



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA – MEC**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI**  
**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO – PRPPG**  
**Coordenadoria Geral de Pesquisa – CGP**  
*Campus Universitário Ministro Petrônio Portela, Bloco 06 – Bairro Ininga*  
*Cep: 64049-550 – Teresina-PI – Brasil – Fone (86) 215-5564 – Fone/Fax (86) 215-5560*  
*E-mail: pesquisa@ufpi.br; pesquisa@ufpi.edu.br*

**A NOÇÃO DE LOCAL NOS DISCURSOS DOS JORNAIS DIÁRIOS DE TERESINA:  
A NOÇÃO DE LOCAL NAS MATÉRIAS DE ECONOMIA**

*Jorge André Paulino da Silva (bolsista PIBIC/UFPI), Paulo Fernando de Carvalho Lopes  
(orientador, Departamento de Comunicação Social -UFPI)*

**INTRODUÇÃO**

O projeto em questão visa pensar o local a partir das estratégias enunciativas dos jornais de circulação diária em Teresina como elemento de identidade e vínculo com o leitor do veículo. Especificamente, o assunto economia, sua construção discursiva nos suportes, e como se reflete a noção de local. Entendemos o local como um espaço não apenas físico, mas discursivo, que pode ser estruturado na/pela tensionalidade com o global. A globalização, processo de compressão espaço-tempo, está presente na atual sociedade, influenciando-a à medida que é por ela influenciada.

Outra questão refere-se aos discursos, práticas sociais dotadas de especificidades devido à atuação dos sujeitos. Os objetos são criados não pelos sujeitos, submetidos às regras, mas pelos discursos e suas leis de funcionamento. Portanto, é impossível afirmar que exista um único sentido e que ele esteja fechado no objeto.

Na produção de notícias ocorrem embates pela estabilização dos sentidos. As notícias são práticas sociais, cujos sentidos são construídos a cada situação de comunicação. Os discursos constituem o espaço primeiro no qual se dão os embates sociais, as disputas de sentido e, ainda, as relações de poder.

**METODOLOGIA**

O procedimento metodológico utilizado é a Análise de Discursos proposta pela Teoria dos Discursos Sociais (PINTO, 1999; 2003). Inicialmente, considera-se a comparação como forma de produção de sentido. Em seguida, privilegia-se o contexto em que os discursos são produzidos. As noções de alteridade e intertextualidade são fundamentais para a análise.

Buscou-se como os diferentes jornais constroem o contrato de leitura sobre economia local. Esta proposta de Verón baliza-se em três “cláusulas”: imagem de si, a construção da imagem dos jornais quanto ao assunto; a imagem do tu, quem é o leitor de economia e como ele é construído discursivamente; que relações de poder e ideologia são estabelecidas no/pelo discurso. Se o enunciador é ou não pedagógico, se traz marcas de local ou de global, ou mesmo um híbrido destas construções. Quem são as vozes legitimadas por meio de heterogeneidades – mostrada e constitutiva.

O contexto importa ao pesquisador, para que veja como determinado discurso está relacionado ao além da matéria. Entendemos o local como uma noção de proximidade e pertencimento. Trazemos as questões nacionais para evidenciar como assuntos nacionais e internacionais reverberam no Piauí. Seria algo como buscar a “economia local”.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

No período em comento, discutiu-se a Semiologia dos Discursos Sociais, bem como categorizou-se as matérias dos jornais por temas. Por fim, aplicou-se as noções teóricas apreendidas sobre o *corpus*.

Os temas mais trabalhados nas matérias de economia são: Empreendedorismo, com 88 matérias (34 no Meio Norte - MN, 33 em O Dia - OD e 21 em O Diário do Povo do Piauí - DP); Comércio, com 81 matérias (43 MN, 26 DP e 12 OD); Pesquisas, com 14 matérias (7 OD, 4 DP e 3 MN); e Emprego, com 14 matérias (8 DP, 3 MN e 3 OD). Totalizou-se, pois, 197 matérias. O Empreendedorismo pode ser ainda subdividido em Ações de Incentivo, com 53 matérias (22 OD, 17 MN e 14 no DP); Produtos, com 21 ocorrências (10 MN, 6 OD e 5 DP), e Investimentos, com 14 aparições (7 MN, 5 OD 2 DP).

### **Meio Norte**

O local retratado nas matérias de economia mostra o Piauí em desenvolvimento. O enunciador ampara-se em números de pesquisas e de dados de órgãos ligados ao governo para impressionar o leitor. As ações de incentivo são promovidas pelo Estado. O comércio é condicionado a datas comemorativas nacionais, que incrementam o consumo. No tema emprego, ampara-se na descrição dos benefícios para o setor.

É pedagógico e autoritário, com marcas de local em articulação com o global. A relação de poder entre enunciador e leitor é subordinativa. As vozes legitimadas nas matérias são de órgãos ligados à economia local. Destaca-se o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-PI). No comércio, proprietários de loja e comerciários são os mais ativados. As heterogeneidades constitutivas apontam para a articulação do Piauí com países estrangeiros. A economia local se constroi ligada aos fluxos nacionais e globais de capital. Faz-se remissão à crise econômica mundial de 2008. O Piauí é um Estado que não sofreu os efeitos negativos desse período.

As marcas de ideológico aparecem no crescimento promissor, amparado nas falas dos produtores, e não em realidades concretas. O período comemorativo mais enfatizado nas páginas do Meio Norte é a Semana Santa. O leitor marcado pelo enunciador é o empresário piauiense.

### **Diário do Povo do Piauí**

O enunciador é cauteloso em relação ao crescimento da economia local. A economia aparece ligada às ações do governo do Estado, tanto as bem sucedidas quanto as que fracassam. Nas ações de incentivo, é comum o uso de *releases* enviados pelos órgãos que estimulam a economia. Relativo ao comércio, as matérias concentram-se nas datas comemorativas nacionais. Vale-se das vozes legitimadas dos comerciantes, que trazem expectativas com as vendas. O período enfatizado é a Semana Santa. O enunciador se aproxima do leitor com matérias de prestação de serviços, informando o horário de funcionamento de bancos e comércio.

Relativamente aos empregos, vale-se de pesquisas nacionais e de dados para impressionar o leitor. O enunciador é pedagógico e autoritário, trazendo em seus discursos marcas de local em articulação o nacional. A relação de poder entre enunciador e leitor é subordinativa.

As heterogeneidades mostradas são expressas pelo empresariado local. Os representantes dos órgãos de incentivo são ativados. Destaque para o Sebrae. As heterogeneidades constitutivas relacionam-se ao recebimento do 13º salário como impulso às vendas de final de ano, e à crise econômica mundial de 2008, que não afetou o Estado. O ideológico mostra um enunciador cauteloso quanto aos rumos da economia no Piauí, apresentando obstáculos ao crescimento. O leitor marcado é o micro empresário piauiense.

### **O Dia**

Observa-se uma enunciação construída amparada em dados de pesquisas, algumas vezes confusos, para comprovar as asserções feitas. O empreendedorismo apresenta a visita do Governador do Estado, Wellington Dias, a países da Europa. Ele é um personagem destacado nos rumos da economia local. As ações de incentivo são promovidas pelo Estado. O comércio ampara-se nas festividades como incremento para a economia local.

O vínculo de pertencimento criado com o leitor é com a região Nordeste e o Brasil. É pedagógico, articulando a economia local com a nacional. É autoritário, e a relação de poder junto ao leitor é subordinativa.

As heterogeneidades mostradas trazem órgãos oficiais de fomento à economia local, destacando-se o Sebrae, além de especialistas ligados à área. As heterogeneidades constitutivas apontam para as relações do Piauí com empresas transnacionais. A Copa do Mundo de 2010 é o evento esperado para aquecer o comércio local. A crise econômica mundial de 2008 também é mencionada. O ideológico presentifica-se no intuito de compartilhar as expectativas diante do crescimento. O leitor marcado é o empresariado piauiense.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O desenvolvimento do projeto “A noção de local nos discursos dos jornais diários de Teresina” se deu de forma satisfatória, com discussões participativas e reflexões apuradas sobre a semiologia dos discursos sociais, instrumento metodológico caro na apreensão da noção de local nas matérias de economia dos jornais.

A análise qualitativa permitiu ao bolsista evidenciar que a construção discursiva da economia local a mostra dependente dos incentivos do Estado. Os embates de sentido configurados entre os suportes mostram que o Meio Norte, ao construir as matérias de economia, traça perfis dos produtores no intuito de aproximar-se do leitor, mostrar que são pessoas comuns que obtêm sucesso.

Em O Dia enfatiza-se os dados ligados ao Governo do Estado para atestar o crescimento econômico local. Em O Diário do Povo do Piauí, o Estado é considerado o responsável pelo próprio desenvolvimento. No entanto, mostra-se o mais cauteloso dos três, tecendo críticas ao governo estadual.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Globalização. Local. Discursos.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LOPES, P. F.de C. **O local nos discursos dos jornais diários de Teresina (PI)** Trabalho apresentado no VIII Congresso LUSOCOM, 14-15 de abril. Lisboa, 12 p. (digit.)

\_\_\_\_\_. **PIBIC 2010 – 2011 – APOSTILA 01**. [Excertos da Tese de Doutorado Negociando Sentidos, Articulando lugares: o modelo semiológico-discursivo nas teorias da comunicação e do jornalismo. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004].

PINTO, M. J. **Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos**. São Paulo: Hacker, 1999.

PRADO, J. L. A e SOVIK, Liv (org.) **Lugar Global e Lugar Nenhum: Ensaio Sobre Democracia e Globalização**. São Paulo: Hacker, 2001.

VERÓN, E. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo (RS): Ed. Unisinos, 2004.