de abertura da editoria Estado tem como cartola<sup>11</sup> a frase “As Diretas no Interior” e duas matérias,

<sup>11</sup> Título citado no topo da página e que indica o assunto de forma mais genérica.

destacadas por box. A principal aborda o comício agendado para a cidade de Pelotas e a segunda é sobre o comício de Santa Maria. Neste caso, há também centralidade (HOHLFELDT, 2001), devido ao destaque dado às matérias.

#### 4.2.1.2 Dia do comício – edição de 13 de abril de 1984



Figura 5: capa da edição de 13 de abril de 1984

A capa da edição número 6780 de Zero Hora destaca o comício de Porto Alegre agendado para aquela data com manchete, mas sem fotografia. Segundo os conceitos de Hohlfeldt (2001), esta forma de publicidade tem acumulação e centralidade, por dar destaque a este assunto ao invés de outros acontecimentos; e focalização, percebida pela indicação das páginas em que o assunto está publicado: são quatro páginas, incluindo a central, o que indica ter sido dada atenção especial ao tema.

Ao todo, esta edição tem 52 páginas, das quais 16 abordam o tema Diretas Já. Considerando-se esta quantidade, qualifica-se, segundo os conceitos de Hohlfeldt (2001), que há focalização, devido à atenção dada ao assunto.



Figura 6: página 12 da edição de 13 de abril de 1984



Figura 7: página 13 da edição de 13 de abril de 1984

Com quatro páginas, o tema Comício tem acumulação, pelo espaço disponibilizado; frame temporal, pois os textos permitem que o leitor faça uma interpretação contextualizada do assunto; centralidade, pois o assunto teve destaque não só em número de páginas, mas também em posicionamento na edição – a página central –; e tematização, por haver desdobramentos do assunto. (HOHLFELDT, 2001)



**Figura 8:** páginas 26 e 27 da edição de 13 de abril de 1984

Também se percebe, nesta edição, a onipresença (HOHLFELDT, 2001), pois o assunto é abordado em diversas editorias: Política, Geral, Executivo Estadual, País, Cidade e Estado. Na página 36, por exemplo, a matéria de abertura da página refere-se a um comício que ocorreria no dia seguinte em Pelotas. Assim, as Diretas Já são tema de matéria na editoria de Estado, sob a cartola “As Diretas no Interior” e destacada por box. Este espaço de destaque indica, segundo os conceitos de Hohlfeldt (2001), a existência de centralidade.



Figura 9: página 36 da edição de 13 de abril de 1984

Além da centralidade, a referência ao tema Diretas Já no Segundo Caderno focado em variedades, como cinema, teatro, tv, etc), onde foi publicada, no alto da página e destacado por box, a matéria “O Samba das Diretas veio de São Leopoldo”, indica também, segundo Hohlfeldt (2001), focalização e tematização, pela variedade de temas usados sob o assunto.





**Figura 10:** página 4 do Segundo Caderno da edição de 13 de abril de 1984

#### 4.2.1.3 Dia seguinte ao comício – edição de 14 de abril de 1984



**Figura 11:** capa da edição de 14 de abril de 1984

A capa da edição número 6781, publicada no sábado após o comício do Movimento Diretas Já no Rio Grande do Sul, destaca o comício com manchete e foto da multidão no Largo da Prefeitura de Porto Alegre. Como segundo destaque está uma afirmação do presidente em exercício, Aureliano Chaves, apoiando o movimento. Considerando-se os estudos de Zuckler (apud TRAQUINA, 2001, p.38), percebe-se que o assunto em questão é de natureza obstrucive, onde as pessoas podem direcionar

uma experiência direta por viverem, mesmo sem dar atenção, o assunto agendado.

Segundo os conceitos de Hohlfeldt (2001), percebe-se na capa em questão acumulação, centralidade e focalização, se for considerado o destaque, o espaço e a forma como o assunto foi publicado. Há, ainda tematização, pois o tema Diretas Já é citado com dois temas: o comício de Porto Alegre e a opinião do presidente em exercício.

No corpo da edição, o tema Diretas Já ocupa 16 páginas em um total de 52 páginas. Deste total, a maioria das páginas (10) é encabeçada pela editoria Política. Entretanto, o assunto também é abordado nas editorias Informe Especial, Espaço Livre (opinião), Cidade, Estado e Esporte, o que indica que há onipresença (HOHLFELDT, 2001).



Figura 12: página 8 da edição de 14 de abril de 1984



Figura 13: página 9 da edição de 14 de abril de 1984

A matéria principal da edição, que relata o comício, ocupa as quatro primeiras páginas da editoria de Política. Como retrata vários vieses do assunto, percebe-se tematização (HOHLFELDT, 2001). Há, ainda, acumulação, centralidade e focalização. Os textos indicam, segundo os conceitos de Hohlfeldt (2001), a existência de frame temporal, devido à formação de um quadro de informações pré-concebidas ao longo do tempo; e time-lag, pois se sabe que o agendamento é percebido a médio e longo prazo, e como o assunto fôra tratado anteriormente pelo jornal, o efeito desta publicação fica perceptível.

## 4.2.2 A votação da Emenda Dante de Oliveira

### 4.2.2.1 Véspera da votação – edição de 24 de abril de 1984



**Figura 14:** capa da edição de 24 de abril de 1984

Na edição número 6791 do jornal Zero Hora, toda a capa trata da votação da emenda Dante de Oliveira. A manchete “Brasília já vive o clima de votação” agenda o assunto, o que indica frame temporal (HOHLFELDT, 2001). Com base nos conceitos de Hohlfeldt (2001), também se percebe, devido à amplitude dada, acumulação, centralidade

e focalização; e tematização, pois o veículo apresenta diferentes vieses do assunto em pauta.

Das 52 páginas da edição, 14 tratam da votação da emenda e do movimento Diretas Já, o que determina acumulação (HOHLFELDT, 2001). Como o assunto é abordado em diferentes editoriais, e não somente na Política, há, segundo Hohlfeldt (2001), onipresença. Usando os conceitos do autor, há centralidade e focalização, pois existe variedade de assuntos sobre o mesmo tema e é dada uma atenção especial a ele, com destaque na publicação.



Figura 15: página 8 da edição de 24 de abril de 1984

A matéria principal, intitulada “Congresso debate e vota amanhã a eleição direta”, publicada na página 8, é a abertura de uma seqüência de sete páginas sobre a votação da emenda, sob diferentes aspectos, o que reforça os conceitos de centralidade e focalização de Hohlfeldt (2001).

Todos os enfoques dados ao tema pelo jornal Zero Hora à votação da emenda reforçam o conceito de Wolf (2001), que acredita que os meios de comunicação – no caso, o jornal – são eficazes na construção da realidade que o sujeito vem estruturando. Isto porque o frame temporal (HOHLFELDT, 2001) que se configura desde o início da cobertura



jornalística feita sobre o projeto das Diretas Já vem agendando os receptores – em diferentes graus, como destaca Diáz (2004).



Figura 16: página 28 da edição de 24 de abril de 1984

#### 4.2.2.2 Dia da votação – edição de 25 de abril de 1984



**Figura 17:** capa da edição de 25 de abril de 1984

Na edição número 6792, de 25 de abril de 1984, a capa do jornal Zero Hora destaca, sob a manchete “Congresso vota hoje sob tensão”, a votação da emenda Dante de Oliveira. Ao abordar, também na capa, a repressão aos manifestantes pró-Diretas em Brasília, fica perceptível a existência de tematização (HOHLFELDT, 2001). Ainda segundo o autor, verifica-se acumulação, pois é dado maior espaço ao tema em

detrimento de outros, como é o caso da referência à matéria de duas páginas sobre apreensão de drogas.

Do total de 52 páginas da edição, dez tratam do evento do dia – a votação da emenda. Complementando o assunto, circulou em anexo a edição um caderno especial, de oito páginas, também sobre as Diretas Já.



Figura 18: página 2 da edição de 25 de abril de 1984

Na página dois foi publicado um editorial refletindo a opinião da empresa (Rede Brasil Sul) sobre a importância do momento para o País.

Esta variedade de editoriais abordando o tema é onipresença (HOHLFELDT, 2001). A matéria de abertura da editoria de Política (pág 8) também faz um resumo do que ocorreu, em relação às Diretas Já, até o momento. Esta revisão pode ser identificada como um frame temporal (HOHLFELDT, 2001) que resume o que foi agendado junto ao receptor anteriormente.



**Figura 19:** páginas 24 e 25 da edição de 25 de abril de 1984

As páginas centrais (24 e 25) relatam as manifestações agendadas para ocorrer durante o dia em prol das Diretas Já. Esta ênfase pode ser caracterizada como centralidade (HOHLFELDT, 2001), se for considerada a posição de destaque dada ao tema. Além disso, há tematização, pois o assunto é abordado sob diferentes nuances e acumulação, pois o assunto ganha muita ênfase dentro da edição.



**Figura 20:** capa do Caderno Especial publicado edição de 25 de abril de 1984

O caderno especial, de oito páginas, pode ser entendido como um reforço que visa facilitar o entendimento do receptor sobre o assunto, permitindo um aprofundamento do conhecimento. Sua publicação indica acumulação, devido à ênfase dada ao assunto; onipresença, pois o assunto está publicado fora da editoria a que pertence; tematização, por abordar diferentes assuntos sobre o mesmo tema; focalização e centralidade, devido ao modo de abordagem e ao posicionamento dado (HOHLFELDT, 2001).

#### 4.2.2.3 Dia seguinte à votação – edição de 26 de abril de 1984



**Figura 21:** capa da edição de 26 de abril de 1984

A rejeição, no Congresso, a emenda Dante de Oliveira, foi a manchete da capa da edição número 6793, publicado em 26 de abril de 1984. É importante destacar que a capa analisada é a da segunda rodagem, conforme indicado na publicação. Sem dar espaço para outros assuntos, fica perceptível, segundo conceitos de Hohlfeldt (2001), a acumulação; no mesmo sentido, há centralidade e focalização. Abordando diferentes assuntos – a rejeição à emenda e a possibilidade de ampliação do estado de emergência –, fica claro que há, também, tematização.



Figura 22: página 2 da edição de 26 de abril de 1984

Ao todo, 17 das 56 páginas da edição abordam a votação da emenda Dante de Oliveira. Novamente o grupo RBS (Rede Brasil Sul) emite opinião sobre o resultado na página 2. Segundo Hohlfeldt (2001), percebe-se a existência de onipresença porque o tema não é tratado somente na editoria de Política, mas também de opinião, Geral e Cidade.



Figura 23: página 25 da edição de 26 de abril de 1984





**Figura 24:** página 26 da edição de 26 de abril de 1984

A matéria principal (“Diretas Já não passam na Câmara”, na página 25) faz um resumo do ocorrido em Brasília no dia anterior. Nesta matéria e nas subseqüentes percebe-se, conforme os conceitos de Hohlfeldt (2001), acumulação, pelo espaço dado ao tema; frame temporal, se considerarmos o quadro de informações formado; centralidade, pelo posicionamento das informações; tematização, pela variedade de assuntos abordados sob o mesmo tema e focalização, pelo modo de abordagem feito pela mídia em questão.

Neste sentido, percebe-se que há o constante uso da hipótese da agenda-setting nas publicações feitas pelo jornal Zero Hora durante o

Movimento Diretas Já. Dos dez itens citados por Hohlfeldt (2001) como conceitos básicos, destacam-se nas matérias acumulação, centralidade, tematização, onipresença e focalização. Em alguns casos, fica perceptível a existência de frame temporal e time-lag.

Entretanto, os conceitos de consonância e relevância não puderam ser percebidos e analisados por exigirem a comparação entre diferentes veículos de comunicação o que foge ao tema desta pesquisa. No mesmo sentido, não se verificam casos de saliência, pois não há como comprovar a importância que o receptor dá ao tema, a não ser que se faça uma consideração mais simplista de que o espaço dado ao tema signifique que o receptor dá importância ao assunto.

O considerável espaço dado ao Movimento Diretas Já nas edições de Zero Hora analisadas confirma o pensamento de Wolf (2001) que destaca que os meios de comunicação são eficazes na construção da imagem da realidade que o sujeito vem estruturando. Assim, percebe-se a função eficaz do veículo de comunicação de dizer ao receptor sobre o que ele deve pensar, ou melhor, a que ele deve dar atenção nas conversas do seu dia-a-dia. Este ato de guardar informações das quais pode-se “lançar mão nas mais diversas situações” (HOHLFELDT, 2001, p.190 e 191) foi definido por McCombs como efeito de enciclopédia.

Sob a percepção dos trabalhos de Benton e Frazier (1976), fica claro que a cobertura feita pela Zero Hora, ao utilizar diversos vieses dentro do mesmo tema – o Movimento Diretas Já – permitiu ao receptor um conhecimento mais aprofundado do assunto, atingindo os denominados segundo e terceiro níveis dos autores. Em segundo nível porque se podem perceber causas e efeitos, além de soluções propostas do tema, e em terceiro nível porque há informações ainda mais específicas, mostrando grupos e pessoas contra e a favor de determinada temática – no caso, os que são contra ou a favor das eleições diretas para presidente em 1985.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante praticamente 20 anos – de 1964 até o início dos anos 80 – os brasileiros viveram sob a tutela e o comando dos militares. Nesta época, chamada de Regime Militar, manifestações públicas (como passeatas e greves) eram impensáveis, devido às punições aplicadas pelo governo. Assim, quando iniciou o processo de abertura política – que significava a volta de civis ao poder – houve manifestações públicas. As primeiras foram em prol da Anistia aos exilados políticos, movimento de grande importância. Entretanto, foi somente após as eleições diretas de 1982 (onde o povo elegeu senadores, deputados estaduais e federais, governadores, prefeitos e vereadores) que alguns deputados federais recém-eleitos, capitaneados inicialmente por Dante de Oliveira, perceberem o anseio da população pela eleição direta para presidente.

Assim, primeiramente na Câmara dos Deputados e em seguida nas ruas de todo o País, surgiu o Movimento Diretas Já, que lutava pela aprovação da Emenda Dante de Oliveira, que previa a eleição direta para presidente em janeiro de 1985. Esta reação da população em prol de um objetivo comum foi, então, o primeiro grande movimento popular ocorrido após quase 20 anos de repressão exercida pelos militares. Por isso, e também por ter usado o poder que a mídia pode exercer sobre os receptores – ou seja, a população – é importante realizar um estudo mais aprofundado desta relação. Nos anos seguintes ocorreram outros casos de manifestações públicas de grande alcance, mas o Movimento Diretas Já se destaca entre eles pelo pioneirismo.

Nesse sentido, esta pesquisa abordou não somente a questão histórica do Movimento Diretas Já sob a ótica de estudiosos como Dante de Oliveira e Domingos Leonelli (2004) e Thomas Skidmore (1988), mas também os efeitos que a hipótese da agenda-setting tem sobre os receptores, conforme estudos Hohlfeldt (2001) e Wolf (2001), entre outros teóricos.

A pesquisa salienta a existência de agendamento – e como ele ocorre – na cobertura feita pelo jornal Zero Hora em dois eventos específicos: o maior comício realizado no Rio Grande do Sul, em 13 de abril de 1984, e o dia da votação da Emenda Dante de Oliveira, em 25 de abril

de 1984. Para segmentar a análise, optou-se por observar três edições referentes a cada data: a da véspera, a do dia do evento e a posterior.

Anteriormente à análise das reportagens selecionadas, foi feita uma leitura de outras edições do jornal Zero Hora, da mesma época, sobre o assunto Movimento Diretas Já. Neste sentido já se percebe que há agendamento, pois o assunto foi tratado – com menos ou mais ênfase, dependendo da época – praticamente desde seu início. Assim, a empresa procurou fixar em seus receptores a importância do assunto, pois fica subentendido que quando um assunto é importante ele é publicado com mais frequência e, sempre que possível, com destaque.

Após a análise das reportagens selecionadas, pode-se verificar que há agendamento por parte do jornal Zero Hora. O espaço que o veículo dá ao assunto indica que a empresa o considera importante e os desdobramentos que são mostrados nas matérias permitem diversas análises por parte dos receptores, independente de viés político. As matérias posicionam-se ora contra, ora a favor do Movimento, o que permite que aqueles que estão engajados na campanha e também os que são contra ela usem das informações veiculadas para pautar suas conversas.

A hipótese da agenda-setting baseia-se em uma relação de troca: o veículo passa informações que o receptor vai usar, e quando o assunto não tem espaço na mídia ele não é tão importante que deve fazer parte de uma conversa. É importante frisar que o jornal Zero Hora – e o Grupo RBS, a quem pertence – é popularmente conhecido, até hoje, como governista, ficando sempre ao lado de quem está no poder (não é tema desta pesquisa considerar se isso ocorre por vieses políticos, econômicos ou partidários). Por isso este jornal foi escolhido como fonte desta pesquisa, pois poder-se-ia verificar, além da existência do agendamento nas matérias, em que sentido ele ocorreria. E ficou constatado que, nas reportagens amostradas, ele ocorre e de forma positiva para o Movimento Diretas Já – e conseqüentemente contrário ao governo militar.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, Denise Castilhos de. *Pesquisa qualitativa – características gerais e referências*. Apontamentos de aula da disciplina de Metodologia de Pesquisa do curso de especialização em História, Comunicação e Memória do Brasil Contemporâneo. RS: Centro Universitário Feevale, maio de 2006.
- COUTO, Ronaldo Costa. *História Indiscreta da Ditadura e da Abertura – Brasil: 1964-1985*. RJ: Record, 1999. 2 ed.
- DEFLEUR, Melvin; BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorias da Comunicação de Massa*. RJ: Jorge Zahar Editores, 1993.
- DÍAZ, Raquel Rodríguez. *Teoría de la Agenda-Setting – aplicación a la enseñanza universitaria*. Espanha: A.F.Alaminos (Observatório Europeo de Tendencias Sociales), 2004.
- DINES, Alberto; FERNANDES, Florestan; SALOMÃO, Nelma (org.) *Histórias do Poder*. SP: Ed 34, 2000. vol 1
- HERTZ, Daniel. *A História Secreta da Rede Globo*. RS: Ed. Tchê, 1987.
- HOHLFELD, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. *Teorias da Comunicação – conceitos, escolas e tendências*. RJ: Vozes, 2001. 2 ed.
- KLÖCKNER, Luciano. *A notícia na Rádio Gaúcha: orientações básicas sobre texto, reportagem e produção*. RS: Sulina, 1997.
- LEONELLI, Domingos; OLIVEIRA, Dante de. *Diretas Já – 15 meses que abalaram a ditadura*. RJ: Record, 2004.
- Memória Globo. *Jornal Nacional – a notícia faz história*. RJ: Jorge Zahar Editores, 2004
- PINSKY, Carla (org). *Fontes Históricas*. SP: Contexto, 2005.
- PORCHAT, Maria Elisa. *Manual de Radiojornalismo Jovem Pan*. SP: Ática, 1993. 3.ed.

- PRODANOV, Cleber Cristiano. *Manual de Metodologia Científica*. RS: Feevale, 2003. 3.ed.
- ROCHA, José Antonio Meira da. *Modelo de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) – Modelo de documento digital do programa OpenOffice 2.0* disponível em <[http://www.meiradarocha.jor.br/uploads/1021/196/modelo\\_de\\_projeto\\_de\\_TCC-2006-06-12a.sxw](http://www.meiradarocha.jor.br/uploads/1021/196/modelo_de_projeto_de_TCC-2006-06-12a.sxw)>. Acesso em: 12 jun. 2006.
- SKIDMORE, Thomas. *Brasil: de Castelo a Tancredo*. RJ: Paz e Terra, 1988. 7.ed.
- SOARES, Andréia. *A Zero Hora* [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <polilopes.jorn@gmail.com> em 23 de maio de 2007.
- TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. RS: Ed.Unisinos, 2001. Série Comunicação.
- VIEIRA, Evaldo. *A República brasileira: 1964-1984*. SP: Ed.Moder-na, 1985.
- WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 2001. 6 ed.

## **7 ANEXOS**

### **7.1 Anexo 1**

Pauta enviada por e-mail ao jornalista Elmar Bones em 12 de maio de 2007:

1. Quais suas lembranças mais fortes em relação ao movimento Diretas Já?
2. Por favor, faça uma análise do movimento no Rio Grande do Sul.
3. Como o senhor avalia a cobertura e a participação da mídia gaúcha em relação ao movimento?