

Ascensão e Queda de Fernando Afonso Collor de Melo

Por Pedro Luiz de O. Costa Bisneto

14/05/2007

Introdução

Catorze anos e três governantes já passaram pelo poder de Brasília desde que, em 1993, o presidente da república brasileira foi destituído do seu cargo, mas ainda hoje o *impeachment* de Fernando Afonso Collor de Melo é um fato que foi pouco compreendido pela grande maioria da sociedade brasileira. E este é o objetivo deste trabalho que relaciona os fatos políticos da ascensão e queda Fernando Collor com a mídia brasileira.

A Eleição de Fernando Collor

Para entendermos o porquê do *impeachment* de Fernando Collor, é preciso também entender o contexto no qual Fernando Collor foi eleito presidente do Brasil.

Em 1989, Fernando Collor era governador do Estado de Alagoas, eleito com extremo apoio popular, sua política consistia em enxugar a máquina do Estado, o que lhe valeu amplo destaque na mídia sob o rótulo de a “caça aos marajás”. Dentre todos os governadores que foram eleitos em seus Estados em 1986, Fernando Collor foi o que mais se destacou através da sua política de “caça aos marajás” e, também, por seus constantes ataques à política da Presidência da República de José Sarney. Jovem, com discurso eloqüente e uma política de destaque, fizeram do então governador do pequeno Estado de Alagoas uma notoriedade e o projetaram para o cenário nacional, chamando a atenção dos políticos mais tradicionais do país e dos grandes empresários da mídia. Enquanto os políticos perceberam que Collor poderia ser uma grande ferramenta para angariar votos, os empresários de mídia o viam como uma ferramenta que aumentava suas audiências. Sem dúvida, o “caçador de marajás” era um fenômeno de popularidade que logo chamou a atenção da grande massa e serve como exemplo perfeito para ilustrar a relação entre políticos e a imprensa. Do lado dos políticos, a relação com a imprensa é fundamental para

difundir sua imagem perante o público e garantir-lhes votos, do lado da imprensa, a relação com os políticos é igualmente estratégica, pois trazem notícias que preenchem páginas de revistas e jornais, além de minutos nas programações de rádio e televisão, e, sobretudo, a boa relação com os políticos, especialmente os do poder executivo, garante cotas de publicidade para a mídia, dessa forma, um político que se sobressai com iniciativas populares é um prato cheio para a mídia.

Em 1989, alguns partidos perceberam que a aliança com Collor seria benéfica e traria os votos do nordeste brasileiro, e o então governador de Alagoas conseguiu ampliar os seus horizontes com diversas alianças, sendo inclusive cogitado a entrar como candidato a vice-presidente da República na chapa de Mário Covas, presidenciável do PSDB. Neste mesmo ano, o dono das *Organizações Globo*, Roberto Marinho, procurava um candidato para apoiar na sucessão de José Sarney na presidência da República. Marinho precisava de um candidato forte para derrubar o seu principal desafeto político, Leonel Brizola, um inimigo declarado ao poderio das *Organizações Globo*, e, também, ansiava por um nome de peso para superar Luís Inácio Lula da Silva do PT, que era temido pelos grandes empresários brasileiros devido a sua política socialista e seus ideais comunistas. Roberto Marinho tinha dois candidatos em mente para apoiar, porém nenhum deles entrou na corrida presidencial: Jânio Quadros desistiu da presidência por problemas de saúde e, o outro preferido de Marinho, Orestes Quércia, também não entrou na corrida presidencial em favor do colega peemedebista Ulysses Guimarães, que havia se destacado como líder populista na nova constituição brasileira, outorgada em 1988. Sem seus prediletos a disposição, Marinho encontrou em Collor o candidato ideal: jovem, com um discurso energético, uma política de destaque entre os governadores eleitos em 1986 e que combatia com veemência o desacreditado governo de José Sarney e seus falidos planos econômicos em um país que vivia uma intensa crise econômica e o medo da hiperinflação. Além disso, Roberto Marinho já mantinha uma boa relação com a família Collor de Melo, sendo o pai de Fernando, Arnon de Melo, o chefe das organizações que levam o seu nome e detêm jornais, revistas e televisões em Alagoas, sendo o canal de televisão do Grupo, a *TV Gazeta*, retransmissora do sinal da *TV Globo* no Estado.

Com o apoio da *Rede Globo* e as alianças políticas conquistadas, Fernando Collor de Melo deixou o ostracismo do pequeno Estado de Alagoas e se projetou nacionalmente

chegando rapidamente á liderança das intenções de voto para eleição presidencial. Este salto de Collor deve ser creditado a sua grande aparição na mídia, na qual foi beneficiado de várias formas: o apoio de Roberto Marinho lhe valeu um programa exclusivo focando sua política de combate aos marajás no *Globo Repórter* e sucessivas aparições no *Jornal Nacional*, além de uma cobertura positiva no jornal *O Globo* do Rio de Janeiro. Suas alianças políticas lhe garantiram três aparições nos programas partidários anuais de uma hora de duração no horário nobre da televisão, enquanto seus adversários contaram com apenas uma aparição. Além disso, de fevereiro a setembro de 1989, a *Rede Globo* veiculou a novela “*Que Rei Sou Eu?*”, cujo herói e protagonista principal, vivido pelo ator Édson Celulari, no decorrer da trama da história, foi moldado de acordo com o discurso do presidenciável Collor de Melo. O personagem de Celulari, Jean Pierre, combatia as elites de *Avilan*, uma cidade-cenário criada pela *Rede Globo* que nada mais era que uma *miniaturarização* do próprio Brasil. Na conclusão da novela, assim como Collor e seu discurso contra a elite dos marajás, Jean Pierre, derruba a elite de *Avilan* com sua espada em meio a um discurso de defesa do povo frente às maldosas elites do “mini-Brasil”. O sucesso da novela foi total, e a sua associação positiva com o candidato alagoano não foi mera coincidência, tanto que a *Rede Globo* reprisou a novela a partir de outubro de 1989, cerca de um mês após seu término e em horário exclusivo (às 17 horas), fato inédito na história da emissora. Outro fator positivo para Collor de Melo foi o programa “*Palanque Eletrônico*” veiculado dentro do *Jornal da Globo*, no qual os candidatos eram entrevistados individualmente em diferentes datas, o que permitiu a Collor ter mais um espaço para expandir o seu discurso eleitoral sem se preocupar com o ataque dos adversários. A liderança nas pesquisas desde junho de 1989 permitiu a Fernando Collor se ausentar dos debates televisivos envolvendo os presidenciáveis no 1º turno da eleição de 1989, também poupando o candidato alagoano das críticas de seus adversários.

Outro fator que não pode ser deixado de lado na campanha de Fernando Collor foi o fundo de campanha levantado pelo amigo de longa data e tesoureiro pessoal do presidenciável, Paulo César Farias, que angariou nada mais, nada menos do que a quantia de US\$ 160 milhões para a campanha do alagoano. Neste processo, Paulo César Farias – o popular PC –, que mais tarde seria o pivô da queda de Fernando Collor, fez as mais diversas alianças, contando com o apoio de inúmeros empresários ligados à *FIESP* entre

outros grupos. Neste ponto, os adversários maiores de Collor acabaram indiretamente colaborando para que o alagoano angariasse fundos de campanha junto ao empresariado brasileiro, pois, em oposição ao alagoano, constavam como fortes candidatos Leonel Brizola e Luís Inácio Lula da Silva, sendo este último o adversário de Collor no 2º turno das eleições naquele ano. Defensores de políticas socialistas, Brizola e Lula especialmente, ambos eram vistos como sombras do comunismo, embora estes regimes tenham, justamente em 1989, o marco de seu colapso internacional simbolizado pela queda do muro de Berlim. Mesmo assim, o medo do comunismo ou mesmo de uma política mais socialista tendenciou o empresariado brasileiro para o lado de Collor e, com essa tendência, as verbas de campanha. Especialmente no segundo turno das eleições, marcado pelo embate entre Collor e Lula, o discurso do candidato alagoano evocou, além da luta contra os marajás, o combate ao comunismo, no qual parte desse discurso nada mais era do que o discurso do empresariado brasileiro.

Vale notar que o 2º turno marcou o único momento em que Collor esteve ameaçado na liderança das intenções de voto com a ascensão de Lula nas pesquisas, quando ambos os candidatos chegaram a um empate técnico nas pesquisas poucos dias antes da eleição. A ascensão de Lula pode ser creditada ao seu programa no horário eleitoral gratuito, no qual sua coligação partidária nomeada de “Rede Povo” parodiava a *Rede Globo*, evocando para Lula e seu plano de governo o padrão *Globo* de qualidade. A campanha dos candidatos no 2º turno também foi marcada por dois debates televisivos, transmitidos por um *pool* das principais emissoras do país, sendo Lula o vencedor do primeiro encontro entre os presidenciáveis, fator que também alavancou a candidatura do petista, levando-o ao empate técnico nas pesquisas com Collor de Melo. Porém, o segundo debate entre os candidatos, dois dias antes da eleição, marcou a vitória de Collor e foi fator decisivo que determinou o resultado nas urnas em prol do candidato alagoano. A derrota de Lula no segundo debate pode ser creditada em parte ao abatimento do petista em seu discurso. A apatia de Lula foi em parte atribuída ao depoimento de sua ex-namorada, mãe de sua primeira filha, dentro do programa eleitoral de Collor, que disse palavras pouco elogiosas a respeito do presidenciável, acusando-o de ter pedido a ela que abortasse a criança na ocasião em que soube que seria pai, acusou-o, também, de ter inicialmente se recusado em assumir a paternidade da filha e a pagar pensão alimentícia. O último fator, às vésperas da eleição,

que pendeu o eleitorado para o lado de Collor, foi a veiculação de duas reportagens no *Jornal Nacional*, as quais focaram os dois presidenciáveis. Além da reportagem voltada ao candidato Collor ter contado com mais tempo dentro do telejornal de maior audiência do país, o conteúdo das reportagens tiveram focos diferentes, e privilegiaram o candidato alagoano.

Enfim, após um longo jejum, imposto por 20 anos de regime ditatorial, Fernando Afonso Collor de Melo, marcou a volta dos presidentes eleitos pelo voto popular ao Planalto de Brasília.

O Governo de Fernando Collor de Melo – Da posse ao *Impeachment*

O governo do Presidente Fernando Collor de Melo foi marcado por diversas medidas e escândalos que acabaram com o seu impedimento em prosseguir com o mandato até o término de sua vigência. No dia seguinte a sua posse, Collor impôs um duro plano econômico – o Plano Collor, confiscando o dinheiro das aplicações financeiras, incluindo contas-correntes e poupança, de modo a acabar com a ciranda financeira protagonizada pela aplicação conhecida como *Overnight*, que era atribuída à crescente inflação do país que, na ocasião de sua posse, beirava os 40% mensais. Junto ao pacote, veio uma série de medidas que visavam punir os crimes contra a Fazenda, os crimes econômicos. Foi com base nessas medidas que a Polícia Federal invadiu o prédio da *Folha de S. Paulo* na capital paulista, a fim de averiguar as contas da empresa e possíveis crimes de sonegação. Tal medida trouxe a tona os traumas vividos por diversos empresários de mídia, sobretudo das impressas, que viveram o manto da opressão e da censura nos vinte anos que o Brasil viveu sob regime ditatorial e marcou o início de uma guerra entre o presidente e a mídia, sobretudo com a própria *Folha de S. Paulo*. A briga entre *Folha de S. Paulo* e Collor trouxe diversos aborrecimentos para o presidente e valeram um processo pessoal dele próprio contra a empresa após uma série reportagens do jornal levantando suspeitas em licitações do governo junto a agências de propaganda. Vale colocar neste episódio que uma das medidas de Collor em relação à propaganda governamental foi de centralizar toda publicidade, inclusive de empresas estatais, junto ao seu secretário pessoal, PC Farias. Certa ou errada, tal medida modificou uma instituição que estava intocável desde o governo do Presidente

Geisel e desagradou a muitos, dentre eles, diversos donos de agências de publicidade que perderam suas cotas de propaganda governamental, dentre as quais estavam agências que apoiavam o antecessor de Collor, José Sarney, e outras agências oposicionistas. A briga contra a *Folha de S. Paulo* ainda valeu uma comparação de Collor com a figura do ditador fascista italiano Mussolini, e um editorial intitulado “Carta Aberta ao Presidente”, veiculado na primeira página do jornal como resposta ao processo do presidente à empresa jornalística.

A seqüência de escândalos governamentais que rechearam a “Era Collor” minaram a energia do jovem presidente e quase o levaram ao divórcio. Sua esposa, Rosane Collor, nomeada presidente da LBA – *Legião Brasileira de Assistência* –, um típico cargo de primeira dama, de fundo humanitário, terminou em discórdia. Enquanto Collor insistia que sua esposa deixasse o cargo, ou pelo menos dedicasse menos tempo na sua gerência, um repórter do *Jornal do Brasil* conseguiu acesso ao sistema de contabilidade do governo e, depois intensas pesquisas realizadas no gabinete de Eduardo Suplicy do PT, descobriu um desvio de verbas na LBA em favor de familiares de Rosane Collor. Embora grave, a notícia não poderia deixar de ser desvinculada das dívidas que o *Jornal do Brasil* possuía com o Fisco e alguns bancos estatais, de modo que se não serviu para abalar a imagem do presidente perante a opinião pública, serviu apenas para deteriorar a relação do mesmo com sua esposa, culminando em sua saída da LBA, o divórcio do casal, porém, não aconteceu. A queda de ministérios e a saída de Zélia Cardoso do Ministério da Fazenda – mentora do frustrado Plano Collor –, envolvida em um romance com o Ministro Bernardo Cabral, foram outros fatos que tiraram o brio do presidente já no segundo ano de seu mandato. A partir daí, Collor passou a assistir impassível diversos escândalos e denúncias que cercaram seu governo.

Outro ministro que caiu no governo Collor foi o da Saúde, Alcení Guerra, e colocou em cheque a amizade do presidente com o Roberto Marinho. Collor havia delegado à Guerra um projeto de construção de diversos *CIACs*, escolas modelos criadas pelo governador carioca Leonel Brizola. O fato de Collor apoiar um projeto criado pelo desafeto de Roberto Marinho desagradou o presidente das *Organizações Globo*, a entidade, então, passou a criticar o Ministro, atacando-o através do *Jornal Nacional* e do jornal *O Globo*. A

pressão se tornou insustentável e obrigou Collor, mesmo contra sua vontade, a destituir Guerra do Ministério da Saúde.

Porém, nenhum nome ganhou tanto destaque e pesou tanto de forma negativa para o presidente quanto Paulo César Farias, o tesoureiro de Collor. Responsável pelas finanças do presidente desde a sua campanha eleitoral, PC foi personagem ativo em diversas negociatas envolvendo o governo de Collor, e foi também o personagem central dos fatos que levaram ao *impeachment*. O papel decisivo de PC na arrecadação de verbas para a campanha de Collor se fez ativo novamente pela ocasião da eleição para os governos estaduais em 1990. PC utilizou seu talento para levantar verbas de campanha em favor do candidato Geraldo Bulhões – que contava com o apoio de Collor – para o governo de Alagoas e diversos deputados e senadores do PRN – Partido da Reconstrução Nacional –, o partido do presidente. Apesar de PC também ter ajudado um pouco o adversário de Bulhões, o deputado federal Renan Calheiros, então líder do PRN na câmara federal, sobrou a mágoa do deputado derrotado nas eleições para o governo de Alagoas. Assim como Renan Calheiros, a intensa interferência de PC nos assuntos governamentais de Brasília gerou inúmeros desafetos, desafetos esses que no momento oportuno dariam o seu troco, tanto a PC, quanto a Collor. Outro desafeto criado por PC foi Mota Veiga, presidente da gigante estatal *Petrobrás*. PC ajudara Vagner Canhedo a comprar a *VASP* com a humilde quantia de US\$ 10 milhões, sobras da verba arrecadada na campanha de Collor. Além de ajudar Vagner Canhedo financeiramente, PC propôs um acordo para compra de combustível com valores superiores a US\$ 10 milhões da *VASP* com a *Petrobrás*. Porém, Mota Veiga percebeu que o acordo era prejudicial à *Petrobrás* e não fechou o negócio entre PC e Vagner Canhedo. A partir daí, tanto Collor quanto PC passaram a pressionar Mota Veiga de várias formas até que, de tanta pressão, Mota Veiga deixou a presidência da *Petrobrás* sem poupar palavras ao presidente e seu tesoureiro. Mas o papel de Mota Veiga na crise presidencial se mostraria ainda mais fundamental na queda de Collor.

Apesar de PC ter sido o pivô central da queda de Collor, quis o destino que o início do principal escândalo que levou a derrocada do presidente partisse de dentro de sua própria família. Foi a partir de um desentendimento, de uma rixa política entre Pedro Collor, irmão mais novo de Collor, e PC Farias, que o escândalo que culminou na destituição de Fernando Collor teve início. A crise toda se iniciou quando PC Farias, em

parceria com José Carlos Martinez, comprou algumas emissoras de televisão no Paraná e Rio de Janeiro, então fundando a *Rede OM*, nesse processo, deixou para traz as retransmissoras que a *Rede Bandeirantes* possuía no Paraná, criando assim, mais um desafeto, os Saad, donos da *Rede Bandeirantes*. PC comprou também a antiga *Tribuna de Alagoas*, um jornal que estava desativado e outrora pertencera aos opositores dos Collor de Melo no Estado. PC ainda planejava expandir mais as suas atividades com a mídia, queria criar mais um canal que prestigiasse a imagem de Fernando Collor, e servisse como defesa contra os membros de sua família dos constantes ataques que Pedro Collor fazia aos Farias em Alagoas através da TV, rádios e os jornais das *Organizações Arnon de Melo* então presididos pelo caçula de Fernando Collor. Há tempos que Pedro Collor alimentava uma rixa com os Farias, este que detinha cargos tanto no governo de Alagoas quanto no de Brasília. Pedro Collor nunca gostou da maneira como seu irmão presidente privilegiava o tesoureiro quanto os irmãos do mesmo. A rixa se estendia também para dentro da família Collor de Melo, na qual os outros irmãos de Collor contavam com cargos no governo enquanto Pedro Collor ficava relegado apenas a gerência das *Organizações Arnon de Melo*. Pedro Collor queria expandir os negócios de suas organizações, e entrou com o pedido de concessão para novas rádios em Alagoas junto ao irmão presidente. Porém, neste mesmo momento, PC Farias também entrara com pedidos de concessões para novas rádios em Alagoas, e Fernando Collor concedeu os pedidos a PC Farias enquanto negou os pedidos do irmão. Tal atitude foi encarada por Pedro Collor como um ataque pessoal do presidente e, a partir daí, passou a alimentar um ódio contra PC Farias e a atacá-lo de todas as formas que podia. Pedro Collor, então, iniciou uma investigação sobre as atividades de PC e montou um extenso dossiê detalhando as atividades do tesoureiro do presidente. No que se intitulou “Dossiê Pedro Collor”, constavam inúmeras empresas abertas no exterior e não declaradas à receita, além de contas em paraísos fiscais mantidas por PC Farias. Com o dossiê na mão, Pedro Collor procurou a revista *Veja*, que publicou as denúncias. A partir daí, uma série de escândalos envolvendo as atividades do tesoureiro de Collor ganharam destaque na imprensa. Após as denúncias de Pedro Collor a respeito das atividades de PC, a família de Collor ensaiou um acordo de paz entre os irmãos que não resultou em nada. Sem saída, a mãe de Collor, Dona Leda, destituiu Pedro Collor da presidência das *Organizações Arnon de Melo*. A partir daí, a raiva de Pedro Collor em relação ao irmão presidente e a PC se

converteram em uma cólera incontrolável. Pedro Collor, então, voltou a procurar a revista *Veja*, e fez uma longa declaração trazendo a tona diversas atividades de Fernando Collor e PC Farias que foram além de negociatas e denúncias de corrupção, inclusive acusando o presidente de ter assediado sua esposa e ter feito uso de drogas. Ainda assim, as denúncias não abalaram muito a opinião pública, que enxergava o escândalo como uma briga de família e não uma crise que abalava os alicerces da presidência. Outras denúncias a respeito da sonegação fiscal de PC apenas resultaram em uma bela mordida do Leão no tesoureiro de Collor. Se as denúncias não abalaram o apoio popular a Fernando Collor, serviram de estopim para que o PT, liderado pelo deputado José Dirceu, conseguisse os votos necessários para que se instaurasse uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) a fim de averiguar as denúncias de Pedro Collor.

Uma vez instaurada a CPI, os desafetos de Collor e PC se fizeram escutar, tanto na comissão quanto em diversas matérias e reportagens veiculadas por diversos setores da mídia. Na CPI, Mota Veiga denunciou que PC defendia o interesse de empresas privadas no governo, e Renan Calheiros sustentou que Collor estava ciente das atividades de PC, ambos também haviam feito suas declarações, antes de deporem na CPI, para a revista *Veja*. Embora a revista *Veja* tenha sido o veículo de imprensa que trouxe à tona as principais denúncias que incriminavam Collor e PC Farias na CPI da câmara federal, foi a revista *IstoÉ* que conseguiu o furo que incriminou Collor de vez. A revista publicou uma matéria com o motorista particular da *Casa da Dinda* – morada de Collor em Brasília – que tinha ligações com a empresa *Brasil Jet*, pertencente a PC Farias, e trouxe documentos comprovando que PC pagava as contas de Collor em sua moradia. Era o elo que provava documentalmente as ligações Collor-PC. Por fim, um dos últimos escândalos que passou pela CPI e foi revelado pela revista *Veja*, foi a operação de lavagem do dinheiro da campanha de Collor, no qual foram utilizados bancos uruguaios, ficando conhecida como “Operação Uruguaí”. O secretário de Collor ainda tentou apresentar documentos falsos à CPI para justificar a operação, mas a revista *Veja* desmascarou a farsa e publicou outra matéria “A Farsa Uruguaia”.

A revelação da matéria de *IstoÉ* marcou também a entrada das grandes redes de televisão na cobertura da crise presidencial. A *Rede Bandeirantes*, que perdera suas retransmissoras no Paraná para PC Farias, passou a transmitir ao vivo as sessões da CPI em

Brasília, levando ao país todo o depoimento de Eriberto França, o motorista da *Casa da Dinda*. O *SBT*, através de seus âncoras de telejornais, passou a contestar o presidente e sua ligação com PC, além de destacar as denúncias de corrupção e enriquecimento ilícito de ambos. Boris Casóy, principal âncora da emissora, inclusive, criou um bordão que marcou época: “É preciso passar o Brasil a limpo”, repetindo-o ao término de cada notícia que comentava. O humorista Jô Soares no seu *talk-show* “*Jô Onze e Meia*” passou a parodiar o presidente e PC Farias, e levava deputados que participavam da CPI para serem entrevistados em seu programa. Já a *Rede Globo* procurou manter-se neutra durante a cobertura da crise e da CPI da câmara federal, Roberto Marinho ainda apoiava o amigo e aliado Fernando Collor nesse instante. Apesar da neutralidade de sua cobertura jornalística, indiretamente, foi a *Rede Globo* quem colaborou de forma decisiva para o *impeachment* do presidente. Foi justamente nesse momento em que a crise rondava o Palácio do Planalto e a CPI se mantinha em curso, que a *Rede Globo* levou ao ar a mini-série “*Anos Rebeldes*”. A mini-série focava a luta de um grupo de estudantes no combate à ditadura nos anos 60 e 70, e, apesar do contexto da série ser completamente diferente do momento em que era exibida, teve papel decisivo sobre o imaginário popular, influenciando o povo a ir às ruas e pedir a saída de Fernando Collor da presidência.

Assim, na semana da leitura do relatório final da CPI, a *UBES – União Brasileira dos Estudantes Secundaristas* – convocou todos os estudantes do país para irem às ruas na manifestação intitulada “*Anos Rebeldes, próximo capítulo: fora Collor, impeachment já*”. A partir daí, as manifestações populares anti-Collor cresceram como uma bola de neve. Fernando Collor respondeu convocando o povo para apoiá-lo se vestindo de verde-amarelo, as cores de sua campanha, mas o que se viu foram diversas manifestações por todo o Brasil nas quais o povo se vestia de preto e pintava o rosto com tinta preta, assim ficando conhecidos como os “*caras-pintadas*”, e pediam a renúncia do presidente. Inclusive a *Folha de S. Paulo* saiu com uma tarja preta em sua capa nessa ocasião. Neste momento, a *Rede Globo* abandonou a imparcialidade e também passou a criticar o presidente, o *Jornal Nacional* passou a dedicar mais tempo a crise presidencial e as manifestações populares. O jornal *O Globo* trouxe a tona um cheque usado por PC para comprar um FIAT Elba para a família de Collor. Enfim, o último escândalo que fechou o ciclo de denúncias contra Collor e PC foi a matéria da revista *Veja* “*O Jardim de Marajá da Dinda*”, que trazia fotos e

detalhes do jardim construído na residência de Fernando Collor em Brasília, financiado por PC Farias com a humilde quantia de US\$ 2 milhões – com direito a cascatas acionadas com controle remoto. O “caçador de marajás” agora era visto como o próprio marajá pela matéria que marcou simbolicamente o fim da “Era Collor”.

Os fatos seguintes foram apenas a confirmação do que parecia inevitável. A câmara dos deputados marcou a sessão para votar o afastamento do presidente – o *impeachment* –, e o STF – Superior Tribunal Federal – garantiu que a sessão seria feita com voto aberto. Vale lembrar que durante a crise presidencial, Fernando Collor vetara um aumento salarial aos juízes do STF. A sessão para votação do *impeachment* teve cobertura ao vivo por um *pool* das principais emissoras de TV do país, e muitos dos deputados ao depositarem seus votos pró-*impeachment* bradavam palavras anti-corrupção, a favor da democracia, do Brasil e muitos repetiam o bordão do Boris Casóy “É preciso passar o Brasil a limpo”. Dentro dessa atmosfera, o *impeachment* de Fernando Collor foi aprovado pela câmara federal com mais votos do que o mínimo necessário.

Fernando Collor renunciou a presidência cerca de dois meses depois da aprovação do *impeachment* na câmara federal, um dia antes do processo de cassação de seu mandato ser votado no Senado, que apenas confirmaria o *impeachment*. Collor deixou a presidência em 29 de dezembro de 1993, após quase três anos de mandato. O Senado, além de confirmar o *impeachment*, condenou Collor por crime de responsabilidade e o impediu de exercer funções políticas por oito anos.

Cerca de um ano após a sessão do Senado aprovar o *impeachment* de Fernando Collor, o STF absolveu o ex-presidente do crime de corrupção passiva.

Conclusões

O *impeachment* de Fernando Afonso Collor de Melo nada teve haver com as denúncias de corrupção do seu governo. Para chegarmos a esta conclusão basta levarmos em conta os seguintes fatos:

1-) A imprensa, que trouxe à tona as denúncias que levaram a câmara instaurar a CPI que culminou no *impeachment*, não teve objetivos patrióticos como foi veiculado, estavam apenas comprometidas em trazer a tona furos jornalísticos que garantissem boas

tiragens para suas publicações. O mesmo pode ser entendido em relação às rádios e televisões, preocupadas com seus índices de audiência. Inclusive alguns setores da mídia, que haviam sido prejudicados por Collor, veicularam suas notícias de forma pouco imparcial, atitudes que podem ser compreendidas, em alguns casos, até mesmo como uma represaria pessoal ao presidente.

2-) Foi a oposição do governo que liderou a CPI do congresso, e os depoimentos feitos por desafetos de Collor e PC, tiveram mais um cunho de “vingança” ou retaliação política do que de preocupação com as denúncias de corrupção e a própria corrupção em si.

3-) A decisão do STF para que a sessão para votação do *impeachment* fosse feita com voto aberto pode ser entendida como uma retaliação do próprio STF contra o presidente por este ter negado o aumento salarial da categoria.

4-) O fato da sessão para aprovação do *impeachment* ter sido feita com voto aberto e transmitida ao vivo pela televisão trouxe um ar de “*espetacularização*” ao evento, deixando os deputados em uma posição em que, ou votavam a favor do *impeachment*, ou seriam vinculados a corrupção, de estarem votando a favor da corrupção, ou seja, os deputados não votaram contra ou favor do *impeachment*, mas sim contra ou a favor de sua imagem política perante a opinião pública.

Analisando esses fatos, chegamos à conclusão que foi a “*espetacularização*” criada pela mídia em torno da crise presidencial que culminou no processo e aprovação do *impeachment* e levou Fernando Collor a sua derrocada, não a corrupção.

Bibliografia

CONTI, Mario Sergio. *Notícias do Planalto – A Imprensa e Fernando Collor*. São Paulo: Cia das Letras, 1999.

LIMA, Venício A. *Mídia, Teoria e Política*. São Paulo: Perseu Abramo, 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão. A Vida pelo Vídeo*. São Paulo: Moderna, 1992.

O Brasil muito além do Cidadão Kane. Simon **Hartog**. Londres: canal 4 – BBC, 1993.

SARTORI, Giovanni. *Homo-Videns. Televisão e Pós-Pensamento*. Bauru: EDUSC, 1997.