

Enquadramentos do Anticomunismo nas Eleições do Maranhão Em 2014¹

Aline LOUISE²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo – Ao longo deste artigo, buscamos identificar que estereótipos relacionados ao anticomunismo foram utilizados no enquadramento de atributos do primeiro candidato a Governo Estadual eleito pelo Partido Comunista do Brasil, fato ocorrido em 2014 no Maranhão. Fenômeno ideológico e político cujo ápice se deu durante o século XX no Brasil e no mundo, verificamos que o recurso ao imaginário anticomunista manifesta-se na imprensa durante a entrevista com o candidato majoritário filiado a essa sigla no Maranhão. Com a Análise de Conteúdo Temática como metodologia proposta por Laurence Bardin, identificamos as marcas desse fenômeno.

Palavras-chave: Imaginário; Estereótipo; Enquadramento; Eleições.

Aspectos iniciais

Após a divulgação do resultado das eleições de 2014, o Maranhão tornou-se o primeiro estado brasileiro a eleger um candidato a governador filiado ao Partido Comunista do Brasil, o PCdoB. O país tinha seu primeiro governador comunista? Tratava-se do ex-juiz e ex-deputado federal Flávio Dino, que disputava pela terceira vez um cargo majoritário, fazendo naquele Estado oposição ao grupo político liderado pelo ex-presidente da República, José Sarney.

Com mais de 6,5 milhões de habitantes, segundo censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2010, o Maranhão acompanhou diversas controvérsias político-partidárias naquela eleição, e uma delas dizia respeito às disputas simbólicas em torno do imaginário anticomunista. Neste artigo, abordaremos a manifestação desse imaginário durante a entrevista concedida pelo referido candidato à TV Mirante, afiliada à Rede Globo, e cujos acionistas são os três filhos do ex-presidente: Fernando José Macieira Sarney, Roseana Sarney Murad e José Sarney Filho.

Utilizando a Análise de Conteúdo Temática como método, verificaremos a inserção do agendamento de atributos vinculados ao imaginário anticomunista pelos jornalistas presentes nos questionamentos direcionados ao candidato durante os 6min30seg de entrevista.

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Mestranda em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. É bolsista Capes. E-mail: aline.queiroga@acad.pucrs.br

A discussão em torno das técnicas e estratégias utilizadas na comunicação de massa para caracterizar e referenciar objetos, ideias e personagens estabelece-se desde o início do século XX, marcado pelo lançamento de um dos primeiros estudos prospectivos sobre a definição e o funcionamento dos estereótipos na sociedade. Neste sentido, foi Walter Lippmann um dos precursores desse debate. O conceito é caro para o presente estudo, que pretende colocá-lo em relação com a tentativa do despertar do imaginário anticomunista no momento da entrevista que propomos como objeto de análise.

Partimos da hipótese de que os jornalistas escolheram durante a condução da entrevista o enquadramento do personagem baseando-se no imaginário anticomunista para identificar os atributos - temas centrais e aspectos relevantes do objeto (McCombs, 2009, p. 138-141) - selecionados na busca por símbolos referenciais a esse estereótipo. Para esta análise, consideraremos apenas as perguntas feitas pelos jornalistas, a fim de nelas identificar os termos, referências ou narrativas que acentuem e expliquem tal seleção. Portanto, deixaremos de lado as respostas dadas pelo candidato e suas relações com as perguntas.

Utilizando a Análise de Conteúdo, buscaremos os indícios presentes no texto jornalístico que evidenciem a presença e a utilização dos estereótipos relacionados ao candidato comunista a partir de marcas que apontam para a tentativa de uma revisita, de um retorno aos sentimentos repetidamente relacionados ao imaginário anticomunista difundido ao longo do século XX no Brasil no contexto sociopolítico, vivido durante o período militar (1964-1984).

Para este estudo, propomos a caminhada de desencobrimento do imaginário social (MACHADO, 2003) que remete a um período situado historicamente no Brasil em meados do século XX, mas cujos indícios encontramos nos dias recentes.

1. OS ESTEREÓTIPOS NO IMAGINÁRIO

1.1 - IMAGINÁRIO

Para dar início ao nosso caminho de desvelamento e compreensão do objeto proposto, seguiremos os passos do vivido, buscaremos nos indícios presentes no texto jornalístico de caracterização por meio de atributos pessoais a determinado sujeito os estereótipos do anticomunismo nele expressos. Serão eles que nos ajudarão a esmiuçar a presença do imaginário anticomunista resgatado durante os debates eleitorais brasileiros na segunda década do século XX, 23 anos após o fim oficial da

União Soviética. Nesse caminho de desvelamento de narrativa política, iniciaremos pela caracterização do termo imaginário, ao qual nos referimos.

Agindo como “um reservatório, um motor que agrega imagens, lembranças, sentimentos, experiências, visões do real que realizam o imaginado” (MACHADO, 2003), o imaginário faz parte da cultura de uma sociedade e age a partir de instrumentos, artefatos ou tecnologias que os criam, dão forma a uma partilha simbólica entre os integrantes dessa cultura (MAFFESOLI, 2001).

Desta feita, os imaginários que compõem cada cultura são recortes do vivido e do imaginado que enraízam sentidos e cristalizam-se nos reservatórios semânticos de uma dada sociedade. Ao discutir a amplitude e os limites da noção de Imaginário, o sociólogo Michel Maffesoli (2001) diferencia-o da Cultura, da Ideologia e da Crença definindo-o como a relação entre as intimações objetivas e os sujeitos. Buscando em Gilbert Durand tal característica, Maffesoli acentua que tais intimações objetivas são coerções sociais que “as sociedades impõem a cada ser. Relação, portanto, entre as coerções sociais e a subjetividade” (p. 80). Para o sociólogo francês, é no indivíduo e na sociedade que se relacionam os imaginários que carregamos e reproduzimos.

Dialogando com Maffesoli a partir da obra *Tecnologias do Imaginário*, Machado nos mostra que tal compartilhamento imaginal se estrutura, socialmente, por três maneiras diferentes: contágio a partir da lógica tribal da aceitação do modelo do outro; por disseminação que busca a igualdade na diferença; e pela imitação, no todo que se distingue por difusão de uma parte. Por tratar-se de uma partilha social (MAFFESOLI, 2001), os imaginários são responsáveis pelas imagens que criamos e disseminamos cotidianamente, a partir dos reservatórios semânticos “que ultrapassa o indivíduo, que impregna o coletivo ou, ao menos, parte do coletivo” (p. 76).

Tal partilha imaginal socialmente estabelecida permite encontrar, através das manifestações observadas em nosso cotidiano, vestígios deixados pelos caminhos abertos por imaginários coletivos. Em diálogos, imagens em suas diferentes formas de expressão, noticiário, peças publicitárias, entre outros, o investigador do presente pode encontrar os vestígios dos imaginários compartilhados para narrar o vivido, bem como identificar não apenas os motivos racionais de sua expressão, mas também “outros parâmetros, como o onírico, o lúdico, o irracional, os sonhos, enfim, as construções mentais potencializadoras chamadas de práticas” (MAFFESOLI, 2001).

Mas é preciso atentar ainda para a (im)permanência dos imaginários socialmente compartilhados ao longo do tempo. Uma mesma ideia, segundo Maffesoli, pode ser dominante em um determinado período e ofuscada em seguida, além de possuir uma função ordenadora da sociedade. No entanto,

ela não está fadada a desaparecer para todo o sempre. Acontece, assim, o fenômeno da pseudomorfose para caracterizar o despertar e o reviver de certas práticas.

A repetição é certamente um meio que uma estruturação tem de negociar sua morte, de administrar sua angústia face à aceleração da história. (...) É assim que nos parece importante compreender o ritual como processo de justificação na epopeia cosmogônica que sempre se põe em prática novamente em cada conjunto social. (MAFFESOLI, 2001, p. 119)

Para desenvolver esse raciocínio nas páginas posteriores, Maffesoli esclarece que a repetição arquetípica, retornos, idas e vindas, ação e retroação, não significam que o processo social observado seja de estagnação. Para ele, “pode haver nela reapropriação efetiva e original de práticas e de situações que se enraízam fortemente numa qualidade da vida” (p. 120), sendo esta ainda testemunha de práticas e vestígios ainda encontrados na vida em comunidade.

A partir dessa concepção de imaginário e repetição arquetípica, nos propomos a compreender o objeto ora proposto.

1.2 IMAGINÁRIO E IDEOLOGIA

Antes de avançarmos na delimitação de nosso campo de estudos, é necessário diferenciar os imaginários socialmente partilhados e as ideologias, posto que o objeto desta investigação possui também uma forte carga ideológica remanescente dos embates políticos, partidários e eleitorais ao longo de todo o século XX e, como se verá, chega até as duas primeiras décadas do século XXI.

A diferença mais aguda apontada pelo estudioso entre as duas noções está no fato de que a ideologia possui como característica primeira a explicação racional da realidade e suas consequências. Em Machado (2003, p. 20-51), encontraremos alguns dos traços diferenciadores entre as duas concepções. Enquanto a ideologia utiliza-se da manipulação, o imaginário atua através da sedução. Em vez da participação requerida pela ideologia, o imaginário trabalha com a interação. São diferenças de grande importância para que possamos compreender seu funcionamento no seio da sociedade.

O imaginário, apesar de possuir também elementos de racionalidade na sua existência, tem sua maior expressão naquilo que há de emocional e afetivo, não-racional. No entanto, Maffesoli percebe ainda pontos de confluência entre as duas noções, uma espécie de irrigação mútua entre o que é racional e aquilo que não o é.

O imaginário é também a aura de uma ideologia, pois, além do racional que a compõe, envolve uma sensibilidade, o sentimento o afetivo. Em geral, quem adere a uma ideologia imagina fazê-lo por razões necessárias e suficientes, não percebendo o quanto entra na sua adesão outro componente, que chamarei de não-racional. (MAFFESOLI, 2011, p. 77)

É assim que também Machado nos ajudará a esclarecer (2003, p. 47) que são os imaginários que “dão significado e impulso, a partir do não-racional, a práticas que se apresentam também racionalmente”.

2. Agendamento do Imaginário: uma proposta metodológica

Tendo em vista que não é possível determinar, mas somente descrever as manifestações do imaginário na sociedade (MACHADO, p. 49), trazer à tona suas manifestações, propomos a seguir uma metodologia de desvelamento do imaginário anticomunista no Brasil manifestado através da utilização de atributos estereotipados durante uma entrevista de televisão realizada em 2014, utilizada para caracterizar um dos candidatos na disputa pelo comando do Governo do Estado do Maranhão.

Para isto, buscaremos na caracterização feita pela imprensa maranhense a respeito do candidato filiado ao partido comunista nas eleições de 2014 naquele Estado o início da nossa jornada em busca do descobrimento do nosso objeto de estudo. Será por esse caminho que descreveremos as formas pelas quais a imprensa maranhense retomou, reagendou e repetiu estereótipos construídos ao longo do século XX em torno de um indivíduo cuja orientação política é marcada pela filiação ao PCdoB.

Já vimos que o imaginário não é um reduto de argumentação meramente racional, mas que mesmo diante de predominância do afetivo e do simbólico subsistem traços de racionalidade e de tentativas de manipulação mediante disputas ideológicas explicitadas anteriormente. Adiante, seguiremos os passos das marcas textuais escolhidas pelo jornalista para identificar os vestígios do imaginário anticomunista resgatado pela imprensa maranhense naquelas eleições.

O nosso próximo passo será identificar nos estereótipos ativados pelos jornalistas sobre as características de um candidato filiado ao Partido Comunista e suas pretensões de governo ao longo das 12 perguntas feitas ao candidato. Para isso, remontaremos à clássica definição de estereótipo nos estudos da Comunicação, em Walter Lippmann, em consonância com a busca dessas referências

na definição de atributos a um candidato em disputa eleitoral: “O padrão dos estereótipos no centro dos nossos códigos determina largamente que grupos dos fatos nós veremos e sob que luz nós o enxergaremos” (LIPPMANN, 2008, p. 129). O recurso à estereotipia, segundo o autor³, possui um mecanismo de funcionamento recorrente no mundo moderno, onde é preciso simplificar e agilizar:

[Os estereótipos] São despertados por pequenos sinais, que podem variar desde um índice verdadeiro até uma vaga analogia. Despertados, eles inundam a visão fresca com imagens antigas, e projetam no mundo o que tem reaparecido na memória. (...) O que interessa é o caráter dos estereótipos, e a credulidade com a qual nós os empregamos. E estes ao fim dependem dos padrões inclusivos que constituem nossa filosofia de vida. Se naquela filosofia de vida supomos que o mundo é codificado de acordo com o código que possuímos, nós provavelmente faremos relatos do que está ocorrendo descrevendo o mundo comandado pelo nosso código. (LIPPMANN, 2008, p. 92)

Entendemos que o recurso à estereotipia corresponde a uma das tecnologias do imaginário, dentre as diversas expressões possíveis, às quais se refere Machado ao explicar os meios pelos quais ativamos as bacias semânticas que compartilhamos com os demais indivíduos dentro da mesma sociedade. Será a partir da definição acima que nos referiremos aos estereótipos daqui em diante, os quais procuraremos nas marcas do texto dos entrevistadores.

Trabalhamos nesta investigação a partir da hipótese de que a decisão de agendamento dos estereótipos anticomunistas na caracterização do candidato pode ter como objetivo ou consequência a ativação de bacias semânticas de tal imaginário, remetendo o eleitor / telespectador a ideias de perigo e ameaça que a identificação política com o comunismo poderia trazer para o Estado. Utilizando a Análise de Conteúdo Temática para verificar os enquadramentos selecionados pelos jornalistas (ou pela emissora) ao caracterizar o entrevistado, poderemos desvelar o que está oculto na opção jornalística em utilizar tais atributos durante a entrevista.

As recentes discussões acerca da Teoria do Agendamento e suas consequências na formação da Opinião Pública apresentam uma revisitação da amplitude dos efeitos do agendamento da mídia na agenda pública, incluindo entre as novas características da narrativa dos media o agendamento de atributos, realizado na escolha da fatia da realidade a ser levada ao público pelos meios de comunicação. Segundo McCombs (2009, p. 133-134), além de sugerir sobre “o que” pensar, o agendamento da mídia também estabelece o “como pensar” sobre os objetos. Este é o agendamento

³ Clássico da discussão acerca da formação da Opinião Pública, o livro teve sua primeira edição lançada em 1922. Nele, Lippmann analisa a formação de consensos e opiniões acerca da I Guerra Mundial a partir dos veículos de notícia e propaganda.

de segunda dimensão, que estabelece uma uma distinção teórica entre a atenção e a compreensão acerca dos temas e objetos abordados no noticiário: os enquadramentos dados pela mídia têm por finalidade organizar e estruturar o pensamento acerca do objeto em destaque.

A noção de Enquadramento vem sendo utilizada na Agenda Setting para a identificação dos atributos dos objetos noticiados está a definição de Enquadramento que, para McCombs (2009, p. 140), “organiza e estrutura o pensamento” do público ao selecionar, enfatizar, elaborar e excluir determinados aspectos do objeto que receberão tratamento da mídia. A definição dos atributos na caracterização das personagens que são trazidos ao conhecimento do público têm nesta teoria uma grande relevância.

Isto porque, segundo McCombs, os enquadramentos “promovem um problema particular de definição, interpretação causa, avaliação moral e/ou recomendação de tratamento para o item descrito”. O agendamento, desta forma, passa pela seleção dos temas centrais a serem levados ao conhecimento do público e ao mesmo tempo pela definição dos aspectos secundários que também são submetidos a certo processo de seleção antes de serem levados a público. Em todo esse processo, McCombs afirma que a organização e a estruturação dos atributos por meio dos enquadramentos poderão sugerir uma determinada formatação do pensamento, reunião de informações anteriores pelo espectador e formas de “captura” do objeto noticiado em vez de outras possibilidades.

Tal debate nos dá a chave para que possamos abrir os caminhos da identificação nas falas dos entrevistadores indícios que marquem a retomada do imaginário anticomunista difundido amplamente na sociedade brasileira durante o período da ditadura militar (1964-1984) para, possivelmente, sugerir uma espécie de alerta à população para o assim denominado “perigo vermelho”.

3. O Imaginário anticomunista nas eleições de 2014 no Maranhão

Para a finalidade desta investigação, trabalharemos apenas com as perguntas feitas pelos jornalistas ao candidato com o objeto de assim identificar nesse discurso as imagens latentes referentes a estereótipos do anticomunismo, identificado historicamente na imprensa e no imaginário da sociedade brasileira desde os anos 1930 (SILVA, 2001). Para melhor compreensão do objeto que propomos, é preciso referir brevemente o contexto da realização da entrevista, o que será fundamental para a análise seguinte.

Nas eleições de 2014 no Maranhão, as pesquisas de intenção de voto mostravam um pleito liderado por Flávio Dino, candidato filiado ao PCdoB e que representava uma aliança com outros 8 partidos; e em segunda colocação Lobão Filho, filiado ao Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), apoiado por uma aliança de outras 17 siglas. O primeiro, durante os anos anteriores, fez oposição e duras críticas à gestão da então governadora Roseana Sarney (PMDB), uma das acionistas da TV Mirante (filiada à TV Globo), onde ocorreu a entrevista. O segundo pertencia à mesma sigla da então mandatária, e cuja família participava de sua base de apoio político ao longo de décadas.

A entrevista foi realizada em 22 de agosto de 2014, quatro dias após o início do período de veiculação da campanha eleitoral gratuita em rádio e TV, quando os candidatos começam a se apresentar ao público através dos *mass media*. Durante a participação do candidato comunista na bancada da TV, houve 14 intervenções ou participações dos jornalistas, formulando perguntas ou complementando a interação com réplicas. Delas, resumimos a 09 diferentes perguntas temáticas levantadas pelos entrevistadores, excluindo da análise agradecimentos ao público e observações sobre o fim do tempo de participação.

Procedendo pela categorização temática da Análise de Conteúdo, encontramos 170 unidades de registro divididas em 19 categorias, com as quais procedemos de acordo com os princípios de classificação apontados por Bardin, buscando “elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com critérios previamente definidos” (2016, p. 147). Assim, identificamos pela Análise de Conteúdo os atributos de agendamento utilizados no enquadramento do candidato comunista pelos jornalistas características que nos darão auxílio no desvelamento dos significados latentes no discurso jornalístico em questão.

Embora Bardin alerte que a análise qualitativa de um objeto não se dá apenas pela frequência da aparição de um índice, cabe-nos destacar que o tema mais recorrente no discurso dos jornalistas estão o quesito “Eleição” (23 registros), seguido de Opção Partidária pelo PCdoB (22 registros) e “Mensagem oculta / subliminar do candidato” (16 registros). Somados a esses termos ligados diretamente à filiação do candidato, destacamos ainda índices que sinalizam uma “submissão” do candidato a um projeto de poder superior (supostamente oculto ao eleitor), com frequência de 09 índices registrados durante as perguntas.

A alta recorrência dos temas partidários ligados a uma suposta posição política escondida, oculta ou ligados a um projeto de "poder proletariado" não fala por si, mas nos chama a atenção quando identificamos que a repetição de temas ligados a este contexto é bastante superior à recorrência de categorias ligadas diretamente às propostas administrativas ou projetos de governo. As categorias “Administração / Proposta de Governo” e “Trabalho” aparecem, respectivamente, 4 e 3 vezes durante todo o evento midiático em análise.

Outra característica recorrente ao enquadramento adotado pelos jornalistas é a identificação do candidato com mensagens subliminares passadas pelo discurso voltado ao “proletariado” pescado no estatuto do PCdoB. Aqui, faz-se necessário a transcrição da primeira pergunta da entrevista:

I - *“O estatuto do PCdoB é muito claro. Eu anotei, candidato. “Os mandatos eletivos alcançados sob a legenda do PCdoB pertencem ao coletivo partidário. A atuação dos comunistas está a serviço de um projeto político-partidário, segundo norma própria do Comitê Central.” Isso significa que, se o senhor for eleito, o senhor vai ter que submeter as suas decisões ao Comitê Central. Vai ser assim?”*

Tal trecho é de extrema importância para a compreensão geral do enquadramento adotado pelos entrevistadores, em primeiro lugar pela escolha do tema voltado à opção partidária submetida a interesses de um Comitê Central (não representado, portanto, pelo próprio candidato, diminuindo a sua autonomia frente a um órgão partidário superior) como o primeiro a ser colocado em debate. Em segundo lugar, porque ele tenta demonstrar ao público que o jornalista pesquisou acerca dos reais interesses do candidato, que permaneceriam escondidos da opinião pública, segundo a opção de narrativa feita pelo entrevistador. O jornalista se coloca na condição de desvelado do que estaria até então previamente encoberto pelo entrevistado.

Procedendo pelo método proposto por Bardin, de codificação seguida de decodificação, identificamos a seguinte recorrência na categorização dos termos da primeira pergunta: Opção partidária (10 ocorrências), Atenção do Jornalista (01), Ação (03), Eleição (03), Submissão (06), Mensagem Subliminar (02) e Verbo Condicional (03). Aqui, faz-se necessário sublinhar o recurso à “atenção do jornalista” como uma interdição prévia ao posicionamento que o candidato poderia vir a adotar, demonstrando que o argumento utilizado pelo jornalista da suposta submissão a interesses superiores inconfessos era baseado em fatos pinçados do próprio programa partidário.

A pergunta seguinte é também relacionada ao estatuto do partido político, como veremos na transcrição:

II - *“Ainda segundo o estatuto do partido, ele deixa muito claro que os comunistas visam a conquista do poder pelo proletariado e seus aliados e tem como objetivo superior o comunismo. Se o senhor for eleito, o senhor vai implantar o comunismo no Maranhão?”*

Nossa análise temática apontou, nesse quesito, as seguintes frequências de categorias: Mensagem subliminar (03), Eleição (05), Ação (02), Agentes da sociedade (04), Oportunismo (01), Repetição (01), Local (01) e Tempo (01). Infere-se, portanto, que o enquadramento adotado por essa mensagem, em consonância com o conteúdo da pergunta anterior, o jornalista prossegue em sua tentativa de desvelamento das reais intenções ocultas do partido do candidato que, agora mais claramente falando, poderia ser a implantação do sistema comunista especificamente naquele Estado, com consequências a serem experimentadas pela população a partir daquela eleição. A tática do oportunismo do candidato em tomar o poder e entregá-lo ao “proletariado” em um novo regime desconhecido seria, portanto, o imaginário trabalhado pelo jornalista.

Pela exiguidade deste espaço, procederemos à Análise Temática de apenas mais pergunta que consideramos primordial para o desvelamento do enquadramento jornalístico. No decorrer da entrevista, ela foi dividida entre pergunta e réplica, que transcreveremos respectivamente:

III – *“Candidato, eu tive o cuidado de dar uma olhada no seu programa de governo e lá o senhor propõe em algum momento que vai implantar uma rede solidária em parceria com as igrejas. Como comunista, como é que o senhor pretende convencer por exemplo a Igreja Católica e os católicos a votar no senhor, e apoiar esse projeto?”*

IV – *“Então é bom esclarecer, né? Porque, a partir do momento que se é do... que se é comunista, fica a ideia de que é ateu. Não é bem assim?”*

Aqui, nota-se pela primeira vez o aparecimento de questões atinentes ao tema “Governo / Proposta / Administração”, que aparece em apenas 04 unidades de referência ao longo de toda a entrevista. No entanto, a proposta administrativa cuidadosamente retirada do Programa de Governo pelo jornalista estava, mais uma vez, ligada ao imaginário anticomunista, buscando uma relação de contradição entre a opção partidária e a religiosidade dos agentes sociais a quem o futuro governador deveria recorrer para por a proposta em prática.

Vê-se nas duas intervenções o aparecimento das questões ligadas à “Condição Pessoal do Candidato” (04) e à “Espiritualidade” ou opção religiosa relacionadas diretamente à opção partidária pelo comunismo, como causa e consequência entre si (04). O entrevistador busca uma suposta contradição na proposta de administração do candidato a governador por depender de um relacionamento institucional entre o Estado e as “Igrejas” e, não por acaso, o catolicismo é citado

textualmente em dois momentos: 4,8 milhões dos 6,5 milhões de residentes no Estado declararam em 2010 ao IBGE seguirem a religião Católica Apostólica Romana.

Considerações finais

Cientes de que no agendamento dos atributos reside a construção ou a desconstrução, o embate público que será definitivo para a consolidação da imagem dos candidatos durante o processo eleitoral, interferindo na opinião pública sobre “como pensar sobre os objetos” (McCombs, 2009), este trabalho buscou debruçar-se sobre os vestígios textuais que apontassem uma decisão editorial refletida na condução da entrevista para entender o papel do enquadramento adotado no noticiário político e eleitoral, com o intuito de contribuir para o aperfeiçoamento da prática jornalística na cobertura da corrida pelo voto popular.

Às vésperas da decisão a ser tomada pelos eleitores maranhenses acerca da futura administração estadual, a análise sistemática de conteúdo temático demonstra que a afiliada da TV Globo no Maranhão toma uma decisão ideológica ao trabalhar durante a entrevista com o líder das pesquisas de intenção de voto. Naquela oportunidade, a opção pelo aprofundamento do debate na TV em questões ligadas ao imaginário anticomunista de forma recorrente e predominante nessa entrevista aponta para o fato de que os atributos anticomunistas foram temas definidos como pauta relevante a ser levada ao ar.

O recurso à espiritualidade ligada à condição pessoal do candidato em decorrência de sua filiação partidária, a suposta subserviência do candidato a um projeto de poder não esclarecido à população votante e a opção pelo encurtamento do espaço dedicado à exploração da temática administrativa são índices de conteúdo que apontam para essa decisão de enquadramento do candidato.

Para entender tal opção pela abordagem de atributos anticomunistas, é importante salientar que os três acionistas são filhos do presidente de honra nacional do PMDB, sendo dois deles filiados ao mesmo partido cujo representante estava em segundo lugar nas intenções de voto, e a cujo grupo político o entrevistado fazia oposição. A opção pela tentativa de exposição da liderança do então candidato a partir de atributos voltados ao imaginário anticomunista brasileiro poderia ser, desse modo, também uma decisão editorial e eleitoral orientada pelos acionistas da TV, cujos interesses político-partidários, e também econômicos, estavam diretamente em jogo.

REFERÊNCIAS

- ATLAS BRASIL. http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_uf/maranhao. Acesso em 20. May. 2016.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Edição Revista e Ampliada. São Paulo: Edições 70, 2016.
- GONÇALVES, Telmo. A abordagem do enquadramento nos estudos do jornalismo, in **Caleidoscópico: Revista de Comunicação e Cultura**, pp 157-167. Nº 5/6 (2011). Lisboa, Portugal. Disponível em: <<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/caleidoscopio/article/view/2268>>. Acesso em: 22 May. 2016.
- LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- MAFFESOLI, Michel. **A conquista do presente**. Natal, RN: Argos, 2001.
- MAFFESOLI, Michel. **O conformismo dos intelectuais**. Porto Alegre, RS: Sulina, 2015.
- MAFFESOLI, Michel. O imaginário é uma realidade, in **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, pp. 74-81. N. 15. Porto Alegre, RS: 2001.
- McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- SILVA, Carla Luciana. **Onda Vermelha: imaginários anticomunistas brasileiros (1931-1934)**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.
- SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do Imaginário**. 3ª ed. – Porto Alegre: Sulina, 2003.
- SILVA, Juremir Machado da. **O que pesquisar quer dizer: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES**. 3ª ed. – Porto Alegre: Sulina, 2011