

O COMUNISTA NO PALCO DO ESPETÁCULO: uma análise do programa Ponto Final na cobertura das eleições de 2018¹

Larissa Silva Souza²
Universidade Federal do Maranhão – UFMA

RESUMO

Apresentamos neste artigo parte dos resultados da pesquisa Observatório de Mídia e Eleições 2018 no Maranhão, com recorte sobre o programa Ponto Final da Rádio Mirante AM. O objetivo do trabalho é analisar o posicionamento do programa em relação aos candidatos ao Governo do Estado, que praticou um jornalismo publicitário em favor da candidata Roseana Sarney e, quase que diariamente, atacou o candidato à reeleição Flávio Dino. A metodologia utilizada foi uma combinação de análise de valência, análise linguística e análise de narrativa. Os resultados mostram que o programa seguiu de forma duvidosa os critérios de noticiabilidade e valores-notícia, posicionando-se como ator político de oposição ao governo e candidatura do então governador Flávio Dino.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio; Jornalismo; Eleições 2018; Maranhão.

INTRODUÇÃO

Neste artigo vamos apresentar os resultados da pesquisa Observatório de Mídia e Eleições 2018 no Maranhão. O programa Ponto Final da rádio Mirante AM, apresentado por Roberto Fernandes, foi monitorado no período pré-eleitoral e eleitoral pelo Laboratório Integrado de Pesquisa de Práticas Jornalísticas (Labjor). Em algumas regiões do Maranhão, a única forma de informação chega por meio da rádio AM e a emissora do grupo Mirante tem a maior parte da cobertura no estado, chegando a 200 dos 217 municípios.

Por esse motivo, uma cobertura tendenciosa, que privilegia certo candidato e é contra outro, pode influenciar boa parte dos eleitores maranhenses. A hipótese principal da pesquisa sobre a rádio era se a Mirante conseguiria fazer uma cobertura imparcial, considerando que Roseana Sarney e família são proprietários da empresa de comunicação. Portanto, o pressuposto era de que o jornalismo praticado na cobertura seria de campanha privilegiada para Roseana e ataque direto ao candidato Flávio Dino.

¹Trabalho apresentado no IJ1 – Jornalismo no XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

²Graduanda em Comunicação Social – Jornalismo na Universidade Federal do Maranhão. Pesquisadora do Laboratório Integrado de Pesquisa e Práticas Jornalísticas.

A segunda hipótese, realizada a partir da construção da imagem de comunista de Dino pela mídia contrária, era sobre qual a percepção de comunismo pelos ouvintes eleitores.

Para quem nunca ouviu o programa Ponto Final, a Sociedade do Espetáculo de Guy Debord é o exemplo ideal para traduzir as 4h horas diárias de transmissão.

O espetáculo nada mais seria que o exagero da mídia, cuja natureza, indiscutivelmente boa, visto que serve para comunicar, pode às vezes chegar a excessos. Frequentemente, os donos da sociedade declaram-se mal servidos por seus empregados midiáticos; mais ainda, censuram a plebe de espectadores pela tendência de entregar-se sem reservas, e quase bestialmente, aos prazeres da mídia. (DEBORD, 1996, p. 171)

O exagero é a tônica do programa. Roberto Fernandes é o grande maestro dos gritos e reclamações dos ouvintes e, ao mesmo tempo, mediador de blogueiros maranhenses com comentários ácidos como confirmação da sua própria afirmação. Outra função do apresentador é a de pintor de um grande quadro onde Roseana está vestida de armadura, montada em um cavalo branco, imaculada e brandindo uma espada.

METODOLOGIA

A pesquisa do Observatório de Mídia das Eleições de 2018 foi baseada em dois eixos: o monitoramento da cobertura da mídia sobre as eleições e a investigação da percepção dos eleitores sobre essa cobertura.

A coleta de dados da pesquisa começou no dia 5 de maio de 2018. A data foi escolhida para que abrangesse o período pré-eleitoral, quando as alianças políticas estão sendo feitas e os candidatos ainda não são oficiais; e eleitoral, quando são definidos oficialmente os candidatos. O final da coleta foi no dia 5 de outubro. O monitoramento da rádio Mirante AM foi feito através do programa Ponto Final por ser um dos principais programas e de maior audiência. O Ponto Final vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 8h da manhã às 12h.

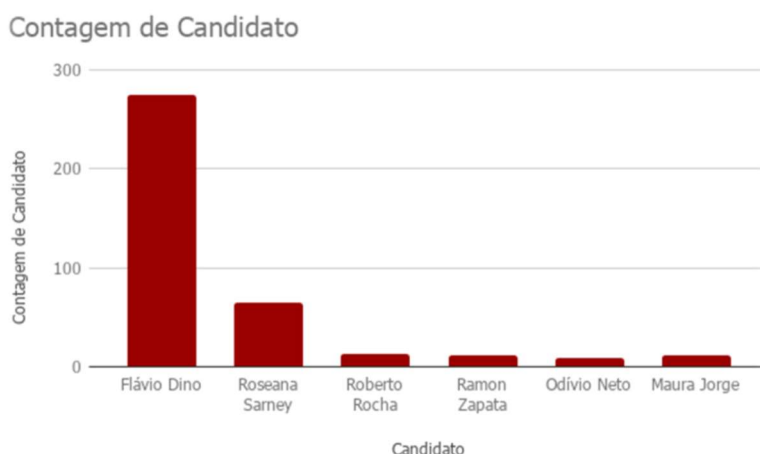
Trabalhamos com a categorização dos dados em: valência, componente enquadrado, enquadramento noticioso do personagem, tipo de transmissão, conteúdo, tempo, quem fala, fontes e se foi dado espaço para o candidato. Todos os candidatos foram incluídos na pesquisa, embora a maior parte dos dados e resultados estejam voltados para os principais concorrentes: Roseana Sarney e Flávio Dino.

A pesquisa de percepção dos eleitores foi realizada nos dias 22 e 23 de setembro. Os municípios compreendidos foram São Luís e Raposa, que são, respectivamente, o maior e menor IDH-E da Ilha de São Luís. São Luís tem uma base de 692.497 eleitores e foram aplicados 384 questionários. Na Raposa, com 18.090 eleitores, foram aplicados 262 questionários. A equipe de pesquisa do Labjor foi às ruas de ambos os municípios para aplicar os questionários. Cada questionário tinha 8 questões sobre dados demográficos, identificação dos entrevistados, quais veículos acompanha e a percepção que os eleitores têm da cobertura.

COBERTURA PROPAGANDISTA

O primeiro e mais perceptível dado coletado sobre o programa Ponto Final foi a quantidade de notícias veiculadas sobre o candidato à reeleição Flávio Dino. Das 389 notícias catalogadas, Dino foi mencionado em 287 delas, muito à frente da segunda colocada Roseana Sarney, com 66 notícias. Das notícias que mencionam Dino, apenas em 93 a campanha dele foi notícia, as demais citações se referiam a Dino enquanto governador. A justificativa apresentada no ar pelo apresentador Roberto Fernandes era de que, segundo a lei para concessões públicas, como a rádio, não pode veicular notícias ou comentários de nenhum candidato. Entretanto, a atuação enquanto ainda governador, era de interesse público e precisava ser denunciado.

Gráfico 1

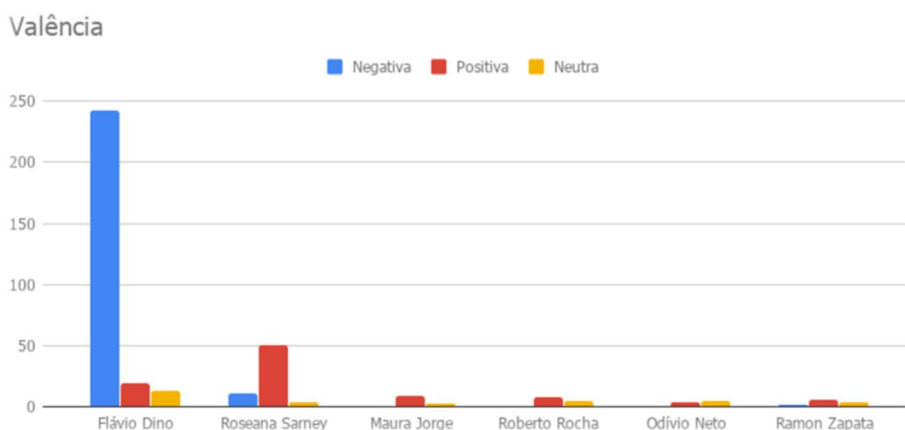


Fonte: Labjor

Enquanto gestor, Flávio Dino teve 84% das notícias categorizadas com valência negativa. Enquanto candidato, nas notícias sobre a campanha, 86% foram negativas. Ao todo, 242 das 287 notícias sobre o governador foram negativas.

Roseana Sarney foi citada 76% das vezes positivamente. Das notícias relacionadas à campanha, 79% são positivas. As demais notícias falam do legado dela como gestora, competência, colocando-a quase no patamar de deusa ou heroína, dados os elogios e comentários. Alguns programas chegaram a ser completamente dedicados à memória política da ex-governadora com séries de entrevistas e comentários do apresentador e ouvintes. Ao todo, 50 das 66 notícias que citam Roseana são positivas.

Gráfico 2

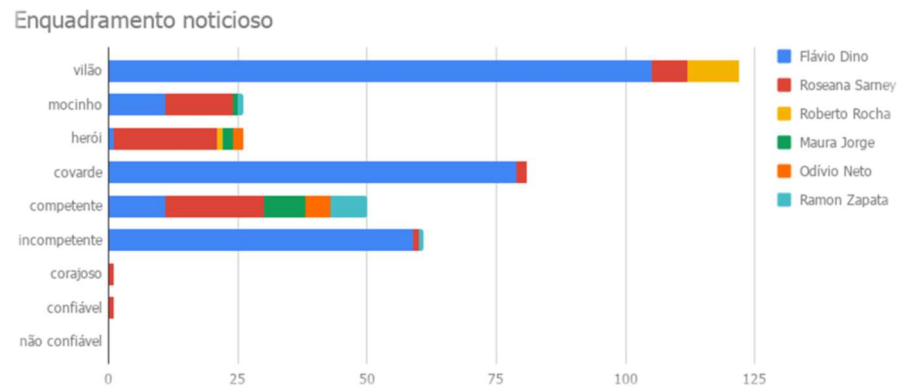


Fonte: Labjor

Os demais candidatos juntos (Maura Jorge, Roberto Rocha, Odívio Neto e Ramon Zapata) representam apenas 11% das notícias veiculadas no Ponto Final. Esses candidatos foram citados, em sua maioria, sobre agendas de campanha e no debate da Tv Mirante. Ainda que pouco mencionados, quando feito foi de forma elogiosa. Maura, Odívio e Rocha têm 0% de notícias de valência negativa. Zapata tem 9% de notícia negativa, que corresponde a uma única vez.

Flávio Dino foi enquadrado como vilão em 37% das notícias, como covarde em 27,5% e incompetente em 21%. Enquanto em apenas 14,5% foi enquadrado positivamente como mocinho, herói ou competente. Do completo oposto, Roseana foi enquadrada 50% das vezes como mocinha, e em 33% como confiável e competente. Todas as vezes em que foi enquadrada negativamente, foi pela participação dos ouvintes ao vivo, e era prontamente defendida em seguida pelo apresentador ou outro ouvinte favorável. Em apenas 15% das transmissões ela foi enquadrada como vilã ou incompetente.

Gráfico 3

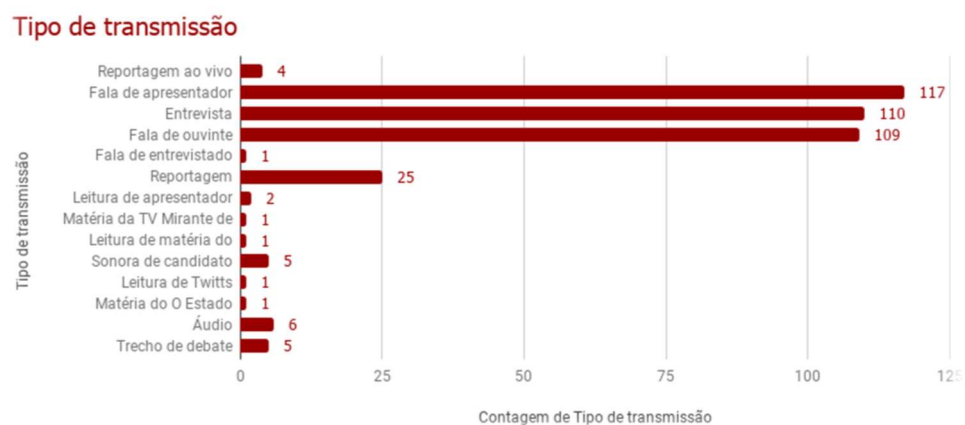


Fonte: Labjor

Durante o monitoramento, Dino teve direito a cinco direitos de resposta através da justiça.

Outro dado interessante é que as menções aos candidatos foram feitas majoritariamente por Roberto Fernandes, 30% das vezes. Entrevistas citaram 28% das vezes e ouvintes também 28%. Apenas em 3% das transmissões o candidato falou diretamente no programa, o restante foi somente citado. Pode-se concluir então que o programa é constituído em sua maioria de opinião e depende da participação assídua de ouvintes.

Gráfico 4



Fonte: Labjor

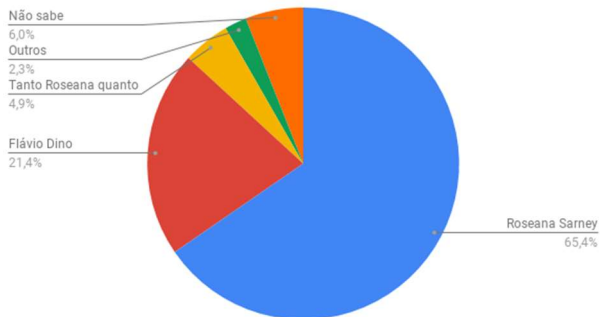
O apresentador falou inúmeras vezes que os comentários sobre os candidatos não estavam indo ao ar, embora tenha passado vários.

Os dados de monitoramento das notícias mostram a parcialidade das transmissões e também a pesquisa de percepção de mídia. Quando perguntados se a cobertura da mídia

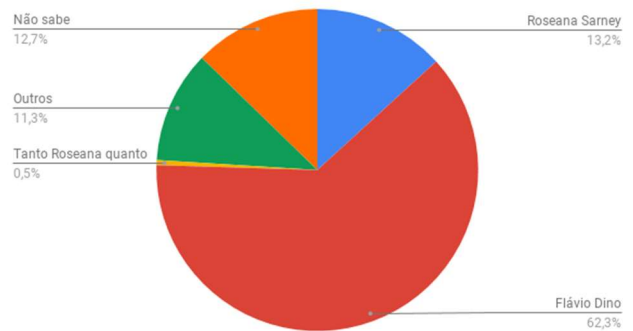
era a favor de algum candidato, 69% dos eleitores de São Luís acreditavam que sim. Para 43% das pessoas entrevistadas, a cobertura não prejudicava ninguém.

Gráficos 5 e 6

A mídia é a favor de



A mídia é contra

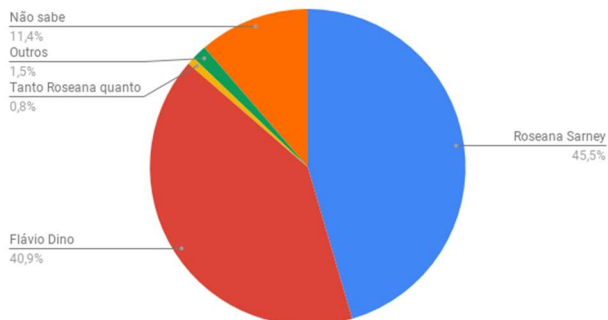


Fonte: Labor

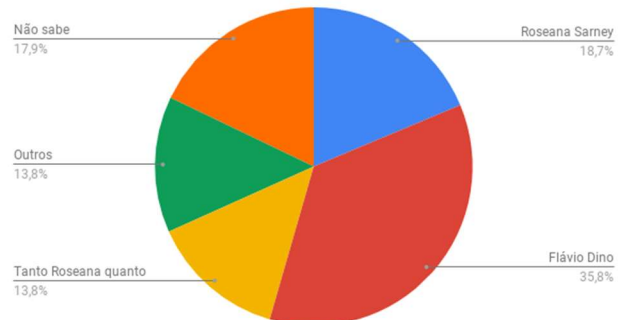
No colégio eleitoral da Raposa 50% dos entrevistados disseram perceber que a cobertura era a favor de algum candidato e 45% disseram que não.

Gráficos 7 e 8

A mídia é a favor de



A mídia é contra



Fonte: Labjor

BICHO-PAPÃO COMUNISTA

“Comunista” é uma das palavras mais faladas pelo apresentador do programa Ponto Final da rádio Mirante AM, Roberto Fernandes. A seu exemplo, ouvintes também expressam abertamente o ódio pelo “comunista”. Segundo Marx e Engels, o comunismo como ideologia política e socioeconômica pretende criar uma sociedade igualitária e sem classes sociais.

O objetivo imediato dos comunistas é o mesmo dos demais partidos proletários: a constituição do proletariado em classe, a derrubada do domínio da burguesia, a conquista do poder político pelo proletariado. (...) O que caracteriza o comunismo não é a supressão da propriedade em si, mas a supressão da propriedade burguesa (MARX e ENGELS, 1998, p.7).

A pesquisa de percepção perguntou ao eleitorado se saberiam o que a mídia queria dizer quando chamava Flávio Dino de comunista. 51% dos eleitores entrevistados de São Luís responderam que sim, e apenas 4 pessoas de 384 se aproximaram do conceito marxista. Na Raposa, 31% das pessoas responderam sim à pesquisa. Até mesmo grande parte de quem respondeu “sim” não sabia o que significa de fato. Entendem que chamar Flávio Dino de comunista era uma “coisa ruim”, negativa. Muitas respostas associaram comunismo com corrupção, ditadura, Lula e PT, até mesmo à falta de religião.

“Qual partido de oposição não foi qualificado de comunista por seus adversários no poder?” Coloca Marx e Engels no Manifesto Comunista ao fazer análise da conjuntura política da Europa em 1847. “Qual o partido de oposição, por sua vez, não lançou de volta a acusação de comunista, tanto a outros opositores mais progressistas quanto a seus adversários revolucionários?” (MARX e ENGELS, 1998, p.7).

A visão de comunismo igual a ruim tem uma longa estrada, e é veiculada com essa conotação há décadas pela mídia brasileira. Como exemplo, a propaganda contra a ameaça comunista que impulsionou o Golpe Militar em 1964. Borba aponta que “isto foi o que ocorreu na década de 1930 no Brasil, quando fórmulas novas, como o fascismo e o comunismo, começaram a ameaçar a ‘ordem’” (BORBA, 2005, p. 6). Segundo o autor, uma ideologia secundária precisou ser elaborada para que a ideologia primária fosse abafada.

A Mirante se vale da imagem pejorativa do “comunismo” associada às notícias tendenciosas para impregnar a imagem de ameaça em Flávio Dino. Mesmo que os ouvintes não consigam entender o socialismo e comunismo como posição política, entendem e associam à mensagem que a grande mídia nacional associa aos países Cuba e Venezuela.

Na última semana antes das eleições, Flávio Dino teve direito de resposta por ter sido acusado de apreender e leiloar motos da população. A “denúncia” foi enquadrada como roubo de bens particulares, reforçando a ideia de que comunistas iriam tirar todos os bens da população. Além de diversas acusações de censura da imprensa e regime ditatorial por meio do governador.

FAKE NEWS

A rádio Mirante AM tem a maior audiência entre as rádios AM do Maranhão. Na pesquisa de percepção, ela apareceu 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.

Ainda que com a liderança em audiência, maior que a dos veículos impressos, perdendo apenas para a TV, outra grande e recorrente pauta de “denúncia” de Roberto Fernandes foi a divulgação de *fake news* pela rádio Timbira. Frequentemente, o locutor anunciava uma nova notícia que fora divulgada e que seria mentira. Em algumas dessas notícias foi alegado que Flávio Dino apenas renomeou e reinaugurou obras deixadas pela ex-governadora Roseana Sarney. Como, por exemplo, a inauguração dos novos IEMAS³.

Ao mesmo tempo, ao driblar os critérios de noticiabilidade e manipular o que colocar no ar, o Ponto Final também estaria produzindo *fake news*. Ainda que, quando acusado, Roberto Fernandes desafia qualquer ouvinte a provar que ele está “faltando com a verdade” (essa fala é dele mesmo).

Porém, o dado mais interessante da pesquisa não vem das esbaforidas transmissões de Roberto, mas da falta de credibilidade do jornalismo em si. A pesquisa de percepção também perguntou aos eleitores se eles acreditavam que a mídia publicava *fake news* em favor de algum candidato. 81,5% de São Luís e 84,5% da Raposa responderam “sim” para esta pergunta. Outra pergunta sobre a temática foi: “a mídia publica notícias falsas contra seu candidato?” Os dados mostram que 79,9% pessoas em São Luís e 79% na Raposa acreditam que sim, que a mídia publica notícias falsas sobre seu candidato.

Esses dados mostram que ainda que a população utilize os meios tradicionais para se informar, o jornalismo realizado por eles não tem mais a mesma credibilidade de outrora. As pessoas aceitam as notícias e reportagens com desconfiança.

Quando perguntadas se deixariam de votar em alguém por influência da mídia, apenas 23% em São Luís e 18% na Raposa responderam que sim. Então podemos inferir que, mesmo que a Mirante tenha a maior audiência, mesmo com a campanha de ataques diários tentando atrelar a imagem de Flávio Dino ao negativo, a influência sobre o eleitorado não tem o mesmo poder de outrora. As pessoas entendem que notícias falsas podem ser publicadas para favorecer ou desfavorecer alguém, mesmo que em um meio tradicional.

³ Intitutos Estaduais de Ciência e Tecnologia do Maranhão criados em 2015 pelo governador Flávio Dino. Atualmente conta com 13 unidades plenas em funcionamento.

As 14,5% de vezes em que Flávio Dino foi enquadrado positivamente, segundo resultados do monitoramento já supracitado, se deu de comentários de ouvintes. Até mesmo os próprios ouvintes chegaram a reclamar da imparcialidade do apresentador. Quando esse fato acontecia, Roberto Fernandes ofendido pelas denúncias, falava durante minutos o quanto “isso era uma inverdade” e que eram ataques diretos do Palácio dos Leões, como forma de censura.

Outro exemplo de que os critérios de noticiabilidade na escolha das notícias foi duvidoso, é que Roberto não apresentava pesquisas de intenção de voto que mostrava Dino em primeiro, apenas divulgou quando perguntado pelos ouvintes. A outra vez que foi divulgada espontaneamente foi quando Roseana iria para o segundo turno.

Segundo Echaniz e Pagola (2007) existem diversas técnicas para a manipulação da informação. “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” (ECHANIZ; PAGOLA, 2007, p.130). Dentre as técnicas citadas pelos autores destacaremos o silenciamento, enfoque interessado e dramatização da realidade.

O silenciamento dá-se claramente quando apenas um dos lados é ouvido, a não ser que tenha uma ação judicial. A imensa quantidade de matérias negativas sobre reclamações ao Governo atual caracteriza a técnica do enfoque interessado. A dramatização da realidade pode ser classificada durante cada transmissão do programa, como já citado, o espetáculo criado pelo apresentador de que “o Maranhão nunca esteve pior”.

Shuen e Bentivi (2019) convergem com Maffesoli (2010) a respeito da opinião pública e opinião publicada. Segundo o autor a opinião publicada pretende ser mais que apenas uma opinião, mas um saber enquanto a pública tem consciência de sua fragilidade. “Quanto à ‘opinião publicada’, ela continua a repetir exaustivamente algumas ideias convencionais, lugares-comuns e outras verborragias com base nos bons sentimentos” (MAFFESOLI, 2010, p.20).

São estes “lugares comuns” e “verborragias” que ainda estão presentes em concepções e práticas do jornalismo que se sustentam no ideal de que os fatos falam por si e que o domínio de rituais estratégicos viabilizaria emergir o real – o verdadeiro, nas notícias. Tais práticas, além de não darem conta de uma objetividade presumida, mas nunca realizada, resultam em textos que supõem a incapacidade de o leitor articular os fatos (SHUEN e BENTIVI, 2019, p. 10).

Debord aponta que o espetáculo mantém um segredo generalizado por trás como complemento decisivo. “O fato de já não ter contestação conferiu à mentira uma nova qualidade (...). A mentira sem contestação consumou o desaparecimento da opinião pública” (DEBORD, 1996, p.176).

O governo do espetáculo, que no presente momento detém todos os meios para falsificar o conjunto da produção tanto quanto da percepção, é senhor absoluto das lembranças, assim como é senhor incontrolado dos projetos que modelam o mais longínquo futuro. Ele reina sozinho por toda parte e *executa seus juízos sumários* (DEBORD, 1996, p.174).

O espetáculo faz sua dominação fazendo sumir todos os comentários razoáveis, organizando a ignorância.

CONCLUSÃO

Retomamos aqui a primeira hipótese deste artigo, se a rádio Mirante AM conseguiria fazer uma cobertura imparcial. Os dados mostraram que, por mais que Roberto Fernandes tenha feito imensos discursos sobre sua imparcialidade, que ele só falava “os fatos”, o programa Ponto Final cumpriu mais a posição de palanque eleitoreiro. A hipótese sugeria que o programa focaria apenas em Roseana como a candidata da redenção, quando os dados mostraram que o principal enfoque foi em uma contra-campanha a Flávio Dino.

A segunda hipótese sobre a percepção dos ouvintes do que era comunismo, provou que a grande maioria dos eleitores não entende o que significa. Entretanto, os dados também mostraram que as pessoas entendem que os jornalistas tratam o conceito como algo ruim, logo que a campanha da Mirante é de tornar Flávio Dino uma má escolha enquanto candidato.

Roberto Fernandes conduz o programa não somente como propaganda de que o Governo Sarney foi a “era dourada” do Maranhão, mas principalmente que o Governo de Flávio Dino é irremediavelmente ruim. A propaganda de que Roseana seria uma vítima não é tão fácil de ser induzida ao público, mas a manipulação e seleção de informações negativas sobre Dino é mais fácil. Em parte, essa facilidade se deve à campanha antipolítica que se implantou no país nos últimos anos (BORBA, 2005). A população tem a ideia já pré-concebida de que todo político é ruim e corrupto, apenas alguns fazem algo além de roubar.

O ponto em que a propaganda da rádio Mirante leva vantagem é na desinformação sobre “o que é ser comunista”, associando esse conceito ao de (Flávio Dino e aliados) mentiroso e covarde. Ainda que o mesmo conceito de comunismo igual a ruim não seja aplicado aos outros candidatos de esquerda (PSTU e PSOL).

Concluimos portanto que o palco de “verborragias” (MAFFESOLI, 2010) apresentado por Roberto Fernandes está mais para um eco triste e raivoso do império Sarney que tenta voltar ao poder político a todo custo, usando todas as suas armas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORBA, J. **Cultura política, ideologia e comportamento eleitoral**: alguns apontamentos teóricos sobre o caso brasileiro. Artigo publicado em Opinião Pública vol. XI, Campinas, 2005, p. 147-168.

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

ENGELS, F. ; MARX, K. **Manifesto do Partido Comunista**. São Paulo: Contraponto, 1998.

DEBORD, G. **Comentários Sobre a Sociedade do Espetáculo**. São Paulo: Contraponto, 1996.

MAFFESOLI, M. **Saturação**. São Paulo: Iluminuras/Itaú Cultural, 2010.

SHUEN, L. ; BENTIVI, Z. **Observatório do Jornalismo nas Eleições no Maranhão**: a reeleição de Dino e a crise de confiança na mídia tradicional. Artigo apresentado em VIII ComPolítica, UNB, Brasília, 2019.