Pelas Entrelinhas da Narrativa: O Posicionamento dos Jornais Impressos na Disputa ao Governo do Maranhão[1]

Joyce Layanne do Nascimento NUNES[2]
Petronílio Felipe Costa FERREIRA [3]
Tatiane FERREIRA[4]
Zefinha BENTIVI [5]
Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

RESUMO
Este artigo traz os resultados da pesquisa intitulada "Observatório de Mídia e Eleições no Maranhão 2018", produzida pelo Laboratório Integrado de Pesquisas e Práticas Jornalísticas – LABJOR (UFMA). Para a elaboração desse trabalho, fizemos uma análise em conjunto dos recortes da pesquisa apresentados no Intercom Regional, nos quais analisamos isoladamente três jornais impressos locais - O Estado do Maranhão, Jornal Pequeno e Jornal O Imparcial - as notícias publicadas pelos veículos jornalísticos, relacionadas aos cinco candidatos ao Governo do Estado do Maranhão. Como metodologia, utilizamos uma combinação entre análise de valência e enquadramento.

PALAVRAS-CHAVE: Jornal; Impresso; Eleições; Governo.

INTRODUÇÃO

Neste artigo apresentamos os resultados da pesquisa "Observatório de Mídia e Política no Maranhão", desenvolvida pelo Laboratório Integrado de Pesquisas e Práticas Jornalísticas- LABJOR, da Universidade Federal do Maranhão sobre a cobertura política dos jornais O Estado do Maranhão, Pequeno e O Imparcial nas eleições de 2018. Para análise, monitoramos as notícias sobre os 6 candidatos ao governo do Estado definidos pelas convenções partidárias locais: Flávio Dino (PCdoB); Roseana Sarney (MDB); Roberto Rocha (PSDB); Maura Jorge (PSL) e Ramon Zapata (PSTU); e Odívio Neto (PSOL). Ao todo foram analisados 1746 notícias durante 7 de maio e 6 de outubro.

[1] Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalimo da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação
[2] Estudante de Graduação do 7º semestre do curso de Comunicação Social- Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, Pesquisadora do Laboratório Integrado de Pesquisa e Práticas Jornalísticas (LABJOR). Email: layanne.jnunes@gmail.com
[3] Graduando do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFMA, membro do Laboratório Integrado de Pesquisa e Práticas Jornalísticas – Labjor. E-mail: filipeslz@globomail.com
[4] Estudante de graduação do 5º período do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA); Pesquisadora do Laboratório Integrado de Pesquisa e Práticas Jornalísticas (LABJOR); email: tatyraquelferreira@gmail.com
[5] Orientadora do Trabalho, professora doutura do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Email: zefinhabentivi@yahoo.com.br

O jornal O Estado do Maranhão (OEMA) foi fundado em 1959, com nome de O Dia. Instalado no centro da capital, ele concorria diretamente com jornais tradicionais como O Globo e O Imparcial (do grupo Pacotilha). Com compra do periódico em 1973, o jornal muda de local e nome. Nas mãos de José Sarney e Bandeira Tribuzi ele começa a se chamar O Estado do Maranhão, tendo a sua primeira grande modificação editorial. Percursor dos jornais a cores no Norte e Nordeste do país, foi a casa das inovações gráficas e tecnológicas do jornalismo maranhense. Líder de mercado, o OEMA é um dos mais lidos do Brasil. Segundo pesquisa Brasileira de Mídia do Ministério das Comunicações, em 2017 ele era o 28º mais lido de todo país, reunindo 1% de todas menções nacionais na pesquisa espontânea.

O Jornal Pequeno, por sua vez, foi fundado pelo jornalista José Ribamar Bógea em 21 de julho de 1947 após caso de censura. Na época, Bógea questionou a atuação do juiz de uma partida entre o time maranhense Moto Clube e o carioca Fluminense. Ao se desentender com o diretor de O Globo, Ribamar Bogea cria o Jornal "O Esporte". O impresso permanece com esta nomenclatura até 29 de maio de 1951, quando passa a se chamar Jornal Pequeno. Com caráter popular e linguagem acessível, o jornal assumiu, na edição comemorativa de 60 anos em 2006, a postura adversária à Sarney ou a qualquer um de seus aliados. Atualmente, o jornal cuja tiragem é de 4000 exemplares, é presidido por Hilda Marques Bógea, filha do fundador.

Já o jornal O Imparcial teve fundação em 1º de maio de 1926, pelo jornalista João Pires Ferreira como alternativa ao jornalismo contaminado pela política de interesses – principalmente de famílias- que era muito comum naquela época. Em outubro de 1944, o jornal foi vendido para o maior conglomerado de comunicação do país: o Grupo dos Diários Associados, de propriedade de Assis Chateaubriand. Com a mudança de direção do jornal, a sua linha editorial também sofreu alterações: o veículo adotou a postura conservadora de Chateaubriand, indo contra aquilo que era seu propósito inicial e passando a atuar também como agente político. Atualmente, O Imparcial é comandado pela Empresa Pacotilha S.A, que também é proprietária do ImparLab e Jornal Aqui-MA.

Na coleta de dados foi utilizado o livro de códigos para classificar as matérias. Nele estão previstas 14 categorias: Data, Título, Manchete, Subtítulo, Página, Editoria, Candidato, Valência, Componente enquadrado, Enquadramento, Fontes, entre outros. Em

relação à Valência, foram catalogadas matérias positivas, negativas e neutras sobre todos os candidatos ao governo do Estado. Também realizamos durante o período eleitoral, em São Luís e no município de Raposa, questionários para avaliar como essas notícias influenciavam na escolha dos candidatos pelo eleitorado

REVISÃO TEÓRICA

Enquanto jornais Americanos e Europeus declaram apoio e ajudam a eleger líderes para cargos políticos, no Brasil os jornais afirmam-se como independentes e apartidários. Sousa (2008) mostra que essa era uma prática comum desde o século XIX. Claramente partidário e opinativo, as folhas dos jornais se tornavam um ambiente de debate de ideias. O autor explica que em meio a uma Europa divida, esse ambiente estava restrito apenas a pessoas das mais altas classes. Foi com o surgimento dos sindicatos e das folhas sindicais que isso começou a mudar. A radicalização e polarização política fizeram os profissionais deixarem de garantir o interesse do público para garantir o interesse público.

> Os jornalistas tomaram em mão a tarefa política de velar pelo interesse público e de representar os cidadãos. Em suma, a questão das relações entre jornalismo e política não tinha nem tem a ver com a existência de periódicos (e outros meios) assumidamente políticos e partidários, como, de resto, aconteceu e acontece desde o século XVII, mas sim com a existência de um jornalismo supostamente independente e livre, popular e predominantemente noticioso, mas que, insidiosamente, se tornou em promotor de interesses políticos, invadindo, inclusivamente, os territórios da representação política institucional (SOUSA, 2008, p. 104).

O próprio papel de mediador assumido pelas empresas de comunicação é fortemente influenciado pela pluralidade de fatos noticiados diariamente. Ao serem difundidos, estes exercitam a democracia uma vez que dão margem aos mais diversificados olhares sobre os mais variados acontecimentos, como apontam Aldé, Mendes e Figueiredo (2007).

> O posicionamento em relação a temas e projetos da pauta pública contribui para alimentar o repertório disponível aos cidadãos para que formem opiniões e tomem decisões. No entanto, o democrático é que haja uma pluralidade de informações e opiniões à disposição do público (ALDÉ, MENDES E FIGUEIREDO, 2007, p.170).

Dessa forma entende-se que há consenso entre pesquisadores que “objetividade jornalística” não deve ser tomada como regra a ser seguida estritamente, mas como uma espécie de parâmetro.

> A objetividade é definida em oposição à subjetividade, o que é um grande erro, porque ela surge não para negá-la, mas sim por reconhecer a sua inevitabilidade. Seu verdadeiro significado está ligado à idéia de que os fatos são construídos de forma tão complexa que não se pode cultuá-los como expressão absoluta da realidade. Pelo contrário, é preciso desconfiar desses fatos e criar um método que assegure algum rigor científico ao reportá-los PENA, 2008, p.50).

São inúmeros os fatores que interferem no processo de construção da notícia, desde critérios de noticiabilidade a conflito de interesses dos donos dos veículos de comunicação. A complexidade dessas relações é perceptível nas entrelinhas das notícias, que se evidenciam ainda mais durante o período eleitoral. A partir da perspectiva do jornalismo enquanto ator político, a construção da narrativa dos personagens se torna uma arma nas mãos das empresas de comunicação. Para isso, é necessário avaliar enquadramentos e valências das notícias.

Por enquadramentos consideramos, de acordo com Porto (2004), padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados pelos profissionais jornalistas para organizar seus relatos. Este seria o ponto de vista adotado no texto noticioso, que evidencia determinados elementos em detrimento de outros. Assim, estas características se mostram como uma forma estratégica para ressaltar as intenções e ações dos candidatos sejam elas a favor dele ou contra. É, portanto, a ideia de que o fazer jornalístico está intimamente ligado ao campo político.

Para Valência usamos como base a metodologia de catalogação do Doxa – Laboratório de Pesquisa em Comunicação e Opinião Política desde 2000 em conjunto com o que foi apresentado por Aldé, Mendes e Figueiredo (2007), no artigo *Tomando partido: imprensa e eleições presidenciais em 2006*. O método consiste em classificar as matérias jornalísticas em neutras, positivas e negativas. Os pesquisadores detalham os critérios de classificação: como matérias de valência positiva foram consideradas as reproduções de programas de governo ou promessas proferidas pelos candidatos, além de declarações do autor do texto (ou de fontes terceiras) favoráveis a ele, além da reprodução de eventuais ataques do candidato a qualquer um dos seus concorrentes; as matérias de valência negativa são aquelas que reproduzem "ressalvas, críticas ou ataques (contendo avaliação de ordem moral, política ou pessoal) do autor da matéria, de candidatos concorrentes ou de terceiros a algum candidato" (ALDÉ; et al, 2007, p.158). Quanto as

matérias de valência neutra, ele as define como "matérias sobre a agenda do candidato, matéria sobre ou citação de candidato sem avaliação moral, política ou pessoal do candidato, do autor da matéria ou de terceiros, inclusive de concorrentes".

O enquadramento e a valência adotados nas empresas de comunicação, sinalizam para a postura adotada pelo veículo. Alguns interesses aliam-se aos ideais e a gestão do personagem (ou partido). Outros, aos interesses defendidos pela elite que, por diversas vezes, estão ligadas a famílias de grande influência política e econômica. No Brasil, isso é facilmente identificável devido a ausência de uma legislação mais forte e clara, que extingua ambiguidades. Um grupo pode ter propriedade cruzada de várias empresas de comunicação. Santos (2006) define tal atitude como "Coronelismo Eletrônico".

Historicamente, cinco famílias controlam a comunicação no país. No Maranhão, o número é reduzido a três. O coronelismo midiático torna realizável a ideologia dessas famílias. Importante esclarecer que, embora esteja em mãos de poucos grupos, estes não atuam do mesmo modo. Durante o período eleitoral, a mídia tende a se comportar de maneira heterogênea, diferindo de grupo para grupo. Para Puglisi (2008), há uma tendência que eles assumam o papel de um jornalismo vigilante ou cão de guarda. Nascido com as ideias liberais inglesas, esse jornalismo tende a ser cético a tudo que pode ser produzido pelo governo. Uma maneira de garantir a democracia e a liberdade dentro do país. Mas o autor ressalta que o jornalismo também cumpre o papel de Lapdog. "O jornalismo pode dedicar mais espaço a questões de propriedade do dono ou aliados" (PUGLISI, 2008, p.03, Tradução nossa).

RESULTADOS

- **O Estado do Maranhão**

Na cobertura do Jornal O Estado do Maranhão, catalogamos grande quantidade de matérias sobre o atual governador, Flávio Dino. Em sua maioria, negativas. Das 1070 notas, notícias e reportagens publicadas 519 são contrárias ao governador. Ele é o candidato que mais concentra matérias negativas, seguidos por Maura Jorge (9), Roseana Sarney (5) Roberto Rocha (5), Ramón Zapata (3) e Odívio Neto (2).

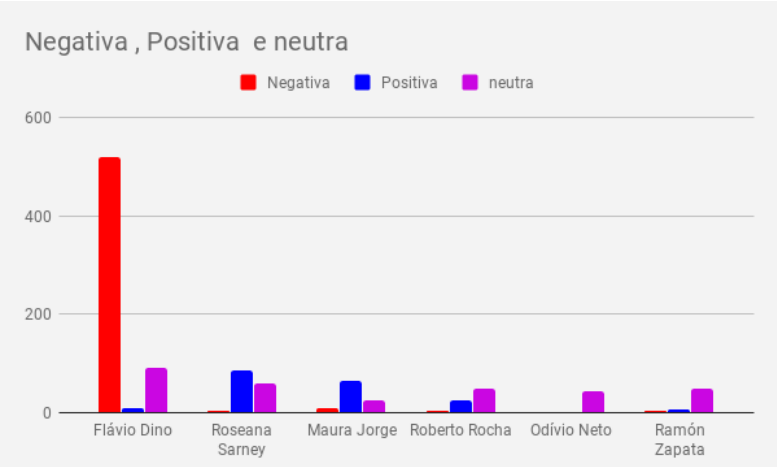

Gráfico 1- Fonte: Labjor

Grande número de pautas negativas mostram a atuação partidária do jornal durante as eleições de 2018. Durante quase toda a campanha e pré-campanha, o OEMA pautou escândalos e polêmicas do governo. Matérias exclusivas mostravam a ligação direta ou parcial do Palácio dos Leões com desvios de dinheiro, nomeações irregulares ou ações autoritárias. Para Sabbato (1991) esta é uma das piores atuações da mídia política: Jornalismo de Ataque (Attack Dog Journalismo). A autora define esse tipo de jornalismo como a espetacularização de escândalos e coberturas raivosas. "Tendo substituído os partidos políticos como o comitê de gritos para candidatos e detentores de oficiais, a mídia impulsiona alguns políticos em direção ao poder e sem a menor cerimônia de eliminar outros" (SABATO, 1991, p.01, Tradução nossa).

As coberturas, todavia, não aconteciam da mesma forma com outros candidatos. Pelo contrário, grande parte das matérias sobre Maura Jorge e Roberto Rocha foram positivas ou neutras. Eles eram os únicos que poderiam ameaçar a candidatura de Roseana Sarney, de acordo com levantamentos feitos pelo IBOPE e DATAFOLHA. Para o jornal eles eram sempre tratados como vias alternativas à clara polarização. Esse recurso foi mantido até o último dia antes do pleito. A redação deixava clara a existência de um segundo turno, que nunca existiu.

Quando analisamos a cobertura dos partidos de esquerda (PSOL, PSTU e PCdoB) é possível encontrar um jornalismo que conserva discursos ultrapassados sobre a ideia de Comunismo. Não é possível identificar a divisão clara entre o que é Comunismo e Socialismo. Eles sempre chamam os candidatos de Comunistas ou Socialistas. Ramón Zapata é sempre comparado com o revolucionário Che Guevara. Para o jornal ele é uma

cópia fajuta do herói cubano. Odívio Neto, por ter um discurso moderado não recebe tantos ataques. É valido lembrar que a coluna Estado Maior sempre rememora a queda das ditaduras socialistas ao redor do mundo, a ineficiência desses governos, e como eles foram ruins para a comunidade local. Junto a esse discurso, Flavio Dino é sempre ligado à ideia de tirano, comunista, que não tem Deus no coração.

Essa postura pode ser observada nas pesquisas de opinião realizadas em São Luís e na Raposa. Para 69,63% dos entrevistados, a mídia se posiciona a favor de algum candidato nas eleições. Mas grande parte dos entrevistados não compreendiam o que é ser comunista. Para 51% esse adjetivo colocado aos 3 candidatos chegava confundir. Em respostas livres, muitos definiam comunismo pela corrupção, falta de Deus, ou algo mau. Mas fica claro que para grande parte das pessoas de baixa renda e com pouca escolaridade, grande parte do eleitorado maranhense, esse discurso não era compreendido.

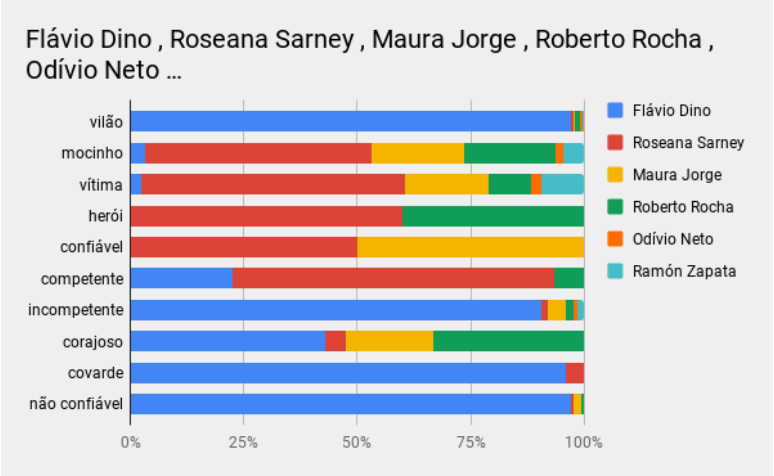

Gráfico 2- Fonte: Labjor.

Quando analisamos o enquadramento noticioso dos personagens, Roseana Sarney apresenta uma tendência surpreendente. Desde o início da corrida eleitoral, a candidata do MDB é tida como a melhor opção. Foi no decorrer da campanha que ela deixa a imagem de heroína e passa ser uma boa gestora e competente. Ao fim, os jornalistas usaram a comparação para reforçar essa ideia. Essa mudança clara pode ser explicada pelo desempenho nas pesquisas. Enquanto Flávio Dino subia alguns pontos, Roseana sempre descia.

Para construir a imagem de boa gestora, a coluna Estado Maior começou produzir constantes notas relembrando o governo de Roseana Sarney (2010-2014). Nas notas,

eram ressaltadas as avaliações do Ideb (Índice de Desenvolvimento da Educação Básica) e Ranking de Gestão. Mesmo mostrando a nota da gestão passada, eles não comentavam a posição do estado naquela época, sempre deixando claro, em títulos, que a gestão MDB era melhor do que a atual. Esse recurso pode ser definido como o Lapdog Journalism. Aqui os meios de comunicação são canal de agenda das elites. A mídia tem o papel de justificar e corroborar atitudes, perpetuando desigualdades sociais anteriormente impostas.

É válido ressaltar que a comparação foi mais uma forma, usada pela coluna, de relembrar os "bons tempos de Roseana". Ela ainda é tratada como vítima pelo jornal. Em muitos momentos, o texto dá a entender que Dino é autoritário e passa dos limites do uso do poder. Mas é em setembro que podemos perceber claramente a saída da heroína e a chegada da boa e competente gestora. As principais áreas comentadas são: Educação e IDH. Antes, as comparações eram usadas principalmente em escândalos, como em: Farra dos Capelães e a operação Sermão aos Peixes.

É preciso lembrar que essas operações foram usadas para garantir a espetacularização das notícias. Havia sempre um exagero exacerbado sobre as operações. Pagola; Echantza (2007) lembram que isso promove a desinformação: publicação de informações erradas. A consequência dessas publicações são a difusão de informações e ações erradas. "Em toda a técnica de desinformação, há coação ou persuasão, silenciamento deliberado, censura brutal, desinformação ideológica da realidade. O trabalho de desinformar não significa não informar, mas em muitos casos destruir algo imposto" (ENCHANTZA; PAGOLA, 2007, p.130).

- **Jornal Pequeno**

Do Jornal Pequeno foram catalogadas 477 matérias obedecendo os parâmetros já citados acerca dos cinco candidatos ao governo do Estado (Roseana Sarney, Maura Jorge, Flávio Dino, Roberto Rocha, Ramon Zapata e Odívio Neto), de 7 de maio de 2018 a 7 de outubro de 2018. Os dados indicam que o impresso polarizou a disputa entre os candidatos: das 477 matérias catalogadas, 58,70% das notícias totais têm como personagem central o candidato do PCdoB, enquanto 35,63% destacam a figura da candidata do MDB. Os

demais concorrentes, respectivamente, aparecem com 7,75% (Roberto Rocha), 3,35% (Maura Jorge), 1,25% (Ramon Zapata) e 1,04% (Odívio Neto).

Definidos os protagonistas, definem-se também a maneira como estes serão apresentados. Das matérias que continham o atual governador como personagem central, 73,92% são positivas, enquanto as negativas correspondem a 2,14% e as neutras a 23,21%. Os dados sobre a candidata Roseana Sarney divergem no tom: 5,88% das matérias veiculadas pelo Jornal Pequeno são de valência positiva; 27,64% são de valência neutra; e 64,70% são de valência negativa. O gráfico abaixa ilustra os dados dos demais candidatos.

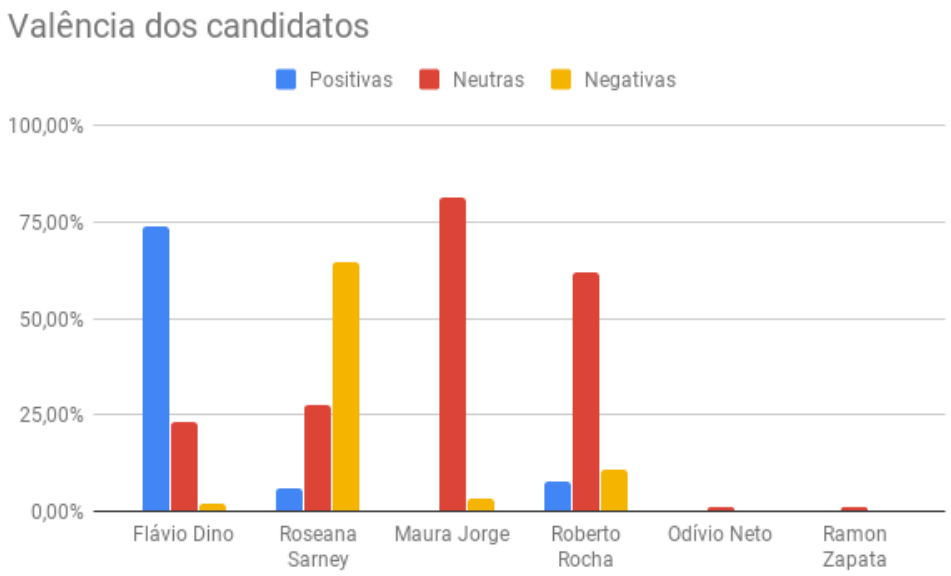

Gráfico 3- Fonte: Labjor.

Sobre o enquadramento noticioso, a narrativa apresentada pelos dois principais candidatos à disputa também diverge na descrição de cada personagem, baseado nas categorias de enquadramento noticiosos (vilão, mocinho, vítima, herói, confiável, não-confiável, competente, incompetente, corajoso, covarde e as que não se encaixavam nos parâmetros citados foram definidos como "sem-enquadramento"). O gráfico abaixo ilustra quais foram os três enquadramentos mais presentes nas matérias sobre Dino.

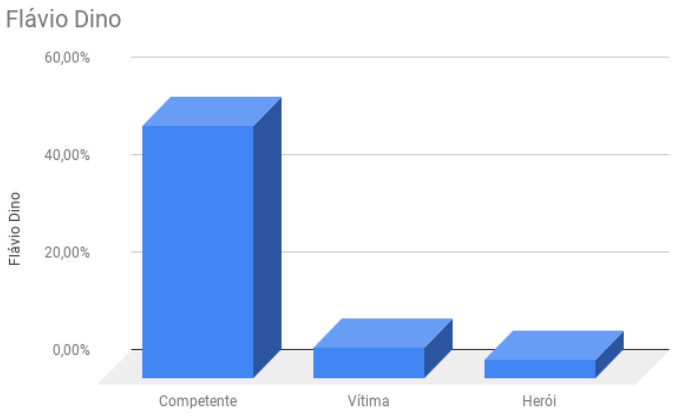

Gráfico 4- Fonte: Labjor.

A narrativa de competente atribuída pelo Jornal Pequeno a Flávio Dino está atrelada à sua gestão enquanto governador do Estado, como exemplifica a matéria que trata sobre uma obra entregue pelo governo durante a sua gestão, como vias e ruas asfaltadas na região Tocantina. O componente de "vítima" já o constrói como alguém que, por conta das pesquisas que apontam para uma iminente vitória, é constantemente atacado pelos oponentes, principalmente os aliados de Roseana Sarney, como na ocasião em que o cunhado de Roseana, Ricardo Murad, divulga propaganda eleitoral contra Flávio Dino e tem a matéria retirada do ar pela justiça. Quanto ao componente de "Herói", concentra-se na narrativa do gestor que para além de cumprir as promessas e deveres que lhe são naturalmente atribuídos, também toma "as dores" de outros setores que estão além de sua alçada, como na ocasião em que Dino direcionou recursos estaduais da saúde para o hospital do câncer Aldenora Belo, fundação que conta com recursos federais e que até então corria o risco de ter serviços cancelados por falta de verbas

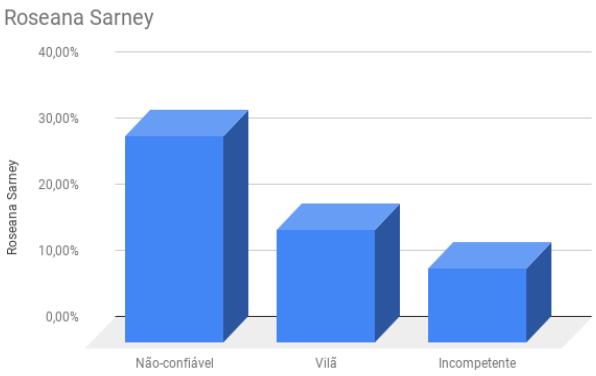

Gráfico 5- Fonte: Labjor.

O gráfico acima indica o enquadramento noticioso da candidata Roseana Sarney. A narrativa diverge completamente da construída sobre o seu principal adversário. Sobre Roseana Sarney, o principal enquadramento que foi o "não-confiável" constrói a narrativa sobre ela enquanto governadora do Maranhão (1º de janeiro de 1995 a 5 de abril de 2002 e de 17 de abril de 2009 a 10 de dezembro de 2014), como uma gestão que não agia com clareza durante o período de mandato ao mesmo tempo em tem sua imagem constantemente associada ao seu pai, o ex-presidente José Sarney. No enquadramento de "vilã", expõe-se que, por contra da vitória iminente de Dino nas urnas indicada pelas pesquisas de intenção de votos, ela e seus aliados passam a agir de maneira questionável para desmoralizar sua imagem perante o público. O caso mais significativo foi quando o jornal "O Estado" publicou uma notícia em que Dino teria sua candidatura impugmada devido a supostas irregularidades durante o seu mandato; quanto ao enquadramento de "incompetente", também diz respeito à candidata enquando governadora do Maranhão construindo-a, então, como uma gestora que não realizou um bom trabalho à frente do Palácio dos Leões.

- **O Imparcial**

Seguindo a linha conservadora adotada por Assis Chateaubriand, o jornal O Imparcial acabou fugindo do seu princípio fundador e se tornando mais um dos importantes agentes políticos do Maranhão. Ainda hoje, o veículo se apresenta de forma alinhada à ala governista. Em seu artigo *Jornal O Imparcial: o embrião do fotojornalismo maranhense,* Pinto (2008) afirma:

> A pretensão de J. Pires, de imparcialidade das notícias, principalmente as de política, não foi mais concretizada. O matutino mostrou-se, no período de 1950 a 1970, instrumento de barganha do político Assis Chateaubriand com lideranças políticas locais. Ele apoiou o senador Vitorino Freire, líder regional do Partido Social Democrata (PSD), e seus governadores como Eugênio Barros e Newton Bello (PINTO, 2008, p. 5).

Das 202 matérias catalogadas no jornal, separamos para essa parte da análise somente as que citavam apenas um personagem, uma vez que algumas matérias citam mais de um candidato.

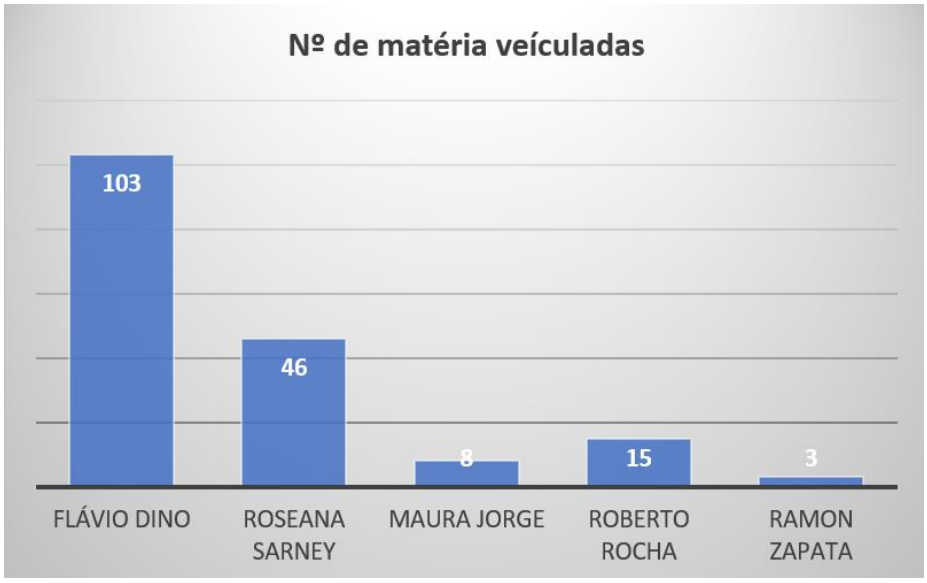

Gráfico 6- Fonte: Labjor.

O gráfico de matérias veiculadas nos mostra o número de matérias publicadas sobre cada candidato. É notória a ampla diferença entre a quantidade de matérias veiculadas sobre os candidatos que, segundo pesquisas do IBOPE, estavam à frente nas intenções de voto (Flávio Dino e Roseana Sarney), e os demais candidatos.

Neste gráfico, observamos que há uma diferença discrepante do número de matérias com valência positiva entre o candidato (e então Governador do Estado) Flávio Dino e todos os outros candidatos. Nas matérias negativas, quem lidera o número de publicações é Roseana Sarney, principal adversária do candidato do PCdoB.

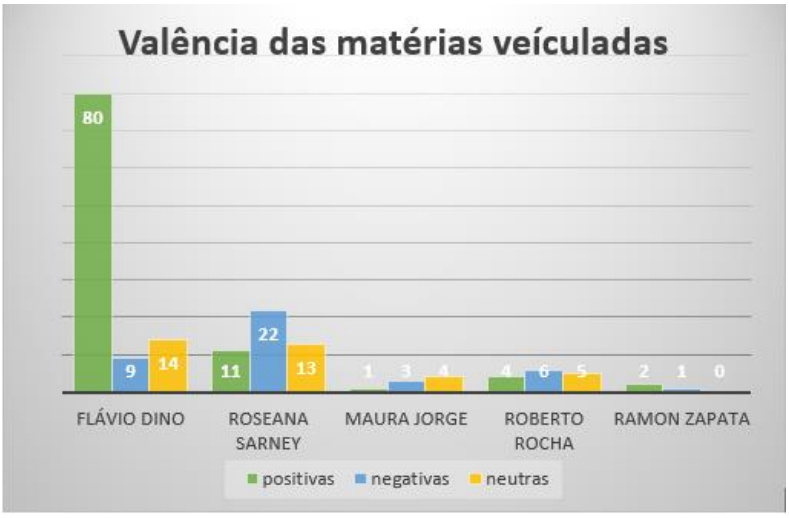

Gráfico 7- Fonte: Labjor.

Como observamos, a quantidade de publicações negativas supera o número de publicações positivas ou neutras em relação à candidata do MDB. Pontuamos ainda que o jornal manteve uma quantidade equivalente de matérias neutras entre os candidatos do PCdoB e MDB, enquanto os demais candidatos não tiveram tanto destaque nas publicações do jornal.

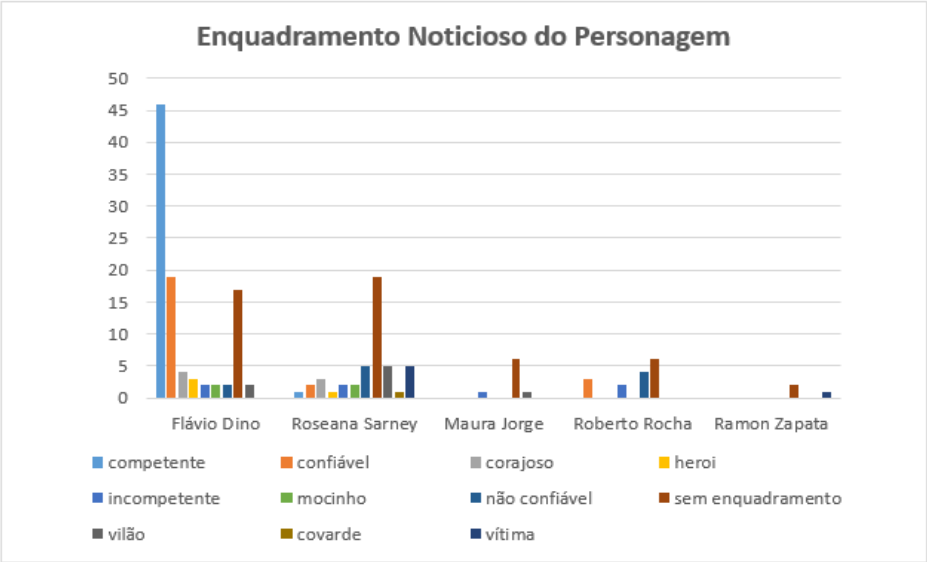

Gráfico 8- Fonte: Labjor.

Por fim, quanto ao enquadramento, o jornal reforça a ideia de alinhamento ao governo, uma vez que vem colocando o então candidato à reeleição, na maior parte das matérias, como extremamente competente e confiável, enquanto sua principal adversária e nome forte de oposição, Roseana Sarney, é facilmente colocada no enquadramento de vilã e não-confiável. Também observamos que o número de matérias classificadas como "sem enquadramento" para os dois candidatos, chegando quase à mesma quantidade.

CONCLUSÃO

O Jornal O Estado do Maranhão realizou cobertura completamente distinta entre os principais candidatos: Roseana Sarney e Flávio Dino. Sensacionalista e agressivo, OEMA atuou para destruir a imagem do governador Flávio Dino ligando a escândalos. Enquanto isso, fazia papel dócil em relação a ex-governadora, fechando os olhos para dados ruins da antecessora, glorificava a gestão. Nesse dualismo, produziu esquecimento de partidos nanincos, raramente apareciam na cobertura eleitoral

Já em O Imparcial, há alinhamento à ala governista, uma vez que este destaca positivamente em valência e enquadramento o candidato que concorre à reeleição.

Entretanto, o veículo consegue ainda criticar, mesmo que timidamente, este mesmo personagem, assim como reconhece de forma quase imperceptível pontos positivos dos demais candidatos.

O Jornal Pequeno por sua vez, também adota uma postura favorável a gestão de Flávio Dino uma vez que o apresenta como a melhor alternativa viável para impedir o retorno da família Sarney ao poder no Maranhão. Consequentemente, posicionou-se de forma contrária à Roseana Sarney mas buscou, ao máximo possível, manter uma cobertura neutra em relação aos demais candidatos, aqueles que estão fora da disputa escolhida pelo jornal enquanto prioridade.

A cobertura dos três jornais não tem boa recepção nas ruas. De acordo com questionários aplicados, 69,63% dos eleitores entrevistados em São Luís acreditam que a mídia maranhense se posicionou a favor algum candidato nas eleições para governador. Na raposa, esse número cai para 50%. Os dados mostram necessidade de reflexão sobre coberturas políticas no país. Com as relações de poderes cada vez mais claras, os jornalistas esqueceram que a atividade precisa seguir critérios claros e objetivos. Eles legitimam a atuação da imprensa a partir de uma *accountability* diária que não esteve presente em nenhuma das coberturas.

REFERÊNCIAS

ALDÉ, Alessandra, MENDES, Gabriel, FIGUEIREDO, Marcus. **Tomando Partido: Imprensa e política nas eleições de 2006**. Política &Sociedade, v. 10, p. 20-28, 2007.

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La Construción de la Noticia**. Barcelona: Paidós, 1996.

DA REDAÇÃO. **Jornal O Estado do Maranhão é um dos mais lidos do país**. São Luís, MA. Disponível em: <https://imirante.com/oestadoma/noticias/2017/01/13/jornal-o-estado-do-maranhao-e-um-dos-mais-lidos-do-pais/>. Acessado em: 27 de nov. 2018.

ECHANIZ, A. ; PAGOLA, J. **Ética do profissional da comunicação**. São Paulo, SP: Paulinas, 2007.

GUAZINA, Liziane Soares. **Jornalismo em Busca da Credibilidade:** A cobertura adversária do Jornal Nacional no Escândalo do Mensalão. 256 F. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, UNB, Brasília, 2011.

LIMA, Venício. **Mídia, crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

MARTINS, Samartony. **Jornal O Imparcial completa 81 anos de existência**. O Imparcial, São Luís, 01 de mai. de 2017. Disponível em: <https://oimparcial.com.br/noticias/2017/05/jornal-o-imparcial-completa-91-anos-de- existencia/>. Acesso em: 22 de mar. de 2019.

NETO, Wilson Pinheiro Araújo. **Ditadura Empresarial Militar no Maranhão: Uma Perspectiva do Jornal Pequeno acerca do Golpe de 1964.** In Núcleo de Pesquisa em História Contemporânea, p. 3-5, sd.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo.** São Paulo, Contexto, 2. Ed, 2008.

PINTO, Pâmela Araujo. **Jornal O Imparcial**: o embrião do fotojornalismo maranhense. Revista Cambiassu, Maranhão, v. XVII, n. 3, jan/dez. 2008. Disponível em:. Acesso em: 18 de novembro de 2018.

PORTO. Mauro P. **Enquadramentos da Mídia e Política**. In: RUBIM, Antônio A. C. Comunicação e Política: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004.

PUGLISI. Riccardo. **Being the New York Times**: the Political Behaviour of a Newspaper. The B.E. Journal of Economic Analysis & Policy. v. 11, nº 1 (Contributions), Article 20.

SABATO. Larry J. **Feeding frenzy**: How attack journalism has transformed american politics. New York: Free Press/Macmillan, 1991.

SANTOS, S. E-Sucupira: **o coronelismo eletrônico como herança do coronelismo nas comunicações brasileiras**. E-Compós, Associação Nacional de Programas de Pósgraduação em Comunicação. v. 7, p. 1-27, 2006. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/ index.php/e-compos/article/view/104/103>. Acesso em: 15 de abril 2019.

SOUSA, J. P. (2008) **Uma História Breve do Jornalismo no Ocidente**. Labcom. Disponível em: www.bocc.ubi.pt. Acessado em: 15 abril 2019.

SOUSA, Li-Chang S. C. S.; BENTIVI, Zefinha. **Observatório do jornalismo nas eleições do Maranhão**: a reeleição de Dino e a crise de confiança na mídia tradicional. Artigo aceito para apresentação no VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política. Brasília, 15 a 17 de maio de 2019.

SOUSA, Li-Chang Shuen Cristina Silva. **A Imprensa como Adversário Político:** O Jornalismo e a Crise do Segundo Mandato de Dilma Rousseff. In: XV Congresso IBERCOM, 2017, Lisboa.
SPONHOLZ, Liliam. As Objetividades do Jornalista Brasileiro. Líbero, São Paulo, Ano XI, no 21, p. 71-72, jun. 2008.