

Editorial

A HORA
DA PROVA

Morreu, ontem, o cinegrafista da Band atingido na cabeça por um rojão disparado por um manifestante durante um protesto, na quinta-feira última, no Rio de Janeiro. Os manifestantes protestavam contra aumento de 9% nas passagens de ônibus decretado pela prefeitura.

Um dos que portavam o rojão já foi identificado e preso. Ele pode levar ao outro, que teria disparado o petardo. Seja como for, não teriam, talvez, a intenção de matar. Seu alvo era a polícia, que trabalha protegida, chamada para sufocar o protesto.

A manifestação começou pacífica, mas descambou para a violência. Os jornalistas que, por necessidade, têm de cobrir esses protestos, têm se exposto a seus riscos e, com frequência, sido vítimas de agressões. Mas essa foi a primeira morte de um jornalista.

Parece haver grupos interessados em radicalizar os atos de descontentamento da população com os governos, os políticos e seus parceiros, como os empresários. Eles tentam capitalizar a indignação da população, expressada sobretudo nas redes sociais.

Os atos trazem preocupação por causa da proximidade da Copa do Mundo de Futebol. As perspectivas são as de que tentarão usar o Mundial para criar um clima de intranquilidade no país, como fizeram, no ano passado, durante a Copa das Confederações.

Todo o mundo teme pela segurança no Brasil durante a Copa. A morte do cinegrafista repercutiu internacionalmente. Os governos terão de dar cada vez maior atenção ao problema. A esta altura, alguns governantes já devem estar arrependidos da sua afoiteza.

Os governos podem ser tentados a instalar no país um sistema de repressão parecido ao do regime militar. No entanto, agora as forças de segurança não vão encontrar, com certeza, militantes pacíficos. Os eventos poderão impactar em seguida, fortemente, as eleições.

Só na fantasia de nossos governantes é que o Brasil era aquela ilha de felicidade que eles nos apresentavam. A hora da prova está próxima.

SEMPRE EDITORA LTDA

FUNDADOR Vittorio Medioli
PRESIDENTE Laura Medioli
VICE-PRESIDENTE Luiz Alberto de Castro Tito
DIRETOR EXECUTIVO Heron Guimarães
DIRETOR FINANCEIRO Marcos de Oliveira e Souza

GERENTE COMERCIAL
Fabiano Guerra

GERENTE DE TECNOLOGIA
Fábio A. Santos

GERENTE INDUSTRIAL
Guilherme Reis

GERENTE ADMINISTRATIVO E FINANCEIRO
Walmir Prado

GERENTE DE MARKETING
Alessandra Soares

GERENTE DE CIRCULAÇÃO
Isabel Santos

GERENTE DE ASSINATURAS
Maria Beatriz Braga Rocha

EDITORA EXECUTIVA
Lúcia Castro

SECRETÁRIA DE REDAÇÃO
Michele Borges da Costa

ADJUNTO DA SECRETARIA DE REDAÇÃO
Murilo Rocha

CHEFE DE REPORTAGEM
Renata Nunes

EDITORES

Opinião: Victor de Almeida

Economia: Karlon Aredes

Política: Carla Kreeft

Magazine: Silvana Mascagna

Brasil/Mundo/Interessa: Carla Chein

Esportes: Denner Taylor

Cidades: Marina Schettini

Primeira: Frederico Duboc

Fotografia: Rejane Araújo

O.PINIÃO

MORRE CINEGRAFISTA DA BAND ATINGIDO POR ROJÃO

Duke



DUKE

www.dukechargista.com.br



FÁTIMA OLIVEIRA

Médica

fatimaoliveira@ig.com.br

A 'síndrome de Estocolmo'
na política e o clã dos Sarney

Uma prisão emocional, como na história de "A Bela e a Fera"

Por que o clã Sarney ganha eleições? Sabe-se que quem vota no opressor não o vê como tal; ou vê e o prefere! É a "síndrome de Estocolmo" na política – em si, a síndrome é um transtorno psicológico em vítimas de diferentes processos de dominação, decorrente da falta de visão correta da realidade, cujo mecanismo de proteção é a defesa do opressor.

Na prática, uma prisão emocional, como no conto "A Bela e a Fera", de Gabrielle-Suzanne, dama de Villeneuve (1740), que na política é perpetuada com o apoio de um marketing político embotador de consciências. Vide a campanha publicitária em curso com poder extraordinário de vincar no imaginário as bodas de ouro do "amor" dos Sarney pelo Maranhão!

Diante do que urge ampliar a percepção popular de quão nefasto tem sido para o Maranhão e seu povo o domínio político do clã Sarney desde janeiro de 1966, quando o patriarca da família, José Sarney, sob a moldura eleitoral das Oposições Coligadas, assumiu o governo com um discurso contra a oligarquia de Vitorino Freire (1908-1977) – pernambucano que mandou no Maranhão entre 1946 e 1965, sem nunca ter sido candidato a governador! Quando Sarney se elegeu, os dois outros candidatos foram Renato Archer e Costa Rodrigues. Os três, crias do vitorinismo.

Por paradoxal que possa parecer, a penitenciária de Pedrinhas é o que Sarney e seus prepostos, ao longo dos anos, fizeram dela, pois, embora inaugurada pelo governador Newton Belo, em 12.12.1965, é a obra dos Sarney no poder que exhibe as vísceras dos des-

mandos do clã, além dos indicadores que revelam a extrema vulnerabilidade social do nosso povo, vítima de desamor contínuo por 50 anos!

Paulo César D'Elboux, em "A Trajetória Comunicacional de José Sarney", afirma que "para se manter por tanto tempo assim no poder, o político deve ter um bom trabalho de marketing político". Sarney é tido como o pioneiro do marketing político no Maranhão. Ele disse: "Talvez eu possa dizer que, no Maranhão, pela primeira vez, nós introduzimos uma campanha planejada... Pa-

A campanha em
curso tem o poder
extraordinário de
vincar no imaginário
as bodas de ouro do
"amor" dos Sarney
pelo Maranhão

ra isso utilizamos também, pela primeira vez no Estado, a comunicação musical, com jingle". Trata-se do "Meu voto é minha lei" (letra de Miguel Gustavo, na voz de Zezé Gonzaga). Em suma, de comunicação Sarney entende muito e é dono do maior grupo privado de comunicação do Maranhão, o Sistema Mirante de Comunicação (TVs, rádios e o jornal "O Estado do Maranhão").

Indagado por D'Elboux sobre marketing político, Sarney declarou: "É imprescindível. Primeiro, a ação política, 50% ou mais dela é feita pela palavra. A maneira de se massificar as ideias que as palavras têm é através dos instrumentos que se tem. A imprensa é o mais anti-

go de todos, depois os meios que a gente dispõe hoje. Ninguém pode fazer política, a não ser no anonimato, se não tiver condições dela ser do conhecimento, ser massificada. É uma obrigação do político, é quase que uma extensão da personalidade. Ninguém pode ter sucesso político se não for capaz de expor suas ideias para que os outros possam comungar delas... Todas as campanhas, esses marqueteiros sabem que sou muito palpíteiro e muito rigoroso em matéria de criticar. Tenho coragem de dizer a eles o que está certo e o que está errado".

O desafio de derrotar Sarney é monumental. Exige travar a luta de ideias num campo em que ele não é apenas experiente e detém os principais meios de comunicação do Estado, mas também considera decisivo, tanto que ru-ma para o "tudo ou nada" nas próximas eleições.

