



# A CONSTRUÇÃO DOS "DEFENSORES DO POVO" COMO REFLEXO DAS RELAÇÕES DA MÍDIA COM A POLÍTICA LOCAL BRASILEIRA<sup>1</sup>

GT6: Economia Política das Comunicações

Janaine S. Freires AIRES<sup>2</sup>
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

### Resumo

Este artigo expõe parcialmente os resultados da pesquisa "Programas Populares Sensacionalistas e Relações de Poder: a construção do perfil político de um 'defensor do povo'", que buscou refletir sobre o fenômeno que coloca apresentadores e membros da equipe de programas sensacionalistas em posições privilegiadas no jogo político de suas localidades, através da análise de um caso do estado da Paraíba: o programa "Correio Verdade", da TV Correio, líder de audiência no seu horário. O nosso objetivo foi observar as relações de poder que circunscrevem estes programas e colaboram para que a partir deles se lancem candidaturas políticas. Considerando que a construção deste exercício político é construído na intersecção da identificação do interesse coletivo e dos interesses dos radiodifusores, identificamos a intensa relação com o que na literatura da área denominamos de "Coronelismo Eletrônico".

\_

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Artigo submetido ao GT 6 – Economia Política da Comunicação do XII Congresso da Alaic, a se realizar entre os dias 6 a 8 de agosto de 2014, em Lima/Peru.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Bolsista CNPq. Membro do Peic - Grupo de Pesquisa em Políticas e Economia Política da Informação e da Comunicação. E-mail: janaineaires@gmail.com





**Palavras-chave:** Programas Populares Sensacionalistas; Coronelismo Eletrônico; Economia Política da Comunicação; e Comunicação e Política.

## Introdução

A quantidade e a importância<sup>3</sup> que os programas populares sensacionalistas assumem na grade televisiva brasileira, bem como suas peculiaridades de abordagem e de linguagem, suscitam uma diversidade de debates nos estudos da comunicação. A relação com a política é frequentemente citada por aqueles que se dedicam a refletir sobre este tipo de produção, mas ainda pouco aprofundada e parcialmente considerada nos esforços conceituais que buscam classificá-los.

Procuramos examinar o fenômeno que alça sujeitos ligados a programas deste gênero à Política, através da dissertação "Programas Populares Sensacionalistas e Relações de Poder: a construção do perfil político de um 'defensor do povo'", orientada pela Professora Suzy dos Santos e defendida em março de 2014 na Universidade Federal do Rio de Janeiro. De modo sucinto desejamos apresentar os seus resultados por meio deste artigo. Nosso objetivo foi dedicar atenção a questão política, investigando as relações de poder que circunscrevem estes programas, considerando a quantidade de personagens políticos que, desde o fortalecimento deste tipo de abordagem na televisão brasileira entre os anos 1980 e 1990 e mesmo através do rádio, disputam cargos públicos e obtêm certo êxito.

Em programas populares de grande audiência, acreditamos que os processos de projeção, identificação e empatia, que caracterizam a relação entre público e os veículos audiovisuais, conforme destaca Muniz Sodré (1972, p. 60), potencializam-se. Embora considerado como uma decadente característica da programação

\_

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Conforme pesquisamos (Aires, 2013), em todos os estados brasileiros emissoras locais produzem programas deste gênero que ocupam em sua maioria a faixa das 12h às 13h30 e se destacam como os programas de maior audiência.





televisiva, a cada ano, e especialmente no contexto de produção local, esses programas conquistam seu espaço e fidelizam sua audiência através da perspectiva amplamente difundida e alimentada pela produção de que são instrumentos à disposição do público para a defesa de seus interesses. Assim, criam-se os "defensores do povo" que não só habitam a televisão brasileira, como fazem dela seu principal instrumento, intrigando a crítica, mas certamente conquistando a confiança de inúmeros brasileiros.

Foi assim, ciente dessa confiança, que o nosso objeto de estudo abriu seu programa com uma promessa: "- Em 2014, eu vou defender com muito mais força as famílias. Muito mais do que as defendi em 2013". A declaração do comunicador Samuel de Paiva Henrique, o Samuka Duarte, na saudação aos telespectadores do "Correio Verdade" no segundo dia de 2014, já é canção repetida para as milhares de pessoas que, ao meio-dia, sintonizam seus televisores na atração de maior audiência da Paraíba e estabelecem com ela relações de reciprocidade, reconhecimento e a utilizam como fonte de informação.

O programa, criado em 2003, é transmitido pela TV Correio, do Sistema Correio de Comunicação, filiada à Rede Record, e tem Samuka Duarte no seu comando desde o final de 2010. O "Correio Verdade", exibido de segunda a sábado das 12h às 13h30, é um exemplar paraibano de um tipo de programa de televisão comum nas grades locais brasileiras e com similares de transmissão nacional: programas populares sensacionalistas com foco na cobertura policial, na prestação de serviços e centrados em uma liderança carismática.

Além das diversas similaridades no processo de produção, o "Correio Verdade" compartilha com outros exemplares espalhados pelo Brasil características que o tornam politicamente privilegiado no seu contexto local. Engana-se quem acredita que as conhecidas qualidades distintivas para a política, que estes programas





possuem, advenham somente da popularidade, resultado da grande audiência que atingem. Este não é o único elemento que os favorece no desempenho político, que cabe salientar também não é somente eleitoral.

Acumulando as funções simbólicas de juiz, árbitro dos mais diversos conflitos, delegado, advogado com as de conselheiro, missionário, pastor e amigo e outras vezes com alguém que tem por função divertir o povo, estes apresentadores deixam claro que, embora fundamentais, a visibilidade e a presença diária na mídia não são os únicos elementos que colaboram para a sua ascensão política e os fortaleçam como futuros candidatos. Há muito mais fatores articulados que determinam e nutrem estes espaços e estes personagens de apelo político. E é por isso que o instrumental teórico apresentado pela Economia Política da Comunicação se apresenta como fundamental para compreender esta singularidade.

Como sugere Vicent Mosco (2011), os sistemas midiáticos de hoje são resultado de uma história que envolve uma série de atores sociais. No contexto de um programa local, percebemos que inúmeros aspectos da realidade política interferem na sua lógica de produção e alçam seus membros a espaços privilegiados no jogo eleitoral e na disputa simbólica. Nesse sentido, compreendese que o papel que os meios de comunicação assumem na sociedade são resultados de processos históricos embalados por conflitos entre as classes, bem como pela compatibilização de interesses entre elas.

Nossa pesquisa percorreu linhas investigativas que buscaram compreender quatro vetores que se articulam para compreender a comunicação: a.) a história; b.) a totalidade social; c.) a filosofia a moral ; e d.) a práxis. Por isso, buscamos articular aspectos históricos, culturais e midiáticos para atingir os objetivos. A reflexão sobre estes aspectos do nosso objeto nos ajudaram a pensar um determinado





contexto midiático, fortemente caracterizado por uma "disciplina mais flexível aos meios de comunicação, que permite que a programação regional e local vincule-se estreitamente aos interesses eleitorais dos proprietários de concessões e licenças de retransmissão televisivas" (Caparelli e Santos, 2005, p. 79). A existência desta disciplina como característica da mídia brasileira, nos leva a destacar que casos como os que nos debruçamos se reproduzam com certa similaridade em vários recantos do Brasil.

Assim, inicialmente vamos destacar o grau de dependência da gestão pública que caracteríza a mídia brasileira e, logo, a localidade onde se produz este programa. Mais adiante refletiremos sobre a imbricação do nosso personagem como a política local e como as relações políticas do seu patrão, o ex-senador Roberto Cavalcanti (PRB), dono do Sistema Correio de Comunicação, imbricam-se com o seu exercício profissional. Por fim, destacaremos....

## Uma tradição que vem do rádio

A desregulamentação, a ampliação de concorrência, a globalização, a crescente consolidação de tecnologias e a hibridização entre eles marcam o contexto televisivo contemporâneo brasileiro provocando implicações na produção, na distribuição e no consumo televisivo (Gomes, 2011). As políticas de comunicação brasileiras, que marcam o período de transformação da nossa programação para uma tendência popular, foram definidas por características que as distanciaram das tendências globais de aceitação automática da convergência dos meios (Santos, 2006).

Estes aspectos, segundo Suzy dos Santos, são resultados tanto das lógicas clientelistas que transformaram as outorgas em ferramentas no jogo político partidário, quanto da centralidade do interesse privado no processo de regulação





do setor, bem como da ausência de transparência sobre a estrutura de propriedade e filiação da radiofusão nacional (2006). Produzidos na estreita vinculação entre esses fenômenos mais gerais e o contexto social, econômico, político e cultural brasileiro, os âmbitos locais de produção midiática não escapam e são influenciados também.

A instalação de emissoras de televisão na Paraíba reflete esse cenário e, especialmente se caracteriza pela forte influência da produção radiofônica, já consolidada na região no período. Essa relação se explica também pelas dificuldades de produção de programas de televisão mais elaborados e contribui para que a televisão local mantenha, até os dias de hoje, características do rádio nas suas produções. Por isso, a estrutura e a linguagem dos programas reproduz a relação profissional que se estabelecia no rádio, privilegiando o improviso, a relação por telefone com telespectadores e a reconfiguração de elementos característicos da linguagem telejornalística como o off, a passagem, a sonora<sup>4</sup>. A relação de proximidade e de reconhecimento com classes menos favorecidas, porém, não se inaugura com este 4 A maior parte das matérias produzidas para o "Correio Verdade", por exemplo, são planos sequência através do qual os repórteres narram os acontecimentos sem cortes, revelando a interpelação dos entrevistados, a correção das informações no momento, o ajuste do foco e do enquadramento da câmera, processo, mas resgata e se reconfigura a partir de uma tradição que se inicia no rádio, suporte que conquistou a parcela mais carente da população mais cedo.

Assim, na mídia paraibana, são muitas as figuras que se assemelham bastante com a aquela desempenhada por Samuka Duarte, atualmente. Os comunicadores

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> A maior parte das matérias produzidas para o "Correio Verdade", por exemplo, são planos sequência através do qual os repórteres narram os acontecimentos sem cortes, revelando a interpelação dos entrevistados, a correção das informações no momento, o ajuste do foco e do enquadramento da câmera.





Tony Show, Jota Ferreira – que iniciaram sua carreira na televisão com programas de auditório e só mais tarde passaram a produzir programas baseados em conteúdo policial e de prestação de serviços -, Salles Dantas, Jota Júnior e mais tarde o próprio Samuka Duarte representam um tipo de ator midiático com o qual o público paraibano se acostumou a conviver diariamente. Os quatro compartilham semelhanças diante dos microfones e das câmeras, já que todos iniciaram suas carreiras no rádio, fizeram seu público através deste veículo e só mais tarde passaram a ocupar também espaços na televisão. Mas eles compartilham, embora atuassem em períodos distintos, carisma, versatilidade e a postura de "defensores do povo". Ingredientes que somados aos seus contextos e interesses específicos os torna privilegiados na disputa empreendida por cargos públicos, não à toa todos os personagens citados se candidataram.

## Defensor do povo que depende do poder público

O grau de dependência da gestão pública dos meios de comunicação brasileiros, em especial nos seus contextos locais, é um elemento fundamental para se compreender o processo de construção política de um "defensor do povo", mas especialmente para desvendar as relações de poder que o circundam. É importante destacar o papel do Estado na manutenção deste tipo de abordagem e, sobretudo, da existência de uma economia que a sustenta e a fortalece. As verbas publicitárias públicas assumem em empresas de comunicação criadas em ambientes carentes da iniciativa privada uma dimensão de bastante importância.

Embora destacarmos que a verba pública para a comunicação seja determinante para o funcionamento e a manutenção dos negócios de comunicação do país inteiro em maior e menor grau, enfatizamos que na Paraíba, as verbas publicitárias originadas pelo governo estadual são fundamentais para a manutenção dos meios de comunicação do estado. Consequentemente a





governabilidade é diretamente atravessada também pela gestão e administração da relação – na qual esta verba é central - entre o Estado e os meios de comunicação.

O episódio de cassação do governador Cássio Cunha Lima (PSDB, 2002 – 2009) é importante para entender o sentido que este aspecto adquire no contexto paraibano, já que a disputa entre o Sistema Correio de Comunicação e o Sistema Paraíba desempenhou papel importante neste processo. A política local é caracterizada pela cissão entre as famílias Maranhão e Cunha Lima, a mídia local por sua vez reproduz essa polarização. Os donos dos principais sistemas de comunicação, por exemplo, estabeleceram alianças políticas com estes grupos. Silva Júnior, dono do Sistema Paraíba, foi vice-governador do estado entre 1983 e 1986 na chapa do então governador Ronaldo Cunha Lima, mais tarde foi seu primeiro suplente no senado. Já Roberto Cavalcanti, foi sócio do ex-governador Tarcísio Burity (PMDB) na aquisição do seu primeiro veículo de comunicação o Jornal impresso "Correio da Paraíba", do qual o governador detinha 40% (Soares, 2009).

Burity sofreu uma tentativa de assassinato do então governador Ronaldo Cunha Lima, que lhe deu três tiros, um deles na boca, por publicamente criticar o seu filho, Cássio Cunha Lima, que presidia a Sudene em 1993. Anos antes, em 1984, o então governador da Paraíba Wilson Braga foi acusado de ser o mandante do assassinato do primo de Roberto Cavalcanti e também sócio de suas empresas Paulo Brandão, morto com 36 tiros por pistolas da Secretaria de Segurança do Estado. Roberto Cavalcanti (PRB), mais tarde, foi suplente de José Maranhão (PMDB). Caso a cassação fosse implementada, o que ocorreu, o então senador José Maranhão que disputara o cargo, assumiria o governo, e o seu suplente seria levado ao senado.





Sem entrar no mérito da importante questão da governabilidade, desejamos salientar que atualmente a verba publicitária destinada somente pelo governo estadual some quase R\$ 52 milhões. Outro aspecto significativo é que as concessões de radiodifusão do estado são fortemente caracterizadas pela disputa política das suas localidades, sendo portanto concentradas nas mãos de políticos.

A mídia local se torna um palco para os espetáculos e disputas próprios do meio político, uma vez que são estabelecidas alianças políticas com os proprietários dos meios de comunicação que garantem campanhas eleitorais permanentes. Salienta-se que em meio a crise entre o Sistema Correio de Comunicação e o governo Cássio Cunha Lima, investiu-se na candidatura política do então apresentador do "Correio Verdade", Josival Souza Júnior, o Jota Júnior, que também apresentava um programa no rádio, tornou-se prefeito da cidade de Bayeux em 2004, a quarta cidade do estado em importância econômica. Jota Júnior se candidatou pelo PMDB e reelegeu-se em 2008, participou fortemente da campanha dos aliados do seu patrão, apoiou a entrada do seu irmão para a política, Carlos Souza que tornou-se deputado estadual pelo PP. Jota Júnior deixou de apresentar o programa quando foi eleito o novo governador da Paraíba, Ricardo Coutinho (PSB), quando a emissora teve de se adaptar ao novo jogo político que se arquitetou.

A dependência do poder público não se manifestava somente em aspectos estruturais dos meios de comunicação, mas tem reflexos significativos no processo diário de construção política do "defensor do povo", conforme nos detivemos com mais profundidade na análise do caso de Samuka Duarte. Comumente o apresentador cria discursos que apontam os projetos do governo como iniciativas suas ou como resultados da pressão que desempenha através da mídia no poder público. Em virtude disso, cria-se uma confusão de que benesses e a solução de casos apresentados seja resultado da sua intervenção direta, o que





leva inclusive o público a agradecer ao apresentador a conclusão de obras públicas, sobre as quais o comunicador não tem qualquer ingerência.

A apresentação diária do programa "Correio da Manhã" no rádio é caracterizada pela participação de profissionais de radioescuta que entram em contato com o programa para dar satisfação sobre todas as reclamações e queixas apresentadas pelo público por telefone ou mesmo nos estúdios. Além disso, parte das demandas levadas pelo público diariamente até a sede do Sistema Correio de Comunicação - cabe destacar que não se trata de um programa de auditório, mas que todos os dias dezenas de telespectadores se dirigem até o centro da cidade de João Pessoa para tentar se comunicar diretamente com o apresentador – são resolvidas em parceria com gestores públicos ligados ao poder executivo e legislativo de cidades circunvizinhas à capital. Por isso, na articulação complexa de relações de poder que conectam o apresentador, o público e o radiodifusor ao contexto político paraibano, destacamos especialmente a relação aproximada com a arquitetura política da região metropolitana da cidade de João Pessoa.

Assim, concluimos que a relação de dependência com o poder público que a construção do perfil político destes personagens estabelece se reproduz na "personalização" dos programas do governo. Na qual, aponta-se a aplicação e criação de políticas públicas como resultado da ação da produção ou do apresentador; Na menção, na indicação e na proximidade com políticos atuantes na região; e na participação dos profissionais de radioescuta através do programa de rádio que Samuka Duarte apresenta todas as manhãs retransmitido para todo o estado.





## Discurso que se pretende despolitizado

O papel político que os programas populares sensacionalistas assumem, em certa medida, estabelece-se na construção de um tipo de identidade cidadã. Produz-se política para uma parcela da população abandonada pelos serviços públicos, negando-se o jogo político tradicional, mesmo sendo partícipe deste. No âmbito de um "produto popular", reconhecido por sua audiência como uma ferramenta em sua própria defesa, a mídia se transforma em um instrumento de auxílio, isto é, passa a integrar a rede de resolução de problema de uma parcela da sociedade (Auyero, 2009).

A mídia é um dos atores sociais com grande potencialidade de convocar a sociedade a tomar um posicionamento e, especialmente, através destes programas cumpre essa tarefa com um enorme potencial dramático. Esta possibilidade se torna cada dia mais distante da capacidade dos partidos políticos, em virtude do desencantamento diante das atuais estruturas políticas, com o qual a mídia colabora fortemente.

No contexto de uma sociedade midiatizada, a ação política para existir socialmente e atender às novas demandas sociais, necessita considerar que a comunicação compõe a política. Márcia Vidal Nunes (2000), através da sua pesquisa de doutorado que analisou a ascensão política de radialistas cearenses entre 1982 e 1996, aponta o vazio que a prática política dos "delegados do ouvinte" provocou. Fora do ambiente midiático, os radialistas políticos tiveram de lidar com protocolos com os quais não estavam habituados e o desencanto com a política passou a ser compartilhado por eles e pelos ouvintes decepcionados, além disso:





a prática dos "delegados do povo" não contribuiu para a mobilização e a politização dos ouvintes, levando-os a lutar eles próprios para terem seus direitos e reivindicações atendidos. Sem compromisso com as práticas democráticas, estes se preocuparam em fazer valer seus próprios interesses. A prática política contemporânea deve ser obrigatoriamente incorporando pensada como а comunicação momento indispensável como sua realização e não como mera divulgação do "fato" político (Vidal Nunes, 2002, p.353).

O desencanto com o comunicador-político resulta do contraste entre as expectativas do telespectador/ouvinte criadas pela utilização do veículo e a atuação daquele comunicador diante da gestão política, muitas vezes legislativa. No caso em análise, essa decepção também ocorreu. A expectativa criada em torno da eleição de Jota Júnior à prefeitura de Bayeux foi abalada diante do que sua atuação como gestor apresentou. Esse desapontamento com a gestão de Jota Júnior levou a uma série de reivindicações no programa de rádio apresentado por Samuka Duarte do dia 07 de outubro de 2013, dia que sucedeu o anúncio de sua filiação ao Partido Ecológico Nacional (PEN). A maior parte dos ouvintes lamentou a entrada de Samuka Duarte na política, argumentando a decepção que Jota Júnior os havia proporcionado.

Comumente, as emissoras apontam o "desejo do público" como propulsor das relações políticas que se estabelecem, este argumento nos soa como mistificação. É sob estes aspectos que apontamos que, ao contrário do que se argumenta, o êxito político não é resultado natural da boa relação do comunicador com o seu público. As candidaturas que emergem destes espaços, via de regra, são





apontadas como somente um desejo do público, prontamente atendido pelo comunicador.

Não há dúvidas de que a relação com o público responde por parcela fundamental neste processo. No entanto, o jogo político também é constituído no bojo do interesse do patrão. É limitado por estes interesses, consolida-se nas estratégias adotadas pelas emissoras (para além das midiáticas) e se inicia muito antes do período eleitoral. No entanto, mesmo com vários aspectos semelhantes, diferenças marcam e tornam peculiar a inserção destes personagens no ambiente político.

O perfil do apresentador (e, logo, o da produção) é sustentado por uma base que o coloca ora como juiz, outras vezes como advogado, delegado e árbitro de conflitos. Em algumas ocasiões é o conselheiro e, por vezes, o missionário religioso. Sob o nosso ponto de vista, trata-se do acúmulo de funções que nos parecem semelhantes àquelas características do coronel. No entanto, não os apontamos como coróneis eletrônicos, pois corroboramos com a perspectiva de que o "coronelismo eletrônico" é um sistema de compromissos que se estabelece entre o poder federal e o poder local e que não necessariamente personagens que fazem uso político dos meios e detém concessões de radiodifusão são "coronéis". Portanto, a referência que fazemos neste ponto é relacionada a representação simbólica que assumem na política.

Luís Felipe Miguel destaca uma característica importante intrínseca ao mito político: o dele ser a forma política de rejeição ao exercício político. Além disso, para ele,

mais do que uma "palavra despolitizada" a que se referia Barthes, portanto, o mito político é um discurso antipolítico que





se quer politicamente eficaz. Ele comporta aqui mais um paralelo com o mito primitivo – que é apenas isso, um paralelo, não uma homologia ou uma filiação (Miguel, 1998, p.10).

A construção destes personagens é atravessada pela mistificação da sua atuação. Por isso, comumente estes profissionais destacam e enfatizam com grande veemência que compartilham a ojeriza e o desencanto que o seu público manisfesta pelo jogo político valendo-se, assim, da rejeição dos procedimentos políticos como arma dentro das próprias disputas políticas.

Associada às transformações políticas da era de comunicação de massa, descritas por Wilson Gomes (2004), destacamos que há uma economia política que circula neste tipo de produção. Parte constitutiva do exercício profissional de apresentadores de programas sensacionalistas é destacar a sua ojeriza ao exercício político tradicional, o que Samuka Duarte costuma denominar como "policagem nojenta" no seu dia-a-dia diante das câmeras. Esta perculiaridade, de modo geral, também caracteriza os candidatos oriundos deste universo, apresentados como uma renovação da política, como representantes da novidade, como agentes externos à política tradicional, quando na verdade são representantes destas engrenagens, isto é, são frutos do padrão clientelista e patrimonialista do sistema midiático brasileiro.

Em entrevista, e coerente com o que quase diariamente faz através de seus espaços na mídia, Samuka Duarte destacou a sua ojeriza pela política, conforme podemos constatar no trecho abaixo.

Eu tenho nojo dessa canalhada podre, dessa política nojenta que governa o país, não tenho vontade, da vontade de dizer





"Grave aí, eu não quero". Só que a gente nunca pode dizer nunca, nunca diga nunca, mas eu vou dizer a você, eu não tenho vontade e digo para meu filho "Não entre". Se ele quiser entrar, ele é de maior, um dia ele vai entrar, mas porque eu quis? "não!". Se ele entrar sem eu querer, eu não ajudo ele em nada, não peço nenhum voto para ele e se brincar eu ainda voto contra, porque eu tô com nojo dessa politicagem, um bocado de cabra safado na política, nojento, canalha, porque eu não vou mudar sozinho, mas dizem assim: "Se você tem uma boa qualidade, entre na politica, para tirar os maus que estão lá", ai eu entro como bom, mas lá tem cem maus, cem canalhas, bandidos, eu sozinho não vou vencer os cem canalhas. Ai, eu tenho medo e me enojo dessa classe podre, a maioria é podre (Samuka Duarte em Entrevista á autora concedida no dia 13 de janeiro de 2014).

Esse desencantamento com a política, no entanto, contrasta com seu engajamento nas campanhas eleitorais. Em 1992, Samuka Duarte foi candidato a vereador pela cidade em que nasceu. Em 2011, quando se filiou ao Partido Socialista Brasileiro, Samuka Duarte declarou ser um soldado à disposição do partido, ressaltando inclusive a sua autonomia para apoiar o candidato que melhor satisfizessem os seus anseios e os interesses do partido.

A ojeriza contrasta também com a sua atuação como assessor do prefeito Marcus Odilon Ribeiro Coutinho, herdeiro da família de administradores do Complexo de Usinas Canavieiras, localizadas em Santa Rita, cidade na qual Samuka Duarte nasceu e pretendeu se candidatar. Os Ribeiro Coutinho gerem a região desde o início do século XX, inclusive chegando a administrar o estado da Paraíba em 1956-1958, através de Flávio Ribeiro Coutinho, irmão de Flaviano Ribeiro





Coutinho, pai de Marcus Odilon. Os irmãos, Flávio, Flaviano e João Úrsulo (conhecido como Major Ribeirinho) fundaram quatro das sete usinas que operaram na Paraíba (Matwychuck, 1997).

Samuka Duarte foi assessor de Marcus Odilon e Emerson Machado, seu principal repórter, assessor de Flaviano Quinto, o Quinto de Santa Rita, filho de Odilon e ex-deputado estadual. E sua primeira experiência e a frente de um programa próprio se iniciou justamente na emissora de rádio santaritense do então prefeito da cidade, Marcus Odilon, a Liberdade FM. Em sua biografia, destaca-se o episódio da assinatura da carteira profissional de Samuka Duarte, feita por exdeputado Flaviano Quinto, filho de Odilon.

A primeira experiência na política também resultou do investimento de pai e filho, os donos da rádio que, segundo versão da obra, decidiram, "por vontade própria, candidatar Samuka como mais novo vereador" (Andrade, 2013, p. 72). Conforme dados do Tribunal Regional Eleitoral, Samuka Duarte foi candidato pelo Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) e obteve 138 votos, número que não foi suficiente para torná-lo vereador e que motivou o rompimento temporário entre ambos. Samuka Duarte se empregou em outras emissoras e somente em 2012 voltou a disputa eleitoral, sendo cotado a substituir o ex-patrão que não podia mais candidatar-se a prefeito da cidade de Santa Rita. Os laços políticos não permitiram que a candidatura lograsse êxito, então Samuka Duarte e equipe capitanearam a campanha de Reginaldo Pereira (PRP) para a prefeitura da cidade e também do vereador Djanilson Fônseca que participava com frequência como comentarista dos seus programas e era apresentado como seu amigo.

Mais do que limitado pela audiência, o jogo político a qual nos referimos é construído e viabilizado pelos interesses dos donos dos meios de comunicação. Nas ocasiões em que através do programa a equipe empenhou-se para lançar-se





politicamente as candidaturas apoiadas e aquelas assumidas pela equipe correspondiam às alianças desenvolvidas pelo patrão, ex-senador. Por isso, destacamos que mesmo apresentada como renovação e mudança, a política que se manifesta através destas figuras populares é vertente da velha política das elites brasileiras. Os meios de comunicação no Brasil continuam a serviço da conservação do status quo das classes dominantes, e os programas populares sensacionalistas nos parecem especialmente dedicados a esta tarefa.

No âmbito de um programa popular como o "Correio Verdade", percebe-se uma relação de estreitamento de interesses entre radiodifusor e comunicador para além da habitual relação patrão-empregado com vistas à ascensão política, sobre a qual a grande audiência conquistada por eles e a liberdade permitida pela possibilidade do comentário do comunicador desempenham papel fundamental.

### **Apontamentos finais**

As relações de poder e as características de produção do programa que analisamos nos permitiram enxergar parte da complexidade do processo que envolve a construção do perfil político do apresentador como um "defensor do povo". A eufemização do fazer político e a negação da política tradicional, sob o nosso ponto de vista, manifestam-se como aspectos basilares do processo de articulação das relações de poder que caracterizam os bastidores de produção do programa popular sensacionalista adotado como objeto de estudo.

A aura mítica aplicada sobre Samuka Duarte diariamente através do programa e das ferramentas paralelas de produção da atração é outro elemento fundamental para compreender a elaboração dos fatores que destacaram o apresentador do "Correio Verdade". O contexto de desconhecimento por parte do público dos direitos que lhe pertencem colabora para que a mídia atue como parte da rede de





resolução de problemas dos seus telespectadores. No entanto, enfatizamos que esta tarefa não é realizada somente por telejornais populares e, mas também por telejornais considerados como de referência.

Na articulação complexa de relações de poder que conectam o apresentador, o público e o radiodifusor ao contexto político paraibano, destacamos especialmente a relação aproximada com a arquitetura política da região metropolitana da cidade de João Pessoa, caracterizada por disparidades sociais que conectam as cidades circunvizinhas à capital. O papel político representado por Samuka Duarte também é definido por sua localização estratégica na grade e na rede de relações estabelecidas pelo Sistema de Comunicação que o emprega e certamente também se constitui na compatibilização de interesses entre o apresentador, seu patrão e seus colegas de programação, também marcados por relações com partidos políticos.

A tradição consolidada na controversa figura política do Coronel parece perpetuarse na acumulação de funções de conselheiro e missionário, juiz e delegado, no "amigo para todas as horas" e "gente como a gente" que constituem a imagem de personagens como Samuka Duarte e Jota Júnior e certamente de outros apresentadores populares atuantes no país.





## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aires, J. S. F. (2013). A política do Grotesco: programas sensacionalistas como trampolins políticos. In: CONECO, 2013, Rio de Janeiro. *VI Coneco Perfomance, corpo e subjetividade. v. 1.* Rio de Janeiro: UERJ,
- Andrade, D. (2013). Como vencer na vida: Samuka conta tudo. (1ª ed.) 109p, João Pessoa: Imprell.
- Auyero, J. (2001). La política de los pobres: las prácticas clientelistas Del peronismo. Buenos Aires: Ediciones Manantial.
- Mosco, V. La economia política de la comunicación: uma tradición viva. In:

  Albornoz, L. A. *Poder, medios, cultura: uma mirada crítica desde la economia política de la comunicación.* (1ª ed.) Buenos Aires: Paidós.
- Gomes, I. M. M. (2011). Tendências do telejornalismo brasileiro no início do século XXI: telejornalismo popular e infotainment. In: João Freire Filho; Gabriela Borges. (Org.). *Estudos de Televisão: diálogos Brasil-Portugal.* (1ª ed.) (pp. 56-87) v. Porto Alegre: Sulina.
- Gomes, W. (2004). Transformações da política na era da comunicação de massa. São Paulo: Paulus.
- Matwychuck, M. L. (1997). Estratégias de casamento, história de mulheres e experiências de mulheres entre famílias de usineiros em Paraíba, Brasil. In: *Cadernos Pagu*, v. 8, (pp. 21I-247).





- Miguel, L. F. (1998). Em torno do conceito de mito político. *Dados (Rio de Janeiro. Impresso)*, *41* (3), 635-661, Rio de Janeiro.
- Santos, S. (2006, dezembro). E-sucupira: o coronelismo eletrônico como herança do coronelismo nas comunicações brasileiras. In: *Revista Compós*.
- Santos, S., & Capparelli, S. (2005). Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um velho conceito. In: Brittos, Valério Cruz; Bolanos, César. (orgs) *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonía*, vol. 1 (pp. 77-101). São Paulo.
- Sodré, M. (1972). A comunicação do grotesco. Petrópolis: Vozes.
- Vidal Nunes, M. (2000). Rádio E Política: Do Microfone Ao Palanque Os Radialistas políticos em fortaleza (1982 1996). São Paulo: Annablume.