

O Imparcial: a disputa eleitoral ao governo do estado pelas páginas do impresso.¹

Joyce Layanne do Nascimento NUNES²

Zefinha BENTIVI³

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

RESUMO

Apresentaremos aqui os resultados finais da pesquisa “Observatório de Mídia e Eleições no Maranhão 2018”, realizada pelo Laboratório Integrado de Pesquisas e Práticas Jornalísticas – LABJOR. Para este artigo, fizemos um recorte das notícias publicadas pelo jornal O Imparcial, em sua versão impressa, relacionadas aos cinco candidatos ao Governo do Estado do Maranhão. Como metodologia, utilizamos uma combinação entre análise de valência e enquadramento. Ao concluirmos a coleta de dados, verificamos que o veículo se centrou nos dois principais candidatos, mantendo-se alinhado à ala governista. A escolha das candidaturas analisadas obedeceu aos critérios de pontuação nas pesquisas de intenção de voto do IBOPE.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; Impresso; Eleições; Governo; Maranhão

INTRODUÇÃO

O trabalho aqui apresentado é parte da pesquisa intitulada *Observatório de Mídia e Política no Maranhão*, desenvolvida pelo Laboratório Integrado de Pesquisas e Práticas Jornalísticas- LABJOR, da Universidade Federal do Maranhão. Esta pesquisa consistiu em fazer uma observação sobre a forma como os principais programas jornalísticos/editoriais dos veículos midiáticos maranhenses retratam os candidatos ao governo do estado do Maranhão nas eleições de 2018.

Para definir os personagens analisados, utilizamos a pontuação dos candidatos nas pesquisas de intenção de voto divulgadas pelo IBOPE. Atenderam ao critério cinco candidatos: Flávio Dino (PCdoB); Roseana Sarney (MDB); Roberto Rocha (PSDB); Maura Jorge (PSL) e Ramon Zapata (PSTU). Os programas analisados foram divididos em 3 categorias de jornalismo: impresso, rádio e televisão. Para este trabalho,

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

² Estudante de Graduação do 7º semestre do curso de Comunicação Social- Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, email: layanne.jnunes@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, email: zefinhbentivi@yahoo.com.br

apresentamos um recorte do jornalismo impresso produzido pelo jornal *O Imparcial* sintetizando-se em total de 202 notícias. Deste universo, recolhemos o *corpus* de análise para este artigo que detalharemos mais à frente ainda nestas notas introdutórias.

Sobre o veículo, apresentamos em síntese algumas informações que julgamos relevantes: Segundo matéria publicada sobre os 81 anos do veículo, *O Imparcial* foi fundado em 1º de maio de 1926, pelo jornalista João Pires Ferreira. Naquela época, era comum os jornais servirem de instrumento de propagação de ideias de determinados grupos políticos. Assim, *O Imparcial* surge como uma alternativa a esse jornalismo contaminado pela política de interesses – principalmente de famílias. Em outubro de 1944, o jornal foi vendido para o maior conglomerado de comunicação do país: o Grupo dos Diários Associados⁴, de propriedade de Assis Chateaubriand.

Grandes nomes da política, artes e literatura já passaram pela redação do jornal, tais como: José Sarney, que iniciou como repórter de polícia, depois coordenou a página de literatura; Ferreira Gullar, poeta; Lago Burnett, jornalista, e José Louzeiro, romancista. 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. Até hoje, o veículo ainda está alinhado à ala governista, independentemente de quem esteja no governo. 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).

Atualmente, é o único jornal do Nordeste que faz parte dos Diários Associados. *O Imparcial* é comandado pela Empresa Pacotilha S.A, que também é dona do *ImparLab*⁵ e *Jornal Aqui-MA*. Mesmo com a incorporação das tecnologias digitais, o jornal não perdeu sua essência e vem se mantendo firme na circulação da versão impressa.

⁴ O grupo dos Diários Associados é composto por 50 veículos de comunicação, dentre eles jornais, emissoras de televisão, revistas, rádios e portais na internet por todo o país. Informações colhidas em <http://www.diariosassociados.com.br/>

⁵ Empresa do Grupo Pacotilha S.A. que cuida das plataformas digitais online: Portal O Imparcial e Redes Sociais.

Neste artigo, optamos por analisar o enquadramento e a análise de valência das notícias cujos personagens enfocados tenham sido os candidatos acima referidos. Foram coletadas 202 notícias com chamadas presentes nas capas do jornal, ou que faziam parte do caderno de política. Para fundamentar nosso referencial teórico, buscamos embasamento nas discussões teóricas contemporâneas, sobretudo autores brasileiros, acerca das relações entre mídia e política.

Após essa fundamentação, partiremos para a análise geral das notícias coletadas, trazendo gráficos demonstrativos e comparativos entre os candidatos, para que possamos, enfim, adentrar nas discussões dos resultados finais com a finalidade de verificar o direcionamento e o posicionamento do referido jornal na disputa eleitoral em 2018.

DISCUSSÃO TEÓRICA

De acordo com Porto (2004), ainda prevalece, nas pesquisas da cobertura das eleições, análises que se detêm na medida de espaços dados a cada candidato ou a valência das matérias para explicar o papel da mídia. Para o autor,

[...] este enfoque tradicional é insuficiente para o estudo da relação entre mídia e política, contribuindo para tornar invisíveis diversos aspectos importantes desta relação. As limitações do “paradigma da objetividade” têm sido cada vez mais reconhecidas e autores têm proposto conceitos, como o de enquadramento, como alternativa. (PORTO, 2004, p.75)

Acompanhamos o pensamento do autor quanto a ser insuficiente a análise que se restringe a quantificar espaços e/ou valências (embora se tenha clara a importância destas metodologias para a compreensão da relação do jornalismo com a política). Partindo também destes princípios, para este recorte, escolhemos utilizar apenas duas das categorias analisadas na pesquisa geral: análise de enquadramento e análise de valência. Além disso, fundamentamos nosso referencial teórico nas discussões acerca das relações entre mídia e política.

A respeito de valência e enquadramento que os veículos midiáticos podem dar aos seus objetos, Matos (2008) afirma que a valência das notícias, ou seu peso, pode ser definida em três categorias: negativas, positivas ou neutras. Nessa perspectiva, a valência das notícias pode estar extremamente ligada ao posicionamento editorial, no qual se pode identificar o interesse ideológico/partidário do veículo. Para identificar se a

valência de determinada notícia é negativa ou positiva, observamos a forma como o texto pode beneficiar ou prejudicar a imagem dos candidatos.

Deste modo, um discurso neutro “pode ser visto como um discurso com frases sem grau de partidarismo, fracas em compromissos ideológicos e que conseguem, de alguma forma, equilibrar a informação de grupos com interesses opostos” (MATOS, 2008, p.39).

Quanto ao enquadramento, utilizaremos sua definição enquanto “noticioso”:

Enquadramentos noticiosos são padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados por jornalistas para organizar seus relatos. No jargão dos jornalistas, este seria o “ângulo da notícia”, o ponto de vista adotado pelo texto noticioso que destaca certos elementos de uma realidade em detrimento de outros. (PORTO, 2004, p.)

Neste estudo, analisamos o enquadramento como a forma com que o personagem noticioso – neste caso, os candidatos – é tratado, dando a ele características que podem ser cruciais na construção ou desconstrução de sua imagem perante o público. Assim, estas características se mostram como uma forma estratégica para ressaltar as intenções e ações dos candidatos. É, portanto, a admissão de que o fazer jornalístico está intrinsecamente ligado ao campo político.

Sobre mídia e política, Lima (2006) ressalta que um dos desafios teóricos que dificulta o estudo das diversas relações entre estes dois campos é a própria conceituação dos termos. Deste modo, define a mídia como:

[...] o conjunto das instituições que utiliza tecnologias específicas para realizar a comunicação humana. Vale dizer que a instituição mídia implica sempre a existência de um aparato tecnológico intermediário para que a comunicação se realize. A comunicação passa, portanto, a ser uma comunicação midiaticizada. (LIMA, 2006, p.53).

Adiante, o autor também vem conceituar política, afirmando que a palavra está historicamente associada à ideia de exercício do poder, como na relação entre soberano e súditos, ou naquela entre governantes e governados (LIMA, 2006, p.53) e estas relações, por sua vez, explicam em grande parte a lógica que rege a sociedade, portanto, os estudos sobre cultura política são de extrema importância no que diz respeito ao entendimento do comportamento social, como afirma Guazina:

[...] os estudos sobre cultura política têm o mérito de enfatizar a importância dos valores, sentimentos e crenças sobre política no comportamento dos cidadãos e na manutenção da democracia – especialmente as pesquisas sobre confiança e desconfiança na política e nos políticos, aspecto central de nosso trabalho. Porém, devem ser pensados como ponto de partida para nossa reflexão, não como caminho absoluto. (GUAZINA, 2011, p.47).

Na lógica apontada acima, num cenário democrático, a mídia assume um papel de destaque nos entraves políticos, apresentando-se, assim, como mediadora dos discursos. Assim, um veículo de informação, ao assumir esse papel de mediador, mesmo tendo uma linha editorial específica, deve estar disposto a uma pluralidade de informações. Para 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).

Como podemos observar, na concepção vigente sobre a mídia liberal clássica, a função democrática primordial da grande imprensa é de servir como “cão de guarda” do interesse público (MATOS, 2008, p.129). Nesse sentido, a concepção de que a função do jornalismo seria informar os cidadãos ainda predomina, sobretudo no campo acadêmico e/ou entre profissionais da comunicação e mesmo no público em geral, em que pese haver pesquisas que apontam para uma tendência de descrédito da mídia tradicional.

A este respeito ver Shuen e Bentivi (2019). As pesquisadoras, a partir da pesquisa de campo realizada pelo Labjor, discutem sobre a percepção dos eleitores a respeito da cobertura das eleições para o governo do Maranhão, em 2018 (ver no próximo tópico a descrição desta pesquisa). Os resultados apontam para o fato de que o eleitor, apesar de se informar majoritariamente pela mídia tradicional analógica, não tem confiança nessa mídia e, mesmo para as pessoas com menor escolaridade, as notícias publicadas no período eleitoral não refletem a realidade dos fatos e não são capazes de fomentar um debate qualificado sobre os candidatos.

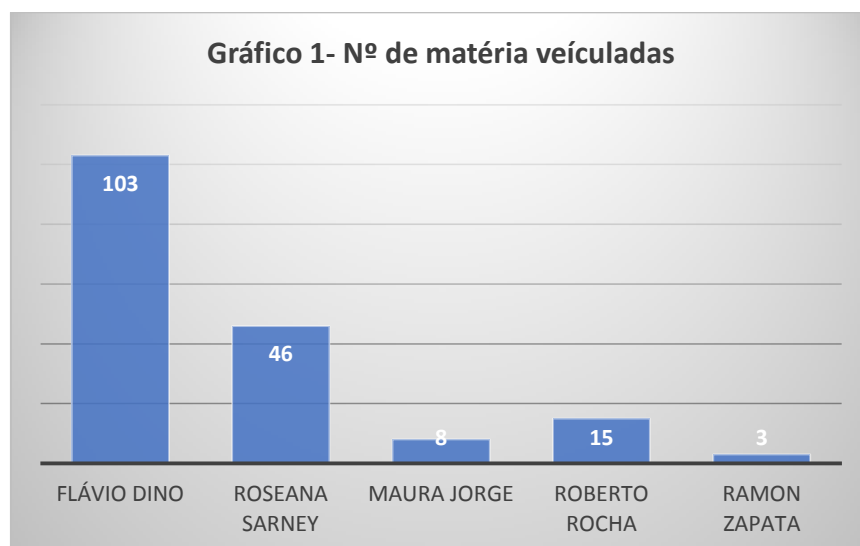
OBSERVAÇÃO, OPINIÃO E ANÁLISE

É cada vez mais comum vermos a utilização de metodologias quantitativas associadas às metodologias qualitativas no que diz respeito aos estudos envolvendo o jornalismo. Neste estudo, não poderia ser diferente: foram utilizadas metodologias quantitativas e qualitativas, que auxiliaram na identificação de tendências temáticas ou políticas. Assim, a pesquisa foi dividida em etapas: observação, pesquisa de opinião e análise. A observação começou a ser realizada em maio de 2018 (pré-campanha) e foi finalizada no dia 7 de outubro, dia do primeiro turno das eleições. Fizemos um

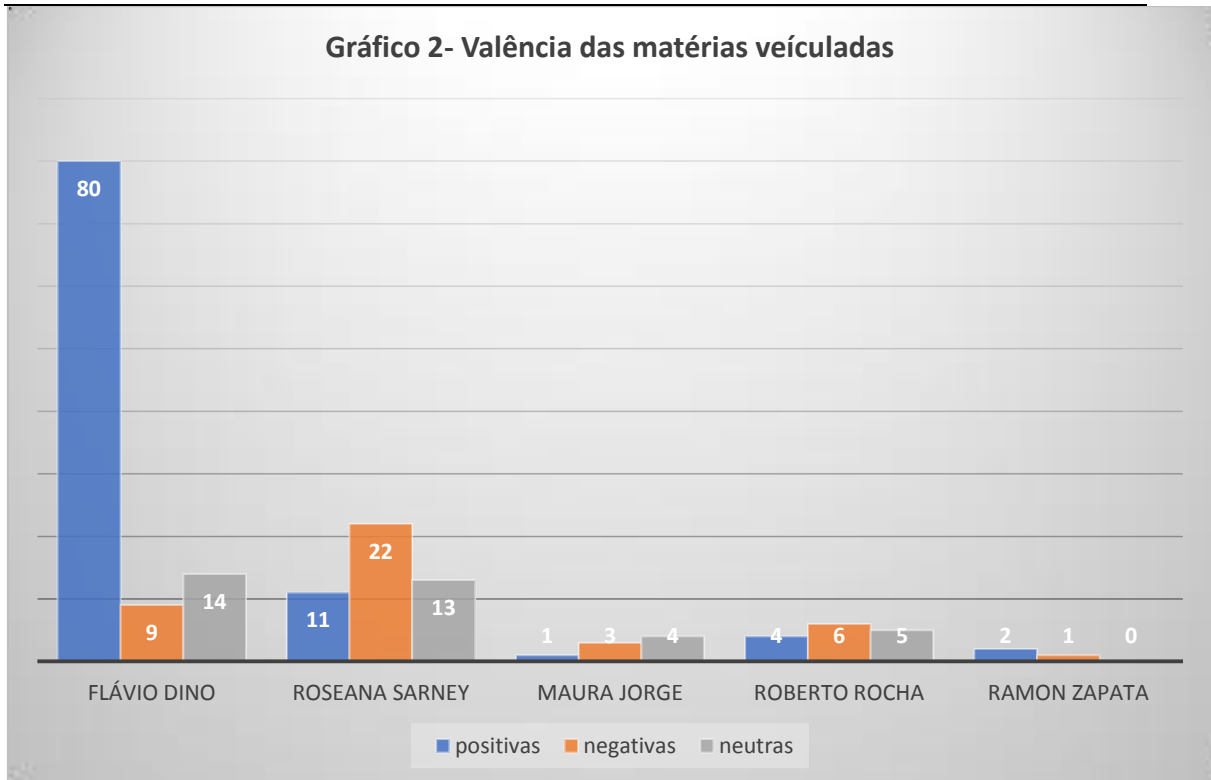
acompanhamento diário das notícias publicadas em determinados veículos de comunicação do Estado sobre os candidatos já citados. Catalogamos as matérias presentes na capa e no caderno de política, obedecendo aos critérios de um livro de códigos, desenvolvido para auxiliar nesta pesquisa multimidiática, com as seguintes categorias: data, título, subtítulo, página, editoria, candidato, valência, componente enquadrado, enquadramento noticioso do personagem, fontes, representação visual, número de imagens, descrição da imagem e, por fim, valência da imagem. A pesquisa de opinião foi realizada durante o período eleitoral, em São Luís e Raposa (municípios, respectivamente, de maior e menor índice de IDH da região metropolitana). Nesta etapa, o nosso objetivo foi identificar como essas notícias influenciavam na escolha dos candidatos pela população. A última parte é o cruzamento desses dados anteriores com os dados do período de observação e análise dessa relação entre os dois.

RESULTADOS

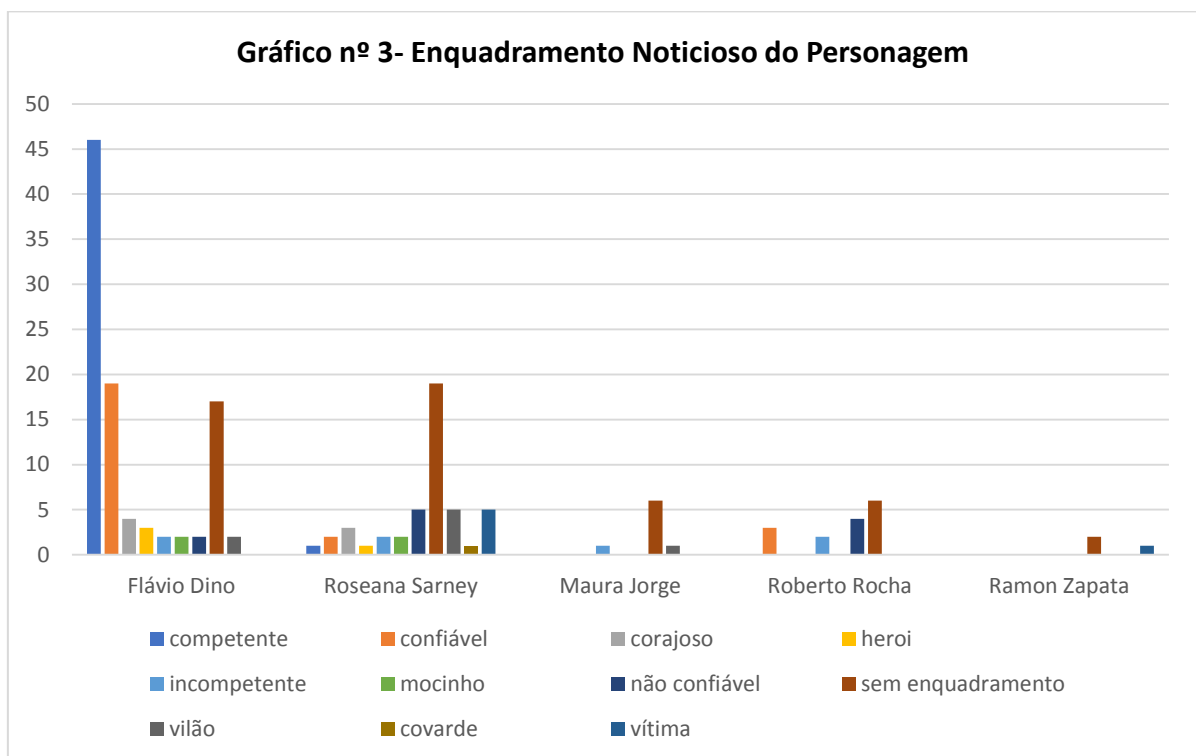
Como citado anteriormente neste artigo, apresentaremos abaixo, nos gráficos, de maneira quantitativa, os dados extraídos a partir da catalogação das matérias no período que corresponde de 8 de maio a 7 de outubro de 2018. Das 202 matérias catalogadas, separamos para essa parte da análise somente as que citavam apenas um personagem, uma vez que diversas matérias citam mais de um candidato.



Fonte: Labjor



Fonte: Labjor



Fonte: Labjor

O primeiro gráfico apresenta a quantidade de matérias veiculadas sobre cada candidato. É perceptível a diferença entre a quantidade de matérias veiculadas sobre os candidatos que, segundo pesquisas do IBOPE, estavam à frente nas intenções de voto, e os demais candidatos. O segundo gráfico apresenta a quantidade de matérias sobre cada candidato de acordo com sua valência.

Assim, observamos que há uma diferença discrepante entre o candidato (e então Governador do Estado) Flávio Dino e todos os outros candidatos no quesito da valência positiva. Nas matérias negativas, quem lidera o número de publicações é Roseana Sarney, principal adversária do candidato do PCdoB.

Como observamos, a quantidade de publicações negativas supera o número de publicações positivas ou neutras em relação à candidata do MDB. Ressaltamos ainda a observação de 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.

Quanto ao enquadramento, o jornal se mostra mais uma vez favorável a Flávio Dino, colocando-o, na maior parte das matérias como um candidato extremamente competente e confiável, enquanto sua principal adversária, Roseana Sarney, é facilmente colocada no enquadramento de vilã e não-confiável. É curioso, também, observar o número de matérias classificadas como “sem enquadramento” para os dois candidatos, chegando quase à mesma quantidade.

Traremos aqui algumas das notícias publicadas pelo jornal *O Imparcial* que ilustram esses enquadramentos.



Figura 1: matéria publicada no dia 21 de agosto de 2018.



Figura 2: matéria publicada no dia 17 de setembro de 2018.

As matérias nas quais o candidato Flávio Dino se destacou no enquadramento “competente”, dizem respeito, em sua maioria, às ações de governo, como investimentos na saúde, segurança pública e educação, como se observa nos exemplos apresentados. Entretanto, apesar de apresentar em sua maioria matérias com enquadramentos que elevem a imagem do candidato, o veículo consegue ainda criticar, mesmo que timidamente, este mesmo personagem, apresentando algumas matérias em que o candidato se apresenta como “vilão” e “não-confiável”.

Em contrapartida, o jornal não mediu esforços para classificar a candidata Roseana Sarney como “vilã”, “não-confiável” e “vítima”, sendo essas as classificações mais apontadas de acordo com o gráfico, ficando atrás, somente, do quesito “sem enquadramento”. As matérias com essas classificações, em sua maioria, estão relacionadas a assuntos da família da candidata ou de apoio do próprio partido e aliados. Destacamos também, quanto aos demais candidatos, que o jornal se isentou de julgamentos na maioria das matérias, encaixando-os, em grande número, na categoria “sem enquadramento”.

A partir destes dados, podemos observar o alinhamento à ala governista que é característico do jornal, uma vez que este destaca positivamente em valência e

enquadramento o candidato que concorre à reeleição. Embora, em momento algum, o veículo tenha declarado apoio explícito por meio de editorial ao referido candidato.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos fatos expostos a partir dos gráficos, concluímos em nossa análise que o jornal se apresenta claramente favorável a um candidato específico, o que acaba tornando-o um agente político. Como se observa em várias ocasiões do processo político brasileiro mais recente, o campo das mídias não se constitui apenas num dispositivo de representação do que se passa na cena política, mas se converte, segundo estratégias discursivas distintas em dispositivos que não só narram, mas agem sobre o espaço político, avocando a si, muitas vezes, a condição de um poder a partir do qual põe em funcionamento estratégias de onde se apontam os caminhos e os destinos da política e os dos seus atores.

Quando se discute ou se estuda o papel da mídia na política, um paradigma tende a predominar entre acadêmicos, jornalistas e o público em geral. Frequentemente, a mídia é entendida como “fonte de informação” e seu papel é definido como o de informar os cidadãos, para bem servir a democracia. Segundo este enfoque tradicional, a mídia deve transmitir informações para a audiência de forma objetiva e imparcial. A partir deste ponto de vista, a crítica do papel político da mídia se restringe geralmente a ressaltar a falta de objetividade ou a imparcialidade das mensagens.

Isso se torna nítido quando comparamos o número de matérias de valência positiva entre os candidatos Flávio Dino e Roseana Sarney. Ele vem sendo apresentado com características de heroísmo, enquanto ela vem sendo colocada no posto de vilã. Essa falta de objetividade ou imparcialidade se mostra de forma mais intensa quando comparamos o número de matérias publicadas sobre o candidato do partido comunista, em relação a todos os outros candidatos.

A partir dessa análise, chegamos à conclusão de que, na prática, é totalmente contraditória a visão de que, a mídia, ao tratar de temas políticos, deve impedir que valores e ideologias (principalmente dos proprietários e jornalistas) interfiram no relato dos “fatos” (a noção de objetividade) ou evitar que os meios de comunicação favoreçam um grupo, partido ou candidato (a noção de imparcialidade).

Esse tipo de contradição por parte da mídia só prejudica a imagem dos veículos de comunicação, que vêm perdendo cada vez mais a confiança do público, como aponta

a pesquisa de opinião aplicada na segunda fase desse estudo geral, apresentada no artigo de Shuen e Bentivi (2019). Essa perda de confiança se dá a partir do ponto em que a população acredita que determinados jornais favorecem um ou outro candidato, enquanto prejudicam ou não dão o mesmo destaque os demais. Assim, observamos que o Jornal O Imparcial vem exercendo um papel de advogado à ala governista, fugindo totalmente do seu princípio fundador.

REFERÊNCIAS

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

MATOS, Carolina. **Jornalismo e política democrática no Brasil.** São Paulo: Publifolha, 2008.

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.

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. Enquadramentos da Mídia e Política. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org.). **Comunicação e Política.** Salvador: Edufba, 2004. p. 73-104.

SHUEN, Li-Chang; 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.