

A SUCESSÃO ESTADUAL EM 2010 NOS JORNAIS DIÁRIOS DE TERESINA: DISCURSOS E CAMPANHAS

Maria Catarina da Silva Costa (bolsista do PIBIC/CNPq), Edilberto Marques Apolônio Filho (colaborador, UFPI), Paulo Fernando de Carvalho Lopes (Orientador, Depto de Comunicação Social – UFPI)

Introdução

A política na sociedade piauiense contemporânea vive um momento singular – a campanha eleitoral para governador do Estado. Um fato, até então inédito, chamou a atenção dos jornalistas e especialistas em política: em menos de 24 horas, ou seja, imediatamente após o resultado da eleição do governador Wellington Dias, do PT, em 2006, para o segundo mandato, os jornais locais começaram a falar nas eleições de 2010. Desde então a imprensa da área de política teresinense foca a questão da sucessão governamental.

O objetivo deste projeto é analisar quais as estratégias de produção de sentidos utilizadas no processo de sucessão estadual ao governo do Estado no ano de 2010, pelos jornais locais. Dessa forma, identificaremos como cada um dos jornais constrói seus candidatos, através das análises dos conceitos de “sucessão” (identificada como um processo), “eleição”, “temas de campanha” e “eleitor” nas matérias, colunas, charges, editoriais, artigos de opinião, capas dos jornais; além de descrever os temas agendados nos jornais relativos a sucessão, aos candidatos, a eleição e ao eleitor e como são construídos discursos sobre os mesmos; pesquisar os elementos e mecanismos constitutivos do processo político de sucessão nos jornais teresinenses; investigar como os discursos concorrentes dos jornais diários apontam para o que se pode chamar de política local.

Assim sendo buscar-se-á analisar como os jornais O Dia, Meio Norte e Diário do Povo constroem a sucessão local no ano de 2010 a partir dos vínculos entre os jornais e os leitores segundo os contratos de leitura propostos por cada veículo, a partir do dia 1º de janeiro de 2010 ao dia seguinte ao resultado da eleição divulgado pelo Tribunal Regional Eleitoral (TRE).

Metodologia

Como procedimento metodológico será utilizado a Análise de Discursos, doravante AD, proposta pela Teoria dos Discursos Sociais (PINTO, 1999; 2003) para o estudo e análise de produtos culturais empíricos, como peças publicitárias, jornais, novelas, rádio, folhetos, cartilhas, discursos políticos etc. A Teoria dos Discursos Sociais é uma disciplina que segue rigorosamente seus princípios de intertextualidade e heterogeneidade.

Em primeiro lugar, os objetos da AD são as práticas discursivas, que se concretizam em discursos, cuja materialidade é expressa nos textos circulantes. O objeto da AD, então, são os textos ou feixes textuais, como propõe Verón (2004).

Em seguida, levar-se-á em consideração o princípio da comparação como forma de produção de sentido. Em seguida, privilegia o contexto em que os discursos foram produzidos, ou seja, toma-se como ponto de partida a relação entre textos, imagens e padrões gráficos. As noções de alteridade (o diferente como elemento revelador de propriedades que podem ser

retidas ou modificadas) e intertextualidade – como textos podem transformar textos anteriores e gerar novos textos a partir de convenções existentes, são fundamentais para a análise, assim como, os conceitos bakhtinianos de dialogismo e polifonia são norteadores deste modo de acercamento do objeto.

Serão analisados os contratos de leitura. O contrato de leitura é um dispositivo de enunciação adotado por um suporte. Para ele ser posto em funcionamento não importa qual o meio de comunicação de massa nem o suporte significante – cinema, rádio, revista, televisão ou jornal. No contrato o que importa é a relação entre um suporte e seu público.

Resultados e discussão

Com o fim das convenções dos partidos e com o registro das candidaturas no TRE, começou a ser desenhado o quadro político do Piauí para o pleito 2010. Segundo o Tribunal foram registrados nove pedidos de candidatura para o cargo de governador. São eles: Avelar (PSL), Francisco Macedo (PMN), Geraldo Carvalho (PSTU), João Vicente Claudino (PTB), Lourdes Melo (PCO), Romualdo Brazil (PSOL), Silvio Mendes (PSDB), Teresa Brito (PV) e Wilson Martins (PSB).

A sucessão é retratada pelos jornais como uma arena de embates partidários e interesses mútuos que, aos poucos, vai configurando a eleição de 2010 como uma das mais acirradas da história do estado. Uma característica cada vez mais comum à política, devido ao emaranhado de alianças e coligações feitas ao longo das campanhas.

Na primeira parte, denominada 'Pré-campanha', é marcado pela decisão da base governamental, onde se faz cingido jogo de alianças, a escolha do sucessor de Wellington Dias e do candidato da base aliada gera grande alvoroço, configurando-se como o principal foco dos jornais analisados, sobretudo do O Dia.

O contexto situacional do período denominado como 'Campanha' tem início e atenção voltada para um ano da tragédia de Algodões, divulgação da pesquisa Capta Voz e o sequestro da cota do Estado.

No cenário político, esta segunda fase foi marcada pelo fim das convenções estaduais, definição dos candidatos que iriam concorrer aos cargos de governador, vice-governador, senador e deputado federal e estadual, o registro das candidaturas, início das campanhas, mas principalmente pela influência exercida pelo campo jurídico no sentido de determinar as ações dos atores do campo político.

O terceiro período, "Sucessão", destaca o jogo de apoio em troca de valores entre os partidos. A principal discussão retratada entre pelos jornais gira em torno da imagem dos candidatos, veiculada ou não com outros, que podem denegrir ou aprovar a sua aceitação com o eleitor.

Conclusão

A partir do que foi exposto e analisado, nota-se claramente a diferença nas construções discursivas que cada jornal concede visibilidade à base aliada governista e de oposição. O

processo pelo qual os veículos de comunicação teresinenses fazem referência a sucessão estadual é distinto e intervém junto à sociedade, que é representada como eleitor (a).

Esta pesquisa buscou como resultado, ter dados que permitissem uma reflexão sobre como os jornais impressos locais utilizam-se nas regras de produção do seu campo para propor seus candidatos na sucessão estadual.

Vistos como empresas e precursoras de ideologias político-partidárias, os três jornais tentam, diariamente, transmitir ao leitor, que também é eleitor, uma verdade editorial que lhe satisfaz. Suas edições acabam por tornar-se porta voz das dinâmicas discursivas em uma sociedade predominantemente ávida por política e nestes atos de fala há, sempre, a presença do outro enunciador, revelado por meio das forças que agem na construção dos discursos. A importância das relações de poder social, verificadas através do poder simbólico estabelecido pelo grau de enunciação destes jornais realça as inserções de poder postas nas produções de cada um.

Um fator comum a todos os três jornais é que eles utilizam dos mesmos artifícios como estratégia de convencimento do leitor. Assim, a personificação dos acontecimentos políticos e o discurso oficial das vozes legitimadas socialmente é algo freqüente nos jornais teresinenses. É comum nas capas, artigos e colunas de opinião a colocação de falas dos atores políticos, que disputavam as eleições para governador do Estado, como forma de interpretá-las e assim construir um discurso fincado na midiaticização dos fatos que envolvem os bastidores da política piauiense.

Com relação à visibilidade dos candidatos é possível concluir que no geral, Wilson Martins (PSB) e Sílvio Mendes (PSDB) são os que mais são citados pelos jornais, visto que os dois são os mais bem colocados nas pesquisas de intenções de voto. Os periódicos locais muitas vezes silenciaram os assuntos e pautas que envolvessem os pequenos partidos, por esses não atrair tanto a atenção de seus eleitores.

Com a análise, pode-se perceber que o processo de sucessão eleitoral se dá através do conflito, sendo usados artifícios e armas, muitas vezes similares, para se chegar ao cargo tão almejado. A utilização do poder presente nas empresas jornalísticas fazem parte de todo o processo.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Jorge. **Lula, Serra e a disputa pelo discurso da “Mudança” em 2002**. In: XII Encontro Anual da Compós, Recife – PE. Junho de 2003.

ALDÉ, A. *et alli*. **Tomando partido**: Imprensa e eleições presidenciais em 2006. (online) disponível na internet: www.utp.br/divulgacao/.../trabalhos-selecionados-Compos-2007.doc. Acesso em 05/11/2011.

CERVI, Emerson Urizzi. **Opinião Pública, Sociedades Complexas e Processos Horizontais de Comunicação e Política**. In: II Congresso da Associação Brasileira dos Pesquisadores de Comunicação e Política - Compóptica, 2007, Belo Horizonte. Anais do II Compóptica, 2007.

FAUSTO NETO, A; VERÓN, E. **Lula Presidente: Televisão e Política na Campanha Eleitoral.** São Paulo: Hacker, 2003.

FRANÇA, V. V. **Comunicação e política: edifica-se uma tradição?** (online) disponível na internet www.facom.ufba.br/revistacompos/compol.doc. Acesso em 05/11/2011.

PINTO, M. J. **Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos.** São Paulo: Hacker, 1999. POLISTCHUCK, I. e RAMOS TRINTA, A. **Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática da Comunicação Social.** Rio de Janeiro: Campus, 2003.

RODRIGUES, M.R. **Agendando o Congresso Nacional: do agenda setting a crise da democracia representativa.** In: MOTTA, L.G. Imprensa e poder. Brasília: UnB Editora, 2002.

THOMPSON, Jhon B. **A escândalo político.** São Paulo: Vozes, 2002.

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

WOLF, M. **Teorias da comunicação.** Lisboa: Presença, 1987.

Apoio: CNPQ. UFPI.

Palavras-chave: Análise de discursos. Sucessão. Eleições 2010. Jornais.