

**“Impeachment”: O Papel da Folha de São Paulo na queda do “fenômeno” Collor<sup>1</sup>**

Mônica de Sousa Oliveira \*

monnicasousa@gmail.com

**Introdução**

O país atravessou um período de intensa mobilização política no período compreendido entre 1989 a 1992, desencadeado, inicialmente, pela campanha “Diretas já” e depois pela primeira eleição direta para presidente da República desde as duas décadas da ditadura civil militar. A campanha de 89 iria refletir a expectativa do eleitorado, das lideranças políticas e da imprensa em torno da escolha de um governo que, enfim legitimado pelas urnas, seria capaz de promover as mudanças que a sociedade aguardava.

Fernando Collor de Mello era o primeiro presidente a ser eleito conforme a Constituição democrática de 1988, quase trinta anos depois que o eleitorado brasileiro elegera diretamente o seu presidente pela última vez, em 1960.

Para chegar onde queria, Collor precisou da mídia <sup>2</sup>. E a grande imprensa, por seu lado, precisava de Collor. Não dele, especificamente, mas de um personagem capaz de empolgar o eleitorado em torno de uma agenda de reformas inspirada pela onda neoliberal que se espalhava pelos continentes. A proposta de seu governo era fazer a redução do papel do Estado na economia, liberalização do fluxo de capitais, abertura para as importações e a flexibilização das leis trabalhistas.<sup>3</sup>

“Diferente de todas as demais candidaturas presentes na campanha presidencial, a sua traz a marca inconfundível dos processos mercadológicos da mídia” (WELTMAM, 1994:11.).

---

\* Graduanda da Universidade Estadual do Maranhão- UEMA. Trabalho orientado pela prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup> Monica Piccolo. Este trabalho faz parte das pesquisas desenvolvidas no Núcleo de Pesquisa em História Contemporânea (NUPEHIC), financiado pela FAPEMA.

<sup>2</sup> De acordo com o Dicionário de Comunicação escrito por Rabaça & Barbosa (2003), mídia é conceituada como “conjunto dos meios de comunicação existentes em uma área, ou disponíveis para uma determinada estratégia de comunicação. Grafia aportuguesada da palavra latina media (...). Media em latim, é plural de médium, que significa „meio“. (...) costuma-se classificar os veículos em duas categorias: mídia impressa (jornal, revista, folheto, outdoor, mala direta, displays, etc.) e mídia eletrônica (TV, rádio, CD, vídeo, cinema, etc.)” (p. 490).

<sup>3</sup> Segundo Perry Anderson o neoliberalismo nasce como uma reação teórica e política veemente contra o Estado intervencionista e de bem-estar. Seu texto de origem é O Caminho da Servidão, de Friedrich Hayek, escrito já em 1944. Trata-se de um ataque apaixonado contra qualquer limitação dos mecanismos de mercado por parte do Estado, denunciada como uma ameaça letal à liberdade, não somente econômica, mas também política. (ANDERSON, 1995, p. 9-23.)

Seu programa de campanha foi elaborado baseado em forte marketing político. Tudo foi arquitetado nos mínimos detalhes, a começar pela própria escolha cuidadosa do nome do partido que Collor concorreria às eleições. Segundo Weltmam:

O nome “Partido da Renovação Nacional”, em substituição ao “Partido da Juventude”, foi cuidadosamente pensado para transmitir, ao mesmo tempo, a ideia de mudança, de renovação e de restauração de uma ordem de coisas, personificada na figura de Collor. (WELTMAM, 1994, p. 20.)

Cheio de promessas, seu maior trunfo era sua popularidade, sendo muito apoiado pelas emissoras de televisão. Jovem, pregava um estilo de vida saudável, e moderno. “Foi escolhido por 35 milhões de eleitores, 50% dos votantes. Luís Inácio Lula da Silva, seu adversário no segundo turno, conquistou 31 milhões de eleitores, 44%. Uma diferença de 4 milhões de votos na eleição presidencial mais polarizada e disputada da história do Brasil” (CONTI, 1999, p.273).

O jovem presidente Collor, utilizando-se de forte marketing político, principalmente através da mídia, "venderia" uma imagem de renovação, mesmo que baseado nos tradicionais quadros políticos oligárquicos. No entanto, seus deslizes econômico-administrativos propiciaram sua derrubada diante daqueles mesmos meios de comunicação.

O nome de Fernando Collor de Mello, ex-prefeito de Maceió e ex-governador de Alagoas surgira como forte candidato a essa sucessão, em razão de sua grande repercussão nos meios de comunicação devido à sua campanha contra os funcionários com altos salários na administração pública, chamados de "marajás". Coube à mídia a função de "vender" a imagem de Fernando Collor como uma espécie de "messias"<sup>4</sup>, destinado a acabar com todos os males do país.

Estudar o caso Fernando Collor de Melo é, portanto, uma forma de contribuir para o resgate da história recente e para a compreensão das relações entre a mídia e política no Brasil. Este trabalho tem como objetivo principal analisar o posicionamento do *Jornal Folha de São Paulo*, em relação às denúncias que envolveram membros do primeiro escalão do governo e o próprio presidente desencadeando uma intensa crise política que acabou por levar

---

<sup>4</sup> Francisco de Oliveira, em sua análise do fenômeno Collor, nos chama acertadamente a atenção para o caráter “messiânico” de sua campanha, que se distingue sensivelmente de outras formas de populismo. (OLIVEIRA, 1992)

a derrocada do presidente Fernando Collor de Mello, através de um processo de impeachment em 30 de setembro de 1992.

### **O Papel da Mídia na queda do “fenômeno” Collor**

A imprensa, enquanto aparelho privado de hegemonia<sup>5</sup> pode ser vista como uma ferramenta de poder que não só influencia na formação da opinião de seu público de leitores, como participa indireta e até diretamente do processo decisório de uma nação. A mídia se vale da política para agendar suas pautas e a política (em especial os atores políticos), se vale da mídia para ser reconhecida, legitimada e aparecer no cenário social.

A imprensa passa a ser um componente importantíssimo na vida política, pois esta “faz e desfaz um presidente” (WELTMAN, 1994), auxilia na construção da imagem de agentes políticos, enfatizando mais do que nunca, suas peculiaridades, além de ampliar os seus discursos publicamente, tornando-os reconhecíveis aos olhos dos indivíduos. É interessante observar que Collor “buscou desde cedo vender-se com seus *slogans*, bordões, ênfases e apelos, e os principais jornais e revistas do país foram alguns dos seus primeiros consumidores” (WELTMAN, 1994:22).

Assim, a política incorpora a comunicação para tornar-se realmente pública, e para fazer parte da realidade do eleitorado mediando as disputas eleitorais e os segmentos sociais. Segundo Almeida (2002):

A mídia passa a ser um importante ator político, o que não significa que seja o ator central da política; disputa na política como um ator, mas também é um ambiente disputado pelos outros atores políticos, estatais e privados (ALMEIDA, 2002, p. 32)

É interessante observar que os meios de comunicação não são neutros. Estes moldam a mensagem do fato a sua própria imagem ao utilizar códigos de linguagem para atingir o público-alvo. A cada dia mais pessoas consomem notícias e concomitantemente tornam-se mais exigentes quanto à verdade, autenticidade e honestidade dos meios

---

<sup>5</sup> Para Gramsci “as ideologias, ainda que naturalmente não sejam indiferentes ao Estado, tornam-se algo “privado” em relação a ele: a adesão às ideologias em disputa tornam-se um ato voluntário (ou relativamente voluntário), e não mais algo imposto coercitivamente”. Criam-se assim, enquanto portadores materiais dessas visões do mundo em disputa, em luta pela hegemonia, o que Gramsci chama de “aparelhos privados de hegemonia”. (COUTINHO, 1943:80)

jornalísticos. De sua parte, jornais, revistas, emissoras de rádio e de televisão tendem a satisfazer tais expectativas, procurando aproximar-se o máximo da imparcialidade, da independência e da reprodução mais fiel dos fatos.

Cabe, então, ressaltar, que apesar do caráter mercadológico e das vontades ideológicas dos proprietários de um determinado meio de comunicação, a notícia possui um aspecto social, o qual é compreendido como a relação entre o produtor de notícias e os consumidores. Estes não devem ser considerados massas passivas, aceitando todas as notícias e opiniões emitidas por um periódico, ou outro meio de comunicação. (WOLF, 2011. p. 41)

O debate instaurado pela grande mídia, ou seja, os principais órgãos de imprensa escrita no país (*O Globo, Jornal do Brasil, Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo, Correio Braziliense, Gazeta Mercantil*, e as revistas *Veja e Isto é*), com relação às denúncias no governo, deram-se em torno da revelação dos conflitos entre os membros da família Collor de Mello. Nesse sentido, os grandes meios de comunicação exerceram um papel ativo de politização das massas populares, tratando das denúncias de corrupção de modo a ofuscar a discussão sobre os efeitos políticos e sociais e o caráter de classe da política neoliberal<sup>6</sup> implementada pelo Governo Collor.

O descontentamento do grande empresariado em relação ao Governo Collor atingiu grandes proporções ainda no início do governo. Ao tomar posse no dia 15 de março de 1990, como sua primeira medida, Collor anunciou seu pacote de modernização administrativa e vitalização da economia, através do plano Collor I, que previa, entre outras coisas: Volta do Cruzeiro como moeda; Congelamento de preços e salários; Bloqueio de contas correntes e poupanças; Demissão de funcionários e diminuição de órgãos públicos.

O objetivo deste plano era conter a inflação e cortar gastos desnecessários do governo. Porém, estas medidas não tiveram sucesso, causando profunda recessão, desemprego e insatisfação popular. “Às dificuldades de redução dos índices inflacionários, apesar do arrefecimento drástico de líquidos obtida através do confisco das poupanças, soma-se a avalanche de denúncias de corrupção envolvendo direta e indiretamente membros do governo”. (ALMEIDA, 2010, p.29)

---

<sup>6</sup> Doutrina político econômica que representa uma tentativa de adaptar os princípios do liberalismo econômico a condições do capitalismo moderno. (SANDRONI, 1999. p. 421)

Surgiram várias denúncias de corrupção na administração de Collor, envolvendo ministros, amigos pessoais e até mesmo a primeira dama, Rosane Collor. Paulo César Farias, ex-tesoureiro da campanha e amigo do presidente, foi acusado de tráfico de influência, lavagem e desvio de dinheiro.

### **Folha de São Paulo:** <sup>7</sup> Denúncias de Corrupção

A opção pela *Folha de São Paulo* como objeto de análise sustenta-se em sua circulação nacional, além de um alto índice de penetração em todos os públicos e participação nos acontecimentos marcantes para o país e para o mundo. Outro ponto que deve ser destacado é a relação existente entre o governo e a imprensa. A *Folha de São Paulo*, por exemplo, foi alvo da ira do presidente Collor logo após sua posse. A redação do jornal acabou sendo invadida devido a supostos problemas fiscais.<sup>8</sup>

O jornal sempre explicou a invasão da polícia Federal como uma resposta de Collor aos ataques que recebeu da FSP durante a campanha eleitoral. Para o diretor de redação, Otavio Frias Filho, a invasão, além de ser uma crise, dava a oportunidade de a *Folha* desempenhar na era Collor um papel de resistência semelhante ao que *O Estado de S. Paulo* tivera na era Vargas. (CONTI, 1999: 307)

As relações tempestuosas entre um meio de comunicação de massas e o governo podem gerar perseguições de ambos os lados como ocorreu no governo Collor. A invasão que a *Folha* sofreu durante o governo Collor, nos dá uma clara ideia da importância de um bom relacionamento entre um jornal e o governo, importância para ambos.

Fernando Collor de Mello foi eleito a presidente da República no dia 17 de dezembro de 1989, ao derrotar Luís Inácio Lula da Silva no segundo turno, tomou posse no

---

<sup>7</sup> A Folha fora fundada em 1921 por Olavo Olívio Olival Costa, passou dez anos depois para as mãos de um grupo liderado pelo conde Francisco Matarazzo e por Octaviano Alves de Lima, e de 1945 a 1962 esteve sob a direção de José Nabantino Ramos. A continuidade era representada por Octavio Frias de Oliveira, um exemplo de empresário schumpeteriano que descobriu a sua verdadeira vocação com mais de cinquenta anos. (CONTI, 1999, p. 182).

<sup>8</sup> A Superintendência da Polícia Federal em São Paulo recebera uma denúncia de que a *Folha* estaria cobrando de maneiras irregular as faturas da primeira quinzena de março. O superintendente Marco Antônio Veronezzi avisou seu superior, Romeu Tuma, de que pretendia fazer uma “inspeção” nos documentos do jornal. Tuma passou a informação à ministra da Economia, Zélia, que comunicou o fato ao presidente. Collor concordou com a inspeção. Ao ser posta em prática, a diligência se transformou num espetáculo truculento. Desde a ditadura não se viam agentes armados em um jornal, procurando o seu dono com a intenção de forçá-lo a prestar depoimento numa dependência policial. (CONTI, 1999, p. 320).

dia 15 de março de 1990. Antes disso, durante a campanha eleitoral, a *Folha de São Paulo* denunciou, na edição de 22 de agosto de 1989, em primeira página “Rádios e TVs obtém liminar sobre debates”. A matéria descreve a formação de uma rede informal de televisão, montada por Collor (PRN) para a inserção diária de propagandas eleitorais.

O TSE concedeu liminar a mandado de segurança a Associação brasileira de Emissoras de Rádio e TV (Abert) contra a obrigatoriedade de convidar todos os candidatos para debates na televisão. O candidato Collor de Mello (PRN) está custeando uma rede informal de TV para inserção de propaganda eleitoral em diferentes telejornais no país, informa Janio de Freitas (Folha de São Paulo, 22/08/1989)

Já eleito, Collor autoriza a invasão da *Folha* pela Polícia Federal para investigarem denúncias contra o jornal. No dia 24 de março de 1990 a *Folha de São Paulo* denuncia em primeira página a invasão que sofreu pela Polícia Federal.

No editorial do dia 24 com o título “A escalada fascista” a *Folha* relata a violência da invasão e afirma que: “A democracia brasileira não tolera aspirantes a Ceausescu ou versões juvenis de Mussolini. Aberta, como qualquer empresa, a fiscalização das autoridades, esta *Folha* não aceita intimidações grosseiras nem ameaças policiais. (Folha de São Paulo, 24/03/1990)

No dia seguinte 25 de março a *Folha de São Paulo* novamente denuncia a invasão que sofreu e acusa o Presidente de usar atitudes características da época do fascismo. A *Folha* traz uma matéria com o título “Qualquer semelhança não é mera coincidência” comparando Collor ao ditador italiano Mussolini.

A - 8 política Domingo, 25 de março de 1990 FOLHA DE S. PAULO

**FASCISMO**  
**Plano Collor**

## Qualquer semelhança não é mera coincidência.

De Redação

Um líder determinado, que impressiona pela autoconfiança e pela capacidade de comunicação de massa, chega ao poder aos 39 anos depois de uma carreira política fulminante. Combatido pela esquerda, criticado pela imprensa liberal e pelos intelectuais, ele se aplica aos poucos mais à reorganização da sociedade, a parer promete uma era de estabilidade e riqueza, tão logo tenha restabelecido a autoridade do governo e a dignidade nacional.

Sua personalidade tumultuada é apresentada, pela máquina de propaganda que ajudou a levá-lo ao poder, como indicio da vitalidade e da energia necessárias para preparar as mudanças que o país reclama; a fim de reforçar essa imagem, ele cultiva os esportes, a caçada pelas mísmas e pela volubidade, irritando o excoelho de arrogância, seus partidários percebem o país surtando a campanha que antecedeu a posse realizando comícios balneários e conferências abertas com adversários, geralmente socialistas e comunistas.

Sua posse ocorre em meio a um clima de desordem financeira e desconfiança da instabilidade parlamentar. No conjunto de suas primeiras medidas ele atinge bancos e empresários, a quem ataca como causadores dos males que afligem a população. Ao discursar perante a Câmara dos Deputados, recém-empusado, ele se jacta e jae poderia ter fechado as portas do Parlamento com regem, mas não o fizera. Logo poderia poderes especiais para governar, que lhe seriam concedidos por uma Câmara incoerente.

Fernando Collor de Mello? Não: Benito Mussolini, o dirigente fascista que por força da revolução popular se impôs ao rei Vittorio Emanuele 3º como primeiro-ministro da Itália em 1922.

pequenos proprietários, funcionários de classe média e finalmente até a alta burguesia, preocupada com a instabilidade de um governo de esquerda e que identificou no fascismo um mal menor. Manteve-se fiel ao seu nascedouro, lado a lado com o movimento sindical, até nos símbolos: a camisa negra, característica dos seguidores de Mussolini, foi adotada porque essa era a cor dos afiliados anarco-sindicalistas.

Ramos Calheiros, Zéfira Cardoso de Mello, Antonio Kardir, João Santana etc., entusiasm, nesse aspecto, inovando tão pouco quanto seu chefe, porque o modelo original sempre foi recheado de tráfegos de esquerda. Eram intelectuais socialistas que o sentimento de fracasso ou uma impaciência excessiva compelia a aderirem às fanfarras triunfantes e que desde então passaram a votar em dois blocos: contra tudo o que parece intelectual ou souso "progressista". O príncipe Josef Goebbels viafumbrava em Hitler - messias capaz de implantar o veredictório socialismo na Alemanha; Mussolini, cujo "modelo oficial" era a de jornalista, foi redator-chefe do jornal socialista "Avanti!" e se exultou por advogar a guerra depois de 1914.

Mussolini ficou objeto de glória, dentro e fora da Itália. Seu hienotismo mural, seus modos enfiados e pufíticos, as derrotas militares que acumulou, a circunstância de que os mesmos recursos que nas mãos dos senhores produziam terror nas suas se desfaziam em frases pulchelas - tudo isso o tornou personagem de uma galeria folclórica e escatológica do humor italiano. Mas não era assim no início. O talento oratório de Mussolini, sua apáido para o que hoje chamamos de marketing político, o vigor que imprimiu à sua pregação nacionalista sus-

**ÁLBUM**



O presidente Fernando Collor (à esq.), que assumiu o governo do Brasil no dia 15 de março, e o líder fascista Benito Mussolini - que tomou o poder na Itália em 1922 -; acima: foto de 1924

Durante visita a Niterói (RJ) e acompanhado de seus seguranças, o então candidato do PRN, Fernando Collor, participa do primeiro confronto violento da campanha eleitoral do ano passado, no qual colloristas e brizolistas trocaram socos e pontapés

Disponível: <http://acervo.folha.com.br>

Folha de São Paulo, 25 de março de 1990.

O governo de Collor acabou tendo como consequências da invasão, manifestações de deputados e jornalistas. Segundo a *Folha*, Amaral Netto, líder do PDS na Câmara e Gastone Righi líder do PTB, se manifestaram contra a invasão. Depois da invasão foi proposto uma CPI pelo Deputado e jornalista Miro Teixeira para investigar a invasão. Segundo ele “Por trás do pretexto de eventuais irregularidades fiscais na Folha, alegado pelo governo, existe uma ‘clara tentativa de intimidar’ a imprensa independente. Primeiro é o jornal, depois um sindicato, depois é o Congresso”. (FOLHA, 26 de março de 1990)

Como medida de não desgastar, mas sua imagem e minimizar a gravidade dos fatos que geraram o escândalo da invasão do Jornal, o governo Collor anunciou “suspender as medidas provisórias que possibilitavam ações fiscalizadoras como a que foi promovida na *Folha*” (CONTI, 1999, p.320). Podemos observar que a mídia utilizando-se de suas ferramentas tornou-se peça fundamental no desenrolar dos escândalos políticos no governo Collor.

No ano de 1991, novas denúncias de corrupção foram feitas pela *Folha de São Paulo*. No dia 6 de fevereiro de 1991, foi noticiado que a presidente da LBA, a primeira dama Rosane Collor, efetuou em dezembro do ano anterior, sem licitação, uma compra de cestas básicas no valor de Cr\$ 66,5 milhões em São Paulo.

Em abril, no dia 25, na primeira página a *Folha* traz uma “Carta aberta ao sr. Presidente da República” assinada pelo diretor de redação Otávio Frias Filho, a carta crítica o presidente e pede que ele esqueça o processo contra seus três colegas jornalistas.

Que o sr. Esqueça o processo contra meus três colegas e concentre seus rancores na minha pessoa, já que deseja atingir a *Folha* como instituição. Tenho sido às vezes aconselhado a deslocar nossa linha editorial para o campo da oposição pura e simples a seu governo. Por mais que o sr. me force a isso, resisto a esse impulso que desvirtuaria o jornalismo que vimos procurado fazer antes mesmo que o sr. sonhasse em galgar a Presidência. (*Folha de São Paulo*, 25/04/1991)



Disponível: <http://acervo.folha.com.br>  
 Folha de São Paulo, 25 de abril de 1991.

No dia 17 de junho de 1991 a *Folha* volta a denunciar a compra pela LBA de 1,54 milhão de cestas básicas. Segundo a reportagem, no primeiro ano de governo de Collor a LBA comprou sem licitação 628 mil cestas básicas.

No dia 1º de maio de 1992 a Folha de São Paulo voltou a acusar o governo de haver gasto, em dezembro de 1990, sem licitação, US\$ 4,1 milhões em campanha publicitária.

A *Folha de São Paulo* no dia 3 de julho de 1992 denuncia, em primeira página, o caso PC. A CPI (Comissão Parlamentar de Inquérito) apura indícios de depósitos de cheques que PC fez para a conta de Acioli, secretária do presidente Collor. Ainda nessa mesma edição A *Folha* informa que a CPI deve ligar PC a Collor.

Na edição de 4 de julho a *Folha* traz a notícia que a CPI contesta as explicações do presidente em relação ao dinheiro depositado na conta de sua secretária. Na edição do dia 18 informa que as “Investigações da Receita sobre PC chegam a Collor” destacando que o “Relator da CPI, o senador Amir Lando (PMDB-RO) estuda a lei de 1950 que pode abrir caminho para o impeachment do presidente”. (Folha de São Paulo, 4/07/1992)

Novas denúncias aparecem contra Collor. Na edição do dia 20 de julho de 1992, a *Folha* traz uma notícia de que um ex-deputado Sebastião Carió afirma que PC agia a mando do presidente, e que ele tem gravações de conversa que ele teve com PC que podem servir como prova na CPI.

A *Folha* traz no dia 14 de agosto em primeira página a notícia de que o presidente esta aos berros pedindo que o Brasil use verde e amarelo, no domingo, para mostrar que os defensores do impeachment são a minoria. O presidente depois de várias denúncias de corrupção de seu governo, agora pretende lutar contra a realização de seu impeachment. Em contra partida a Folha traz na edição do dia 15 em primeira página “Use preto em protesto” inflamando na população o desejo de ir às ruas manifestar-se contra o presidente.

No dia 24 de agosto de 1992 a *Folha* traz uma matéria acerca do “Relatório final da CPI que envolve o presidente ao caso PC, e impeachment é o próximo passo” O relatório final concluiu que “Collor obteve ‘vantagens e benefícios ilícitos e ilegais’”. (Folha de São Paulo, 24/08/1990). A *Folha* traz na edição do dia 25 o Relatório final com os crimes do PC e as vantagens que Collor teve. No dia 26 “Centenas de milhares pedem o impeachment nas ruas de todo o país”. Em várias cidades ocorreu protesto a favor do *impeachment* do presidente Collor.



Disponível: <http://acervo.folha.com.br>  
 Folha de São Paulo, 26 de agosto de 1992.

No dia 30 de setembro a *Folha* traz em sua edição, talvez, a mais importante depois de varias denuncias. Essa edição traz a notícia de que o presidente Fernando Collor de Mello foi afastado do seu governo pelo processo de impeachment por 441 votos na Câmara.

O Brasil parou para comemorar a aprovação do *impeachment* do presidente. É interessante observar que a mesma mídia que ajudou Collor na construção de sua imagem, denunciou a corrupção de seu governo, levando o presidente a sofrer o afastamento de suas funções presidenciais no dia 30 de setembro de 1992.

Disponível: <http://acervo.folha.com.br>  
Folha de São Paulo, 30 de Setembro de 1992

## Conclusão

Diante da pesquisa pude entender que a mídia é uma importante fonte de informação e conhecimento, também dita modas e costumes e está presente no cotidiano das pessoas. Diante disso, é evidente sua influência não somente no que se relaciona à informação, mas também no que se refere à política beneficiando determinados candidatos, influenciando a população como fez o jornal Folha de São Paulo em suas denúncias que ajudaram no processo de *impeachment* de Fernando Collor de Mello.

Valendo-se dessa influência Collor soube sair do anonimato nacional e empreender uma campanha vitoriosa sobre importantes e conhecidas lideranças políticas nacionais. Utilizou das permissivas regras eleitorais vigentes para se projetar como uma alternativa nova, moderna e moralizadora da política nacional. Apresentou-se e representou-se, com eficácia, como a esperança de um Brasil renovado, moralizado e moderno.

Soube como poucos manipular a imprensa e fazer com que suas estratégias discursivas e imagéticas lograssem êxito. No entanto não teve a mesma habilidade para sustentar as representações construídas sobre si e para impedir o desmoronamento da sua imagem e do seu governo. Numa inversão de papéis Collor terminou o seu governo representando os desmandos e a corrupção que combatera.

## Referências Bibliográficas

ALMEIDA, J. Mídia e Política. In ALMEIDA, Jorge. **Marketing Político: Hegemonia e Contra-Hegemonia**. Editora Fundação Perseu Abramo, 2002, p. 26-39.

ALMEIDA, Monica Piccolo. Reformas neoliberais no Brasil: a privatização nos governos Fernando Collor e Fernando Henrique Cardoso/ Monica Piccolo Almeida. - 2010

ANDERSON, Perry. Balanço do neoliberalismo. In: SADER, Emir & GENTILI, Pablo (orgs.) *Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o Estado democrático*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995, pp. 09-23.

CONTI, Mario Sergio. **Notícias do Planalto: a Imprensa e Fernando Collor**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

COUTINHO, Carlos Nelson, 1943 – **Gramsci: um estudo sobre seu pensamento político/** Carlos Nelson Coutinho. – Rio de Janeiro: Campus, 1989.

LATTMAN-Weltman, Fernando. **A imprensa faz e desfaz um presidente**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994. 166 p.

RABAÇA, C. A. & BARBOSA, G. G. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.

SANDRONI, Paulo. **Novíssimo Dicionário de Economia**. São Paulo; Editora Best-seller, 1999.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2001.

## Fontes Documentais

Jornal Folha de São Paulo

Acessado em: <http://acervo.folha.com.br>

### Ano 1989

22 de Agosto de 1989

### Ano de 1990

25 de Março de 1990

26 de Março de 1990

06 de Fevereiro de 1990

### Ano de 1991

25 de Abril de 1991

17 de Junho de 1991

**Ano de 1992**

1º de Maio de 1992

03 de Julho de 1992

04 de Julho de 1992

20 de Julho de 1992

14 de Agosto de 1992

15 de Agosto de 1992

24 de Agosto de 1992

25 de Agosto de 1992

26 de Agosto de 1992

30 de Agosto de 1992