



## **Estudos Midiáticos – Os Exageros Que A Mídia Comete Com Base No Caso Do Ministro Alcení Guerra<sup>1</sup>**

Anthony Souza e SILVA<sup>2</sup>  
Jorge Luís Bezerra DINIZ<sup>3</sup>  
Noujain PEREIRA<sup>4</sup>

Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, PB

### **RESUMO**

A mídia em geral, como o quarto poder de uma nação, consegue mostrar à sociedade o que está acontecendo em seu meio. A partir do que noticia, é capaz de informar, esclarecer e dar conhecimento de acontecimentos e fatos que são de interesse público. Segundo esses preceitos, seu espectador acredita no que lhe é repassado, como verdade absoluta dos fatos. Isso pode gerar situações em que inverdades são vistas pelo público como verdades inquestionáveis e, por consequência, causar dano a inocentes. Baseando-se nisso, o caso do “Ladrão de Bicicletas”, que ficou conhecido nacionalmente em 1991, em que a imprensa culpou o Ministro Alcení Guerra por superfaturamento na licitação de um projeto, é o maior caso de exagero midiático.

**PALAVRAS-CHAVE:** mídia; comunicação; Alcení Guerra; difamação; redenção.

### **REFERÊNCIAS**

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social da UFCG, email: [anthonyeses@hotmail.com.br](mailto:anthonyeses@hotmail.com.br).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social da UFCG, email: [jorge.luizbezerra@gmail.com](mailto:jorge.luizbezerra@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UFCG. Doutor em Gestão de Empresas.



## **Introdução**

A mídia, como ferramenta de comunicação, tem função de informar a população sobre o que acontece Brasil e mundo a fora. Para isso, os medias precisam colher informações em todos os âmbitos para que o conhecimento seja repassado de maneira correta, eficaz e, acima de tudo, respeitando a veracidade da notícia relatada.

Quando esse último preceito não é respeitado, ocorrem problemas de comunicação. A busca pela desenfreada notícia, pelo furo, acaba tornando a informação muito mais importante pelo seu preço do que pela sua verdade, ou seja, jornalistas colocam o valor financeiro da notícia acima do valor verossímil.

No início dos anos 90, o Caso Alcení Guerra ficou conhecido nacionalmente por causa do erro da imprensa em condená-lo sem antes haver um julgamento. Mesmo tendo sido provada sua inocência pela justiça, a sua imagem continua suja na mente dos cidadãos brasileiros por causa de toda difamação contra esse político à época.

Alcení Guerra ficou nacionalmente conhecido em 1991 como o “ladrão de bicicletas”. Na época, ele era Ministro da Criança e da Saúde, sendo, inclusive, pautado a ser o sucessor do então presidente Fernando Collor de Melo. Tudo se deu início quando, ao final desse ano, a manchete do Correio Braziliense estampava: “Saúde compra bicicletas superfaturadas”, referindo-se à licitação para compra de 23 mil bicicletas destinadas ao programa Agentes de Saúde, um projeto para atuação dos agentes de saúde, contendo bicicleta, guarda-chuva, mochila, tênis.

Esse caso é referência quando se fala em erros e exageros cometidos pela imprensa. Muitos jornalistas de enorme credibilidade já reconheceram os excessos e falaram abertamente que ele foi condenado pela mídia, sem provas, de forma precipitada.

Dez anos depois, ele se candidatou a deputado federal e fez uma pesquisa pra saber a percepção que pessoas comuns têm de um escândalo de repercussão nacional e seus desdobramentos uma década depois. O resultado foi terrível: as pessoas consideravam Alcení Guerra eficiente, mas não acreditavam que não devesse nada na questão das



bicicletas; a maioria não tomara conhecimento do fato de ele ter sido inocentado em todas as instâncias.

## **Entrando Na Crise**

Uma crise de imagem para um homem público é um tumor irreversível, pode virar uma mácula eterna. Ele foi tragado nessa tempestade por ter cometido quatro erros estratégicos:

- Entrar numa briga que não era dele – passou a operar em um canal complicado: no meio da desgastada relação de Brizola com os jornalistas, somada à má vontade dos representantes da imprensa para com o governo Collor;
- Ceder a pressões da imprensa – tirou Luís Romero, que ocupava o cargo de secretário-executivo, segundo na hierarquia do Ministério da Saúde, pois a sua presença atraía a suspeita e a fúria da imprensa. Foi um erro. Ele tirou o para-raios, com medo do temporal e acabou ficando exposto;
- Não contar com uma retaguarda – quando estourou a primeira denúncia, ele tinha acabado de perder o seu assessor de imprensa;
- Subestimar a superinflação – aquela primeira denúncia partira de um dos perdedores da licitação, que forneceu dados equivocados ao Correio Braziliense. Era muito difícil lidar com uma acusação de superfaturamento num cenário inflacionário de majoramento de preços da ordem de 1% ao dia. Era óbvio que quem fosse avaliar os valores de qualquer licitação com praticados no mercado iria encontrar discrepâncias. Afinal, os parâmetros de preços mudavam diariamente.

A forma como ele agiu com a primeira acusação foi tentar explicar o engano à imprensa com os dados dos preços dos produtos na fábrica e nas lojas, mas, no dia seguinte, não só não tinha conseguido rebater as acusações infundadas como a notícia do Correio repercutiu em todos os veículos e havia mais três acusações de superfaturamento contra ele. Ao final de um mês, somavam-se mais de cem acusações.



## **Em Meio À Farra Do Boi**

Ele perdeu a paciência e levou para dentro do ministério cem auditores para fazer uma devassa em todas as contas. Mandou investigar tudo, abriu registros do ministério aos jornalistas e ao Ministério Público, era um trabalho de investigação conduzido por auditores de todo o Brasil. Não encontraram nada de significativo.

Ao mesmo tempo, Alcení e seu ministério combatiam várias epidemias, a principal delas a cólera, mas tinham também o início da febre amarela nas comunidades Ianomamis. Durante uma missa, na semana santa de 1992, o padre olhou para mim e minha família e disse:

– O método moderno de crucificação é a calúnia persistente pelos meios de comunicação.

## **Na Luta Por Reparação**

Assim que deixou o ministério, ele iniciou uma luta por reparação e tomou três ações nessa busca:

- Provocar um processo judicial – aconselhado por um aliado político, abriu um processo judicial e, onze meses e mil páginas depois, o procurador-geral da República deu seu parecer inocentando-o completamente. Mas a imprensa não fez mea culpa. Era aquela coisa: “ele foi inocentado, mas...”;
- O silêncio dos inocentes – o silêncio é o grito mais alto que uma vítima da imprensa pode dar. Os jornalistas se valem de boas declarações de seus acusados para realimentar a “farra”. O ato de calar-se deixa de alimentar a imprensa com novas versões e tira dos jornalistas o conforto ético de “ouvir a vítima”. O



silêncio é ainda um castigo pra imprensa. É a negação da comunicação, a ausência da palavra, que é a matéria-prima dos jornalistas;

- Tentar se fazer ouvir nas redações – após sair o resultado judicial, em nenhum momento, ele teve o beneplácio de qualquer veículo, nenhum jornal abordou o lado positivo da sua gestão no ministério.

## **A Crueldade Da Imprensa**

Em meio a isso tudo, alguns fatos foram dolorosos marcaram a trajetória de Alceni e da sua família. De cada fato, ele tirou pelo menos uma lição:

- Seu filho, de 12 anos, tratado como um bandido – durante um passeio de bicicleta, eles pararam e foram fotografados, a partir disso, o chargista Chico Caruso, de O Globo, elegeu a ele e seu filho personagens de seu cartum Guilherme, um garoto de 12 anos, aparecia com uma tarja nos olhos, o mesmo tratamento que se dá na imprensa aos menores infratores. O sentido da tarja é não expor um menor. No caso, ele não só foi exposto, como comparado a um bandido. Seu crime: ser filho de Alceni.

Primeira Lição: não dá para levar uma vida normal – não adianta querer manter a normalidade em meio a uma crise numa escala como essa.

Segunda Lição: não há como responder ao humor – após uma década, Alceni pôde entender que o chargista não o quis magoar pessoalmente. Estava no ofício dele.

- Quando usam uma criança para atingi-lo – durante o dia dos pais, sua filha Ana Sophia, então com cinco anos de idade, desfilou na escola com um cartaz feito com auxílio da professora onde foram coladas notícias e fotos de jornais com as acusações de corrupção contra o pai. Foi constrangedor receber um abraço do dia dos pais de sua filha com um cartaz chamando-o de corrupto, com as piores matérias sobre o caso, foi a pior coisa que sofreu.



Terceira lição: a família mergulha na crise na mesma intensidade que você – é impossível separar sua família da crise que você está vivenciando. Seus familiares mergulham no problema na mesma intensidade que você. Os filhos são atingidos principalmente porque ao redor deles existe a maldade dos adultos, os pais das outras crianças.

- A emoção da comunicação – segundo o livro *As origens do conhecimento e da imaginação*, de Jacob Bronowski, editado no Brasil pela Universidade de Brasília: informação sem emoção fica no cérebro, mas com emoção vai se decantando até chegar ao coração. Informação embalada com emoção deixa resíduos mais profundos no alvo da mensagem. Uma reportagem passou na tevê mostrando crianças com câncer atendidas por um hospital, onde faltavam médicos, e dizia que elas estão morrendo porque o ministro da Saúde está envolvido em falcatuas.

Quarta Lição: Ele também podia usar a emoção para se comunicar – Alceni aprendeu que a comunicação tem sutilezas que vão além da transmissão de informação ou de imagens. Pode-se chamar isso de percepção. Esse sentimento pertence ao objeto da comunicação, à vítima de um linchamento.

- Devassa na vida empresarial: os negócios na mira – o mundo dos negócios, de repente, se fecha para alguém que vira alvo de um escândalo de repercussão nacional. Uma das consequências dessas devassas nos negócios em função da crise de Alceni no ministério foram dissensões internas que levaram a sua família a se dividir para se proteger.

Quinta lição: na hora do purgatório, purgação – a melhor maneira de limpar definitivamente o nome da família era pagar e esclarecer tudo o que fizeram.

### **Após O Fim, A Gangorra**

Primeira fase: bem longe dos palanques – nas eleições de 92, ele se tornou persona non grata durante a campanha e não pôde estar presente sequer para apoiar aliados políticos. Ele teria outra decepção em 94, quando sua candidatura foi vetada pela cúpula.



Segunda fase: uma vitória acachapante – em 96, ele foi eleito prefeito de Pato Branco (PR), com 74% dos votos. Sua administração foi reconhecida nacionalmente como revolucionária. Quando começou o processo de escolha dos candidatos a governador e a senador, não conseguiu vencer as resistências internas no partido em nenhuma das vezes que tentou se candidatar a um cargo majoritário.

Terceira fase: na cozinha do poder – o governador Jaime Lerner o convidou a assumir a Casa Civil do governo do Paraná, que estava um caos. Colocaram o governo em dia, afastou pessoas, reconstruiu a base parlamentar e não apareceu mais nenhuma acusação de corrupção. Ele pleiteava sair ao Senado nas eleições de 2002, mas o governador não quis. Acabou se candidatando a uma vaga na Câmara Federal.

Quarta fase: uma derrota inesperada – durante essa eleição, ele fez uma campanha limpa, no entanto, só com as urnas abertas se deu conta de que o eleitorado não o tinha perdoado. Uma crise de imagem é mais forte que qualquer outra para um político. Ele ganhou na Justiça todos os processos por calúnia e difamação. Em 2003, ganhou R\$ 10 mil de indenização em uma ação contra o presidente de um partido da sua cidade que fê-lo acusações levianas.

### **Erros Que Custaram Caro**

Depois de muitos anos de reflexão sobre a época, ele percebeu os erros que cometeu ao longo do processo.

Primeiro erro: a arrogância da inocência – um dos seus maiores erros foi ter subestimado a crise no momento da primeira denúncia. Com isso, foi um pouco inerte.

Segundo erro: não processar jornalistas e veículos de comunicação – um erro que demorou a ter consciência foi o de não processar jornalistas e veículos de comunicação que participaram ativamente do seu massacre na mídia. Se ele tivesse processado aqueles profissionais da mídia que o caluniaram, teria provocado uma reparação. Só um



processo judicial tem a força de dar o acesso à mídia que a vítima precisa para obter algum tipo de reparação mais condizente com o tamanho do ataque que sofreu.

Terceiro erro: não saber se defender – se viu forçado a se demitir quando percebeu o cansaço de Collor aos ataques que sofria. O que sobra de tudo isso é uma enorme sensação de ter sido incompetente para lidar com o episódio.

### **Cartilha Alceni**

- Com toda essa crise, ele montou uma cartilha com conselhos para quem passar por uma situação semelhante, e o principal é se cercar de assessores competentes.
- Um assessor de imprensa: o perfil ideal é o de um profissional hábil e capaz de agir no meio do tiroteio.
- Uma assessoria jurídica: é preciso encontrar um meio de estancar ataques irresponsáveis por parte da imprensa.
- Uma assessoria parlamentar: no meio da crise, é essencial procurar deputados e senadores e atuar também na engrenagem de poder. Mas, lembre-se: ele também é um fiscalizador e um público importantíssimo no meio de uma crise a quem deve ser dada uma atenção especial.

### **Os Danos Psicológicos Da Crise**

O impacto de uma crise assim pode ser ainda mais devastador quando se trata dos efeitos psicológicos.

A mente humana é uma máquina de emoções e de razão, é fundamental cuidar dela. Alceni aprendeu que depois de grandes derrotas, é preciso viver o luto. É uma fase necessária, quando você se dá o direito de sofrer. Só vivendo o sofrimento pode-se





superá-lo. Ele achou que ia dar conta do recado sozinho por ser médico. Esse foi um erro grave.

Em meio à crise, você se questiona muito, a tendência é perder a fé e ficar descrente. Mas o lado espiritual também não está preparado para estas grandes crises.

A crise aloja-se no seu inconsciente. Os sonhos são prova disso. Para superar tudo isso o único jeito é apelar para algo que pode parecer pieguice: o perdão.

Alceni lida ainda com uma inquietação: que erros cometeu ou ainda comete? Essa tem sido sua rotina. Como reconstruir sua imagem? Como se livrar do estigma de “ladrão de bicicletas”? Vive diariamente esse círculo contínuo: as perguntas dão volta completa sem conseguir respostas, terminando sempre onde o primeiro questionamento começou.

## **Conclusões**

Após toda explanação sobre a forma como as mídias nacionais (em especial a televisiva e a impressa) abordam crises de imagem na sociedade, tomando como base situações conhecidas, fica evidente que é mais importante para os veículos de comunicação a venda da matéria do que conhecer a procedência das informações obtidas para a montagem da mesma.

Essa falta de ética profissional e má vontade do jornalista, aliadas à pressa com que a matéria deve ir ao ar e com a pressão que sofre pelos seus superiores nas edições pelo país favorecem para que esse tipo de situação se estabeleça, manchando a credibilidade da classe profissional como um todo.

Os exemplos citados, que são conhecidos nacionalmente, são apenas alguns dos erros da imprensa – nesse caso, erros grosseiros –, no entanto, fica a questão no ar: quantos outros erros foram feitos por essas empresas com notícias repassadas à população de maneira incorreta e essa jamais soube da verdade por trás disso?

É preciso ter crítica sobre as notícias recebidas por qualquer veículo de informação, checar se o mesmo está sendo dito em outro noticiário, em outro jornal impresso ou



mesmo num portal de notícias on-line. Pois, se o receptor não questionar sobre o que vê e ouve, vai acabar culpando alguém injustamente e, dificilmente, alguém gostaria de estar no lugar de uma personagem pública caluniada.

Afinal de contas “é estranha a voz do povo: ela é e ao mesmo tempo não é a voz de Deus”, Alexandre Pope.



## **Referências Bibliográficas**

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Mito e Realidade da Opinião Pública**. 11 ed. São Paulo: Revista de Administração de Empresas, 1964.

ROSA, Mário. **A Era do Escândalo**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.