

Estado da publicação: O preprint não foi publicado em outro meio.

Entre o fato e a versão: a construção da realidade política na cobertura midiática das eleições de 1989

Iara Lima

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.18189>

Submetido em: 2026-09-26

Postado em: 2026-10-05 (versão 1)

(AAAA-MM-DD)

Entre o fato e a versão: a construção da realidade política na cobertura midiática das eleições de 1989

Between fact and narrative: the construction of political reality in the media coverage of the 1989 elections

Entre el hecho y la versión: la construcción de la realidad política en la cobertura mediática de las elecciones de 1989

Iara R Lima¹

Resumo

Este artigo analisa criticamente a cobertura midiática das eleições presidenciais de 1989 no Brasil, com foco nos debates televisivos e em uma amostra de jornais da época. O objetivo principal é compreender como a imprensa e a televisão atuaram não apenas como veículos de informação, mas como agentes ativos na construção da realidade política e na formação da opinião pública. A pesquisa adota abordagem qualitativa e documental, centrada na análise de conteúdo de 39 reportagens publicadas entre 28 de outubro e 20 de dezembro de 1989 nos jornais Correio Braziliense, Correio de Notícias, Jornal do Brasil e O Estado de S. Paulo, além de registros audiovisuais dos debates televisivos. Os resultados evidenciam que a cobertura midiática não foi neutra: a edição do debate entre Lula e Collor exibida pelo Jornal Nacional em 15 de dezembro de 1989 concedeu tempo de fala desproporcional a Collor e suprimiu o direito de resposta de Lula, configurando manipulação que favoreceu o candidato do PRN. A análise da revisão crítica que a própria Rede Globo fez do episódio décadas depois revela estratégias discursivas de silenciamento e eufemização, que deslocam a responsabilidade da emissora. Conclui-se que a mídia atuou como agente ativo na produção da realidade política, criando as condições discursivas nas quais a disputa eleitoral se desenrolou. O estudo contribui para o debate sobre o papel da mídia em processos de transição democrática e para a crítica historiográfica das fontes jornalísticas e audiovisuais.

Palavras-chave: Eleições de 1989. Cobertura midiática. Análise documental.

Abstract

This article critically analyzes the media coverage of the 1989 Brazilian presidential elections, focusing on televised debates and a sample of newspapers from that period. The main objective is to understand how the press and television acted not merely as information vehicles, but as active agents in the construction of political reality and the formation of public opinion. The research adopts a qualitative and documentary approach, centered on content analysis of 39 reports published between October 28 and December 20, 1989, in the newspapers Correio Braziliense, Correio de Notícias, Jornal do Brasil, and O Estado de S. Paulo, as well as audiovisual records of televised debates. The results show that media coverage was not neutral: the editing of the debate between Lula and Collor broadcast by Jornal Nacional on December 15, 1989, granted disproportionate speaking time to Collor and suppressed Lula's right of reply, configuring manipulation that favored the PRN candidate. The analysis of the critical review that Rede Globo itself made of the episode decades later reveals discursive strategies of silencing and

¹Graduada em Biblioteconomia e Ciência da Informação pela Universidade de São Paulo (USP). Pesquisadora autônoma, com interesse nos estudos da memória coletiva. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6271-5816>

euphemization, which shift responsibility away from the broadcaster. It is concluded that the media acted as an active agent in the production of political reality, creating the discursive conditions in which the electoral dispute unfolded. The study contributes to the debate on the role of media in democratic transition processes and to the historiographical critique of journalistic and audiovisual sources.

Keywords: 1989 Elections. Media coverage. Documentary analysis.

Resumen:

Este artículo analiza críticamente la cobertura mediática de las elecciones presidenciales de 1989 en Brasil, con enfoque en los debates televisivos y en una muestra de periódicos de la época. El objetivo principal es comprender cómo la prensa y la televisión actuaron no solo como vehículos de información, sino como agentes activos en la construcción de la realidad política y en la formación de la opinión pública. La investigación adopta un enfoque cualitativo y documental, centrado en el análisis de contenido de 39 reportajes publicados entre el 28 de octubre y el 20 de diciembre de 1989 en los periódicos *Correio Braziliense*, *Correio de Notícias*, *Jornal do Brasil* y *O Estado de S. Paulo*, además de registros audiovisuales de los debates televisivos. Los resultados evidencian que la cobertura mediática no fue neutra: la edición del debate entre Lula y Collor exhibida por el *Jornal Nacional* el 15 de diciembre de 1989 otorgó un tiempo de habla desproporcionado a Collor y suprimió el derecho de réplica de Lula, configurando una manipulación que favoreció al candidato del PRN. El análisis de la revisión crítica que la propia Rede Globo hizo del episodio décadas después revela estrategias discursivas de silenciamiento y eufemización, que desplazan la responsabilidad de la emisora. Se concluye que los medios actuaron como agentes activos en la producción de la realidad política, creando las condiciones discursivas en las cuales se desarrolló la disputa electoral. El estudio contribuye al debate sobre el papel de los medios en procesos de transición democrática y a la crítica historiográfica de las fuentes periodísticas y audiovisuales.

Palabras clave: Elecciones de 1989. Cobertura mediática. Análisis documental.

1 Introdução

A eleição presidencial de 1989 no Brasil representa um marco fundamental na história política nacional. Após quase três décadas de regime militar, o país retornava ao exercício pleno da democracia com a primeira eleição direta para presidente desde 1960. O pleito, realizado em dois turnos, foi marcado por uma profunda ebulição social e por uma intensa disputa narrativa travada nos meios de comunicação. Este artigo propõe uma análise crítica da cobertura midiática realizada durante o período eleitoral de 1989, com foco nos debates televisivos e em uma amostra de jornais da época, buscando compreender como a imprensa e a televisão atuaram não apenas como veículos de informação, mas como agentes ativos na construção da realidade política e na formação da opinião pública.

A pesquisa se justifica pela necessidade de se compreender o papel dos meios de comunicação em um momento de transição democrática, onde a confiabilidade e a manipulação das fontes se tornam questões centrais para a historiografia. Conforme argumenta Tania Regina de Luca em *Fontes Históricas*, "a imprensa periódica seleciona, ordena, estrutura e narra, de uma determinada forma, aquilo que se elegeu como digno de chegar até o público", o que a coloca como um objeto de estudo complexo e multifacetado, e não como um mero repositório de fatos (Luca, 2005, p. 139).

O contexto histórico que antecede a eleição é essencial para se entender a dimensão do pleito. A promulgação da Constituição de 1988 e a consequente redemocratização do país criaram um ambiente de grande expectativa e instabilidade. O governo de José Sarney, marcado por crises econômicas e pela inflação galopante, foi o pano de fundo para uma campanha eleitoral que mobilizou a nação. Nesse cenário, a mídia, especialmente a televisão, emergiu como um ator político de primeira grandeza. A historiadora Vavy Pacheco Borges, em seu capítulo sobre fontes biográficas, nos lembra que "a mídia hoje entretém grande fome de imagens e de testemunhos, enorme curiosidade sobre a vida das outras pessoas: quer-se 'consumir a vida dos outros'" (Borges, 2005, p. 210). Essa dinâmica é crucial para entender como a imagem dos candidatos foi construída e consumida pelo eleitorado. A análise das fontes, portanto, deve ir além do conteúdo textual, atentando para a materialidade dos impressos e para a linguagem audiovisual, conforme nos orienta Marcos Napolitano: "a questão, no entanto, é perceber as fontes audiovisuais e musicais em suas estruturas internas de linguagem e seus mecanismos de representação da realidade, a partir de seus códigos internos" (Napolitano, 2005, p. 235).

O objetivo principal deste artigo é analisar criticamente como os meios de comunicação, particularmente a televisão e a imprensa escrita, influenciaram o processo eleitoral de 1989, verificando se houve manipulação de informações e qual o impacto dessa atuação na decisão do eleitorado. Para tanto, elencamos como objetivos secundários: (i) investigar o papel da Rede Globo na cobertura do debate entre Lula e Collor, especialmente no que tange à edição do *Jornal Nacional*; (ii) examinar como a imprensa escrita retratou os principais candidatos, com foco nas estratégias de marketing e nas acusações mútuas; (iii) contextualizar a atuação da mídia no âmbito do processo de redemocratização e da nova ordem constitucional; e (iv) problematizar a noção de confiabilidade das fontes jornalísticas a partir de uma perspectiva crítica da historiografia.

A metodologia adotada é de natureza qualitativa e documental, centrada na análise de conteúdo de fontes primárias. O corpus documental é composto por publicações jornalísticas da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional, contendo como fontes: Correio Braziliense (DF), Correio de Notícias (PR), Jornal do Brasil (RJ) e O Estado de S. Paulo (SP), totalizando 39 reportagens, e por registros audiovisuais dos debates televisivos entre os candidatos. O recorte temporal abrange o período de 28 de outubro a 20 de dezembro de 1989, compreendendo a fase final do primeiro turno, a íntegra do segundo turno e os dias imediatamente anteriores e posteriores à eleição. A análise segue os princípios da crítica documental formulados por Marc Bloch, para quem o documento deve ter seu significado aparente desmistificado (Bloch, 2001, p. 85), e as reflexões de Carlos Bacellar sobre a importância de se compreender o contexto de produção e a intencionalidade dos documentos (Bacellar, 2005). A análise preliminar do material revela que a cobertura midiática não foi neutra, mas constituiu-se em um campo de batalha discursivo, no qual a construção de imagens e a disseminação de narrativas específicas tiveram papel decisivo no resultado das urnas. A edição do debate na TV Globo é um exemplo paradigmático desse poder de influência, tema que será explorado em profundidade nas seções seguintes.

Este artigo tem origem em um exercício proposto na disciplina REC3413 – Análise de Documentos Históricos Brasileiros, oferecida pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo (FEA-RP/USP) e ministrada pelo Prof. Dr. Lélío Luiz de Oliveira. O trabalho foi desenvolvido em 2020, ano eleitoral no Brasil, o que motivou a escolha do tema: a cobertura midiática das eleições presidenciais de 1989. A disciplina, cuja ementa contempla o exame de fontes documentais de naturezas diversas, incluindo jornais e periódicos, forneceu o arcabouço metodológico para a análise aqui desenvolvida.

2 Referencial Teórico

A construção de uma análise crítica sobre a cobertura midiática das eleições de 1989 exige, antes de tudo, o estabelecimento de um arcabouço conceitual que permita compreender o jornalismo e a televisão não como meros veículos transmissores de informação, mas como agentes ativos na produção de sentidos sociais. Nesse sentido, a teoria do jornalismo proposta por Otto Groth oferece um instrumental analítico fundamental.

Otto Groth (1875-1965), jornalista e pesquisador alemão, desenvolveu ao longo de mais de cinquenta anos uma obra monumental dedicada a fundamentar uma ciência autônoma dos jornais. Seu trabalho principal, “O poder cultural desconhecido: fundamentos da Ciência dos Jornais”, composto por sete volumes publicados entre 1961 e 1966, permaneceu por décadas pouco acessível em língua portuguesa, tendo sido traduzido apenas em 2011. Groth foi aluno de Max Weber e sua proposta teórica está ancorada no arcabouço neokantiano das ciências do espírito, especialmente na distinção *diltheyana* entre “compreender” e “explicar”.

Para Groth, os jornais e revistas são “obras culturais”, ou seja, produtos que resultam de necessidades sociais e que materializam sentidos presentes na comunidade na qual circulam. A Ciência dos Jornais, portanto, é uma “ciência da cultura”. Em suas palavras: “Jornais e revistas são obras culturais. Cultura é entendida aqui como o conjunto das criações mentais humanas que cresce e muda continuamente. Assim, a Ciência dos Jornais é a ciência de obras culturais, é uma ‘ciência da cultura’” (Groth, 2011, p. 33, grifos do autor).

Groth identifica quatro características essenciais que definem o jornal como fenômeno jornalístico: periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade. Estas não são categorias meramente descritivas, mas sim tipos ideais, no sentido weberiano, que permitem ao analista aproximar-se da realidade e reconhecer racionalmente elementos que, de outro modo, permaneceriam desconexos. As características funcionam, portanto, como ferramentas analíticas para compreender como o jornalismo se articula com as finalidades da sociedade que o produz.

A periodicidade é a primeira e mais imediata característica, referindo-se à aparição regular e sistemática do produto jornalístico. Ela está intrinsecamente ligada à formação de um público e à necessidade de regularidade na circulação de informações. Groth observa que “a medida da periodicidade, os espaços de tempo e as horas do dia nos quais os números do jornal são publicados são determinados pelos propósitos das pessoas” (Groth, 2011, p. 150-151).

A universalidade diz respeito à amplitude temática do jornal, à sua capacidade de abordar a multiplicidade de aspectos do mundo social. Nas palavras de Groth, “o jornal capacita o homem moderno com tudo o que precisa para encontrar-se e afirmar-se na engrenagem complicada da sociedade moderna de hoje” (Groth, 2011, p. 218). A universalidade está associada à função socializadora da imprensa, que oferece ao leitor as percepções necessárias para se situar no mundo.

A atualidade refere-se à relação temporal do jornal com o presente imediato. Groth distingue atualidade de novidade: enquanto esta última é uma relação de qualidade entre sujeito cognoscente e objeto, a atualidade é uma qualidade temporal que vincula o conteúdo jornalístico ao “atuante no presente”. A atualidade tem, portanto, uma dimensão quantitativa que se expressa na proximidade entre o momento da ocorrência do fato e o momento de sua publicação.

Por fim, a publicidade caracteriza a forma de difusão do jornal, seu tornar-se acessível ao público. Groth distingue entre publicidade atual (propagação e conhecimento do tema) e publicidade potencial (acessibilidade geral). A publicidade está articulada à universalidade, pois um jornal mais universal tende a atingir um público mais amplo.

A relevância desta teorização para a análise das eleições de 1989 é evidente. Ao compreendermos a cobertura midiática do pleito como uma “obra cultural”, um produto que materializa sentidos sociais e que se define por sua periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade, podemos ir além de uma leitura superficial que reduziria a imprensa a um espelho distorcido da realidade. Trata-se, ao contrário, de interrogar como a própria forma jornalística constituiu o evento eleitoral, selecionando, ordenando e hierarquizando os acontecimentos segundo as finalidades da comunidade na qual circulava.

Além da teoria grothiana, o referencial teórico deste artigo mobiliza um conjunto de obras que oferecem o panorama histórico e institucional necessário para situar as eleições de 1989. A obra de Jairo Nicolau, “Eleições no Brasil: Do Império aos dias atuais”, oferece uma síntese abrangente da trajetória do sistema eleitoral brasileiro, desde as eleições coloniais até a era da urna eletrônica. Nicolau demonstra como as regras eleitorais, quem pode votar, como se dá o alistamento, quais os sistemas de representação foram sendo construídas e modificadas ao longo do tempo, refletindo e condicionando as lutas políticas de cada período. A obra de Hilda Soares Braga, “Sistemas eleitorais do Brasil (1821-1988)”, complementa essa perspectiva ao oferecer um estudo detalhado da evolução dos sistemas eleitorais brasileiros, com ênfase nas transformações institucionais que culminaram no arranjo constitucional de 1988. A coletânea organizada por Nelson Jobim e Walter Costa Porto, “Legislação eleitoral no Brasil: do século XVI a nossos dias”, constitui-se em fonte documental fundamental, reunindo os textos legais que definiram as regras do jogo eleitoral ao longo de cinco séculos.

Para a compreensão específica do papel da televisão e da imprensa na campanha de 1989, a literatura especializada oferece contribuições importantes. O estudo de Thomas

E. Skidmore sobre televisão, política e transição democrática na América Latina dedica atenção específica à eleição brasileira de 1989, analisando o papel da mídia televisiva como o mais poderoso instrumento de comunicação política no continente. A obra de Maurício Lara, “Campanha de rua: a cobertura jornalística de uma eleição presidencial”, oferece um relato detalhado da cobertura jornalística da campanha que elegeu Fernando Collor, constituindo-se em fonte secundária valiosa para a compreensão das estratégias midiáticas do período.

A discussão sobre a confiabilidade das fontes jornalísticas e sobre a manipulação midiática encontra eco em um debate mais amplo sobre a própria natureza da verdade no jornalismo. Como argumenta Bucci (2000), o ideal jornalístico repousa sobre o conceito de opinião pública como “fonte da verdade”, mas essa verdade é sempre mediada por relações de poder e por escolhas discursivas. Foucault (2007) nos lembra que a verdade é produzida graças a múltiplas coerções e produz efeitos regulamentados de poder. A análise da cobertura midiática das eleições de 1989, portanto, não pode se limitar a verificar se as informações veiculadas eram “verdadeiras” ou “falsas”, mas deve interrogar como os discursos midiáticos constituíram regimes de verdade sobre o processo eleitoral.

Nesse sentido, o estudo de Silva (2016) sobre a forma como a Rede Globo, décadas depois, revisitou o episódio da edição do debate no *Memória Globo* e na série comemorativa de 50 anos da emissora oferece uma contribuição valiosa. A autora demonstra que, embora o episódio tenha sido mencionado e a palavra “erro” apareça no link do site, o texto que o acompanha evita sistematicamente essa palavra, preferindo termos como “polêmica” e “questionamento”, que deslocam a responsabilidade da emissora para a interpretação do público. Essa estratégia discursiva que Silva (2016) analisa a partir dos conceitos de “silenciamento” (Orlandi, 1992) e “modalização autônima” (Authier-Revuz, 2004) revela que a revisão crítica do passado midiático é, ela mesma, um campo de disputa pela memória.

Por fim, a produção acadêmica recente sobre a relação entre imprensa e as eleições de 1989 tem evidenciado como a grande mídia brasileira se articulou em alianças orientadas por interesses mercadológicos e políticos, atuando decisivamente na construção da imagem dos candidatos e na formação da opinião pública. Como demonstram análises recentes, a grande imprensa “se articulou em alianças orientadas pelos interesses mercadológicos de seus proprietários, buscando benefícios particulares e poder hegemônico”, operando como “instrumento de hegemonia política”. Esta

perspectiva teórica, que dialoga com a noção grothiana do jornal como obra cultural e com a compreensão do jornalismo como prática de significação socialmente enraizada, fundamenta a análise que se desenvolverá nas seções seguintes.

3 Metodologia

Esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa de análise documental, orientada pelos princípios da crítica histórica e da análise de conteúdo. O corpus documental foi constituído a partir de duas fontes primárias principais: (i) publicações jornalísticas disponíveis na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional, compreendendo o período de 28 de outubro a 20 de dezembro de 1989; e (ii) registros audiovisuais dos debates televisivos entre os candidatos presidenciais, disponíveis em acervos públicos e digitais.

A seleção dos jornais seguiu critérios de representatividade regional e diversidade editorial, contemplando veículos de diferentes estados e orientações políticas: Correio Braziliense (Distrito Federal), com 6 reportagens analisadas; Correio de Notícias (Paraná), com 8 reportagens; Jornal do Brasil (Rio de Janeiro), com 23 reportagens; e O Estado de S. Paulo (São Paulo), com 2 reportagens. O recorte temporal abrange a fase final do primeiro turno, a íntegra do segundo turno e os dias imediatamente anteriores e posteriores à eleição de 17 de dezembro.

A análise foi conduzida em três etapas, conforme a proposta de Bardin para análise de conteúdo: pré-análise (leitura flutuante do material, constituição do corpus e formulação de hipóteses), exploração do material (codificação temática) e tratamento dos resultados (interpretação). As categorias de análise emergiram do próprio material e incluíram: construção da imagem dos candidatos, associação ao comunismo no contexto pós-Queda do Muro de Berlim, uso de apelos emocionais e edição televisiva.

A fundamentação teórica sobre o uso de fontes históricas apoia-se em Pinsky e Luca, que destacam a necessidade de contextualizar o documento em suas condições de produção, e em Bloch, para quem a crítica documental é condição indispensável do ofício do historiador. A perspectiva de Groth sobre o jornal como "obra cultural" orienta a leitura dos periódicos não como meros receptáculos de informação, mas como produtos que materializam sentidos sociais e que se definem por sua periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade.

Os documentos foram fichados separadamente, registrando-se para cada um: data, veículo, título da matéria, autor (quando identificado), página e conteúdo referente. As reportagens consideradas mais relevantes foram transcritas integralmente e analisadas

em profundidade, enquanto as demais foram submetidas a uma análise temática comparativa. Os registros audiovisuais dos debates foram analisados considerando tanto o conteúdo verbal dos candidatos quanto os aspectos de linguagem audiovisual, enquadramentos, edição, tempo de fala, conforme proposta de Napolitano para o tratamento de fontes audiovisuais.

A análise preliminar do material revelou que a cobertura midiática não foi neutra, mas constituiu-se em um campo de batalha discursivo, onde a construção de imagens e a disseminação de narrativas específicas tiveram papel decisivo no resultado das urnas. A edição do debate na TV Globo, veiculada no Jornal Nacional no dia seguinte ao último confronto entre os candidatos, emerge como exemplo paradigmático do poder de influência da mídia, tema que será explorado em profundidade na seção de análise.

4 Contexto Histórico e os Candidatos de 1989

A eleição presidencial de 1989 não pode ser compreendida fora do quadro de crise profunda que marcou o governo de José Sarney (1985-1990). O país emergia de mais de duas décadas de regime militar com uma economia desorganizada e uma sociedade descrente das instituições políticas. A inflação, que em 1985 era de 235% ao ano, atingiu patamares alarmantes nos anos seguintes. Em 1989, a inflação média mensal chegou a 84%, e o ano fecharia com um índice de 1.782,9%. O fracasso sucessivo dos planos econômicos, Cruzado (1986), Bresser (1987) e Verão (1989), que inicialmente traziam alívio temporário, mas logo eram seguidos por nova escalada inflacionária, produziu um ambiente de descrença generalizada.

O descontentamento popular com a situação econômica traduziu-se em descrédito em relação aos políticos tradicionais e ao próprio Estado. Pesquisas da época indicavam que a corrupção era vista como um dos maiores problemas do país, e o candidato ideal, na percepção de parcela significativa do eleitorado, seria alguém de fora do sistema político tradicional. Em setembro de 1989, 68% dos eleitores consideravam o governo Sarney ruim ou péssimo. Esse sentimento de rejeição criou terreno fértil para o surgimento de candidaturas que se apresentavam como alternativas à velha política.

Nesse contexto, a eleição de 1989 teve um significado histórico particular. Foi a primeira eleição direta para presidente desde 1960, quando Jânio Quadros foi eleito. Apenas brasileiros com mais de 47 anos tinham tido a experiência de votar para presidente, o que conferia ao pleito um caráter simbólico de consolidação democrática após a promulgação da Constituição de 1988. A eleição foi realizada em dois turnos,

conforme previa a nova legislação. O primeiro turno ocorreu em 15 de novembro de 1989, data que marcava o centenário da Proclamação da República, e o segundo em 17 de dezembro do mesmo ano.

O pleito contou com um número recorde de 22 candidatos, refletindo a fragmentação das forças políticas no período pós-ditadura. Entre os nomes de maior destaque estavam:

Fernando Collor de Mello (PRN): Jovem governador de Alagoas, aos 40 anos, construiu sua campanha na imagem de "caçador de marajás" e no combate à corrupção. Apresentava-se como um político moderno, desconectado da velha política, e utilizava de forma pioneira e eficaz as técnicas de marketing político e a televisão como principal veículo de sua mensagem. Sua performance nas pesquisas cresceu exponencialmente ao longo da campanha, passando de 5% das intenções de voto no início do ano para o primeiro lugar no primeiro turno, com 20.611.011 votos (30,5% dos votos válidos).

Luiz Inácio Lula da Silva (PT): Líder sindical e fundador do Partido dos Trabalhadores, representava a esquerda e as causas sociais. Candidato à presidência pela primeira vez, tinha forte apelo popular, especialmente entre os trabalhadores urbanos e os movimentos sociais. No primeiro turno, recebeu 11.622.673 votos (17,2% dos votos válidos), passando ao segundo turno. Lula enfrentava, contudo, a resistência de setores conservadores e da grande imprensa, que frequentemente o associava ao comunismo e ao "perigo vermelho", especialmente no contexto da queda do Muro de Berlim, ocorrida em 9 de novembro de 1989, poucos dias antes do primeiro turno.

Leonel Brizola (PDT): Outro nome forte da esquerda, que chegou a liderar as pesquisas no início da campanha. Sua candidatura, no entanto, foi perdendo força ao longo do processo eleitoral, ficando em quarto lugar no primeiro turno, com 10.990.085 votos (15,2% dos votos válidos).

Ulysses Guimarães (PMDB): Presidente do partido e símbolo da redemocratização, teve sua candidatura ofuscada pela rejeição ao governo Sarney. O PMDB, partido do governo, carregava o desgaste da crise econômica. Ulysses obteve apenas 3.204.932 votos (4,4% dos votos válidos) no primeiro turno, ficando em sétimo lugar.

Mário Covas (PSDB): Candidato que representava uma alternativa de centro-esquerda modernizante, obteve 7.790.392 votos (11,5% dos votos válidos), ficando em terceiro lugar no primeiro turno.

Paulo Maluf (PDS): Candidato da direita tradicional, obteve 5.986.575 votos (8,3% dos votos válidos), ficando em quinto lugar.

Além desses, candidaturas como as de Affonso Camargo (PTB), Aureliano Chaves (PFL), Enéas Carneiro (PRONA), Mário Covas (PSDB), Roberto Freire (PCB) e Ronaldo Caiado (PSD) compunham o amplo espectro político da disputa. A candidatura de Silvio Santos (PMB), anunciada em novembro de 1989, foi impugnada pelo Tribunal Superior Eleitoral por irregularidades no registro do partido, sendo cancelada antes da eleição.

O papel da televisão na campanha foi central. Os debates televisivos tornaram-se o principal palco de confronto entre os candidatos. O primeiro debate ocorreu em 17 de julho de 1989, promovido pela TV Bandeirantes, com a participação de nove candidatos. Collor, no entanto, estrategicamente se ausentou de todos os debates do primeiro turno, comparecendo apenas ao debate final do segundo turno, realizado em 14 de dezembro de 1989, transmitido pela Rede Globo. A ausência nos debates anteriores foi compensada por uma presença maciça na propaganda eleitoral gratuita e por uma estratégia de marketing que explorava sua imagem de “recém-chegado” e alheio ao sistema político tradicional.

A cobertura midiática do pleito não foi isenta de controvérsias. O episódio mais emblemático ocorreu na edição do último debate do segundo turno, exibida pelo "Jornal Nacional" em 15 de dezembro de 1989, dois dias antes da eleição. A edição exibida no JN foi drasticamente diferente da versão mais equilibrada mostrada mais cedo no "Jornal Hoje". O JN concedeu muito mais tempo de fala a Collor (3min34s contra 2min22s de Lula) e escolheu trechos que mostravam Collor atacando e Lula sendo atacado, sem direito de resposta. A decisão teria partido do próprio Roberto Marinho, dono da Globo, que considerou a edição do "Jornal Hoje" um erro por ser favorável a Lula. Este episódio tornou-se o exemplo mais emblemático do poder da mídia naquela eleição e é amplamente citado como um fator que influenciou o eleitorado e prejudicou a candidatura de Lula.

No segundo turno, a disputa entre Collor e Lula acirrou-se. Collor manteve sua estratégia de marketing agressivo, explorando o medo do comunismo e associando Lula a ideias radicais. A campanha de Lula, por sua vez, tentou mobilizar o eleitorado popular e desconstruir a imagem de Collor, mas enfrentou a desvantagem de uma cobertura midiática majoritariamente desfavorável. O resultado, com a vitória de Collor por 53% a 47% dos votos válidos, consolidou a percepção de que a mídia, especialmente a televisão, teve um papel decisivo na definição do resultado.

5 Análise da Cobertura Midiática

A análise do corpus documental revela que a cobertura midiática das eleições de 1989, longe de ser um espelho neutro dos acontecimentos, constituiu-se em um campo de batalha discursivo onde diferentes narrativas competiram pela definição da realidade política. Os jornais analisados e os registros dos debates televisivos evidenciam estratégias distintas de construção da imagem dos candidatos, hierarquização de temas e produção de sentidos sobre o processo eleitoral.

5.1 A construção da imagem dos candidatos na imprensa escrita

O Jornal do Brasil, um dos veículos mais analisados nesta pesquisa, oferece um panorama significativo das estratégias discursivas em jogo. Na edição de 30 de outubro de 1989, a manchete "Collor e Lula trocam golpes no início do debate na TV" já anuncia o tom combativo que marcaria a cobertura do segundo turno. O texto, no entanto, ao detalhar o confronto, apresenta uma assimetria reveladora: enquanto Collor é descrito como "candidato do PRN" que "tentou desqualificar o adversário", Lula é apresentado como alguém que "foi examinado ante os programas" e cujas propostas são questionadas quanto à sua viabilidade. Essa escolha lexical não é neutra: Collor "ataca", Lula é "examinado", sugerindo uma posição defensiva do candidato petista diante de um adversário que pauta o debate.

A edição de 1º de novembro de 1989 do mesmo jornal traz a manchete "Silvio Santos oficializa candidatura a presidente", noticiando a entrada tardia do apresentador na disputa. A reportagem detalha os bastidores da articulação política, mencionando que "Silvio Santos telefonou uma hora antes para o senador Hugo Napoleão (PFL-PI), ficando o acordo de que reservava o direito de escolher entre os dois nomes" uma referência à disputa interna no PMB entre Silvio Santos e Armando Corrêa. A cobertura do episódio, que terminaria com a impugnação da candidatura pelo TSE, ilustra como a imprensa tratava as movimentações políticas como um jogo de bastidores, no qual as alianças e os acordos partidários eram tão ou mais importantes que as propostas programáticas.

A cobertura do Correio Braziliense, por sua vez, evidencia uma preocupação com a dimensão institucional do pleito. A edição de 14 de novembro de 1989, véspera do primeiro turno, estampa a manchete "Resultado da eleição pode sair na sexta-feira", detalhando os preparativos do Tribunal Superior Eleitoral para a apuração. O texto, ao informar que "o TSE montou um sistema de computação que, se não houver nenhum

problema, poderá revelar ainda na sexta-feira os nomes dos dois candidatos que disputarão o segundo turno", constrói uma imagem de modernidade e eficiência do processo eleitoral, contrastando com a instabilidade política e econômica do período. A menção ao "maior zona eleitoral do país", com "1.389.583 eleitores cadastrados para votar em 813 seções", reforça a grandiosidade do evento e a confiabilidade das instituições.

A edição de 16 de novembro de 1989 do *Correio Braziliense*, um dia após o primeiro turno, traz a manchete "Primeiro voto no Brasil foi para Lula", destacando um fato pitoresco da apuração: o primeiro voto computado no país foi para o candidato petista. A reportagem, embora aparentemente neutra, insere-se em uma narrativa mais ampla sobre a força de Lula nas camadas populares. Ao mesmo tempo, o jornal informa que "em Belo Horizonte, a abertura da primeira urna foi marcada pelo constrangimento: o presidente do Tribunal Regional Eleitoral, desembargador Paulo Tinoco, recebeu a chave, e diante das câmeras fotográficas e de TV, tentou em vão fazê-la girar na fechadura", humanizando o processo e criando uma cena quase cômica que contrasta com a solenidade esperada.

O *Correio de Notícias* (PR) traz uma perspectiva regional que enriquece a análise. A edição de 28 de novembro de 1989 estampa a manchete "Collor e Lula vão fazer debate na TV", anunciando o confronto final do segundo turno. O texto informa que "assessores dos candidatos Fernando Collor de Mello e Luís Inácio Lula da Silva decidiram, na noite de ontem, a realização de debate entre os dois candidatos". A reportagem detalha as negociações, mencionando que "a proposta inicial do pool das emissoras, de que houvesse dois debates - um no dia 7 e outro no dia 14, foi recusada pelo candidato do PT". A recusa de Lula em participar de dois debates é apresentada sem maior problematização, mas a insistência de Collor em realizá-los sugere uma estratégia de exposição midiática que o candidato do PRN soube explorar.

A edição de 1º de dezembro de 1989 do *Correio de Notícias*, com a manchete "Derrotado, Lula recusa diálogo com Collor", revela uma narrativa de conflito e ressentimento. O texto, ao afirmar que "Lula não quer saber de conversa com Collor", constrói uma imagem de intransigência do candidato petista, que se recusaria a dialogar após a derrota no primeiro turno, uma informação que, se não é falsa, é pelo menos seletiva, pois omite as razões políticas da recusa e o contexto de acirramento da campanha.

5.2 A edição do debate e o papel da televisão

O episódio mais emblemático da interferência midiática na eleição de 1989 foi a edição do último debate do segundo turno, exibida pelo "Jornal Nacional" em 15 de dezembro de 1989. A análise desse caso exige a articulação entre as fontes jornalísticas e os registros audiovisuais, conforme proposto por Napolitano (2005), que destaca a necessidade de se considerar tanto os códigos internos da linguagem audiovisual quanto as representações da realidade histórica nela contidas.

O debate, realizado em 14 de dezembro de 1989, foi transmitido ao vivo pela Rede Globo e contou com a participação de Collor e Lula. No dia seguinte, o "Jornal Nacional" exibiu uma versão editada do confronto, que priorizou os momentos de ataque de Collor e os momentos em que Lula era questionado ou parecia hesitante. A edição concedeu a Collor 3 minutos e 34 segundos de tempo de fala, contra 2 minutos e 22 segundos de Lula, uma disparidade significativa que não correspondia ao tempo real do debate.

A escolha dos trechos exibidos também foi reveladora. Enquanto Collor aparecia atacando Lula e associando-o ao comunismo e a ideias radicais, Lula era mostrado tentando responder às acusações, em uma posição defensiva. O direito de resposta de Lula, que havia sido garantido no debate ao vivo, foi suprimido na edição do JN, criando uma narrativa na qual Collor era o agressor vitorioso e Lula, o alvo acuado.

A decisão de editar o debate dessa forma teria partido do próprio Roberto Marinho, dono da Globo, que considerou a edição do "Jornal Hoje", exibida mais cedo no mesmo dia, um erro por ser favorável a Lula. A intervenção direta do proprietário da emissora na edição de um telejornal revela o grau de envolvimento da mídia com os interesses políticos em jogo, confirmando a tese de que a imprensa não é um mero veículo de informação, mas um agente ativo na produção de sentidos sociais (Groth, 2011).

A análise desse episódio à luz da teoria de Groth permite compreender como as características do jornalismo, periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade foram mobilizadas para produzir um efeito de sentido específico. A periodicidade do "Jornal Nacional", que ia ao ar diariamente em horário nobre, garantiu a ampla disseminação da edição tendenciosa. A universalidade do telejornal, que abordava os mais diversos temas, conferiu à edição uma aparente objetividade e credibilidade. A atualidade, ao vincular a edição ao debate ocorrido na véspera, criou a impressão de que o telespectador estava diante de um resumo fiel do confronto. E a publicidade, ao atingir

milhões de lares brasileiros, assegurou que a narrativa construída pela Globo se tornasse a versão hegemônica do debate.

A análise da edição do debate exibida pelo *Jornal Nacional* em 15 de dezembro de 1989 não se esgota na constatação da manipulação. É significativo observar como a própria Rede Globo, décadas depois, revisitou o episódio em sua série comemorativa de 50 anos, exibida em 2015. Conforme analisa Silva (2016), a emissora mencionou o caso no *Memória Globo* e no *Jornal Nacional*, mas o fez de forma cuidadosamente calculada. No site, o link que dá acesso ao episódio é nomeado "Erro", mas, no texto que o acompanha, a palavra não aparece uma única vez. Em vez disso, a emissora prefere termos como "polêmica" e "questionamento", deslocando a responsabilidade da Globo para a reação do público e para a interpretação dos telespectadores. A âncora William Bonner, ao apresentar o caso na série especial, afirmou que a edição "acabou no fim também ficando eclipsada por uma polêmica que surgiu" uma formulação que, como observa Silva (2016), silencia a intencionalidade da edição e a responsabilidade da emissora, tratando o episódio como um fenômeno espontâneo, e não como o resultado de uma escolha editorial. Essa estratégia discursiva revela que a revisão crítica do passado midiático é, ela mesma, um campo de disputa pela memória: a Globo reconhece o episódio, mas o faz de forma a minimizar sua responsabilidade e a preservar sua imagem institucional. A análise desse caso, portanto, não apenas confirma a tese de que a mídia atuou como agente ativo na eleição de 1989, mas também demonstra como essa atuação continua a ser objeto de negociação e disputa décadas depois.

5.3 As estratégias de marketing e a construção da imagem de Collor

A campanha de Fernando Collor foi um marco na história do marketing político no Brasil. O candidato do PRN soube explorar a linguagem televisiva e os recursos da publicidade para construir uma imagem de modernidade, juventude e combate à corrupção. A ausência nos debates do primeiro turno, longe de prejudicá-lo, permitiu que sua campanha controlasse integralmente a narrativa sobre si mesmo, evitando confrontos que pudessem expor suas contradições.

A propaganda eleitoral gratuita foi o principal veículo dessa construção. Os programas de Collor, cuidadosamente produzidos, apresentavam-no como um "caçador de marajás", um político jovem e dinâmico que enfrentaria a corrupção e modernizaria o país. As imagens de Collor em situações cotidianas, andando de bicicleta, visitando favelas, conversando com trabalhadores, criavam uma identificação com o eleitor médio,

enquanto os ataques a Lula e ao PT exploravam o medo do comunismo, especialmente após a queda do Muro de Berlim.

A imprensa escrita, por sua vez, contribuiu para a construção dessa imagem ao dedicar amplo espaço às ações de Collor e ao tratar suas propostas com uma seriedade que contrastava com o tratamento dado a outros candidatos. A cobertura do "Jornal do Brasil" sobre a oficialização da candidatura de Silvío Santos, por exemplo, ao detalhar os bastidores da articulação política, acabava por reforçar a percepção de que Collor era o candidato viável da direita, enquanto as candidaturas alternativas eram tratadas como aventuras fadadas ao fracasso.

5.4 A associação ao comunismo e o "perigo vermelho"

Um dos eixos centrais da campanha de Collor foi a associação de Lula e do PT ao comunismo. No contexto da queda do Muro de Berlim, ocorrida em 9 de novembro de 1989, poucos dias antes do primeiro turno, essa associação ganhou uma força simbólica poderosa. A imprensa, ao noticiar os acontecimentos no Leste Europeu, criava um ambiente no qual o "perigo vermelho" parecia uma ameaça concreta e iminente.

A análise dos jornais revela como essa associação foi construída. O "Jornal do Brasil" de 30 de outubro de 1989, ao noticiar o debate, menciona que Collor "tentou desqualificar o adversário" e que Lula "foi examinado ante os programas", uma referência velada às propostas do PT, que incluíam a estatização do sistema financeiro e a reforma agrária, apresentadas como radicais e inviáveis. A edição de 14 de novembro de 1989 do Correio Braziliense, ao informar sobre a apuração, destaca que "o primeiro voto no Brasil foi para Lula", mas o faz em um contexto no qual a vitória de Collor já era dada como certa pela maioria das pesquisas, criando uma narrativa de resistência solitária do candidato petista.

A propaganda televisiva de Collor explorou intensamente o medo do comunismo. Um dos programas mais lembrados é aquele em que uma mulher afirma que "o PT quer acabar com a família" e que "Lula vai fechar as igrejas". A associação entre o PT e o comunismo ateu e antirreligioso mobilizava sentimentos profundos da população brasileira, especialmente das camadas mais pobres e religiosas, que constituíam uma parcela significativa do eleitorado de Lula.

5.5 A questão da confiabilidade das fontes

A análise da cobertura midiática das eleições de 1989 levanta questões fundamentais sobre a confiabilidade das fontes jornalísticas. Conforme argumenta Luca (2005), "a imprensa periódica seleciona, ordena, estrutura e narra, de uma determinada forma, aquilo que se elegeu como digno de chegar até o público" (p. 139). Os jornais analisados não são, portanto, repositórios neutros de fatos, mas produtos culturais que materializam sentidos sociais e que se definem por sua periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade (Groth, 2011).

A edição do debate no "Jornal Nacional" é o exemplo mais extremo dessa não-neutralidade. Mas mesmo as reportagens aparentemente factuais, como as que noticiam a apuração dos votos ou a impugnação da candidatura de Silvío Santos, são atravessadas por escolhas discursivas que constroem sentidos específicos. A seleção dos temas, a hierarquização das informações, a escolha das fontes citadas, o léxico empregado; todos esses elementos contribuem para a produção de uma narrativa que não é a única possível, mas que se apresenta como a versão autorizada dos acontecimentos.

Bloch (2001) nos lembra que "o documento é uma coisa que fica, que dura, e o testemunho, o ensinamento que ele traz deve ser em primeiro lugar analisado desmistificando-lhe o seu significado aparente" (p. 85). Aplicar esse princípio aos jornais e aos registros televisivos das eleições de 1989 significa reconhecer que eles não nos dão acesso direto ao que "realmente aconteceu", mas sim a versões construídas do que aconteceu, versões essas que são, elas mesmas, parte do acontecimento histórico que buscamos compreender.

A pesquisa documental revelou que a cobertura midiática das eleições de 1989 foi marcada por uma clara assimetria no tratamento dos candidatos. Collor foi apresentado como o candidato da modernidade e do combate à corrupção, enquanto Lula foi sistematicamente associado ao comunismo e ao radicalismo. A edição do debate no "Jornal Nacional" foi o episódio mais emblemático dessa assimetria, mas não foi o único. A imprensa escrita, embora de forma menos ostensiva, também contribuiu para a construção de uma narrativa que favorecia o candidato do PRN.

A análise aqui desenvolvida confirma a tese de que a mídia, especialmente a televisão, teve um papel decisivo no resultado da eleição de 1989. Não se trata de afirmar que a mídia "determinou" o voto dos eleitores, mas de reconhecer que ela criou as condições discursivas nas quais a disputa política se desenrolou. Ao selecionar, ordenar e hierarquizar os acontecimentos, ao construir imagens dos candidatos e ao disseminar

narrativas específicas, a mídia atuou como um agente ativo na produção da realidade política, e não como um mero observador.

6 Considerações Finais

Ao longo deste artigo, buscou-se analisar criticamente a cobertura midiática das eleições presidenciais de 1989, com foco nos debates televisivos e em uma amostra de jornais da época. O objetivo principal era compreender como a imprensa e a televisão atuaram não apenas como veículos de informação, mas como agentes ativos na construção da realidade política e na formação da opinião pública. A análise desenvolvida permite agora retomar os objetivos específicos propostos na Introdução e sintetizar os principais achados da pesquisa.

Em relação ao primeiro objetivo específico: investigar o papel da Rede Globo na cobertura do debate entre Lula e Collor, a pesquisa documental confirmou que a edição exibida pelo "Jornal Nacional" em 15 de dezembro de 1989 constitui-se em um exemplo paradigmático de manipulação midiática. A disparidade no tempo de fala concedido a cada candidato (3min34s para Collor contra 2min22s para Lula), a supressão do direito de resposta de Lula e a escolha de trechos que favoreciam o candidato do PRN configuraram uma narrativa que não correspondia ao que havia ocorrido no debate ao vivo. A decisão de editar o material dessa forma, atribuída ao próprio Roberto Marinho, revela o grau de envolvimento da emissora com os interesses políticos em jogo e confirma a tese de que a mídia não é um observador neutro, mas um agente ativo na produção de sentidos sociais.

Quanto ao segundo objetivo específico: examinar como a imprensa escrita retratou os principais candidatos, a análise dos jornais selecionados evidenciou uma clara assimetria no tratamento dispensado a Collor e Lula. Enquanto Collor era apresentado como o candidato da modernidade e do combate à corrupção, Lula era sistematicamente associado ao comunismo e ao radicalismo. Essa assimetria manifestou-se tanto na seleção dos temas e na hierarquização das informações quanto no léxico empregado nas reportagens. A cobertura da candidatura de Silvío Santos, por exemplo, ao detalhar os bastidores da articulação política e as manobras jurídicas que levaram à impugnação, acabava por reforçar a percepção de que Collor era o candidato viável da direita, enquanto as candidaturas alternativas eram tratadas como aventuras fadadas ao fracasso. A imprensa escrita, embora de forma menos ostensiva que a televisão, contribuiu decisivamente para a construção de uma narrativa que favorecia o candidato do PRN.

O terceiro objetivo específico: contextualizar a atuação da mídia no âmbito do processo de redemocratização e da nova ordem constitucional, foi contemplado pela análise do cenário político e econômico de 1989. A eleição ocorreu em um momento de profunda crise econômica, com inflação galopante e sucessivos planos econômicos fracassados, e de descrédito generalizado em relação aos políticos tradicionais. Nesse contexto, a mídia emergiu como um ator político de primeira grandeza, ocupando o espaço deixado pela descrença nas instituições partidárias e sindicais. A televisão, em particular, tornou-se o principal palco da disputa política, e os debates televisivos, o momento culminante da campanha. A análise da cobertura midiática revelou que a imprensa não se limitou a informar sobre os acontecimentos, mas atuou ativamente na construção da realidade política, selecionando, ordenando e hierarquizando os fatos segundo seus próprios interesses e visões de mundo.

O quarto objetivo específico: problematizar a noção de confiabilidade das fontes jornalísticas a partir de uma perspectiva crítica da historiografia foi abordado ao longo de toda a análise, mas merece uma síntese final. Conforme argumenta Luca (2005), "a imprensa periódica seleciona, ordena, estrutura e narra, de uma determinada forma, aquilo que se elegeu como digno de chegar até o público" (p. 139). Os jornais analisados não são, portanto, repositórios neutros de fatos, mas produtos culturais que materializam sentidos sociais e que se definem por sua periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade (Groth, 2011). A edição do debate no "Jornal Nacional" é o exemplo mais extremo dessa não-neutralidade, mas mesmo as reportagens aparentemente factuais são atravessadas por escolhas discursivas que constroem sentidos específicos. Bloch (2001) nos lembra que "o documento é uma coisa que fica, que dura, e o testemunho, o ensinamento que ele traz deve ser em primeiro lugar analisado desmistificando-lhe o seu significado aparente" (p. 85). Aplicar esse princípio aos jornais e aos registros televisivos das eleições de 1989 significa reconhecer que eles não nos dão acesso direto ao que "realmente aconteceu", mas sim a versões construídas do que aconteceu, versões essas que são, elas mesmas, parte do acontecimento histórico que buscamos compreender.

A pesquisa confirmou, portanto, a hipótese inicial de que a cobertura midiática das eleições de 1989 não foi neutra, mas constituiu-se em um campo de batalha discursivo onde diferentes narrativas competiram pela definição da realidade política. A mídia, especialmente a televisão, teve um papel decisivo no resultado da eleição, não no sentido de "determinar" o voto dos eleitores, mas de criar as condições discursivas nas quais a disputa política se desenrolou. Ao selecionar, ordenar e hierarquizar os acontecimentos,

ao construir imagens dos candidatos e ao disseminar narrativas específicas, a mídia atuou como um agente ativo na produção da realidade política, e não como um mero observador.

A relevância deste estudo reside, em primeiro lugar, na contribuição para a compreensão do papel da mídia em processos de transição democrática. A experiência brasileira de 1989 não é única: em diversos países que passaram por processos semelhantes, a mídia teve um papel central na definição dos rumos políticos. A análise aqui desenvolvida pode servir de base para estudos comparativos que busquem compreender as especificidades e as regularidades do papel da mídia em contextos de redemocratização.

Em segundo lugar, a pesquisa contribui para o debate historiográfico sobre o uso de fontes jornalísticas e audiovisuais. Ao articular a análise do conteúdo das reportagens com a análise da materialidade dos impressos e dos códigos de linguagem audiovisual, o estudo demonstra a fecundidade de uma abordagem que não se limita a extrair informações das fontes, mas que as interroga em suas condições de produção, circulação e recepção. Essa abordagem, inspirada nas reflexões de Bloch, Luca e Napolitano, pode ser aplicada a outros objetos e períodos, contribuindo para o aprimoramento das práticas de pesquisa histórica.

Em terceiro lugar, a pesquisa tem implicações para o debate contemporâneo sobre a regulamentação da mídia e o combate à desinformação. A experiência de 1989 mostra que a concentração de poder midiático nas mãos de poucos grupos empresariais pode ter consequências profundas para a democracia. A edição do debate no "Jornal Nacional" não foi um caso isolado, mas a expressão mais visível de um sistema no qual a informação era tratada como mercadoria e os interesses comerciais e políticos dos proprietários dos veículos se sobrepunham ao direito da sociedade à informação plural e de qualidade. Compreender esse passado é essencial para enfrentar os desafios do presente.

Por fim, cabe registrar as limitações deste estudo. A análise baseou-se em uma amostra de jornais e em registros audiovisuais disponíveis em acervos públicos e digitais. A consulta a outros acervos, como os arquivos das próprias emissoras de televisão, poderia revelar documentos e registros que ampliariam a compreensão do período. Além disso, a pesquisa não teve como objetivo esgotar o tema, mas contribuir para o debate e estimular novas investigações. Estudos futuros poderiam explorar, por exemplo, a recepção das mensagens midiáticas pelo eleitorado, utilizando fontes orais e pesquisas de

opinião da época, ou analisar a cobertura de outros veículos, como as revistas semanais e os programas de rádio.

A despeito dessas limitações, acredita-se que este artigo oferece uma contribuição significativa para a compreensão de um momento crucial da história política brasileira. A eleição de 1989 não foi apenas a primeira eleição direta para presidente após a ditadura; foi também um laboratório no qual se testaram as potencialidades e os riscos da democracia de massas em um país de dimensões continentais e profundas desigualdades sociais. A mídia, ao mesmo tempo em que foi um instrumento de informação e debate, foi também um instrumento de manipulação e exclusão. Compreender essa ambiguidade é essencial para que se possa construir uma democracia mais sólida e uma mídia mais plural e comprometida com o interesse público.

Declarações

Conflito de interesses: A autora declara não haver conflito de interesses.

Disponibilidade de dados: Os dados de pesquisa estão contidos no próprio manuscrito. As fontes primárias analisadas estão disponíveis na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional (<https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>).

Uso de inteligência artificial: Durante a preparação deste trabalho, a autora utilizou a ferramenta **DeepSeek** (modelo de linguagem da DeepSeek, knowledge cutoff maio de 2025) para revisão gramatical, correção de pontuação e ajuste de tradução do manuscrito. A autora revisou e editou o conteúdo conforme necessário e assume total responsabilidade pelo conteúdo da publicação.

Referências

ALBERTI, Verena. **História oral**: a experiência do CPDOC. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1990.

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. **Entre a transparência e a opacidade**: um estudo enunciativo do sentido. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

BACELLAR, Carlos de Almeida Prado. Uso e mau uso dos arquivos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes históricas**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 23-79.

BLOCH, Marc. **Apologia da História, ou o Ofício de Historiador**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BORGES, Vavy Pacheco. Grandezas e misérias da biografia. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes históricas**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 203-233.

BRAGA, Hilda Soares. **Sistemas eleitorais do Brasil (1821-1988)**. Brasília: Senado Federal, 1990.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2007.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2004.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido: fundamentos da Ciência dos Jornais**. Petrópolis: Vozes, 2011.

JOBIM, Nelson; PORTO, Walter Costa (org.). **Legislação eleitoral no Brasil: do século XVI aos nossos dias**. Brasília: Senado Federal, 1996.

LARA, Maurício. **Campanha de rua: a cobertura jornalística de uma eleição presidencial**. São Paulo: Editora Summus, 1990.

LUCA, Tania Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes históricas**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 111-153.

NAPOLITANO, Marcos. A História depois do papel. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes históricas**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 235-289.

NICOLAU, Jairo. **Eleições no Brasil: do Império aos dias atuais**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. Campinas: Editora da Unicamp, 1992.

SILVA, Fernanda Maurício. Mea culpa da Rede Globo: uma análise do discurso sobre o erro na cobertura do debate de 1989. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2016.

SKIDMORE, Thomas E. **Televisão, política e transição democrática no Brasil**. São Paulo: Editora Ática, 1989.

Este preprint foi submetido sob as seguintes condições:

- Os autores declaram que os necessários Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de participantes ou pacientes na pesquisa foram obtidos e estão descritos no manuscrito, quando aplicável.
- Os autores declaram que a elaboração do manuscrito seguiu as normas éticas de comunicação científica.
- Os autores declaram que estão cientes que são os únicos responsáveis pelo conteúdo do preprint e que o depósito no SciELO Preprints não significa nenhum compromisso de parte do SciELO, exceto sua preservação e disseminação.
- Os autores declaram que os dados, aplicativos e outros conteúdos subjacentes ao manuscrito estão referenciados.
- O manuscrito depositado está no formato PDF.
- Os autores declaram que a pesquisa que deu origem ao manuscrito seguiu as boas práticas éticas e que as necessárias aprovações de comitês de ética de pesquisa, quando aplicável, estão descritas no manuscrito.
- Os autores declaram que uma vez que um manuscrito é postado no servidor SciELO Preprints, o mesmo só poderá ser retirado mediante pedido à Secretaria Editorial do SciELO Preprints, que afixará um aviso de retratação no seu lugar.
- Os autores concordam que o manuscrito aprovado será disponibilizado sob licença [Creative Commons CC-BY](#).
- O autor submissor declara que as contribuições de todos os autores e declaração de conflito de interesses estão incluídas de maneira explícita e em seções específicas do manuscrito.
- Os autores declaram que o manuscrito não foi depositado e/ou disponibilizado previamente em outro servidor de preprints ou publicado em um periódico.
- Caso o manuscrito esteja em processo de avaliação ou sendo preparado para publicação mas ainda não publicado por um periódico, os autores declaram que receberam autorização do periódico para realizar este depósito.
- O autor submissor declara que todos os autores do manuscrito concordam com a submissão ao SciELO Preprints.