

AS ELEIÇÕES 2018 NAS ONDAS DO RÁDIO AM NO MARANHÃO¹

Alan Patrick Silva LINDOSO ²
Universidade Federal do Maranhão, Maranhão, MA

RESUMO

Apresentamos neste artigo um estudo comparado das matérias veiculadas nos programas Passando a Limpo, da Rádio Difusora AM, e Jornal das Onze, da Rádio Timbira AM, referentes à campanha e pré-campanha dos candidatos ao Governo do Estado do Maranhão em 2018. O objetivo é analisar os discursos dos programas e como o tratamento dado a cada um dos candidatos influenciou no voto dos ouvintes. A metodologia utilizada foi uma combinação de análise de valência e análise de conteúdo das matérias. Também foi aplicada pesquisa de opinião entre os eleitores de São Luís e Raposa. Os resultados preliminares mostram que, apesar da baixa escolaridade da maioria dos eleitores, eles têm ciência do favorecimento da mídia a certos candidatos e sua oposição a outros, utilizando notícias falsas ou manipuladas para seus interesses.

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

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo é um recorte de uma pesquisa mais abrangente feita pelo Laboratório Integrado de Pesquisas e Práticas Jornalísticas (LABJOR), da Universidade Federal do Maranhão – Bacanga, que buscou analisar como os discursos empregados pelos principais veículos jornalísticos da capital São Luís interferiram na intenção de voto do eleitorado ludovicense e do município da Raposa nas eleições para governador do Maranhão em 2018.

¹Trabalho apresentado na GT 1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

²Graduando em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Maranhão e membro do Laboratório Integrado de Pesquisas e Práticas Jornalísticas da UFMA (LABJOR). Email: eddard12@outlook.com

A pesquisa partiu do princípio de duas hipóteses que seriam testadas posteriormente: a primeira, de que haveria um desequilíbrio entre a cobertura dos candidatos Flávio Dino e Roseana Sarney durante as eleições, partindo do princípio de que a candidata da família Sarney possuía mais veículos midiáticos a seu favor; a segunda, de que a percepção do eleitor quanto à cobertura feita nos jornais era proporcional ao IDH do município, ou seja, quanto maior o IDH, maior a percepção dos discursos midiáticos; e quanto menor o IDH, menor seria essa percepção.

O artigo apresenta quatro tópicos de discussão teórica que, ao ser relacionada com a prática e com o que foi obtido durante a pesquisa do Labjor, demonstram como se dá o funcionamento da mídia no Maranhão e como se comportam os principais veículos midiáticos do estado. Para este artigo específico, tomamos como base as discussões acerca dos tipos de cobertura e discursos dos veículos, além de especificidades das transmissões das rádios. Além disso, mostramos as notas metodológicas que serviram como base para a pesquisa e como cada um influenciava o objeto de estudo. Apresentamos ainda um histórico de cada rádio analisada na pesquisa e como o seu histórico contribuiu para o tipo de conteúdo veiculado atualmente.

Por fim, apresentamos os resultados preliminares da pesquisa realizada pelo Labjor, com foco para as duas rádios analisadas neste artigo, procurando responder às hipóteses levantadas inicialmente.

2. METODOLOGIA

Para a pesquisa foram realizadas três etapas do exercício metodológico: o acompanhamento diário das notícias veiculadas nos principais veículos jornalísticos do estado, compreendendo rádio, TV e jornal impresso; uma pesquisa de opinião feita através de um questionário aplicado nos dois principais colégios eleitorais do Maranhão: São Luís e Raposa. Por fim, foi feito o cruzamento dos resultados obtidos pela catalogação dos jornais com os resultados da pesquisa de opinião. Esse cruzamento definiu os resultados gerais da pesquisa e testou as hipóteses levantadas inicialmente.

Para este trabalho em específico foi realizado um acompanhamento diário das notícias veiculadas nos programas Passando a Limpo e Jornal das Onze, das rádios Difusora AM 680 e Rádio Timbira respectivamente, dando foco às notícias que

envolviam os candidatos ao Governo do Estado do Maranhão em 2018 Flávio Dino e Roseana Sarney. O período de análise das notícias do Passando a Limpo foi de 28 de maio a 20 de agosto, enquanto o Jornal das Onze teve um período de análise entre os dias 08 de maio e 12 de julho. No entanto, por questões judiciais envolvendo a Rádio Timbira com relação ao uso do veículo para atender aos interesses do governador Flávio Dino, as notícias da Timbira foram catalogadas apenas durante o tempo em que o objeto do trabalho foi noticiado, de maio a julho.

Para dar base à análise das notícias catalogadas nesses períodos, foram utilizadas categorias que estão presentes em um livro de códigos de propriedade intelectual do Labjor. As categorias são: data, candidato, valência, componente enquadrado, enquadramento noticioso dos personagens, tipo de transmissão, descrição do conteúdo da transmissão, quem fala, espaço para candidatos, fontes e tempo de transmissão. Para o presente artigo apenas os critérios de valência e enquadramento noticioso dos personagens foram usados como recorte. Dessa forma, buscamos entender como os veículos retratavam os candidatos de acordo com aspectos positivos e negativos, além de que forma eles eram colocados na narrativa jornalística. No aspecto da valência, foram analisadas as matérias de acordo com o seu nível de favorecimento ou não-favorecimento aos personagens abordados, definindo a matéria como negativa se tivesse aspectos que fossem desfavoráveis ou trouxessem críticas aos candidatos, e positiva se possuísse aspectos favoráveis ou trouxessem elogios a eles. No critério de enquadramento, a análise foi feita a partir de certos aspectos que foram essenciais para a construção da realidade jornalística, indicando o tipo de personagem que foi construído para o público e como ele foi enquadrado na notícia. Para especificar ainda mais o critério de enquadramento, foram definidas algumas categorias para o tipo de enquadramento dado ao personagem e a figura em que se encaixavam: vilão, mocinho, vítima, herói, confiável, não confiável, competente, incompetente, corajoso ou covarde.

Com relação ao questionário de opinião, foram aplicados 384 em São Luís e 262 na Raposa. O questionário consistiu em oito questões que buscavam responder aspectos da percepção que os eleitores tinham do que a mídia veiculava. Entre elas, duas questões perguntavam se o eleitor acreditava que a mídia era favorável a algum candidato ao governo do estado e se achava que a mídia era contra algum candidato. Além disso, caso a resposta fosse positiva, cada eleitor teria que responder qual candidato acreditava ser alvo da mídia.

3. A COBERTURA DAS RÁDIOS AM NO MARANHÃO

No Maranhão, um dos estados menos desenvolvidos do Brasil, a comunicação via rádio é a principal em termos de alcance, principalmente a frequência AM, visto que é possível ver um rádio sintonizado no AM em grande parte dos interiores maranhenses. Além disso,

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).

A relação entre mídia e política no Maranhão sempre foi algo que definiu as bases para a criação do estado como o conhecemos. Durante os anos em que o estado foi governado pelos Sarney/Lobão, essas famílias “usaram as suas máquinas de jornalismo e propaganda como peças estratégicas no processo de construção hegemônica no Maranhão” (ARAÚJO, sp, 2018). No entanto, essa relação ainda está muito presente no estado, já que a mídia e os jornais, a partir de seus discursos e posturas públicas, definem as tendências a serem seguidas pela população, formando a opinião pública e definindo ações no âmbito social.

Analisando o que foi definido por Guazina (2011) ao tratar do conceito de cobertura adversária nas análises da cobertura do Escândalo do Mensalão pelo Jornal Nacional, é possível associar ao cenário político-midiático maranhense e notar que se trata exatamente do oposto defendido pela autora, já que a cobertura adversária é

aquela que se caracteriza por ter como finalidade principal legitimar o próprio jornalismo como um poder e ator fundamental da cena pública. Tal cobertura baseia-se na oposição entre os campos jornalístico e político, através da desqualificação intensa da política, seus principais atores e instituições representativas (GUAZINA, 2001, p. 19).

A partir do conceito apresentado e da observação dos programas de rádio que foram analisados neste artigo, podemos perceber que os veículos jornalísticos do estado atuam de forma contrária à ideia, visto que as instituições jornalísticas maranhenses, em sua maioria, são comandadas por famílias e entidades ligadas a partidos políticos. Dessa

forma, o jornalismo maranhense exerce sua função social, em parte, a fim de atender a alguns interesses específicos além daqueles que cabem a responsabilidade social do jornalista. Assim, o conceito de cobertura adversária pode dar base para pensarmos em como os veículos midiáticos agem e guiam a população rumo a um pensamento estabelecido previamente, tendo o poder de influenciar o modo como a sociedade se posiciona, incluindo pautas às discussões cotidianas, como explica Hohlfeldt (1997) quando trata da hipótese do agendamento (ou agenda-setting), proposta pelo norte-americano Maxwell McCombs.

Outro ponto decisivo que guia a população e, no caso deste trabalho, o eleitor, é o enquadramento (ou Framing) dado aos personagens das narrativas políticas empregadas nos jornais, que age de modo a selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida com a intenção de fazer com que eles fiquem mais salientes no texto comunicativo, promovendo a definição particular de um problema, interpretação causal, avaliação moral e/ou um tratamento recomendado para o item descrito, conforme explicam Rosseto e Silva (2012) a partir dos estudos de Entman (1993).

É a partir dessa seleção que é criada a imagem que leva o eleitor a concordar ou discordar de candidatos específicos, influenciando o seu poder de voto nas eleições, já 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). Essa questão das imagens políticas abordadas por Borba (2005) exemplifica de forma fiel o comportamento do eleitor brasileiro, principalmente nos tempos atuais, em que imagens políticas valem mais do que ações, transformando a decisão do voto em algo personificado. Como explica o autor, baseado pelos estudos de Castro e Reis,

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).

Nas rádios analisadas para a pesquisa, foi clara a percepção de que, muitas vezes, elas utilizavam vários artifícios para que qualquer tipo de notícia pudesse ter um significado positivo ou negativo que atendesse ao seu interesse e ao tipo de imagem que queria passar do personagem na narrativa. Um dos artifícios é noticiar algo que, mesmo não possuindo uma grande relevância para o interesse público, é utilizado como forma

de moldar a imagem do personagem, algo muito presente na mídia maranhense. É o que Sanfelice (2012) chama de “esquema primário”, que é

o ato de atribuir significado a algo que, de outra maneira, estaria desprovido de significação [...]. Uma atividade enquadrada da qual se possa extrair um sentido sem a necessidade de recorrer a outro enquadramento prévio é essencialmente primária por definição. (GOFFMAN *apud* SANFELICE, 2012, p.43).

Ainda segundo Sanfelice (2012), baseado nos estudos de Goffman (2012), o esquema primário pode ser transformado de acordo com outras lógicas, sendo uma delas a *tonalização*, que se “trata de reposicionar um acontecimento a partir de outro ângulo de percepção” (GOFFMAN *apud* SANFELICE, p.44, 2012). Se pegarmos como exemplo a notícia da pavimentação de uma avenida em certa região da cidade, dois tipos de enquadramentos podem ser analisados em ambas as rádios: 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.

4. RÁDIOS TIMBIRA E DIFUSORA AM

No presente trabalho, os dois veículos de análise foram as rádios Timbira e Difusora AM. Ambas as emissoras possuem conteúdo jornalístico constante, mas com divergências em sua cobertura e enquadramento das notícias, principalmente ao que se refere ao governo do estado. Cada posicionamento tem 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.

Segundo Rodrigues (2006), a Rádio Timbira, inicialmente nomeada de Rádio Difusora, foi inaugurada oficialmente no ano de 1941, fruto da ação do interventor federal no Maranhão, Paulo Ramos, durante o governo de Getúlio Vargas, tornando-se a primeira emissora de rádio do estado. Durante o ano de 1995, quando se iniciou a gestão da governadora Roseana Sarney, os cargos da emissora foram extintos e as atividades da rádio paradas. No entanto, foi com a posse do governador Flávio Dino, em 2015, que a rádio passou por uma reestruturação completa, ganhando uma nova identidade e

resgatando sua credibilidade. Atualmente, a Timbira encontra-se vinculada à Secretaria de Estado de Comunicação Social e Assuntos Políticos.

Uma questão a ser levantada sobre a rádio Timbira é a confusão entre sua denominação de rádio pública ou estatal. Essa confusão, por vezes, interfere diretamente na interpretação da sua programação e do seu posicionamento. Para isso, é preciso entender o conceito de ambas as denominações.

Segundo os estudos de comunicação pública propostos por Moura e Kneipp (2017), partindo dos estudos de Bucci (2013), para uma emissora ser definida como estatal, ela precisa atender a três requisitos: 1) sua propriedade e sua natureza vinculam direta ou indiretamente ao Estado, estando sujeita à administração pública do país; 2) a gestão da emissora está subordinada a um dos três poderes da República; 3) sua programação está mais a serviço das necessidades de divulgação decorrente da lógica interna do Estado do que a serviço de refletir livremente o debate e a diversidade cultural que resulta das dinâmicas não estatais típicas da vida social. Já a emissora pública tem sua propriedade e sua natureza jurídica não vinculadas direta ou indiretamente ao Estado, não sendo também caracterizada como empresa comercial, uma vez que sua finalidade não é o lucro; a gestão da emissora é realizada por um conselho formado por representantes da sociedade, devendo ser plural e seus membros não devem obediência ao Estado. Por fim, sua programação deve ser veiculada com clara autonomia, não dependendo de autoridades externas e deve ser pautada por valores, metas e princípios que dão prioridade à pluralidade e formação dos cidadãos.

Partindo dessas definições, alguns apontamentos e certezas podem ser constatados acerca da Rádio Timbira AM. De acordo com o conceito de emissora estatal, a Timbira se encaixa em todos os aspectos, principalmente àquele que se refere à sua programação, que é dedicada, em sua maioria, a divulgação das atividades do governo e do governador Flávio Dino, dando pouco espaço para o contraditório e o debate público dos problemas provenientes da gestão. Um caso que exemplifica esse viés da Timbira foi observado durante o período eleitoral, enquanto as notícias eram catalogadas para esta pesquisa, em que, durante a transmissão ao vivo do programa Comando da Manhã, apresentado pelo jornalista Gilberto Lima das 08h às 11h, um áudio de um ouvinte fazendo reclamações sobre o DETRAN-MA, Órgão estadual, foi colocado no ar sem ser ouvido pela produção do programa antecipadamente. No momento em que houve a reclamação, o apresentador interrompeu o áudio com a

justificativa de que aquele tipo de conteúdo não cabia no momento. A atitude demonstra que, em certos momentos, a rádio não está aberta ao diálogo público e ao debate crítico. Esses aspectos foram de grande importância para a pesquisa e a análise da mídia maranhense durante o período eleitoral.

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.

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, p. 6, 2011). 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, p.8, 2011).

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. O conteúdo, antes considerado uma incógnita por Araújo (2018), mostra-se influenciado em sua maior parte pelo entretenimento, mas ainda com uma pequena área reservada ao jornalismo. A rádio, sustentada pela iniciativa privada, não se encaixa nas definições de rádio pública ou estatal. No entanto, por ser comandada pela família Lobão, seu discurso e enquadramento das notícias possui um viés político no momento em que se mostra inteiramente parcial aos interesses políticos da família, principalmente no período eleitoral, como será visto mais à frente com os resultados da catalogação de notícias da Difusora AM.

Cada posicionamento de ambas as rádios define como cada personagem dentro da narrativa jornalística no período eleitoral vai ser construído. É dessa forma que

surtem os vilões e mocinhos, que são constantemente enfatizados nas notícias e que vão tecer a opinião dos ouvintes de cada rádio.

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.

5. RESULTADOS PRELIMINARES

Após o período de catalogação e análise das notícias veiculadas no Jornal das Onze e Passando a Limpo, seguido do cruzamento dos dados obtidos pelo questionário de opinião aplicado em São Luís e Raposa, certos aspectos envolvendo o comportamento da população eleitora ficaram claros, como a estreita relação entre o histórico político de ambos os municípios, as condições técnicas de comunicação nos locais e a percepção do tipo de cobertura feita nos jornais.

Durante o período de 28 de maio a 20 de agosto, foram catalogadas 108 notícias que tratavam de algum aspecto relacionado aos candidatos Flávio Dino e Roseana Sarney no programa Passando a Limpo, da rádio Difusora AM. Todas as notícias foram analisadas de acordo com o enquadramento dado aos personagens da narrativa e sua valência. Do total de notícias, apenas 9 foram relacionadas à candidata Roseana Sarney. A candidata aparecia o tempo todo com uma valência noticiosa positiva e enquadrada como competente por suas gestões passadas no estado ou como uma vítima do atual governo. Partindo disso, nota-se na prática a segunda lógica de transformação do esquema primário abordada 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, p.44, 2012).

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, p.17, 2019). Dessa forma, ambas as emissoras acabam sendo legitimadoras dos discursos de cada uma.

Já para o candidato Flávio Dino foram veiculadas 99 notícias do total que foi analisado. Seguindo o livro de códigos que serviu de base para a análise do conteúdo catalogado, o governador aparece em 95 notícias com valência negativa, sendo enquadrado como vilão e incompetente. Do total, apenas 4 notícias foram colocadas como positivas e o enquadraram como competente, mas sempre por fatores externos ao programa, como secretários de governo/prefeitura e ouvintes que participavam ao vivo das transmissões e elogiavam alguma ação do Governo do Estado ou de algum órgão específico. Algo a ser destacado é que, apesar de ser um programa da rádio de oposição ao governo, o apresentador, Osvaldo Maia, não limitava o programa em termos de debate do público, sempre permitindo que críticas e elogios fossem feitos tanto ao governo atual, quanto às gestões passadas.

No programa Jornal das Onze, da Rádio Timbira, no intervalo de 08 de maio a 12 de julho, foram catalogadas 125 notícias relacionadas aos mesmos candidatos e utilizando os mesmos critérios de enquadramento e valência. De todas as notícias catalogadas, apenas uma se referiu à candidata Roseana Sarney, sendo enquadrada como vilã e com valência negativa. Do total, as 124 restantes trataram das ações do Governo do Estado e de Flávio Dino, o atual governador. Elas foram positivas e sempre mostravam aspectos positivos do personagem, como várias ações promovidas pelo governador no estado, além de aspectos pessoais referentes à sua índole.

Na análise do conteúdo das notícias veiculadas por ambos os programas é perceptível o teor partidário e a quebra do jornalismo imparcial e isento de opinião defendido por uma parte dos teóricos da área. Isso fica claro no momento em que, durante o período eleitoral, praticamente todas as notícias do Passando a Limpo visavam criar a imagem de vilão do governador Flávio Dino para o público, enquanto o Jornal das Onze fazia o contrário ao mostrar tudo o que o governo do estado estava realizando no Maranhão e o que de melhor estava sendo feito pelo candidato com o intuito de criar a imagem do herói e deixando de lado várias questões que não se encaixavam na narrativa que procuravam construir. Nesse caso, observa-se que as notícias são o próprio enquadramento do que, de forma geral, os veículos procuraram

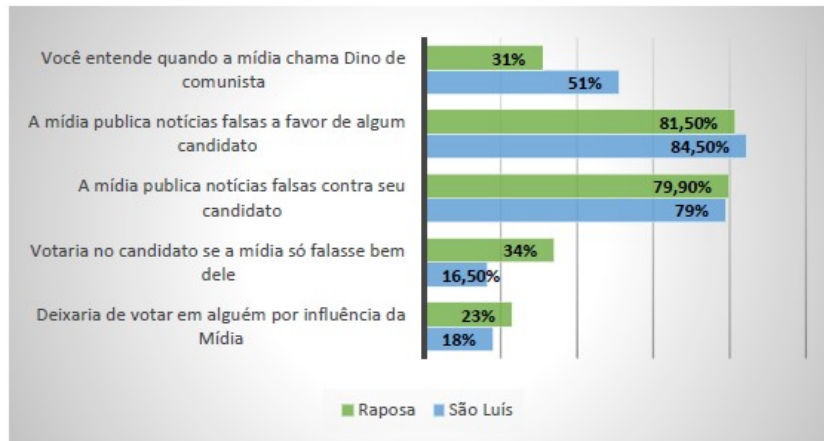
passar em suas transmissões, pois “é através delas que construímos grande parte da nossa percepção do mundo e da nossa relação com ele” (SANFELICE, p.46, 2012).

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. 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, ainda em andamento, 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, p.11, 2019).

Para testar uma das hipóteses apresentadas inicialmente no trabalho, de que a percepção do eleitor quanto à cobertura feita nos jornais era proporcional ao IDH do município, foi realizado um questionário de opinião nos municípios São Luís e Raposa contendo 8 questões. No entanto, os resultados mostraram que a hipótese não se sustentou (SHUEN e BENTIVI, 2019), já que os números mostraram maior influência da cobertura nas intenções dos eleitores, mas com pouca diferença para São Luís. No entanto, a primeira hipótese, de que haveria um desequilíbrio entre as coberturas dos candidatos, foi comprovada pela catalogação das notícias das rádios. Das oito questões, cinco estão expressas a seguir em um gráfico que demonstra a porcentagem de respostas “sim” para cada pergunta.

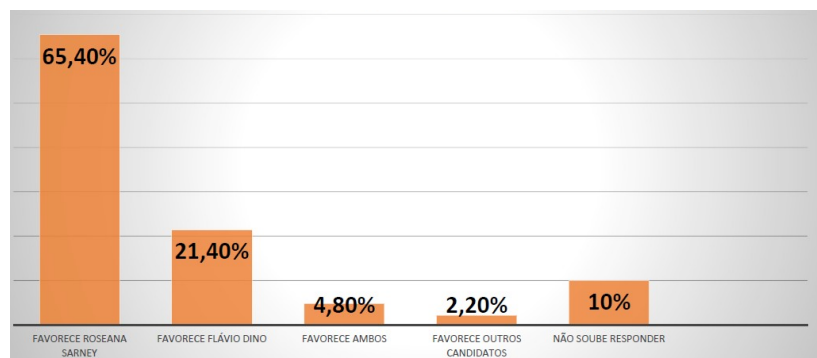
Gráfico 1: porcentagem de resposta “sim” por pergunta



Fonte: Labjor

Outra pergunta feita no questionário era se o eleitor acreditava que a mídia favorece algum candidato ao Governo. De acordo com os dados obtidos em São Luís com os resultados do questionário, 70,1% dos eleitores acreditam que a mídia é a favor de algum candidato ao Governo do Estado. Desse total, o gráfico a seguir mostra a porcentagem dos eleitores que acreditavam que os veículos midiáticos maranhenses favoreciam: 1) Roseana Sarney; 2) Flávio Dino; 3) Ambos; 4) Outros candidatos; 5) Não soube responder.

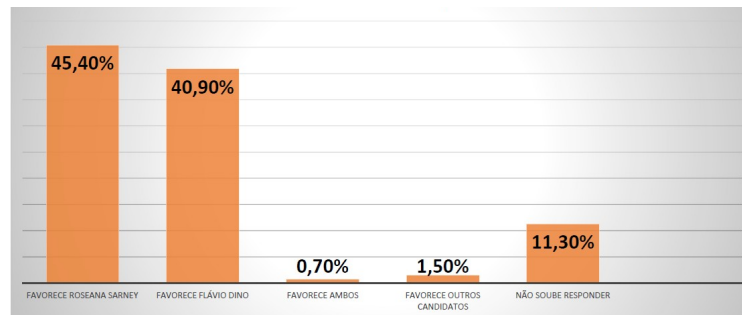
Gráfico 2: favorecimento da mídia a candidatos em São Luís



Fonte: Labjor

Já no município da Raposa, 52,2% dos eleitores que responderam à mesma pergunta do questionário, perguntando se considera que a mídia favorece candidatos específicos ao Governo do Estado. O gráfico a seguir mostra a porcentagem de cada tópico abordado no gráfico anterior.

Gráfico 3: favorecimento da mídia a candidatos em Raposa



Fonte: Labjor

A partir da apuração dos dados da pesquisa de opinião aplicada nos dois municípios e a análise das notícias catalogadas no período eleitoral, é possível observar que no colégio eleitoral com o maior IDH, São Luís, as pessoas fizeram uma leitura das notícias próxima da valência geral da cobertura que foi feita pela mídia. Isso fica claro a partir do momento em que, comparando os dados gerais ao que foi obtido com a cobertura da Rádio Difusora AM, observamos que a maior parte do que foi veiculado pelo programa Passando a Limpo tinha a intenção de passar uma imagem negativa do candidato 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 apresentada 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 aplicou o questionário 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, uma das rádios mais ouvidas era a Difusora AM. 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 da rádio Difusora 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, 2012, p. 108).

Com tudo o que foi obtido durante todo o processo da pesquisa, uma coisa é clara: a mídia constrói várias imagens do Maranhão, que podem ser recebidas e percebidas pela população das mais diversas formas e com as mais diversas interpretações. Cada veículo se propõe a mostrar aos seus espectadores sua visão do estado e de que forma querem que ele seja visto para atender aos seus interesses, construindo narrativas que

[...] dão conta de um estado, ao mesmo tempo e na mesma época, rico e pobre; livre e oprimido; desenvolvido e retrógrado; promissor e atrasado; bem administrado, confiável para investimentos e/ou, ao contrário disso, um estado à deriva. Maranhões diversos, múltiplos, mas verdadeiros. (SHUEN E BENTIVI, p.9, 2019).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como pôde ser visto ao longo do trabalho, a relação entre mídia e política no cenário jornalístico maranhense é mais intrínseca do que se parece e dá as bases para o comportamento eleitoral da população do estado. Essa relação é que determina que, como foi abordado, o eleitor tenha sua percepção mudada pelos discursos empregados nos jornais ou até que faça com que ele perceba o tipo de conteúdo consumido. De qualquer forma, a programação jornalística veiculada no Maranhão transforma o espaço em que se insere e molda a população ao redor. Além disso, após toda a análise feita, fica explícita a falta de imparcialidade e o domínio dos interesses pessoais em uma área que deveria prezar pelo interesse público e pela imparcialidade perante os fatos. Por isso, o presente trabalho pode abrir portas para se pensar o que nos é apresentado pelas grandes emissoras, como recebemos essas informações e o que faremos com elas para que não nos tornemos apenas receptores passivos dos seus discursos, mas verdadeiros agentes questionadores.

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-a-m-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.

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.

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, pp 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 aceito para apresentação no 8º Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política. Brasília, 15 a 17 de maio de 2019.