
Entre Vilões e Mocinhos: A construção da notícia pelas rádios AM nas eleições para Governo do Estado em 2018¹

Alan Patrick Silva LINDOSO²

Larissa Silva SOUZA³

Li-Chang SHUEN⁴

Zefinha BENTIVI⁵

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

Resumo

Apresentamos neste artigo parte dos resultados da pesquisa Observatório de Mídia e Eleições 2018 no Maranhão, com recorte sobre os programas Passando a Limpo da Rádio Difusora AM, Jornal das Onze da Rádio Timbira AM e Ponto Final da Rádio Mirante AM. O objetivo do trabalho é analisar o posicionamento das rádios em relação aos candidatos ao Governo do Estado, que praticaram de um lado, um jornalismo publicitário em favor de Roseana Sarney e de ataque ao candidato à reeleição Flávio Dino. Do outro lado, a cobertura foi o completo oposto com a construção da imagem de Flávio Dino como herói. A metodologia utilizada foi uma combinação de análise de valência, análise linguística e análise de narrativa.

Palavras-Chave: Rádio; Eleições 2018; Jornalismo; Maranhão.

Introdução

Este artigo se trata de um recorte de uma pesquisa de maior amplitude realizada pelo Laboratório Integrado de Pesquisas e Práticas Jornalísticas (LABJOR), da Universidade Federal do Maranhão, coordenado pelas professoras do Departamento de Comunicação Li-Chang Shuen e Zefinha Bentivi. A pesquisa teve como objetivo analisar os discursos das notícias transmitidas pelos principais veículos jornalísticos do Maranhão e como o que era veiculado interferiu na intenção de votos do eleitorado de São Luís e da Raposa nas eleições para governador do Maranhão no ano de 2018.

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior - XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de graduação do Curso de Jornalismo da UFMA, e-mail: eddard12@outlook.com

³ Estudante de graduação do Curso de Jornalismo da UFMA, e-mail: larissasilvasouzarj@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UFMA, e-mail: lichangshuen@gmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UFMA.

Inicialmente, a pesquisa teve como ponto de partida duas hipóteses: 1) de que a cobertura dos candidatos ao Governo do Estado durante as eleições possuía um desequilíbrio com relação à cobertura feita pelos veículos midiáticos e que isso acontecia devido aos interesses políticos por trás de cada um deles; e 2) de que, quanto maior fosse o IDH do município analisado, maior seria a percepção do eleitor quanto a essa desproporção na cobertura.

Para o presente artigo, o recorte utilizado foi o da análise das rádios de frequência AM no Maranhão, dando foco às maiores em questão de audiência e alcance: Rádio Timbira, Rádio Difusora AM e Rádio Mirante AM. No decorrer do trabalho apresentamos um histórico de cada rádio, questões específicas acerca de cada uma e como pontos envolvendo sua criação e gestão contribuíram para que seus discursos apresentassem o atual contexto e significado. Além disso, tomamos como base algumas discussões teóricas que tratam da comunicação e transmissão feita pelo rádio. Também mostramos as notas metodológicas que basearam a pesquisa e detalhamos como cada método serviu para dar base à análise. Por fim, mostramos os resultados da pesquisa feita pelo Labjor, com foco nas rádios AM analisadas no artigo, fazendo um cruzamento entre a teoria jornalística, a catalogação de notícias nas rádios e a pesquisa de opinião realizada pelo grupo, a fim de responder as hipóteses levantadas.

Metodologia

A pesquisa girou em torno de três etapas: 1) o acompanhamento diário de todas as notícias que eram veiculadas nos principais veículos midiáticos do estado, entre rádio, jornal impresso e TV; 2) questionário de opinião aplicado no colégio de maior IDH-E (São Luís) e colégio de menor IDH-E (Raposa); 3) o cruzamento de todos os resultados obtidos com a catalogação das notícias com os resultados do questionário de opinião.

A catalogação das notícias que deram base a este recorte da pesquisa foi feita pelo acompanhamento diário de três programas: Passando a Limpo, da Rádio Difusora AM, apresentado por Osvaldo Maya das 08h às 10h; Jornal das Onze, da Rádio Timbira AM, apresentado por Ronald Pimenta e Maria Espíndola das 11h às 12h; e Ponto Final, da Rádio Mirante AM, apresentado por Roberto Fernandes das 08h às 12h. O foco da análise foram as notícias veiculadas sobre os candidatos Flávio Dino e Roseana Sarney

por terem uma maior intenção de votos e maior destaque na mídia, mas os demais candidatos também participaram da catalogação, apesar de ter havido uma baixa veiculação de notícias sobre eles.

O período de catalogação variou de acordo com as rádios, mas com data abrangendo o período pré-eleitoral, quando os candidatos ainda não são oficiais, e o eleitoral, quando todos já estão definidos. O Passando a Limpo foi analisado de 28 de maio a 20 de agosto, pois no início de setembro a Difusora AM migrou para a frequência AM, mudando sua programação. O Jornal das Onze foi analisado entre os dias 08 de maio e 12 de julho pois, por questões judiciais que envolviam campanha eleitoral implícita no conteúdo da Rádio Timbira, ela foi proibida de veicular informações sobre o governador Flávio Dino. Já o Ponto Final teve o período de catalogação do dia 05 de maio a 05 de outubro.

As notícias catalogadas seguiram critérios bem específicos que estão registrados em um livro de códigos de propriedade intelectual do Labjor, que determinou quais seriam utilizadas, como data, candidato, valência, enquadramento noticioso dos personagens, componente enquadrado, quem fala, espaço para quem fala, tempo de transmissão, fontes e conteúdo da transmissão. Desses, apenas os critérios de valência e enquadramento são analisados neste trabalho pois irão ser cruzados com os resultados da pesquisa de opinião, que aborda esses pontos. Na valência, analisamos se as matérias era positivas (se possuísem aspectos que favorecessem o candidato) e negativas (se apresentasse pontos que desfavorecessem ou trouxessem críticas ao candidato). No enquadramento, foram criadas subcategorias de análise que definiram como o personagem era retratado na narrativa: vilão, mocinho, vítima, herói, confiável, não confiável, competente, incompetente, corajoso ou covarde.

A pesquisa de opinião foi realizada nos dias 22 e 23 de setembro de 2018 em São Luís e Raposa, os municípios que possuem o maior e menor IDH-E, respectivamente, da Ilha de São Luís. Na capital São Luís, que possui uma base de 692.497 eleitores, foram aplicados 384 questionários. Já na Raposa, com 18.090 eleitores, foram 262 questionários. O questionário continha 8 questões sobre dados demográficos, informações sobre idade e formação dos entrevistados, por quais

veículos acompanhava as notícias e a percepção que possuíam da cobertura dos candidatos.

A Cobertura das Rádios AM no Maranhão

A relação entre mídia e política no estado do Maranhão definiu as bases para a criação do estado como se conhece hoje, já que as família Sarney e Lobão sempre “usaram as suas máquinas de jornalismo e propaganda como peças estratégicas no processo de construção hegemônica no Maranhão” (ARAÚJO, sp, 2018). Além disso, é possível ver um rádio AM sintonizado na maiorias dos interiores maranhenses, já que

As rádios AM são importantes veículos de comunicação em um estado como o Maranhão, onde o índice de analfabetismo ainda é alto (16,7% de acordo com a pesquisa Pnad/2017), o acesso à internet é baixo (56,1% dos domicílios têm acesso à rede, Pnad/2017) e a população rural é grande (36,93%, dados da Estimativa Populacional 2016 do IBGE) (SHUEN e BENTIVI, p. 15, 2019).

Tomando como base os estudos de Guazina (2011) acerca da cobertura adversária que, segundo a autora, é a cobertura que busca legitimar o Jornalismo como um poder e ator fundamental da cena pública, prezando pela oposição entre os campos jornalístico e político. Partindo desse conceito, ao analisarmos os veículos de rádio do estado fica perceptível a quebra da cobertura adversária, sendo o contrário, pois atrela os dois campos e um se utiliza do outro para se legitimarem. Tomando como base essa ideia, podemos ver que os veículos midiáticos maranhenses agem de forma a guiar a população a um pensamento previamente estabelecido, incluindo pautas às discussões cotidianas, como explica Hohlfeldt (1997) quando trata da hipótese do agendamento (ou agenda-setting), proposta pelo norte- americano Maxwell McCombs.

O conceito de agendamento se liga diretamente à ideia do enquadramento (ou framing), abordado por Rosseto e Silva (2012) a partir dos estudos de Entman (1993), que vai explicar o modo como as narrativa jornalística seleciona alguns aspectos de uma realidade e os manipulam para que sejam destacados no texto, o que leva a uma percepção desproporcional do fato por meio desse destaque. É essa seleção que faz com que o público passe a criar imagens pré-definidas; no caso do trabalho, que o eleitor crie imagens políticas dos candidatos, como explica Borba (2005) ao tratar do comportamento do eleitor brasileiro ao dizer que “[...] a decisão do voto, para a grande maioria do eleitorado, está fortemente estruturada pelas ‘imagens políticas’ e avaliações que o eleitor

faz de algumas características pessoais dos candidatos em disputa” (BORBA, p.161, 2005). Além disso, baseado nos estudos de Castro e Reis, ele explica que

o voto da grande maioria do eleitorado orientar-se-ia através das “imagens” dos candidatos, que seriam “difusas” e “vagas”, porém não totalmente imprevisíveis e aleatórias, pois, assim como Reis, a autora defende a tese de que o eleitor não sofisticado votaria, em grande parte, no candidato que lhe consegue transmitir a “imagem” de defensor privilegiado dos “pobres”, dos “trabalhadores”, da “maioria da população” (BORBA, 2005, p.158).

Dessa forma, fica claro que as rádios analisadas no trabalho utilizam artifícios para que as notícias comuns passem a apresentar um significado positivo ou negativo, que depende do interesse de cada veículo. Tendo como base os estudos de Goffman, citado por Sanfelice (2012), passamos a ter uma ideia maior de como se dá esse processo. O autor trabalha o conceito de esquema primário, que é “o ato de atribuir significado a algo que, de outra maneira, estaria desprovido de significação [...]”(GOFFMAN *apud* SANFELICE, 2012, p.43), que se transforma de acordo com certas lógicas, como a tonalização, que se “trata de reposicionar um acontecimento a partir de outro ângulo de percepção” (GOFFMAN *apud* SANFELICE, p.44, 2012). Para ilustrar os conceitos e como as notícias são enquadradas, vamos pensar na notícia da pavimentação de uma avenida na cidade: 1) a rádio Timbira informa que a avenida foi pavimentada nesse local graças aos esforços do governador Flávio Dino e que o novo empreendimento irá beneficiar a população; 2) a Rádio Difusora AM informa que a pavimentação da avenida foi realizada anos depois do apelo da população e que, mesmo assim, as condições do asfalto são ruins; 3) a Rádio Mirante AM fala que o governador comunista não coloca nem ao menos um asfalto decente na cidade e gasta o dinheiro público com regalias, em seguida aborda notícias de várias outras ruas sem asfalto.

Rádio Timbira AM

Segundo Rodrigues (2006), a Rádio Timbira foi inicialmente nomeada de Rádio Difusora, inaugurada oficialmente no ano de 1941 fruto da ação do interventor federal no Maranhão, Paulo Ramos. Foi a primeira emissora de rádio do estado, durante o governo de Getúlio Vargas. Em 1995, quando se iniciou a gestão da governadora Roseana Sarney, os cargos da emissora foram extintos e as atividades da rádio paralisadas. No entanto,

com a posse do governador Flávio Dino em 2015, a rádio passou por uma reestruturação completa, ganhando uma nova identidade e resgatando sua credibilidade.

Ao pensarmos a questão da Rádio Timbira quanto à sua denominação de rádio pública ou estatal, algumas dúvidas podem surgir por conta do seu conteúdo. No entanto, partindo dos estudos em comunicação pública de Moura e Kneipp (2017), baseando em Bucci (2013), pode-se entender melhor a questão e adequar a Timbira a um dos tipos de rádio, já que, para as autoras, para uma emissora ser definida como estatal ela precisa 1) ser vinculada ao Estado; 2) gestão sob administração dos três poderes da República e 3) programação a serviço do Estado. Já a emissora pública tem sua gestão feita por um conselho, natureza não vinculada ao Estado e programação com total autonomia. Logo, a Timbira se encaixa totalmente no conceito de emissora pública.

Nesse sentido, o conceito de comunicação pública proposto por Moura e Kneipp (2017), baseado nos estudos de Duarte (2012), se mostra contrário ao tipo de comunicação feita pela Rádio Timbira, visto que a comunicação pública pode ser definida com um sentido mais amplo do que apenas informar, mas também incluir a possibilidade de o cidadão ter conhecimento da informação que lhe diz respeito e a possibilidade de expressar suas posições, participando ativamente e obtendo orientação, educação e diálogo.

No intervalo de 08 de maio a 12 de junho, foram catalogadas 125 notícias no programa Jornal das Onze, da Rádio Timbira. De todas, apenas uma tratou de Roseana Sarney, que foi enquadrada como vilã e com valência negativa. Todas as 124 restantes buscaram abordar as ações do Governo do Estado e da figura de Flávio Dino, sendo sempre positivas e mostrando aspectos positivos do personagem e de suas ações como governador.

Rádio Difusora AM

A Rádio Difusora foi inaugurada no dia 29 de outubro de 1955 sob o comando de Raimundo Bacelar, tornando-se a quarta emissora maranhense de rádio (RODRIGUES, 2006). No entanto, durante as eleições de 1986, houve uma estratégia para o controle da TV Difusora, também de propriedade de Raimundo Bacelar, que mostrava resistência em repassar os direitos de transmissão da Rede Globo para a família Sarney, baseando-se no “enfraquecimento político, o endividamento financeiro e, por fim, o cerco aos negócios

da família Bacelar” (FERREIRA, 2011, p.6). Após vários acordos e venda de ações da emissora à família Lobão, ela passa a ser controladora de 100% das ações da TV Difusora (FERREIRA, 2011, p.8). A partir de 17 de setembro de 2018, a Rádio Difusora AM migrou para a frequência FM e foi renomeada como Nova FM 93,1MHz.

Com relação à audiência das emissoras, Emir (2017) informa em uma matéria do seu blog que a Difusora AM 680 estava em segundo lugar no ranking de rádios mais ouvidas do site radios.com.br em agosto de 2017. No mesmo período, a Rádio Timbira encontrava-se em terceiro lugar no ranking. Já no período de agosto de 2018, antes da migração da Difusora AM para a Nova FM, a rádio encontrava-se no terceiro lugar do ranking e a Timbira em segundo.

No período de 28 de maio a 20 de agosto, 108 notícias foram catalogadas sobre Flávio Dino e Roseana Sarney no programa Passando a Limpo, sendo analisadas de acordo com o enquadramento de cada narrativa. Do total analisado, apenas 9 notícias trataram da candidata Roseana Sarney, que apareceu com valência positiva e enquadrada como competente pelas gestões passadas ou vítima do atual governo. De acordo com a segunda lógica de transformação do esquema primário abordada por Goffman, citado por Sanfelice (2012), a *maquinação*, que tem o propósito de induzir uma falsa convicção do que realmente está acontecendo com a intenção de “produzir engano ou trapaça, situando alguém no papel de ‘vítima da armação’” (GOFFMAN *apud* SANFELICE, 2012, p.44). Já para Flávio Dino foram veiculadas 99 notícias do total analisado. Ele aparece em 95 notícias com valência negativa e sendo sempre enquadrado como vilão e incompetente. Apenas 4 notícias foram colocadas como positivas e o enquadram como competente, mas sempre por falas de secretários de governo ou de algum órgão estadual/municipal.

Mesmo não sendo de propriedade da família Sarney, a rádio Difusora AM, atualmente Nova FM, deixa claro o seu posicionamento de oposição ao governo atual e constantemente rememora feitos da gestão Sarney e ações realizadas pela família Lobão, sempre colocando-os em um embate com o que vem sendo feito no estado desde a posse do governador Flávio Dino, em 2015. Tudo isso ocorre pois “o Sistema Difusora de Comunicação, de propriedade da família Lobão, funciona como auxiliar ideológico da família Sarney, que controla o Sistema Mirante” (SHUEN e BENTIVI, 2019, p.17). Dessa forma, ambas as emissoras acabam sendo legitimadoras dos discursos de cada uma.

Rádio Mirante AM

No Maranhão, a ascensão social e política da família Sarney, que inclusive chegou à Presidência da República, marcou a comunicação do estado pela formação de oligarquias segundo Couto (2007). A primeira transmissão da rádio AM foi no dia 10 de maio de 1988, e atualmente tem 20 afiliadas pelo interior do estado, chegando a 200 dos 217 municípios. O sistema Mirante conta com a rádio AM, rádio FM, Tv, jornal impresso e vários portais online. No site da Mirante, eles afirmam ser o 4º maior grupo de comunicação do Nordeste e o maior de Maranhão.

A emissora é a que tem a maior audiência entre as rádios AM do Maranhão. Segundo a pesquisa de opinião aplicada pelo Labjor, a Mirante lidera a audiência das rádios com 17,5% de audiência em São Luís e 16% na Raposa, seguida pela rádio Difusora AM com 15% e 13% respectivamente. A rádio Timbira AM apareceu em terceiro com 6,5% em São Luís e 9,6% na Raposa.

No programa Ponto Final, das 389 notícias catalogadas, Flávio Dino foi mencionado em 287 delas, muito à frente da segunda colocada Roseana Sarney, com 66 notícias. Sobre o candidato Flávio Dino, apenas em 93 das vezes em que é mencionado a campanha dele foi a notícia, as demais citações se referiam a Dino enquanto governador. O apresentador Roberto Fernandes justificou diversas vezes no programa que a rádio, por ser uma concessão pública, não poderia veicular notícias ou comentários sobre nenhum dos candidatos. Por isso que a imagem de Dino era sempre mencionada enquanto gestor, assim como Roseana como antiga gestora.

Ao todo, 242 das 287 notícias sobre o governador Flávio Dino foram classificadas com valência negativa. Enquanto do contrário, Roseana teve 50 das 66 notícias com valência positiva. Os demais candidatos (Maura Jorge, Roberto Rocha, Odívio Neto e Ramon Zapata) representam juntos 11% das notícias veiculadas no Ponto Final. Estes candidatos foram citados somente quando eram divulgadas as agendas de campanha e no debate da Tv Mirante. Ainda que pouco mencionados, as classificações de valência desses personagens são quase totalmente positivas.

Das transmissões em que Dino foi mencionado, em 37% das notícias é enquadrado como vilão, em 27,5% como covarde e em 21% como incompetente. Enquanto em apenas 14,5% foi enquadrado positivamente como mocinho, herói ou competente. Roseana foi enquadrada 50 % das vezes como mocinha, e em 33% como confiável e competente. A

maioria das vezes em que a ex-governadora foi enquadrada negativamente foi pela participação dos ouvintes ao vivo, afinal, não iriam tirar do ar no mesmo instante. Em seguida era prontamente defendida pelo apresentador ou outro ouvinte favorável. Em apenas 15% das transmissões em que foi mencionada, ela foi enquadrada como vilã ou incompetente.

Os resultados reafirmam a relação de muitos anos da política com a comunicação no Maranhão. O sistema Mirante, juntamente com o apoio político da família Sarney, governou o Maranhão pelos últimos 50 anos (COUTO, 2007) até a eleição de Flávio Dino em um improvável arranjo do PCdoB com o PSDB (SOUSA, 2018). A Mirante, que agora cumpre o papel de ser contra as ações do Governo do Estado, passa a noticiar que “no Maranhão de agora nada dá certo, nada funciona, regredimos de um patamar que, anteriormente, o jornal descrevia como bom” (SOUSA, 2018, p.16).

Comparativo Entre as Rádios

Cada um dos veículos analisados tem conteúdo jornalístico constante, mas com divergências em sua cobertura e enquadramento das notícias, principalmente ao que se refere ao governo do estado. Os posicionamentos têm origem na própria fundação de cada rádio e seu processo de consolidação definiu as bases para o tipo de conteúdo apresentado nos dias de hoje.

Ao analisarmos as notícias dos programas, é perceptível o teor partidário e a distância do jornalismo responsável. Isso fica claro ao vermos que praticamente todas as notícias do Passando a Limpo e Ponto Final buscavam criar o “vilão Flávio Dino”, enquanto o Jornal das Onze buscava criar o “herói Flávio Dino”.

Cada posicionamento das rádios define como cada personagem dentro da narrativa jornalística no período eleitoral vai ser construído. É dessa forma que surgem os vilões e mocinhos, que são constantemente enfatizados nas notícias e que vão tecer a opinião dos ouvintes de cada rádio.

De acordo com os estudos de Mont’ Alverne, tendo como base os estudos de Van Dalen (2015), essa atenção dada aos políticos por cada emissora reforça o poder deles no sistema político, pois líderes partidários recebem mais atenção se comparados a outros membros, o que lhes dá uma vantagem estratégica, já que podem usar a atenção dada a eles pela mídia para influenciar a opinião pública.

“O jornalismo não é apenas um conjunto de técnicas de recolha, processamento e publicização de fatos transformados em notícia. O jornalismo é, fundamentalmente, uma atividade política” (GRAMSCI, 2006, *apud* SOUSA, 2018, p. 19). O que nos permite dizer que a política das empresas e a subjetividade dos jornalistas, impedem que o discurso veiculado seja imparcial, pois

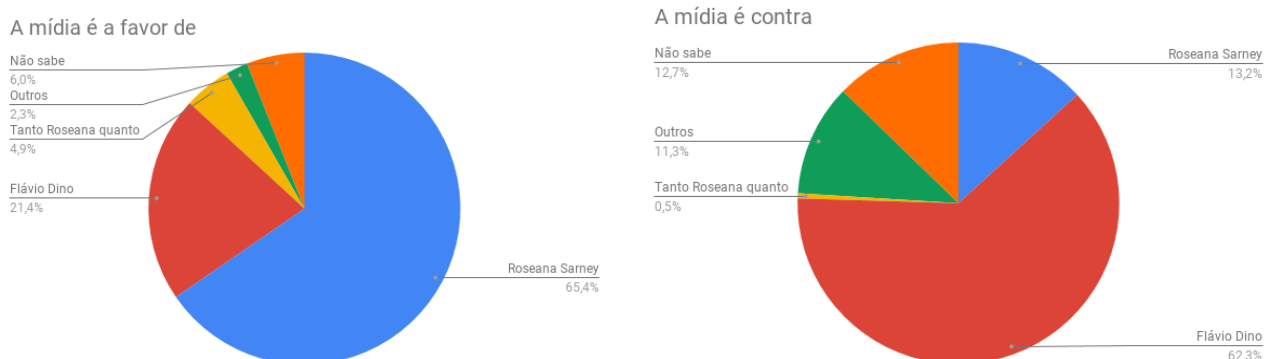
A técnica, que promete objetividade e imparcialidade, apenas legitima visões de mundo de quem faz a mediação entre o fato e o público que consome notícias, visões estas influenciadas por questões pessoais, socioculturais e organizacionais (Schudson, 1978). Em seus estudos, Sousa (2002) aponta ainda que, além dos fatores apontados por Schudson, a notícia é uma construção influenciada por fatores ideológicos, históricos e tecnológicos (SOUSA, 2018, p.19).

Mas como essa atenção e foco dado aos candidatos Flávio Dino e Roseana Sarney influenciou a intenção de votos do eleitorado? Com os cruzamentos dos dados gerais da pesquisa podemos ter uma noção de como o eleitor percebe a relação entre mídia e política no Maranhão, especificamente em São Luís e na Raposa, já que

No colégio eleitoral São Luís, 69,63% dos eleitores entrevistados acreditam que a mídia maranhense se posicionou a favor algum candidato nas eleições para governador. Quando perguntados se acreditavam que a mídia era contra a candidatura de alguém, os números nos mostram que para 43%, a cobertura não prejudicava ninguém enquanto que para 55,4% havia algum candidato sendo prejudicado. Outros 3,6% não souberam responder (SHUEN e BENTIVI, 2019, p. 11).

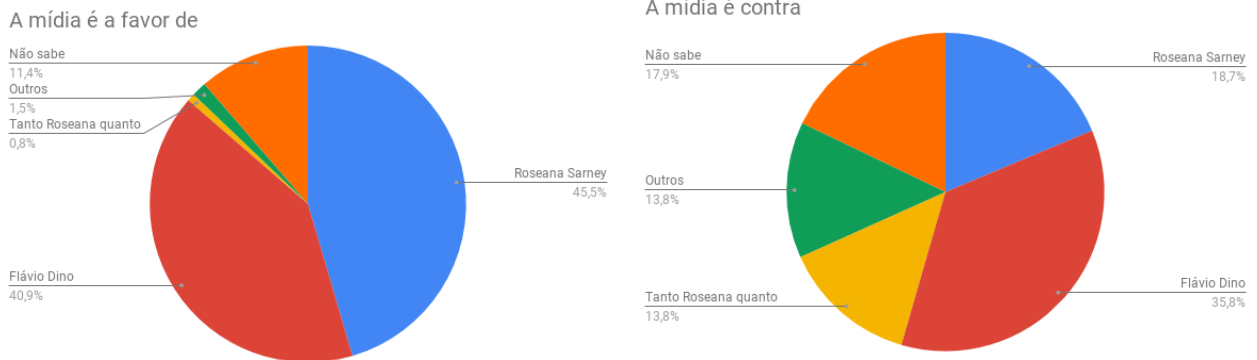
Os dados da pesquisa em São Luís mostram a parcialidade das transmissões:

Gráficos 1 e 2 – Fonte: Labjor



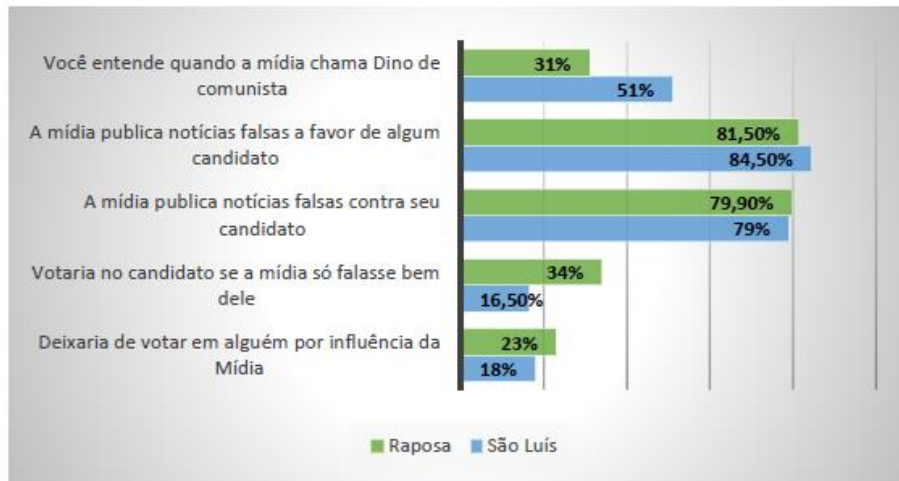
Na Raposa, os dados também demonstram que o público percebe a influência da mídia:

Gráficos 3 e 4 – Fonte: Labjor



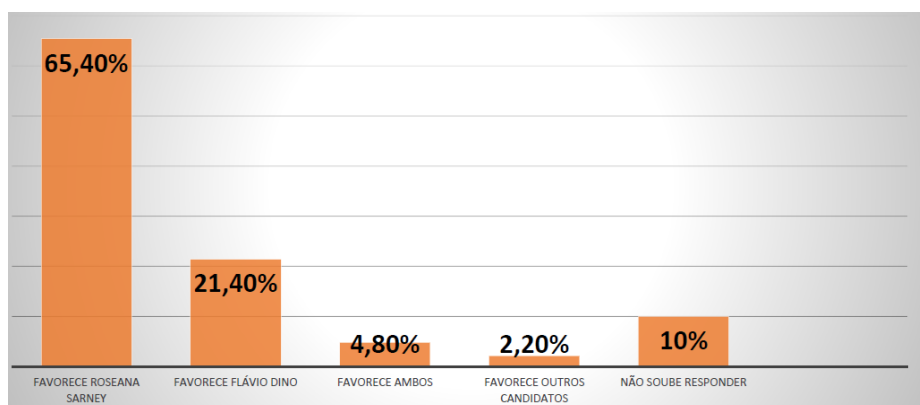
Ao partirmos para o teste de uma das hipóteses da pesquisa, por meio do questionário de opinião em São Luís e Raposa, de que a percepção do eleitor quanto à cobertura feita nos jornais era proporcional ao IDH-E do município, vimos que ela não se sustentou (SHUEN e BENTIVI, 2019), pois os resultados mostraram pouca diferença entre os municípios. Das oito questões, cinco estão expressas a seguir em um gráfico que demonstra a porcentagem de respostas “sim” para cada pergunta.

Gráfico 5 – Fonte: Labjor



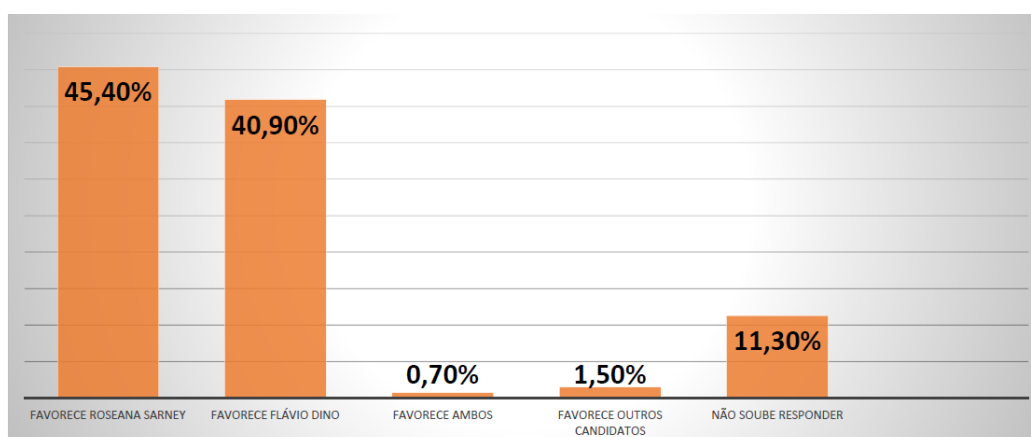
Outra questão levantada no questionário era da crença do eleitor no favorecimento da mídia a algum candidato ao Governo. Os dados obtidos em São Luís mostraram que 70,1% dos eleitores acredita que a mídia favorece certos candidatos. Desse total, o gráfico a seguir mostra a porcentagem de eleitores que acreditavam nesse favorecimento e em qual candidato.

Gráfico 6 – Fonte: Labjor



Já no município da Raposa, 52,2% dos eleitores que responderam à mesma pergunta do questionário, acreditam que a mídia favorece algum candidato. O gráfico a seguir mostra a porcentagem de cada tópico abordado no gráfico anterior.

Gráfico 7 – Fonte: Labjor



Com a apuração dos dados da pesquisa de opinião e a análise das notícias catalogadas, é possível notar que no colégio eleitoral com o maior IDH-E, São Luís, as pessoas fizeram uma leitura das notícias próxima da valência geral da cobertura que foi feita pela mídia. Isso se comprova quando cruzamos os dados gerais com o que foi obtido nas coberturas individuais das rádios monitoradas, pois a maior parte do que foi veiculado pelo Passando a Limpo e Ponto Final tinha tendência a passar uma imagem negativa de Flávio Dino e positiva de Roseana Sarney. O mesmo cabe para o município Raposa, onde a maioria do eleitorado questionado considerou que Roseana Sarney possuía um maior

favorecimento na mídia. Dessa forma, a hipótese de que o município de menor IDH-E teria a menor percepção, é considerada nula.

Com relação ao eleitorado do município Raposa e a percepção da mídia na região, um ponto deve ser destacado. Durante a aplicação do questionário de opinião no município, os moradores relatavam para a equipe que fez a pesquisa que a região não possuía um bom sinal de transmissão da Rádio Timbira, o que fazia com que a população não tivesse acesso ao seu conteúdo. Na verdade, as rádios mais ouvidas eram a Mirante e Difusora. Além disso, a maioria dos moradores afirmou que a candidata Roseana Sarney levou mais benefícios à cidade durante sua gestão do que o atual governador, Flávio Dino. Essas informações foram importantes para concluirmos algo ao cruzar os dados obtidos: ao não ser exposta ao contraditório, ou seja, notícias que mostrassem um viés heroico do personagem Flávio Dino e sua gestão, algo presente na Rádio Timbira, a população vira adepta do discurso da mídia predominante; no caso, o discurso de oposição ao governo das rádios Difusora e Mirante AM. Esse ponto corrobora o que foi proposto pela teoria do agendamento (ou Framing), pois a forma como a imagem de cada personagem é criada dentro da narrativa jornalística é fundamental para que o público possa ter uma visão definida ou passe a estabelecer essa visão, o que molda os diálogos públicos sobre os temas políticos (ROSSETO e SILVA, p. 108, 2012).

Considerações Finais

Neste artigo fizemos um comparativo entre as coberturas das rádios AM do Maranhão durante as eleições e pudemos compreender que tipo de personagens foram construídos durante as transmissões. Os enquadramentos noticiosos como vilão, mocinho e herói foram precisos na descrição de como Flávio Dino e Roseana Sarney apareceram nas notícias veiculadas. Roseana representou, para a Mirante e Difusora, o passado glorioso (como eles acham que eram) de quando a família Sarney estava no poder. Um saudosismo quase sacro da era de ouro da ex-governadora, sempre ligada a família e conservadorismo. Essas mesmas emissoras apresentaram Dino como ruim, incapaz, covarde e perseguidor, quase como o comunista que come criancinhas, como na lenda urbana. A Timbira adotou o personagem de Dino como um herói competente enquanto quase não se deu ao trabalho de enquadrar Roseana.

Os resultados também apontam que, em ambos os colégios eleitorais, os ouvintes não acreditam completamente nas notícias veiculadas. O eleitorado entende que os veículos de comunicação têm interesses e conseguem fazer uma leitura crítica sobre as notícias publicadas que não refletem as realidades individuais das comunidades. Que o jornalismo em época de campanha eleitoral pode servir como instrumento influenciador, e rejeitam essa ideia de serem manipulados pela mídia.

Referências

- ARAÚJO, Ed Wilson. **SILÊNCIO NA PODEROSA: a Difusora AM está muda(ndo).** Ed Wilson Araújo, 2018. Disponível em: <<http://edwilsonaraujo.com/2018/09/17/silencio-na-poderosa-a-difusora-am-esta-mudando/>>. Acesso em: 21 de nov. de 2018.
- BORBA, Julian. **Cultura política, ideologia e comportamento eleitoral:** alguns apontamentos teóricos sobre o caso brasileiro. Opinião Pública, Campinas, v. 11, n. 1, p. 147-168, mar. 2005.
- COUTO, Carlos Agostinho Almeida de Macedo. Estado, Mídia e Oligarquia: poder público e meios de comunicação como suporte de um projeto político para o Maranhão. Tese (Doutorado em Políticas Públicas) – Universidade Federal do Maranhão, UFMA, São Luís, 2007.
- EMIR, Diego. **Difusora 680 está entre as mais ouvidas e segue rumo a liderança entre as rádios AM no Maranhão.** Diego Emir, 2017. Disponível em: <<http://diegoemir.com/2017/09/difusora-680-esta-entre-as-mais-ouvidas-e-segue-rumo-lideranca-entre-as-radios-am-no-maranhao/>>. Acesso em: 21 de nov. de 2018.
- FERREIRA, Franklin Douglas. **20 ANOS DA CAPTURA DA TV DIFUSORA POR SARNEY/LOBÃO:** política, negócios e clientelismo eletrônico em torno da retransmissão da Rede Globo no Maranhão. In: V Jornada Internacional de Políticas Públicas, 2011, São Luís.
- 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.
- MIRANTE. **Rádio Mirante AM,** 2019. Página “Quem Somos”. Disponível em: <<https://imirante.com/miranteam/quem-somos/>>. Acesso em: 05 de mai. de 2019.
- MONT’ALVERNE, Camila. **A quem se dirigem os editoriais?** Um estudo acerca de personagens e instituições mencionadas pelos jornais O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo. 2017. Revista Brasileira de Ciência Política, no 23. Brasília, maio - agosto de 2017, p.7-34.
- MOURA, Deyse Alini de. KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. **A comunicação pública e a função social do rádio:** reflexões sobre o radiojornalismo de interesse público no Brasil. Revista Rádio-Leituras, Mariana-MG, v. 08, n. 01, pp. 132-157, jan./jun. 2017.

RODRIGUES, Adriano. **Jornalismo nas Ondas do Rádio Estudo de caso:** Análise crítica do programa “O Ministério Público e a Cidadania”. Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2006.

ROSSETO, G. & SILVA, A. (2012). **Agenda-setting e Framing:** detalhes de uma mesma teoria? In Intexto (pp. 98-114). Porto Alegre. UFRGS n.26, jul. 2012.

SANFELICE, G. R. **Enquadramento:** origens, principais influências e usos do conceito. In: PIRES, G.L.; LISBÔA, M.M. (Org.). Quem será. 1ed. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2015, v. 1, p. 33-52.

SHUEN, Li-Chang; BENTIVÍ, Zefinha. **OBSERVATÓRIO DO JORNALISMO NAS ELEIÇÕES NO MARANHÃO:** a reeleição de Dino e a crise de confiança na mídia tradicional. Artigo apresentado no 8o Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política. Brasília, 15 a 17 de maio de 2019.

SOUSA, Li-Chang Shuen Cristina Silva. **Os Governos de Roseana Sarney e Flávio Dino nas manchetes de O Estado do Maranhão.** Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, vol. 25, núm. 1, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2018.