

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO – PRPPG
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – PPGCOM

Sávia Lorena Barreto Carvalho de Sousa

**OS DISCURSOS EM CIRCULAÇÃO NOS JORNAIS IMPRESSOS DE
TERESINA NAS ELEIÇÕES DE 2012**

Teresina
2014

Sávia Lorena Barreto Carvalho de Sousa

**OS DISCURSOS EM CIRCULAÇÃO NOS JORNAIS IMPRESSOS DE TERESINA
NAS ELEIÇÕES DE 2012**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do grau de mestre em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM), na linha de pesquisa Processos e Práticas em Jornalismo, da Universidade Federal do Piauí (UFPI).

Orientador: Prof. Dr. Paulo Fernando de Carvalho Lopes.

Teresina

2014

Sávia Lorena Barreto Carvalho de Sousa

**OS DISCURSOS EM CIRCULAÇÃO NOS JORNAIS IMPRESSOS DE TERESINA
NAS ELEIÇÕES DE 2012**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do grau de mestre em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM), na linha de pesquisa Processos e Práticas em Jornalismo, da Universidade Federal do Piauí (UFPI).

Orientadora: Prof. Dr. Paulo Fernando de Carvalho Lopes.

Aprovada em _____ julho de 2014.

Banca examinadora

Prof. Dr. Paulo Fernando de Carvalho Lopes (Orientador - UFPI)

Prof^a. Dr^a. Regina Lúcia Alves de Lima (Membro Externo – UFPA)

Prof^a. Dr^a. Ana Regina Barros Rego Leal (Membro Interno – UFPI)

Prof^a. Dr^a. Samantha Viana Castelo Branco Rocha Carvalho (Suplente)

Agradecimentos

À todos que, de alguma forma, foram parceiros e corresponsáveis nesta jornada de criação:

Minha mãe, que me ensinou a ler;

Meu pai, que me mostrou os livros;

Meus irmãos, cujo sangue partilhado me dá a certeza de que não estou só no mundo;

Meu namorado, cujo olhar de admiração me inspira a tentar ser alguém melhor;

Minhas amigas certamente amadas por mim, Nádía Vaz (pela lealdade), Thays Teixeira (pela parceria), Dai Caroline (pela honestidade);

E ao meu orientador, Paulo Fernando de Carvalho Lopes, pela paciência e generosidade em dividir comigo o que traz consigo;

Aos meus chefes, pela torcida e flexibilidade: José Osmando, Arimatea Carvalho e Ananrias Ribeiro;

À eles, que têm corações infinitamente recheados de amor dentro de quatro patas: Melo, Bola e Laura.

Amo todos vocês.

SOUSA, S.L.B.C. **Os discursos em circulação dos jornais impressos de Teresina nas eleições de 2012.** Dissertação de mestrado. Teresina: Universidade Federal do Piauí, 2014.

Resumo

Esta pesquisa insere-se na articulação entre discursos, jornalismo e política na disputa eleitoral de 2012 para o cargo de prefeito de Teresina. Pretende-se verificar como os discursos em circulação nas capas dos jornais impressos da capital piauiense Diário do Povo, Meio Norte e O Dia durante o pleito municipal construíram os candidatos em três momentos: pré-campanha, campanha e segundo turno. Para isso, é necessário levar em conta a lógica de produção discursiva nas capas dos jornais, o que inclui contextualização, heterogeneidades, polifonias e um jogo de seleção, ênfase e exclusão no processo jornalístico. A análise de discursos é o suporte teórico e o método utilizado para identificar ainda, comparativamente, posições ideológicas e relações de poder nos jornais, considerados, assim, como operadores de sentido sócio-simbólico, destacando os posicionamentos semelhantes e contrários na construção de representações sociais de grupos políticos em Teresina. O objetivo é analisar de que maneira a candidatura dos sete candidatos a prefeito de Teresina, são construídas nos e pelos discursos dos jornais. Com elementos da linguística e das teorias dos campos das ciências humanas e sociais, a Teoria dos Discursos Sociais, onde este estudo é baseado, permite reconstruir os fragmentos linguísticos e sociais, relacionando o enunciado e seu contexto histórico, ampliando assim o leque de visão sobre determinados temas.

Palavras-Chave: Análise de Discursos. Eleições 2012. Jornais. Poder.

SOUSA, S.L.B.C. **Os discursos em circulação dos jornais impressos de Teresina nas eleições de 2012.** Dissertação de mestrado. Teresina: Universidade Federal do Piauí, 2014.

Abstract

This research is part of the linkage between politics and journalism through the 2012 election campaign for the office of mayor of Teresina, and discusses the discourses circulating in newspapers of the capital of Piauí during the municipal elections, based on an analysis of three newspapers with daily and statewide movement that period: People's Daily, Mid-North and O Dia therefore, it is necessary to consider the logic of discursive production on the covers of newspapers, including contextualisation, heterogeneities, polyphony and a set of selection , emphasis and exclusion; as well as matters of political, economic and cultural factors that underlie journalistic activity. The discourse analysis is the theoretical basis and the method used to identify ideological positions compared between newspapers, considered as operators socio-symbolic sense, highlighting similar and opposing the construction of social representations of groups of political power in Teresina placements. The goal is to verify how the application of the seven candidates for mayor of Teresina, are constructed in and through the discourse of the newspaper. With elements of linguistics and theories from the fields of humanities and social sciences, Social Theory of Discourses, where this study is based, allows us to reconstruct the social and linguistic fragments, relating the utterance and its historical context, thus extending the range of insight certain topics.

Keywords: Analysis of Discourses. Elections 2012. Newspapers. Power.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 COMUNICAÇÃO POLÍTICA	14
2.1 Mídia e política: Um entrelaçamento	14
2.2 Um panorama da política midiaticizada	22
2.3 Tomando partido: o jornalismo no Piauí	35
3 ANÁLISE DO DISCURSO: noções, conceitos e posicionamento	43
3.1 Discursos, heterogeneidades e dispositivos	43
3.2 O poder e o ideológico em negociação nos discursos	50
4 CONTEXTUALIZAÇÃO DOS JORNAIS E CANDIDATOS A PREFEITO DE TERESINA	63
4.1 Histórico dos candidatos a prefeito de Teresina	67
4.1.1 Beto Rego	67
4.1.2 Daniel Solon	68
4.1.3 Elmano Férrer	68
4.1.4 Firmino Filho	69
4.1.5 Maklandel Aquino	70
4.1.6 Vasconcelos Pinheiro	70
4.1.7 Wellington Dias	70
4.2 Histórico dos jornais impressos do Piauí	71
4.2.1 Jornal Meio Norte	71
4.2.2 Jornal O Dia	72
4.2.3 Jornal Diário do Povo do Piauí	73
5 COMO OS JORNAIS ELEGEM: tensões e estratégias enunciativas nas eleições 2012	74
5.1. Pré-campanha	75
5.1.1 Wellington Dias	75
5.1.2 Elmano Férrer	94

5.1.3 <i>Firmino Filho</i>	114
5.1.4 <i>Beto Rego</i>	123
5.2 Campanha eleitoral	133
5.2.1 <i>Wellington Dias</i>	133
5.2.2 <i>Beto Rego</i>	144
5.2.3 <i>Firmino Filho</i>	150
5.2.4 <i>Elmano Férrer</i>	160
5.2.5 <i>Daniel Solon</i>	166
5.2.6 <i>Maklandel Aquino</i>	174
5.2.7 <i>Vasconcelos Pinheiro</i>	180
5.3 Segundo Turno	182
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	189
REFERÊNCIAS	196

1 INTRODUÇÃO

Se a política parece caminhar desinteressante e distante da vida do cidadão comum brasileiro, é durante as eleições que os sujeitos mais se aproximam do universo político, consolidando os momentos que antecedem e precedem o voto, como singulares na vida em sociedades democráticas. As eleições como um evento contínuo são propostas pelos meios de comunicação, ou seja, quando um pleito se encerra, já começam as especulações midiáticas sobre o desenrolar da próxima campanha política. Ao fazer este tipo de proposição, a imprensa contribui na construção do mundo político, reafirmando assim sua importância como agente estruturante do agendamento da política e esfera de visibilidade nas eleições.

As mudanças tecnológicas nos meios de comunicação ao longo dos anos também contribuíram para que a cobertura que a mídia faz das campanhas eleitorais sofresse mudanças. A rapidez com que fotos e fatos são narrados reflete-se em uma oscilação maior de sentidos propostos pela imprensa, que busca acompanhar, antecipar-se ou propor fatos políticos. Os diferentes modos de enunciar as informações relativas ao mundo político, associados a dimensões políticas e sociais, contribuem para revelar marcas do ideológico no discurso jornalístico. Os discursos e representações construídos pelos impressos permitem não só a verificação de relações com o poder político e econômico local, mas, principalmente, a localização das estratégias que esses jornais utilizam para continuar operando em um lugar privilegiado na cena social, aquele onde lhes são permitidos o poder de falar ao público. É desse local que os jornais legitimam-se como agentes essenciais da política, buscando o reconhecimento por parte da sociedade de que ocupam a posição natural de mediadores entre os acontecimentos e o público.

Atuando na interpretação do simbólico, esta pesquisa insere-se na articulação entre política e jornalismo através da disputa eleitoral de 2012 para o cargo de prefeito de Teresina e pretende discutir, portanto, os discursos em circulação nos jornais impressos da capital piauiense durante o pleito municipal, partindo da análise dos três jornais com circulação diária e em nível estadual naquele período: Diário do Povo, Meio Norte e O Dia. Para isso, é necessário levar em conta a lógica de produção discursiva nas capas dos jornais, o que inclui contextualização, heterogeneidades, polifonias e um jogo de seleção, ênfase e exclusão; bem como questões políticas, econômicas e mesmo "pessoais" que permeiam a atividade jornalística.

Teresina, capital do Estado do Piauí, é a área geográfica de execução do estudo, já que os três jornais estudados, O Dia, Diário do Povo, e Meio Norte, possuem sede e circulação

predominante na cidade. Além disso, as eleições municipais de 2012, utilizadas como objeto de reflexão, foram recortadas para análise a partir dos sete candidatos que disputaram a Prefeitura de Teresina. A análise do discurso jornalístico nos jornais tem o objetivo de verificar de que maneira a candidatura dos candidatos a prefeito são construídas no e pelos discursos do jornal. O enfoque comparativo foi adotado porque permite não apenas verificar recorrências, mas também distanciamentos entre cada suporte.

Silva (2011, p.31), afirma que a literatura sobre competição política municipal no Brasil pode ser resumida com a constatação de que o regime municipalista no país é caracteristicamente oligárquico. “Isto é, as disputas travadas entre os partidos políticos em contextos municipais não englobam setores sociais diferentes (atores políticos)”. No caso de Teresina, um cenário com três candidaturas competitivas segundo as pesquisas de opinião da época, confirmava essa constatação. Como três dos sete candidatos a prefeito ocupavam cargos públicos eletivos, e a vitória de qualquer um deles teria potencial de modificar as composições de alianças partidárias para o pleito geral de 2014, o tema chamou a atenção para ser tomado como objeto de reflexão acadêmica. O viés midiático, e não da Ciência Política, foi assumido, partindo da observação de Miguel e Biroli (2011) de que, à longo prazo, os meios de comunicação são um dos aparelhos ideológicos com poder de influenciar na produção dos enquadramentos do mundo. “Assim, não é possível ignorar seu impacto na formação das preferências políticas em geral e, em particular, das escolhas eleitorais” (MIGUEL E BIROLI, 2011, p. 79).

Essas observações, que motivaram o interesse prévio no tema estudado, são resultado do trabalho da pesquisadora como repórter da editoria de Política em um jornal impresso da capital piauiense. Este trabalho pretende se juntar como contribuição acadêmica às demais pesquisas realizadas no Piauí – como as que são realizadas pelo Grupo de Pesquisa Jornalismo e Discurso (JORDIS), vinculado à Universidade Federal do Piauí – que já buscam traçar um panorama discursivo dos meios de comunicação locais, especialmente dos jornais impressos, e suas relações de poder que se delineiam através de sugestões simbólicas.

A análise de discursos é o suporte teórico e o método utilizado para identificar posições ideológicas comparativamente entre os três maiores jornais impressos do Piauí que circulavam em 2012, como operadores de sentido sócio-simbólico, destacando os posicionamentos semelhantes e contrários na construção da representação social dos grupos de poder político em Teresina. A fim de operacionalizar a análise, o *corpus* do estudo se concentrou nos enunciados contidos nas capas dos jornais durante o primeiro e o segundo turno das eleições municipais no período que vai do dia 01 de janeiro – data em que os

institutos de pesquisa ficam obrigados a registrar seus levantamentos, de acordo com o calendário do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) – até o dia 29 de outubro, ou seja, no dia seguinte ao resultado do segundo turno eleitoral, totalizando 909 exemplares.

A escolha dos elementos da amostra é feita de forma não aleatória. O recorte é intencional ou por julgamento, pois os elementos da amostra são julgados como adequados baseado em escolhas de casos específicos, na população onde a pesquisadora está interessada. Dentro do *corpus* analisado, a escolha do material a ser destacado como operador de identificação do acontecimento recai em exemplares dos jornais nas datas consideradas mais significativas para o trabalho, como as edições com a divulgação de pesquisas de intenção de voto dos eleitores, datas relevantes do calendário eleitoral e períodos em que os apoios políticos foram anunciados a cada um dos candidatos.

Parte-se da hipótese de que os candidatos ligados a partidos e a personagens tradicionais da política piauiense são colocados pelos jornais como novidade, em oposição a candidatos com pouca experiência política, que são retratados contraditoriamente como detentores de maior autoridade política e administrativa. Busca-se ainda identificar como os novos personagens da cena política, filiados a partidos menores e que utilizam argumentos de mudança no combate ideológico a grupos econômicos e políticos tradicionais, são identificados por cada veículo impresso. Sendo assim, mesmo admitindo que o espaço dado a cada candidato não é igual, havendo mais destaque para aqueles mais conhecidos pela população e bem colocados nas pesquisas de intenções de voto, procura-se entender de que forma os candidatos minoritários são posicionados nos discursos jornalísticos.

O estudo considera ainda como hipóteses que a interpretação dos dados das pesquisas de intenções de voto pelos enunciadores jornalísticos marca a oscilação da preferência dos jornais sob cada candidato. Neste sentido, mesmo que um candidato aliado aos interesses da empresa de comunicação tenha desempenho desfavorável nas sondagens, a estratégia discursiva escolhida pelo jornal vai optar por uma composição discursiva na tentativa de valorizá-lo. Também buscam-se marcas de sentido nos enunciados que apontam se os jornais tratam a eleição de 2012 em Teresina como uma prévia do pleito estadual de 2014, partindo da perspectiva de que há a sugestão de que os vitoriosos e os derrotados na eleição municipal terão seu futuro político traçado antecipadamente no âmbito estadual com o desempenho obtido na capital. Além disso, uma das hipóteses iniciais desta pesquisa é que o enunciador jornalístico não permanece alinhado a um mesmo candidato durante todo o pleito, modificando seu discurso de acordo com aquele que tem mais perspectiva de vitória.

Como as formações discursivas carregam em si traços do ideológico, é possível verificar os diferentes comportamentos dos sujeitos no discurso, que podem apontar tanto para o distanciamento, como para a confirmação de sentidos. Durante a análise, são privilegiadas as sequências que explicitam significações capazes de evidenciar o lugar discursivo em que os jornais produzem sentidos sobre os candidatos a prefeitos da capital piauiense. No que diz respeito aos procedimentos de análise dos dados, são contemplados os contextos situacionais e as condições de produção do verbal. Também são levados em consideração na descrição dos resultados, a linguagem empregada, os títulos, o uso de determinados adjetivos, os possíveis advérbios, o tamanho da fonte e as imagens. Considerando que as palavras são acompanhadas de silêncios, e o imbricamento dos dois deixa marcas do ideológico, buscou-se uma desconstrução dos elementos que constituem os discursos nos jornais, especialmente aqueles capazes de revelar a localização das estratégias que apontam para as relações de poder desenvolvidas discursivamente, como a provocação ou a cumplicidade.

A busca pelo sentido nos discursos não pode negligenciar as imagens, já que o sentido está distribuído espacialmente, não ficando restrito apenas aos enunciados dos textos. Assim como nos enunciados, é possível localizar nas imagens os enunciadores e a intertextualidade. Nas manchetes de capa e chamadas dos jornais impressos, essas escolhas discursivas devem ser consideradas na análise, já que contribuem para a produção de sentido, revelando as posições enunciativas do veículo de comunicação. Para Pinto (1999, p. 33), qualquer imagem deve ser considerada como um discurso, pois nelas “encontramos intertextualidade, enunciadores e dialogismo, tal como nos textos verbais”.

A análise dos discursos jornalísticos considera ainda como critérios o contexto sócio-histórico da produção discursiva dos jornais sob análise; enfocando os discursos alheios que constituem os discursos do jornal; os papéis sociais dos participantes da comunicação; o suporte, a paginação, a relação entre a materialidade verbal e visual; além do estilo de linguagem e os elementos que formam a situação de enunciação, destacando os significados e construções de sentido.

O trabalho está estruturado em quatro capítulos, sendo os três primeiros teóricos. Após a introdução, o capítulo 1 apresenta um panorama da relação entre mídia e política, com foco nos pleitos brasileiros e no debate sobre midiaticização, considerando as mudanças ocorridas na cobertura midiática das eleições com a introdução de novas ferramentas tecnológicas. No capítulo 1 também é feito um retrospecto da imprensa piauiense e sua relação com a política.

No capítulo 2, é contextualizada a relação entre discursos e poder, apontando os conceitos de análise de discursos utilizados nesta pesquisa e ainda sua relação com o

jornalismo. As noções de poder, especialmente o poder simbólico, e o ideológico, também são discutidas neste capítulo, que utiliza como principais autores Pinto (1999, 2000; 2003; 2005), Foucault (1979, 1996, 2001) e Bordieu (1988).

O capítulo 3 traz uma contextualização da política piauiense, com atenção especial ao período das eleições de 2012. Aborda-se ainda o histórico dos jornais pesquisados e dos sete candidatos que disputaram o pleito municipal de 2012 em Teresina. O capítulo 4 propõe uma análise dos jornais estudados considerando uma divisão temporal em três períodos, sendo o primeiro a “pré-campanha”, o segundo intitulado de “campanha” e o terceiro de “segundo turno”. Por fim, são apresentadas as considerações finais deste trabalho.

2 COMUNICAÇÃO E POLÍTICA

2.1 Mídia e Política: Um entrelaçamento

Estudos sobre política e mídia no Brasil evoluíram desde a redemocratização, constituindo um saber disciplinar que faz fronteira entre a Comunicação e a Ciência Política. Mesmo contando com algumas pesquisas no campo legislativo, o foco dos trabalhos acadêmicos na área se concentra nas eleições, especialmente para os Governos estaduais e locais. (MIGUEL E BIROLI, 2011). As pesquisas acadêmicas de comunicação e política no Brasil podem ser divididas em dois tipos, de acordo com a proposição de Gomes (2004). A primeira é a mais comum, com o maior número de trabalhos e está concentrada na análise de episódios eleitorais e teorizações sobre as mudanças da política na interface com a mídia de massa. Para o autor, ainda há uma “timidez na análise e interpretação do jogo político regular” (2004, p.1), ou seja, a comunicação entre os políticos e dos políticos com a mídia fica em segundo plano nos estudos da área.

Apesar de Gomes (2004) conceituar uma dicotomia entre a observação do fenômeno eleitoral inserido nos sistemas de comunicação ou no próprio sistema político, é possível identificar estudos onde as duas correntes se fundem, não apenas anulando-se. Por considerar que são numerosas as pesquisas que tratam das eleições pelas lentes da cobertura jornalística e da propaganda eleitoral, Gomes (2004, p.1) observa com um viés negativo esse tipo de estudo que, segundo ele, ignora um material considerado mais significativo, ou seja, o “jogo de forças de alianças e barganhas entre os agentes do campo político”. Um caminho apontado pelo autor para expandir as barreiras de conhecimento na área de comunicação e política no Brasil seria o acréscimo dos esforços na análise dos “(...) fenômenos da política onde a interface com a comunicação se oferecem de maneira menos óbvia, a fim de verificar se as nossas hipóteses sobre a transformação mediática da política fazem, de fato, sentido e quanto o fazem” (GOMES, 2004, p.2).

Para entender a intersecção e os distanciamentos entre os campos da comunicação e da política, regata-se a noção de campo defendida por Pierre Bourdieu (1998). O autor toma como pressuposto do conceito de campo um cenário em que há disputas entre diferentes setores da sociedade moderna. Os campos são então observados como esferas de tensão intrínsecas às práticas de formação de uma dada realidade social. Cada campo tem modos de percepção e linguagem próprios. Sendo assim, a linguagem é considerada um instrumento de ação capaz de coagir enquanto é colocada em circulação por um determinado microcosmo social. A

linguagem afirma a especificidade de um campo, considerado nas palavras de Bourdieu (1998, p.195) um “pequeno mundo social relativamente autônomo no interior do grande mundo social”. Seu uso legitima um campo e ao mesmo tempo estabelece estruturas de dominação simbólica. Esta dominação pode ser alterada com a mudança na dinâmica interna das forças do campo, e não se dá em uma via de mão única, pois considera-se que o poder das palavras é exercido em relação aqueles que estão dispostos a crer nelas.

A particularidade, no entanto, que diferencia o campo político dos demais campos é o fato de que este se refere ao espaço dos profissionais chamados políticos, sendo ainda o “lugar de uma concorrência pelo poder que se faz por intermédio de uma concorrência pelos profanos ou, melhor, pelo monopólio do direito de falar e de agir em nome de uma parte ou da totalidade dos profanos” (BOURDIEU, 1998, p.185).

Mesmo imbricada em uma relação difusa com outras ciências, parte-se do princípio de que a Comunicação não é um campo acadêmico menor, que apenas se propõe a aplicar o que as outras ciências querem estudar, constituindo-se em um saber parasitário. Com diversas vertentes que vão desde o foco em economia política, até os estudos em recepção, as pesquisas em Comunicação e Política não se colocam apenas como necessárias para o entendimento do que fala o político através da imprensa, mas tratam desde configurações do espaço público, à espetacularização, propaganda e marketing eleitoral. Além disso, os estudos sobre política e meios de comunicação perpassam pela investigação a respeito da opinião pública. Como resultado do alcance e importância da mídia nas mais diversas esferas sociais, sendo uma das instituições responsáveis pela tradução e ressignificação sociais, os políticos tem dedicado como um dos seus principais eixos a preocupação com a construção de uma imagem e posição perante a população através dos meios de comunicação de massa.

Meios de comunicação, mundo político e público se integram em nossos dias numa espécie de sistema de produção, circulação e consumo de opinião política, no interior do qual ganham sentido e possibilidade a política de opinião e todo processo de conversão da opinião particular em opinião do pública. (GOMES, 2000, p.14)

Jargão para exemplificar pressões populares ou direcionamentos jornalísticos, a “opinião pública” é classificada por Gomes (2000, p.7) como algo que vai além de um sujeito coletivo de opiniões, sendo o sujeito coletivo capaz de manifestar decisões sobre determinados temas, mesmo que essas decisões sejam a indiferença. Analisando a opinião no campo político contemporâneo, o autor incorpora a esfera da publicidade de opiniões e destaca como personagem principal desse círculo os opinadores profissionais. Gomes (2000,

p.8) diferencia dois tipos de fontes de legitimidade na mídia: por um lado estão os agentes da indústria da informação opinativa, inclusive do entretenimento; e por outro lado uma quantidade significativa de agentes admitidos pelos meios de comunicação como sujeitos de opinião: “É formado por indivíduos e instituições que vão desde aqueles a que socialmente se reputa uma competência específica na matéria ou uma autoridade moral sobre o assunto” (GOMES, 2000, p.8)

A luta pela imposição para que uma opinião particular que prevalece em determinado grupo torne-se uma opinião pública passa também pelo debate público. Da população, não é esperado que participe de debates públicos. Estes, por sua vez, são orquestrados para um público distinto: a elite de capital intelectual ou econômico composta por formadores de opinião. São eles que vão influenciar – depois de terem sido convencidos por argumentos – o grosso da população e, conseqüentemente, do eleitorado. “Ao eleitorado se esclarece, se convence por persuasão, às elites pensantes se convence num debate” (GOMES, 2000, p.11). Alguns setores da sociedade, principalmente no ambiente político – onde a confluência de interesses econômicos, políticos e sociais encontra-se representada, em parte, pelos políticos - no entanto, buscam se resguardar do debate público, já que a exposição de determinados temas pode trazer riscos à intenção de manter privados determinados temas. Quando necessário, no entanto, esses grupos utilizam estratégias de propaganda e construção de imagens para posicionarem-se nos debates públicos sobre os assuntos em disputa no campo político.

Sobre a quem interessa convencer, Gomes (2000, p.16) afirma que, a curto prazo a conquista da elite é mais eficiente em uma eleição, enquanto a conquista da opinião pública tem seu valor a longo prazo, entre um pleito e outro, quando a opinião que prevalecer na população tende a se converter em posição manifestada através de voto. Apesar de todo o esforço, dos políticos e da mídia, para fazer com que o público pense de determinado modo sobre um tema, essa mesma massa consumidora de informações não pode ser considerada como uma folha de papel em branco, cujas opiniões são aplicadas sem que haja negociação de sentidos. Muitas vezes, lembra o autor, a engenharia da opinião é formada tendo como primeiro passo a identificação de uma ideia na qual o público possa de identificar e formar uma opinião favorável. Em seguida, seria formada uma opinião pública com mais chances de sucesso e pouco desperdício argumentativo.

Buscando compreender que papel a mídia de massa brasileira exerce na contemporaneidade em relação ao campo político, resgata-se aqui um histórico dos pilares sob os quais o jornalismo brasileiro ergueu-se. Essa origem vai explicar também a posição de uma

indústria da informação que projeta imparcialidade, mas baseia-se em partidarismo velado. Inspirada em uma tradição norte-americana de jornalismo, Albuquerque (2013) cita dois conjuntos de valores que servem de modelo ao jornalismo brasileiro e, hibridizados com a história local, se ressignificam. O primeiro é a ideia de jornalismo como Quarto Poder, ou seja, uma entidade que representa a população em geral perante outras instituições, fiscalizando-as; e o segundo é a ideia de objetividade que só pode ser alcançada com distanciamento político e emocional dos jornalistas em relação aos fatos que noticiam. Nos dois modelos, o autor encontra o papel político do jornalismo tanto na defesa da liberdade de expressão a favor do exercício da cidadania, como no fato de atuar como “mediador do processo comunicativo entre as autoridades governamentais e o público e dentre as diferentes instituições que constituem o governo” (ALBUQUERQUE, 2013, p.8).

O jornalismo praticado nos Estados Unidos, porém, teve raízes partidárias, principalmente no século XIX e até a década de 1920. Foi até essa década que o jornalismo brasileiro teve influências significativas da Europa, especialmente da França e Grã-Bretanha, mas se alinhou ao modelo norte-americano – cujas principais características são tratar a notícia sob uma lógica comercial, e a utilização de rotinas profissionais, de acordo com Matos (2008) – depois da Primeira Guerra Mundial. “O jornalismo contemporâneo brasileiro, portanto, favoreceu a seleção de notícias e os valores profissionais sob os ideológicos, apesar da permanência de práticas partidárias nas redações” (MATOS, 2008, p.26).

Com diferenças significativas no desenvolvimento dos meios de comunicação nas diversas regiões brasileiras, com a presença tanto de modelos mais partidários, como daqueles mais próximos de uma linha comercial, não é possível classificar o jornalismo praticado no país sob um único viés, apesar do esforço em identificar as origens e modificações dos sistemas de mídia e seus valores empregados nas heterogêneas redações jornalísticas do país. No Brasil, mesmo usando o discurso que serve de base ao Quarto Poder, o jornalismo local não conseguiu, naturalmente, transmutar junto à ideia de fiscalizador, o contexto histórico dos Estados Unidos e do Reino Unido, que serviu de pano de fundo para a criação de suas noções jornalísticas. Com um caráter histórico singular, a relação entre mídia e política no Brasil pode ser comparada ao Poder Moderador, onde os meios de comunicação atuam como detentores de um papel político ativo sem, contudo, aliarem-se diretamente como porta-vozes de partidos e forças políticas. O Poder Moderador foi um dos quatro poderes de Estado instituídos pela Constituição Brasileira de 1824 e pela Carta Constitucional portuguesa de 1826, ambas de autoria do imperador D. Pedro I do Brasil. Coube ao Poder Moderador se sobrepor aos poderes Legislativo, Judiciário e Executivo. O modelo foi proposto por

Albuquerque (2008) e coloca a mídia brasileira em um cenário particular com relação aos sistemas político-midiáticos conceituados por Daniel Hallin e Paolo Mancini em seu livro *Comparing Media Systems*.

O lugar de onde falam os jornalistas e as organizações jornalísticas brasileiras está localizado na esfera de representante dos interesses da população. É daí que dirigem-se, de maneiras particulares, aos agentes políticos e ao público em geral. (ALBUQUERQUE, 2013, p.7). A mídia brasileira, para Albuquerque (2008, p.15) “(...) reivindica um lugar transcendental, de representante do interesse nacional como um todo, e árbitro maior das disputas que se estabelecem entre as instituições e os agentes políticos”. Tratando de um caso específico, as eleições presidenciais de 2006 no Brasil, Albuquerque (2013) consegue verificar no tratamento dado pelos entrevistadores do Jornal Nacional, da Rede Globo, aos três candidatos mais bem colocados nas pesquisas de intenção de voto que disputavam a Presidência da República naquele pleito, sinais de que a ideia de Poder Moderador na mídia era, de fato, incorporada pelos agentes da informação.

Mesmo com evidências expressivas que apontam na direção de um alinhamento partidário do Jornal Nacional com a campanha de Serra, o autor observa que essa preferência não é referendada intencionalmente pelos entrevistadores. Esforçando-se para não seguir nenhum alinhamento claro de preferência a algum dos candidatos – utilizando roteiros de perguntas similares e questionamento agressivo, em graus distintos, a todos os candidatos –, os entrevistadores focam sua atuação em uma postura que pretende ser de agentes neutros e objetivos, mas assemelham-se mais a uma reivindicação de papel autoritário. Ao dizerem explicitamente que agem “em nome do público”, os jornalistas reivindicam o “exercício de um tipo de mandato representativo que independe do voto dos eleitores.” (ALBUQUERQUE, 2013, p.18).

Esse “mandato” simbólico que a mídia busca exercer é comparado por Lima (2004, p.52) a uma tentativa de substituir as funções exercidas tradicionalmente pelos próprios partidos políticos. O autor aponta um histórico enfraquecimento dos partidos políticos no Brasil, cuja política é exercida de forma mais personalista, favorecendo o exercício pela mídia de algumas das funções das legendas, como por exemplo: construir a agenda pública; gerar e transmitir informações políticas; fiscalizar as ações de governo; exercer a crítica das políticas públicas e canalizar as demandas da população. Talvez por isso, também, justifique-se o fato de muitos jornalistas, principalmente do rádio e da televisão, que atuam em programas de cunho popular, lançam-se com êxito na disputa eleitoral. O mandato simbólico torna-se,

assim, efetivo nas Câmaras de Vereadores, Assembleias Legislativas, no Congresso Nacional e mesmo no Poder Executivo.

Relembrando análises do campo da comunicação nas eleições presidenciais desde quando Fernando Collor de Mello foi empossado, em 1989, onde os meios de comunicação atuaram de maneira significativa no sentido de dar visibilidade ou calar temas de acordo com suas conveniências, Rubim e Colling (2005) são otimistas com o cenário atual da mídia e política. Para o autor, a atuação da mídia como um agente político que procura modificar o cenário ocorre, principalmente, durante o período eleitoral. Ele observa que já se configuram mudanças lentas em relação à intervenção eleitoral da mídia, “no sentido de não agir de modo mais equânime, ainda que não satisfatoriamente plural, como requer uma democracia hoje” (RUBIM E COLLING, 2005, p.34). O período da Ditadura Militar foi responsável por um intervalo de expressão da sociedade brasileira através da comunicação realizada no campo da mídia. O desenvolvimento de estudos entre comunicação e política, portanto, surge e se consolida no Brasil a partir do processo de redemocratização. O aumento no número de eleitores, do nível de renda, e de alfabetização, também mudou o perfil das campanhas eleitorais realizadas no país ao longo do tempo. Da exclusividade dos comícios e do contato direto com os eleitores como únicas opções de campanha, os candidatos passaram a usufruir dos meios de comunicação de massa e a trabalhar também com as redes sociais e suas particularidades de expressão digital.

Na década de 60, as campanhas eleitorais eram realizadas, essencialmente, através do rádio, dos jornais e revistas, com uma cobertura jornalística focada nos espaços geográficos, como destacam Rubim e Colling (2005). Além disso, o pagamento para veiculação de propaganda eleitoral era aceito nos meios impressos, cujo público consumidor ainda era reduzido e se concentrava em formadores de opinião com acesso à leitura. As mudanças de formatos e, conseqüentemente, de sentidos, se deu com a eleição de Fernando Collor de Mello como presidente da República em 1989, considerada um marco nos estudos da comunicação política no Brasil, que passaram a trabalhar desde então com a análise dos programas eleitorais televisivos, utilizando como principal ferramenta as metodologias interpretativas.

Ao resgatar a história mais recente da intervenção da mídia em eleições presidenciais, Rubim (2003) destaca que as marcas deixadas no imaginário social brasileiro revelam que o papel dos meios de comunicação vai além do informativo, sendo também político e eleitoral, propondo assim diversas interpretações da realidade.

As atuações da mídia têm sido marcantes. Todos lembram a já emblemática intervenção explícita da Rede Globo em favor do candidato Fernando Collor de Melo e das suas acintosas manipulações na eleição de 1989. É fácil recordar também o alinhamento da quase totalidade da mídia brasileira no pleito de 1994, ao assumir fazer propaganda, gratuita e paga, do Plano Real, passaporte de Fernando Henrique Cardoso para a vitória presidencial. E o silenciamento deliberado da eleição de 1998, quando FHC ganhou sua eleição em uma disputa que quase não existiu, inclusive na mídia, deixando exposta uma convergência de interesses entre os governos e as empresas de comunicação midiática. (RUBIM, 2003, p.44)

Alencar (2013) defende que a opção partidária por parte dos órgãos de imprensa não são ilegítimas; desde que esse posicionamento seja declarado em editorial, como já ocorre em alguns países, como os Estados Unidos. Ao marcar território em um determinado lado da disputa política, o meio de comunicação buscaria, de maneira ideal, restringir suas posições aos espaços opinativos dos veículos, como os próprios editoriais. Na análise do Jornal Folha de São Paulo nas eleições presidenciais de 2010, Alencar (2013) observa um alinhamento do impresso que ultrapassa a preocupação com a credibilidade, optando por um partidarismo militante ligado ao candidato da oposição, José Serra, do PSDB. Para o autor, a cobertura do jornal “(...) misturou frequentemente fatos com opiniões e boatos, somando-se a isso outros elementos como torcida; manifestações de desejos travestidas de informação; argumentação frágil e com pouca lógica.” (ALENCAR, 2013, p.16).

Ao mesmo tempo em que as disputas ideológicas dos últimos anos na política brasileira se tornam mais superficiais, e os principais candidatos disputam o lugar de centro na política, a mídia segue como instituição com papel preponderante no processo de disputas políticas e eleitorais no país. Esse lugar central no cenário eleitoral, porém, é questionado por alguns estudiosos, que relacionam a experiência no voto resultante de uma democracia mais sólida, além do aumento no nível de escolaridade, como fatores que explicam uma nova posição, menos impactante, dos veículos de informação durante as eleições. Lattman-Weltman (2011) observa que a influência da mídia nos pleitos presidenciais tem diminuído com o passar dos anos e do conseqüente amadurecimento da democracia brasileira. Considerando o posicionamento médio dos principais veículos de comunicação brasileiros em relação ao favorito nas disputas presidenciais até 2006, o autor rejeita a irrelevância ou neutralidade da mídia diante da política, mas aponta uma tendência de perda de influência dos meios de comunicação no sentido de interferir eleitoralmente nas disputas.

O estudo de Lattman –Weltman (2011) aponta que nas seis eleições presidências que ocorreram no Brasil após a ditadura, em 1989, 1994 e 1998, a mídia teve posição favorável aos candidatos venceram as eleições presidenciais, enquanto a partir de 2002 - com a vitória

de Luís Inácio Lula da Silva, sua reeleição em 2006 e a eleição de sua candidata, Dilma Roussef - deixou de haver correlação entre a posição manifestada pela mídia e o resultado das urnas.

Por um lado, é totalmente inegável o simples fato de que embora a influência específica da mídia possa ter sido importante, se não mesmo decisiva, em 1989, 1994 e 1998, e se em 2002 sua relativa neutralidade possa ser, ainda mais discutivelmente, arrolada como um dos fatores a contribuir para que, afinal, Lula e o PT chegassem ao Planalto, é certo que nas últimas duas eleições o mainstream da atuação midiática se posicionou em sentido oposto ao da maioria do eleitorado: combateu fortemente as candidaturas de Lula e de Dilma e não pode impedi-las de vencer. (LATTMAN-WELTMAN, 2011, p.126)

De acordo com de Lattman –Weltman (2011, p.12), o aumento do nível de escolaridade do eleitor médio brasileiro, e a prática de duas décadas de democracia, com votos em eleições regulares, foram alguns dos fatores responsáveis pelo amadurecimento do eleitor durante os pleitos, distanciando as estratégias da imprensa, com suas ênfases e silenciamentos, do cardápio de elementos considerados pelo eleitor acriticamente. As estratégias dos candidatos, entretanto, podem ser alteradas com o trabalho da mídia com a cobertura ostensiva de determinados temas – como o escândalo do “mensalão” em 2005 -, confirmando assim a influência dos meios de comunicação no processo eleitoral.

Assim como Lattman –Weltman (2011), Lima (2011) acrescenta um outro ponto para reflexão sobre as recentes mudanças no papel da mídia nas eleições. Ele distingue a grande mídia, composta principalmente por jornais impressos, da nova mídia, integrada pelos veículos na internet. Os meios de comunicação tradicionais estariam, para o autor, perdendo espaço e poder com a profusão das novas tecnologias midiáticas. A ressalva que se faz a essa construção de pensamento está no fato de que ainda há, relativamente, pouco acesso à internet no Brasil, restringindo o potencial de alcance desses novos meios de informação a praticamente o mesmo público que consome as notícias da grande mídia, ou seja, pessoas com acesso regular à internet, que situam-se em faixas econômicas confortáveis. Para Lima (2011), o fato da classe C poder estar inserida neste grupo, já é visto como ponto positivo do alcance mais democrático das informações no país.

Diante desses dados, é possível argumentar que, embora continue a se valer da grande mídia (sobretudo do rádio e da televisão) como fonte de informação, boa parte da população, como vimos, utiliza-se também da nova mídia (incluindo rádios comunitárias e redes sindicais, por exemplo) e, sobretudo, faz parte — direta ou indiretamente — de uma sociedade civil

organizada, com lideranças próprias, que conquistou condições historicamente inéditas de mediatizar as informações que recebe. (LIMA, 2011, p.30)

O conteúdo jornalístico é produzido em uma perspectiva dialética: a mídia produz gostos e o público também oferece gostos. As forças dominantes não são apenas as econômicas, mas também culturais e sociais, já que na relação de comunicação os sujeitos são perpassados por correntes antagônicas e contraditórias. A mídia como uma arena privilegiada de visibilidade, coloca em circulação a relação entre políticos e meios de comunicação. Com a profusão de plataformas de mídias, inclusive alternativas - como as redes sociais - cabem aos políticos aperfeiçoarem métodos de chamar a atenção do público. Sem precisar estar no mesmo ambiente que milhares de pessoas, os políticos potencializam suas imagens através de aparições midiáticas.

2.2. Um panorama da política midiaticizada

O conteúdo jornalístico é produzido em uma perspectiva dialética: a mídia produz gostos e o público também oferece gostos. As forças dominantes não são apenas as econômicas, mas também culturais e sociais, já que na relação de comunicação os sujeitos são perpassados por correntes antagônicas e contraditórias. A mídia como uma arena privilegiada de visibilidade, coloca em circulação a relação entre políticos e meios de comunicação. Com a profusão de plataformas de mídias, inclusive alternativas - como as redes sociais - cabem aos políticos aperfeiçoarem métodos de chamar a atenção do público. Sem precisar estar no mesmo ambiente que milhares de pessoas, os políticos potencializam suas imagens através de aparições midiáticas.

Em um mundo interligado por TVs a cabo, filmes e todo o portfólio de imagens do universo capitalista presentes na internet, o intercâmbio simbólico sofre influências não apenas nos costumes culturais locais, atingindo ainda as práticas políticas, como lembra Thompson (1998, p. 158). O que é vivido passa então a ser comparado com outras práticas. “Os indivíduos são constantemente chamados para reconciliar, ou simplesmente a manter em difícil equilíbrio, mensagens que conflitam umas com as outras, ou com os valores e crenças enraizadas nas práticas rotineiras de vida cotidiana” (THOMPSON, 1998, p.158). A reciprocidade, portanto, encontraria falhas nesse processo enquanto os telespectadores podem assistir aos mais diferentes eventos ocorridos no mundo - e experimentar as mais diversas

sensações decorrentes da tecnologia - mas não podem ser vistos. Os receptores se tornam, assim, testemunhas cujo campo de visão é controlado, em parte, pelo que podem ver através do que as organizações midiáticas selecionam. Thompson (1998) aponta novos caminhos na relação entre poder e visibilidade, chamando atenção para o estado de vigilância que os poucos que exercem o poder estão submetidos. Com a comunicação mediada, muitas pessoas podem reunir informações sobre poucos enquanto uns poucos podem se tornar visíveis diante de muitos.

Os conflitos políticos nos países árabes ocorridos desde 2011 – a chamada “Primavera Árabe” – que quebraram a antiga ordem regional no Oriente e derrubaram ditaduras, são exemplos da ruptura não apenas de costumes, mas de tradição política¹. A utilização de mídias sociais, como *Facebook* e *Youtube*, foi essencial para organizar protestos e sensibilizar a comunidade internacional, já que a cobertura da imprensa nesses países era comprometida pela censura e repressão dos governantes interessados em camuflar desvios econômicos e de poder devido, também, às implicações geopolíticas que a publicidade destes fatos poderia causar.

Assim como o esporte, a política tem como característica ao ser trabalhada no campo da mídia, o potencial de mobilização popular, tornando as duas áreas espetáculos consolidados em um genuíno interesse massivo. Não apenas no excepcional, mas também no dia-a-dia. Um exemplo são as revistas de entretenimento que vez ou outra trazem em suas reportagens políticos cujo *status* se confunde com o de celebridade. Na posse da presidente Dilma Rousseff, em 2010, a jovem esposa do vice-presidente Michel Temer, Marcela Temer, foi destaque tanto nos meios de comunicação tradicionais – TV, rádio e jornal, quanto nas redes sociais e posteriormente em revistas de entretenimento, tendo as roupas e o penteado usados na posse presidencial objeto de desejo feminino.²

De um modo geral, observa-se que assuntos como Comissões Parlamentares de Inquérito, votações de projetos que chamam a atenção por serem importantes ou inusitados, e discussões pessoais entre políticos, fazem parte do cardápio montado diariamente pelos meios de comunicação que dedicam espaço e relevância às editoriais de Política nos canais de televisão, rádios, portais e jornais. A grande política – composta por projetos e discussões aprofundadas de temas tidos como relevantes para a sociedade – sai das páginas

¹ MEIRELLES, G. **Nova globalização em nova Sociedade do Espetáculo?** Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed758_nova_globalizacao_em_nova_sociedade_do_esp_etaculo. Acesso em: 20 out. 2013

². TRANÇA de Marcela Temer vira hit. **Portal M. de Mulher** Disponível em: <http://mdemulher.abril.com.br/cabelos/reportagem/penteado/tranca-lateral-marcela-temer-vira-hit-614175.shtml>. Acesso em: 14 out. 2013.

especializadas e cede lugar para assuntos secundários que passam a figurar no cenário principal da visibilidade midiática do entretenimento. Valorizando a disputa por cargos e das estratégias partidárias, o campo político também aparece no noticiário jornalístico centrado em desdobramentos da conquista do poder – formação de alianças e impacto das próximas eleições - colocando em segundo planos os problemas concretos. (MIGUEL, 2002).

Rubim (2000) desenvolve esse pensamento ao lembrar que a relação entre espetáculo e poder político se confunde. Assim como as eleições, os espetáculos têm como matéria constitutiva os ritos e o lúdico. “O espetáculo realiza a política em sua dimensão extraordinária, contraposta àquela do dia-a-dia” (RUBIM, 2000, p.70). O autor alerta que a visibilidade não deve ser confundida com a espetacularização na política, ou seja, apenas mostrar não significa, necessariamente, tornar o ato político um espetáculo. Neste sentido, muitas vezes, a narrativa do fato se sobrepõe ao acontecimento. O termo espetáculo pode ser definido não apenas como um conjunto de imagens, mas como uma “relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997, p.14). Encenação e realidade se alimentam uma da outra, tendo como linguagem comum a imagem, ou seja, “é o contrário do diálogo. Sempre que haja representação independente, o espetáculo se reconstitui” (DEBORD, 1997, p.18). A aparência é essencial para a constituição do espetáculo, que se mantém, sobretudo, partindo da contemplação do receptor tanto em cenas de entretenimento como naquelas de violência.

Utilizando-se das estratégias do espetáculo para prender a atenção do eleitor, os políticos também são presas dos mecanismos de controle do espetáculo. Crises no Congresso Nacional, Comissões Parlamentares de Inquérito, e constantes ameaças à manutenção de representantes políticos por causa de “escândalos” exemplificam a fusão entre as ferramentas usadas para produzir espetáculo e política. “O espetáculo se serve de ameaças ou procura muitas vezes manter um clima de ameaça, subtendida, velada, ou mesmo explicitada para manipular a opinião pública ou mesmo política” (SZPACENKOPF, 2003, p.166).

Os conceitos de Debord (1997) sobre espetáculo são refutados por Kelnner (2006), que os classifica como monolíticos, já que privilegiam análises generalistas e de totalização da sociedade contemporânea. Ele cita o escândalo envolvendo o ex-presidente americano Bill Clinton para argumentar contra os argumentos de Debord (1997). Segundo Kelnner (2006), o público não é totalmente manipulável, já que mesmo com as tentativas dos republicanos americanos de afastar o então presidente do cargo por causa de relações extraconjugais – um escândalo político e, conseqüentemente, midiático – a maior parte da população apoiou o presidente no cargo, resistindo, portanto, ao espetáculo. Assim, a falha no escândalo do

impeachment provaria “que a política do espetáculo é imprevisível e que o espetáculo nem sempre é bem-sucedido, nem consegue manipular o público, podendo falhar”. (KELNNER, 2006, p.14)

No Brasil, onde os níveis de alfabetização³ ainda não justificam um universo de leitores em que os meios de comunicação impressos atinjam uma parcela significativa da população, a televisão é o palco principal da política encenada. Para Miguel (2002), desde que surgiu, a televisão parece não ter sido desafiada pelas novas tecnologias, cumprindo o papel de modificar a percepção do mundo social e da atividade política. Mesclando a intimidade do rádio e o apelo da imagem no cinema, a televisão conseguiu unir essas duas características para aproximar-se mais dos telespectadores, aprofundando também as transformações do mundo político.

No Piauí, a discussão entre um vereador e um deputado, ao vivo, durante a transmissão de um programa de televisão transmitido no intervalo do horário de almoço, a partir de meio-dia, ou seja, no horário tido como nobre nas televisões locais, revelam um exemplo de como a política e o entretenimento caminham juntos especialmente em programas humorísticos que têm como base a satirização de políticos.

A busca dos atores políticos pela visibilidade extrapola o critério de qualidade: não é preciso transmitir uma imagem de credibilidade, basta ser visto, mesmo que seja discutindo. Na cena, o apresentador tenta acalmar os ânimos, mas precisa encerrar a participação dos dois políticos para evitar que a discussão se torne física. A briga de políticos piauienses teve repercussão nacional⁴. O quadro Top Five, do programa Custe o Que Custar (CQC), transmitido pela TV Bandeirantes, relata situações inusitadas e engraçadas da televisão, e mostrou a cena em que o vereador Antônio José Lira, do Democratas (DEM) e o deputado estadual Deusimar Brito, o Tererê, do Partido Social Democrata Brasileiro (PSDB), extrapolaram a discussão verbal e quase se agrediram fisicamente quando tratavam sobre o processo de subdelegação da empresa responsável pela distribuição de água no Estado, durante o programa Jornal do Piauí, apresentado pelo jornalista Amadeu Campos, na TV Cidade Verde.

Cenas como essa, que antes do advento da televisão e da popularização das redes sociais como replicadoras de acontecimentos, poderiam ficar restritas aos bastidores da

³ IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – 2012. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2012/default.shtm>. Acesso em 15 out. 2013.

⁴ LIMA, N. **Briga no Amadeu vai para o Top Five do CQC: 'Âncora pede até clemência'**. Portal 180 Graus. Disponível em: <http://180graus.com/televisao/briga-no-amadeu-vai-para-o-top-five-do-cqcancora-pede-ate-clemencia>. Acesso em: 07 ago. 2013.

política, hoje alcançam um significativo grau de projeção. Thompson (1998) lembra que uma das características da sociedade pós-moderna é que o exercício do poder político alcança um nível de visibilidade que era inexistente há poucas décadas. O escrutínio global a que o autor se refere para tratar da visibilidade mediada pela mídia, pode ser definido como resultado de um sistema de comunicações globalizado onde o papel da televisão é maximizado como direcionador de olhares. Sendo assim, a visibilidade do político diante dos outros deixa de ser um evento público fora da rotina, como em funerais, coroações e marchas, e passa a ser vital para que o indivíduo que almeje ser político se insira neste campo.

Se nos períodos em que prevalecia a monarquia e o império como principais formas de governo no mundo “a distância atestava o caráter sagrado do poder” (THOMPSON, 1998, p.122), tendo a corte e um grupo restrito de nobres como audiência dos governantes, a partir do século XIX a comunicação entre dirigentes políticos e público se dá, principalmente, quando as audiências não estão presentes fisicamente, através da mediação dos meios de comunicação. Com um público potencial maior, já que os avanços tecnológicos permitiram aos meios de comunicação ampliar o alcance geográfico de suas mensagens, os líderes políticos passaram a valorizar a administração de visibilidade feita pela mídia. Mesmo hoje, com redes sociais com milhões de usuários, que permitem ao governante dirigir-se diretamente ao público, a comunicação entre ambos ocorre quase que exclusivamente por mídias tradicionais.

Os meios de comunicação são, ao mesmo tempo, capazes de priorizar a veiculação de conteúdos de baixa qualidade por causa do lucro, colocando no mesmo patamar da informação, a mercadoria; e por outro lado continuam a desempenhar papéis coletivos na sociedade, servindo como ponte entre informações de interesse público, e o público interessado nelas. Como o exercício dessas funções pela mídia não é isolado, havendo mútuas atividades de busca do lucro e oferecimento de serviços, é preciso rejeitar o rótulo de “mídia manipuladora” e compreender as relações através de uma lógica mais complexa, que engloba a veiculação de material popular sem que ele, necessariamente, seja de baixa qualidade.

O entendimento da sociedade através da ótica de uma mídia industrializada, onde a reestruturação do real ocorre por intermédio de tecnologias que produzem mercadorias culturais cuja principal característica é a estética, é visto por Kellner (2001) pelo viés de uma postura crítica na análise dos fenômenos sociais contemporâneos. Para o autor, existe uma relação direta entre as preocupações do povo e sua encenação no campo midiático, que adiciona nesta operação o elemento do lucro. “As lutas concretas de cada sociedade são postas em cena nos textos da mídia, especialmente na mídia comercial da indústria cultural, cujos

textos devem repercutir as preocupações do povo, se quiserem ser populares e lucrativos”. (KELNNER, 2001, p.32).

Apesar da deterioração das condições de vida nos países mais desenvolvidos economicamente, como os Estados Unidos e a França, o consumo de cultura veiculado pela mídia não entra em declínio. O entretenimento televisivo, que é de graça, tem como maior público os mais desfavorecidos economicamente. Ao mesmo tempo, novas possibilidades de comunicação são exploradas por tecnologias modernas, que permitem a acessibilidade de expressões culturais antes restritas a poucos que podiam pagar para presenciá-las. Kelnner (2001) defende que os discursos políticos e ideológicos seguem sendo transcodificados em textos culturais e uma leitura destes últimos tem o potencial de elucidar aspectos da realidade sociopolítica.

A política acontece, cada vez mais, na onipresença da mídia. A elucidação do controle da mídia feito pelos governantes e grupos econômicos, com estratégias de desinformação, propaganda e cobertura unilateral, é essencial para o fortalecimento da democracia, que tem como base cidadãos ativos, cientes do que se passa em sua sociedade. Kelnner (2001) chama a atenção para a necessidade de meios de comunicação alternativos, que forneçam informações essenciais sobre acontecimentos complexos, em oposição à grande mídia.

(...) situações locais nacionais e globais de nossos dias são articuladas entre si por meio dos textos da mídia; esta, em si mesma, é uma arena de lutas que os grupos sociais rivais tentam usar com o fim de promover seus próprios programas e ideologias, e ela mesma reproduz discursos políticos conflitantes, muitas vezes de maneira contraditória. (KELNNER, 2001, p. 32)

As mudanças no curso da história e nas formas de Governo, conseqüentemente, trazem modificações no fazer político. O ápice do exercício da política nas sociedades democráticas são as eleições, cujo processo define os representantes populares na esfera institucional pública. Discutindo a teoria democrática no século XX, Robert Dahl (1989) define a democracia como um governo pautado pela igualdade política como seu pré-requisito básico, incluindo a expressão por parte dos sujeitos de preferências na conduta do governo; enquanto a democratização ocorre quando o poder público considera mais custoso manter a repressão do que a tolerância.

O autor simplifica a diferença entre democracia e ditadura pelo número de membros que governam. Partindo da disputa pelo poder, e avaliando o cenário morte-americano, Dahl (1989) considera as eleições essenciais para o controle social e manutenção da democracia:

“Podemos apenas distinguir vários grupos de vários tipos de tamanho, todos procurando, de várias maneiras, promover seus objetivos, geralmente às expensas, pelo menos em parte, dos demais” (DAHL, 1989, p. 130). Para alcançar o poder político em uma democracia é preciso, através do voto popular, conseguir a maioria dos votos quando se trata de disputa por cargos majoritários, como prefeito, governador e presidente. Esse processo de convencer uma massa que é disforme, passa pela argumentação política, e a proposição, por parte dos candidatos, de um lugar de credibilidade na concorrência pelos votos.

As frequentes eleições competitivas exigem a expansão de coalizões, a abertura dos partidos políticos ao ingresso de novos filiados e relações mais diversas com a sociedade. A igualdade política manifesta-se com a permeabilidade do estrato político aos cidadãos. No pluralismo, os partidos políticos, diferentemente dos regimes hegemônicos, não são guardiões de doutrinas ideológicas, mas de coalizões rivais de líderes e sublíderes que se associam para assumirem o poder. (RUBIM, 2002, p.16)

Miguel (2002) refuta o argumento de que as eleições são um ritual sem maiores consequências práticas citando as eleições alemãs de 1933 e as brasileiras de 1989 como exemplos de mudanças significativas na sociedade no momento eleitoral. Algumas características do sistema político-eleitoral brasileiro refletem no modo particular como os candidatos divulgam suas plataformas aos eleitores durante as campanhas. Gomes (2000) cita a instabilidade partidária, como a constante troca de partido por parte dos políticos, como um dos fatores que incitam a pouca utilização de símbolos partidários nas campanhas. A campanha eleitoral tem a função, portanto, não apenas de informar apenas durante o processo eleitoral, mas sobre todo o sistema político. Mesmo quando havia um único candidato, na União Soviética, por exemplo, as eleições eram aguardadas como um evento significativo para a população, trazendo a ilusão de informação, como ressalta a autora.

No Brasil, o horário eleitoral é gratuito e fornecido para todos os partidos e candidatos, sem relação com o poder econômico, que possibilitaria comprar espaço midiático. O maior ou menor tempo no rádio e na TV, em horários pré-determinados, obedece a cálculos que envolvem as coligações e representatividade partidária no Congresso Nacional. As demais mídias, como jornais, revistas e portais, mesmo sendo alvos de vigilância por parte dos candidatos e da Justiça Eleitoral visando minimizar possíveis desigualdades na cobertura do pleito, possuem mais espaço para a colocação de posições editoriais que representam o veículo de comunicação.

Os temas propostos no horário eleitoral, porém, nem sempre são repercutidos pela opinião pública, apesar de terem papel de destaque na proposta, por parte dos candidatos, de uma interpretação da realidade, como frisa Rubim (2003). O autor ressalta que é através de uma interação desigual, porém, combinada entre as agendas da sociedade, da mídia, e aquela elaborada pelo horário eleitoral, que ocorre “pela via da complementação e do confronto, uma agenda pública de temas inscrita no cenário eleitoral”. (RUBIM, 2003, p. 48)

Para o autor, apesar de, no período de eleição, a busca pela mídia se tornar mais intensa por parte dos políticos, por causa da exposição pública aos reais ou potenciais eleitores, a utilização dos meios de comunicação deve ser vista como um processo contínuo pelos governantes, já que envolve questões além da própria imagem, como a decisão sobre o que tornar público sobre as instituições sociais e de que modo isso deve ocorrer. A construção de uma imagem pública acontece em um contexto de disputa, onde os atores políticos concorrem com adversários pela visibilidade proporcionada pela mídia. Eleitos, os políticos não tem garantido o poder de governar, apenas de ter um lugar privilegiado para exercer o mandato. A governabilidade é exercida através da relação de tensões e consensos entre oposição e situação. No período eleitoral, o espaço público se torna ainda mais privilegiado.

Renunciar à administração da visibilidade através da mídia seria um ato de suicídio político ou uma expressão de má-fé de quem foi tão acostumado à arte da auto-apresentação, ou foi tão bem colocado numa organização que praticou a arte do bom resultado, que pode dispensá-la. (THOMPSON, 1998, p. 124).

A relação entre a escolha do voto e a comunicação não ocorre de forma unilateral, tendo a mídia poder de influenciar e ser influenciada. Essa ligação é difusa nos aspectos de possíveis manipulações de sentido apenas do lado midiático, mas sólida quando se trata da compreensão de que os meios de comunicação contribuem para enfatizar pontos de vista políticos específicos. Miguel e Biroli (2011, p.4) ressaltam que as particularidades do sujeito que consome as notícias são essenciais para definir como será sua compreensão, já que a consideração das alternativas e informações que são apresentadas ao público, leva em conta a “(...) matéria de que são produzidas as identidades sociais dos indivíduos é, nesse caso, determinante para a maneira como compreendem o que está em jogo nas disputas políticas”. (MIGUEL; BIROLI 2011, p.4)

A concepção de uma política pura, anterior à política contaminada pelo mundo contemporâneo midiático, não condiz com o reconhecimento de que sempre houveram elementos híbridos nessa relação.

Se hoje é importante que o candidato tenha um rosto atraente, antes pesavam mais a técnica retórica, o timbre de voz ou mesmo o talhe do corpo, já que indivíduos altos e corpulentos se destacavam mais em meio à multidão ou no palanque. Em suma, mesmo que se possa lamentar a atual banalização do discurso político, nunca houve nada parecido a um debate “puro” de ideias, desligadas daqueles que as enunciam. (MIGUEL, 2002, p.158)

Atraídos pela força de difusão dos meios de comunicação, sem os quais seria mais difícil estabelecer um vínculo com os eleitores na sociedade moderna, os políticos não apenas usam a mídia como trampolim de visibilidade para suas atuações, mas também são estimulados por ela a recriarem suas práticas.

(...) aparatos midiáticos são mecanismos que tornam públicos, e visíveis a todos, os fenômenos do mundo social, criando neste tornar público um sentido de realidade partilhada. Na medida em que a mídia é um dispositivo de visibilidade dos fenômenos ela se torna princípio de realidade, instituição do mundo comum. (LAMOUNIER, 2003, p.88)

Para que as negociações políticas se concretizem em uma esfera eleitoral é necessário que o candidato comunique-se com o eleitor. Mesmo fazendo isso diretamente, através de comícios, caminhadas, ou demais atividades eleitorais corpo-a-corpo, a intermediação dos meios de comunicação maximiza o potencial de alcance das mensagens dos candidatos. Com uma mudança constante das ferramentas tecnológicas e, conseqüentemente, da sociedade atual, a comunicação política também se modifica. Sobre essa política encenada, Rubim (2002, p.6) pontua que, para existir, a política necessita de um “conjunto de instituições, práticas, atores capazes de produzir sua apresentação e sua representação visíveis na sociedade”. Detentora do poder de publicizar, a mídia não é apenas um receptáculo para os políticos, já que com sua lógica própria, ela insere novos padrões de comportamento, influenciando e modificando práticas próprias da política, incluindo a linguagem:

A política vem apresentando alterações importantes pela necessidade de se adequar à dinâmica deste novo espaço eletrônico, configurado pelas redes de mídias como suporte da nova dimensão pública da contemporaneidade. A adequação deve ser entendida como absorção e utilização das linguagens e recursos midiáticos, em sua dimensão estético-cultural, mas não obrigatoriamente em uma condição mercantil, entretenimental e espetacular. (RUBIM, 2002, p.16)

Já que a disputa por representações sociais passa pela mídia, é preciso destacar que essas representações não abarcam a pluralidade de segmentos sociais, reproduzindo no campo da comunicação, as discrepâncias da própria democracia. Matos (2008) defende que a mídia comercial teve papel significativo no avanço da democracia, atuando ao mesmo tempo como mediadora do debate público e instrumento de luta política. O interesse de diversas classes que compõem a sociedade civil também passou, para a autora, a integrar o rol de interesses da imprensa de mercado. A grande imprensa passou por diversas transformações nas últimas décadas, que ultrapassaram “a mera retirada da censura editorial, o engajamento com a cobertura das eleições diretas para presidente e a introdução de regras de mercado nas redações” (MATOS, 2008, p. 298).

Para outros pesquisadores, como Miguel (2002), o papel da mídia na política é exagerado pelos estudiosos da comunicação, e minimizado pelos cientistas políticos. Enquanto estes últimos consideram sua importância como secundária, os segundos avaliam que os meios de comunicação dominam totalmente a lógica da política, influenciando-a e alterando-a em níveis mais profundos do que aqueles em que de fato atua. Mesmo mantendo suas características e mecanismos próprios, os dois campos se interferem em um processo mútuo, sendo inegável hoje uma centralização da política no ambiente midiático. Sodré (2002) defende que a mídia agenda, mas não é capaz de, por si só, doutrinar e incutir ideias no público consumidor de informação. Sendo assim, o cenário político recebe influências significativas dos meios de comunicação, colaborando com o favorecimento de correntes políticas através de técnicas de edição e espetacularização. O autor alerta para o excesso de informações na sociedade tecnológica, que pode levar à pouca reflexão sobre os conteúdos e limitação do sujeito. “O espaço público da contemporaneidade é cada vez mais construído pelas dimensões variadas do entretenimento ou da estética. (...) A vida comum torna-se médium publicitário e transforma a cidadania política em performance tecnocrática” (SODRÉ, 2002, p. 40).

Apesar das recentes mudanças tecnológicas terem proporcionado impactos significativos na estrutura social em um caráter global, não caberia classificar o fenômeno como uma revolução. A ordem conservadora é mantida, ou seja, a mutação tecnológica permite hibridização quando mescla novas e velhas formatações discursivas; mas mantém a rotinização dos processos de trabalho. (SODRÉ, 2002)

Mesmo que as transformações tecnológicas sejam o principal desencadeador do protagonismo da mídia na sociedade contemporânea, leva-se em conta que a disseminação de

informações está diretamente relacionada com a velocidade obtida através de avanços das últimas décadas no campo da comunicação, como TVs a cabo, internet e videocassete. Cabe à mídia, o papel de interligar as dinâmicas dos vários campos que perpassam os sujeitos, organizando assim as experiências sociais e simbólicas, que passaram a mudar com o uso de novas tecnologias.

Impedido de atuar de forma realmente efetiva nas grandes decisões de ordem social, política e econômica, o homem urbano encontra nos media não só a possibilidade de participar da vida social a partir das informações obtidas na leitura, como encontra neles, também, um porta-voz de suas aspirações. (FLAUSINO, 2001, p.104)

A complexidade da sociedade contemporânea, regida por uma lógica midiática, é um fenômeno recente, resultando em correntes de fluxos comunicativos constantes. Fausto Neto (2007) chama atenção para a necessidade de conceituar o fenômeno da midiatização, evitando que se torne uma noção que flutua sem a devida problematização. Segundo ele, o termo midiatização é resultado das reflexões de autores das últimas décadas que discutem os modos de estruturação e funcionamento dos meios de comunicação em suas dinâmicas sociais e simbólicas, refletindo a evolução dos processos midiáticos nas sociedades industriais. O universo midiático, com suas estratégias singulares, se consolida, portanto, como um “novo lugar pedagógico-interpretativo” (FAUSTO NETO, 2007, p.94). Sendo assim, os processos de referenciação da realidade não se limitam às próprias práticas midiáticas, migrando também para outras práticas sociais.

A relação entre mediação e midiatização, mesmo interligada, distancia-se por causa do caráter de virtualização deste último. Sodré (2002, p.21) lembra que a mediação precisa de bases materiais para se concretizar na ordem social: “As variadas formas de linguagem e as muitas instituições mediadoras (família, escola, partido, etc) investem-se de valores mobilizadores da consciência individual e coletiva”. Já a midiatização como um fenômeno dá ênfase à interação através da tecnologia, estando mais relacionado à organizações empresariais, e dando ao sujeito um novo lugar no mundo, ou seja, um novo gênero de existência (ou *bios* na classificação aristotélica das formas de vida).

O espelho midiático não é simples cópia, reprodução, ou reflexo, porque implica uma nova forma de vida, com um novo espaço e modo de interpretação coletiva dos indivíduos, por tanto, outro parâmetro para a constituição de identidades pessoais (SODRÉ, 2002, p.23)

A midiaticização alcança na política níveis mais profundos de penetração, inclusive propondo mudanças no modelo de participação social quando permite, por exemplo, aos eleitores, mesmo distantes do centro político, não só receberem informações sobre o campo da política, como também interagirem com as plataformas de comunicação utilizadas pelos políticos. A partir do momento em que os meios de comunicação propõem um espaço onde os cidadãos podem saber, em algum nível, de discussões que permeiam a esfera pública, o poder político também se torna mediado através mídia nos níveis de visibilidade e consequente aproximação com o público.

Borelli (2002) confirma que a mídia possui um lugar central na construção da atualidade, ao mesmo tempo em que legitima e consolida o real com o espaço que proporciona a outros campos, como é o caso da política. A autora contrapõe dois pontos de vista sobre o jornalismo: o primeiro observa a atividade como um suporte neutro, que se resume a transmitir realidades; enquanto o segundo, desenvolvido por estudos nas últimas décadas, observa o trabalho jornalístico como simbólico, já que a proposição de realidades se dá através de pontos de vista distintos. “O jornalismo é entendido então como um dispositivo de produção de sentidos, onde se constrói e se faz uma oferta da própria atualidade” (BORELLI, 2002, p.2). A autora ressalta que a construção de acontecimentos pela mídia ocorre em um campo que não é apenas reprodutor de fatos, mas protagonizante e capaz de produzir a partir dele outros sentidos. No caso dos jornais impressos, são elencados alguns elementos que contribuem para que esses suportes consolidem suas posições simbolicamente como sujeitos sociais:

Cada jornal produz o seu acontecimento singular com base em metodologias próprias, nas ‘pressões’, nos discursos das fontes, das instituições, do ponto de vista da empresa de comunicação, da constituição e projeção de seu público leitor, das histórias de vida, das culturas e valores dos jornalistas e profissionais envolvidos na construção da realidade. (BORELLI, 2002, p.9)

A midiaticização é capaz de mudar, inclusive, o foco de atuação governamental, que passa a privilegiar a imagem pública de uma situação. O poder oficial e a própria mídia abusam da lógica das aparências e, mesmo que a prestação de serviços sociais não deixe de existir por parte dos meios de comunicação, essa função é sobreposta por outra, a mercadológica. O princípio da publicidade do interesse público é minimizado quando se compara com a preservação de interesses econômicos e políticos. Instituições políticas como Governos e Assembleias estaduais adaptam-se ao universo midiático através, por exemplo, do agendamento de eventos para horários que correspondam às coberturas midiáticas feitas,

principalmente, pelas televisões. Atividades como lançamentos de projetos ou inauguração de obras são preferencialmente marcadas para valorizar a cobertura midiática.

O agendamento mútuo entre as esferas da política e da mídia é lembrado por Liedtke (2007), que parte do pressuposto de que a mídia é essencial para intermediar as falas entre atores sociais e políticos e os cidadãos comuns através de seu papel de mediação. A busca dos políticos pela visibilidade pública proporcionada pelos meios de comunicação de massa tem em como objetivos, a “[...] formação de uma opinião pública, preferencialmente favorável, de forma a garantir uma visibilidade permanente do mandato e a constante disputa do consenso político e da hegemonia”. (LIEDTKE, 2007, p.6)

Observando com o enquadramento das rotinas jornalísticas, Liedtke (2007), admite que para os acontecimentos se tornarem reais para parcela significativa da população, ou seja, passar a integrar o repertório informativo, é necessário que a mídia torne-os visíveis. Nesse sentido, o autor maximiza a função dos meios de comunicação inclusive em relação aos políticos. Mesmo havendo uma troca entre as fontes, ou seja, entre os políticos e os jornalistas; a relação não é equilibrada, pendendo para o jornalismo o poder de seleção, que modifica segundo enquadramentos, o material bruto recebido dos políticos e de suas assessorias. Os discursos e as regras midiáticas são, assim, assimilados pelos agentes políticos para a potencialização de suas imagens. Falando a mesma língua que os jornalistas, torna-se mais fácil ser ouvido. “Portanto, há um compartilhamento de agenda, mas cujo poder maior de ordenamento de horários, espaços e formatos cabe aos jornalistas” (LIEDTKE, 2007, p.8).

Também é natural para este autor, que os políticos com posições centrais tanto no Governo como partidárias, tenham na mídia espaço privilegiado em comparação com outros agentes de menor capital político. Sendo assim, suas falas e ações são aceitas sem maiores entraves para divulgação pela mídia. A preferência no jornalismo brasileiro por fontes oficiais, a quem a dada maior credibilidade e cujo acesso já é um caminho cultivado pelos próprios órgãos públicos, é outro elemento que o autor assume como responsável por contribuir com a preponderância de fontes oficiais na mídia.

A relação entre o campo político e a indústria da informação não é livre de tensões, já que ao processar a matéria-prima da política para oferecê-la ao seu público, os agentes da mídia têm em seu poder o controle das mensagens. O equilíbrio entre os campos se dá, para Gomes (2000), com troca de favores e ameaças, ou seja, numa tênue linha compensatória que se mantém por interesses mútuos. Com as transformações na política, decorrentes também de mudanças nas indústrias midiáticas e suas linguagens, Gomes (2004) defende que a prática política que está fora do alcance da esfera da visibilidade pública controlada pela

comunicação de massa também sofre modificações nas sociedades democráticas. Até mesmo a política de negociações, distante da esfera civil, sofre atualmente influência de fatores associados à cena política mediática.

O campo profissional da política, porque tem todo o conjunto da sociedade como clientela e audiência, depende, talvez mais do que qualquer outro, de comunicação, de conexão com toda a sociedade e, portanto, está todo o tempo envolvido em processos de interação social. Como não há interação sem representação de papéis, é um descomunal contra-senso imaginar uma sociedade com um grau zero de teatralização do poder, pensar alguma forma social de onde fosse possível dispensar a dramaturgia política e o manejo social das impressões políticas através das representações na cena política dominante, não importante qual seja. (GOMES, 2004, p.13).

Elementos como isenção e objetividade servem mais de propaganda feita pelos jornais para se promoverem perante o público, marcando seu lugar de poder informar e serem ouvidos devido à credibilidade de porta-voz da sociedade, do que de fato características intrínsecas da imprensa. O jornal não é reflexo da realidade, mas um apresentador do real, e nesse processo de apresentar e circular informações, estão incutidas posições de diversos sujeitos que compõem a sociedade. O desafio da objetividade é romper esse olhar de partidarismo, especialmente do jornalismo político, para que prevaleça uma noção de pluralidade na sociedade. Ouvir os dois lados não basta para se classificar um suporte como equilibrado, pois na escolha das fotos ou na seleção das falas que serão publicadas se marcam posições. Para Berger (1997, p.279), o jornal permite que se “organize discursivamente o mundo como convém a quem domina”.

2.3. Tomando Partido: o jornalismo no Piauí

Um retrospecto da imprensa piauiense feito por Rego (2000) aponta para um ambíguo relacionamento entre política e imprensa na província do Piauí desde o período do governo de D. Pedro II. A autora parte da análise dos discursos dos jornais políticos ligados aos partidos monarquistas e à elite, e ao Partido Republicano. Naquele contexto, a ocupação de espaço no poder político era disputada, principalmente, entre dois grupos familiares: uma elite agrária de proprietários e criadores de gado; e outra elite burocrática e também latifundiária, que se engajava no aparelho do Estado desde a Independência.

A partir de então, e ao longo de toda a sua trajetória, a imprensa piauiense se relaciona, de forma íntima com a política e o poder, o que perdura, na atualidade. No período que compreende o Segundo Reinado, de 1840 a

1889, o jornalismo praticado nesta Província, e em todo o País, é, predominantemente, influenciado pelos partidos políticos que atuam na época, quais sejam, o Conservador, o Liberal e mais tarde, o Republicano. (REGO, 2000, p.4)

Rego (2000) destaca que os políticos piauienses do período eram normalmente vinculados a um grupo familiar, traduzindo-se também em uma certa homogeneidade de perfis e ideologias, já que a maioria vinha da mesma formação intelectual – formados em Direito ou Medicina, em Portugal ou no Sul do país - tendo assim interesses econômicos semelhantes de manutenção do *status quo*. Esses grupos familiares se uniam em torno de um partido e também buscavam, em seguida, fundar um jornal. O veículo impresso tinha a função de ser o porta-voz dos interesses e anseios dessas famílias. Sendo assim, os jornalistas, por sua vez, também atuavam como políticos.

A tradição de relação entre imprensa e Estado é explicada pelo fato do Piauí ter um desenvolvimento econômico tardio, cuja terra produtiva é de poucos. Rego (2000) frisa que o Estado, portanto, era o principal veículo de geração de renda e circulação de riquezas e a imprensa surge e se consolida como instituição dependente economicamente da política e do poder exercido através de cargos públicos. “O discurso dos jornais desse período caracterizam bem a realidade comprovada pela ocupação de cargos públicos nos Poderes Legislativo e Executivo, dos quais os Castello Branco e os Sousa Martins detêm a maior fatia” (REGO, 2000, p.19).

Na política piauiense, portanto, predomina o que já é comum no Brasil e em particular no Nordeste: laços familiares e práticas patrimonialistas. Apesar disso, não pretende-se nessa pesquisa diminuir o caráter relacional da vida política e da imprensa, levando-se em conta que existem diversos fatores envolvidos nas decisões de uma coletividade. Jornais, revistas, canais de TV, portais e emissoras de rádios ainda são escolhidos, nos dias de hoje, como depositários de um volume significativo de dinheiro de fonte governamental no Piauí. Essa relação de dependência dos patrocínios institucionais e políticos reflete-se, naturalmente, na linha editorial adotada por cada suporte, como lembra Chomsky e Herman (2003, p.11): “A mídia serve aos – bem como propagandeia em nome de – poderosos interesses sociais que a controlam e financiam”. Analisando a mídia de massa dos Estados Unidos, Chomsky e Herman afirmam que os meios de comunicação agem como empresas em um cenário competitivo, onde a lógica de mercado, motivada por pressões para a obtenção de lucro, se sobrepõe muitas vezes ao interesse público no momento de definir o que vai virar notícia. Entre os cinco filtros que os autores citam como responsáveis por distorcer as notícias, estão

os interesses dos financiadores dos meios de comunicação, ou seja, aqueles que investem em publicidade nas corporações midiáticas.

Dados⁵ não oficiais que circularam em 2009 em um portal de notícias local apontam que os meios de comunicação do Piauí recebem, mensalmente, recursos do Governo do Estado, através da Coordenadoria Estadual de Comunicação (CCOM). Os números revelam quanto ganharam emissoras de rádio, televisões, jornais e portais, dentre outros, em períodos distintos do ano de 2008 e de 2009. Entre os meses de janeiro e outubro de 2008 e em fevereiro de 2009 as quatro emissoras de televisão comerciais de Teresina receberam R\$ 3,8 milhões. Os recursos foram utilizados como pagamento por serviços prestados na divulgação de material publicitário de interesse do Governo do Estado. As informações constam de relatório encaminhado pela Coordenadoria à Assembleia Legislativa e TCE (Tribunal de Contas do Estado) como forma de prestação parcial de contas. Dos três jornais diários que circulam no Piauí, apenas dois receberam pagamentos regulares do Governo. O jornal O Dia recebeu valores de R\$ 863.805,82. A média mensal dos pagamentos é de R\$ 78,527 mil. O jornal Meio Norte recebeu pagamentos da ordem de R\$ 798.864,00. Em média, o jornal recebeu quantias mensais de R\$ 71,380 mil.

Com uma economia ainda em fase de ascensão e uma significativa ligação econômica com o Estado nos contratos de publicidade, os veículos impressos do Piauí, portanto, ainda não são plenamente independentes das propagandas e recursos governamentais. Ligados financeiramente aos recursos públicos, os jornais são escolhidos como depositários de um volume significativo de dinheiro de fonte governamental, dentre outros fatores, porque a eles são atribuídos o valor de transmitirem uma credibilidade ainda não alcançada pelos portais de notícia na internet. Como empresas comerciais, que buscam o lucro, no entanto, os meios de comunicação não deixam de serem alvos de críticas por alinharem a postura de defensores do interesse da sociedade enquanto estão ligados aos poderes político e econômico.

É principalmente através desse vínculo econômico que a mídia recebe, muitas vezes, a imagem de algo que manipula e aprisiona. A relação entre mídia e público, porém, não se constrói em apenas um sentido. O poder midiático utilizado pelos políticos em suas aparições frequentes em meios de comunicação tradicionais, como programas de televisão, rádio ou impressos, nada mais é do que a possibilidade de convencer o outro do que se pensa, e de suas pretensões. Cabe ao público, aceitar – ou não – o discurso político como uma verdade.

⁵ RODRIGUES, T. VAL, T. **EXCLUSIVO**: Veja quem recebe e quanto do Governo do PI. Acesso em: 10 out. 2013. Disponível em: <http://180graus.com/politica/exclusivo-veja-quem-recebe-e-quanto-do-governo-do-pi-195620.html>

A mídia se mantém socialmente tendo como um dos seus pilares divulgados à população a ideia de imparcialidade, propondo-se a informar ao público objetivamente e ser ao mesmo tempo uma janela real do mundo. Paralelamente a essa postura tradicional e já defasada nos meios acadêmicos, os meios de comunicação, sustentados por anunciantes e grupos econômicos com interesses próprios e nem sempre semelhantes ao bem comum, também visam formar opiniões. As pistas linguísticas deixadas por eles nas composições enunciativas são objeto deste estudo.

Na imprensa, a negociação de imagens e de palavras determina o lugar que o sujeito discursivo ocupa, evidenciando assim suas posições em um cenário de poder simbólico. Não cabe à mídia simplesmente refletir uma realidade, ela também sugere visões de mundo, e assim ajuda a produzir uma nova realidade. É através da mídia que determinados sentidos se sobrepõem a outros e, além do caráter mais óbvio, de seleção de conteúdo, os meios de comunicação vão além na sua contribuição para uma percepção da realidade. A escolha das palavras e das imagens nos textos veiculados nos jornais – feita de forma intencional e não intencional – revela a formação ideológica de cada instituição midiática. A construção da realidade através da mídia, portanto, é constituída por subjetividades camufladas de critérios objetivos para a seleção de fotos, falas e textos.

Ao se apropriar de discursos primários e se utilizar de quadros de conhecimentos de outros para produzir um novo discurso sobre certa realidade, o jornalismo adquire uma enunciação de autoridade, que opera com maestria o processo de subjetivação do indivíduo, provocando um sentimento de identificação e pertença nesse receptor, que passa então a legitimar como verdadeiro o discurso jornalístico sobre a realidade. (GRANDO, 2012)

Entre os diversos meios de comunicação do Piauí, como TVs, portais e rádios, os jornais impressos também foram protagonistas das eleições de 2012, trazendo à tona fatos e informações inéditas, além de pautarem outros meios, em um círculo de impulsos que amplificavam as vozes e discursos originais. Nas redações de portais e televisões do Piauí, os jornais são usados como agendadores capazes de guiar a condução jornalística das outras empresas de comunicação, colocando em evidência temas e, quando é o caso, calando assuntos incômodos. Na busca por diminuir despesas e minimizar processos de trabalho, o jornalismo hoje fica mais centrado nas fontes oficiais, e nesse cenário as editorias de Política tem papel privilegiado por causa da proximidade com as instituições públicas. Hierarquizando os fatos que consideram mais relevantes, os jornais trazem em destaque as matérias com

temas políticos. São delas que saem a maioria das manchetes dos jornais, e seu espaço físico – geralmente são posicionadas logo após a capa e o editorial - também indica a posição de destaque que têm dentre todos os demais assuntos que compõem o jornal.

A hierarquização acontece não apenas com a distribuição das notícias por cadernos e, conseqüentemente, páginas, mas também nas estratégias de diagramação e colocação interna dos textos. O processo indica ao leitor o que foi selecionado de mais significativo, e são guiados por elementos como as chamadas de capa, as matérias que abrem as páginas e o tamanho das fotos, por exemplo. Todos esses aspectos são construídos pelos jornais como pistas que devem ser seguidas, apesar de, naturalmente, nem sempre serem acatadas pelos leitores, que possuem suas próprias maneiras de filtrar e regular o que é dito.

O jornal diário tornou-se, na realidade, um substituto do espaço público, um fórum onde se escuta o eco de todas as vozes públicas, ao mesmo tempo em que tem sua própria voz. Esta dualidade está na origem das estratégias pelas quais o jornal manipula, seja por identificar-se com ele, seja por distanciar-se do mesmo, o discurso de outrem. (MOUILLAUD, 1997, p.26)

O jornal não é apenas um suporte, já que essa nomenclatura deixa de abordá-lo como um lugar de tensões, um lugar social de fala, ou seja, é uma instituição em movimento, em transformação, que se legitimou em convencer as outras instituições da sua legitimidade. A linguagem não é neutra e as mensagens veiculadas através dela também não são. Responsável pelas mediações sociais cotidianas, os jornais veiculam opiniões e visões de mundo. Na primeira página de um jornal, por exemplo, estão expostos os assuntos eleitos pelo enunciador jornalístico como os mais importantes daquele dia, justificando assim a escolha das capas como *corpus* de análise discursiva dos impressos escolhidos nesta pesquisa. Landowski (1992, p.177) resume essa função dos impressos ao afirmar que o jornal é um “instrumento excepcionalmente poderoso de integração dos múltiplos universos de referência que ele toma como objeto”.

O autor lembra que mesmo com a concorrência com outros meios de comunicação, especialmente a televisão – que conta com o apelo do audiovisual para prender a atenção do público – os jornais seguem sendo ferramentas impressas onde se oferece todo tipo de informação, da política ao humor, passando pela cultura e economia. Organizando o cotidiano, o jornal narra e constrói as histórias, não só pelas técnicas, mas pela força de significação do social. É através de diversas abordagens e estruturas narrativas que os jornais propõem conteúdos ideológicos quando vendem informação.

Cada jornal precisa ser reconhecido como diferente de seus concorrentes, e para isso é necessário que “se afirme socialmente como um sujeito semiótico” (LANDOWSKI, 1992, p.118), ou seja, crie uma figura social, uma marca que o público possa identificar – e consumir - ou rejeitar. Uma das formas de materializar esse processo é quando o jornal fala de si mesmo, por exemplo, e quando repete diariamente através de marcas gráficas, justamente as características que o diferenciam dos demais. É essa coerência que vai fazer com que o leitor não se surpreenda com o “seu” jornal, mesmo que aguarde novidades nas informações transmitidas por ele. O inesperado vem das notícias, e não do sujeito midiático.

Sendo considerada como uma vitrine que expõe as particularidades do suporte impresso, é possível ler nas composições das capas desses meios de comunicação, as marcas do social contidas na produção de um estilo próprio, levando em conta que a identidade de cada jornal se constitui a partir de outros jornais. Sendo o primeiro elemento de contato do leitor com o dispositivo de informação impresso, a primeira página é vista como sintetizadora dos sentidos do jornal através de suas escolhas verbais e visuais. Borelli (2002) lembra que as capas trazem as chamadas mais importantes para o jornal, enquanto os demais temas são trabalhados na parte interna. É essa definição editorial, sobre o que fica na capa, e o que vai apenas para dentro do jornal, que indica a hierarquização de sentidos no impresso.

O encontro do leitor com as novidades da primeira página do seu jornal diário, a fixação do interesse na manchete do dia ou na foto de maior evidência, a decisão de começar a leitura por esta ou aquela notícia - eis aí um conjunto de manifestações de um fenômeno de interação que sempre a teoria dos comunicólogos consegue explicar bem. (CHAPARRO, 1998, p.11).

Os jornais não apenas ressignificam falas de autoridades políticas, culturais e sociais, mas constituem-se como um dispositivo de autoridade, registrando no papel direcionamentos para o olhar da sociedade e, por isso, também se legitimando nesse processo. Para avaliar o peso dos jornais impressos do Piauí, não é colocada em primeiro plano a quantidade de leitores destes veículos, e sim o capital simbólico de maior credibilidade que eles têm em comparação com outros meios de comunicação locais.

Mesmo tendo circulação estadual, os jornais Meio Norte, O Dia e Diário do Povo não possuem correspondentes no interior do Piauí, dificultando assim a cobertura política de fatos ocorridos nos municípios distantes do principal centro de poder do Estado e sede da Assembleia Legislativa do Piauí, a capital, Teresina. Neste caso, a eleição em Teresina toma proporções maiores sob a óptica da cobertura dos jornais diários cujas sedes também são na

capital. Cada caminhada, cada denúncia, têm os holofotes da imprensa em Teresina, apesar de paralelamente ocorrerem processos eleitorais em mais 223 cidades do Estado. Mesmo as cidades com uma população maior, como Parnaíba e Picos, apenas são destaques nas páginas dos suportes impressos quando algo fora da rotina acontece - principalmente no âmbito judicial, com alguma impugnação de registro de candidatura, por exemplo – enquanto em Teresina, a cobertura se foca principalmente na política ordinária, ou seja, na rotina da campanha eleitoral. Esse tratamento diferenciado facilitou a escolha do recorte do pleito municipal para a capital, já que há uma multiplicidade de elementos para serem verificados nas páginas dos jornais.

Como as eleições nas capitais também impulsionam candidaturas estaduais, as informações locais têm público de interesse no interior do Estado, que são alcançados, muitas vezes, por via indireta. Com longas distâncias e estradas em condições precárias nos trechos mais isolados do Estado, a chegada aos assinantes de exemplares dos jornais no interior depende de um sistema que dificilmente cumpre a meta de entregar os impressos no início da manhã. Exemplares podem demorar dias para chegarem aos assinantes, e as rádios exercem o papel de intermediar as leituras dos impressos ao público que não têm acesso direto, com radialistas comentando em programas de cunho jornalístico as principais notícias publicadas pelos impressos. Para não perder público, os três jornais estudados migraram para internet em versões digitais, que são acessadas mediante senha ou a partir de um determinado horário: às 9h no Jornal Diário do Povo e ao meio-dia no Jornal Meio Norte para os não-assinantes. O Jornal O Dia exige um cadastro prévio para que se tenha acesso à edição on-line a partir da meia-noite.

Criando fatos novos em um tipo de eleição que já nasce espetacularizada, os conteúdos das pesquisas de intenções de voto podem impelir o eleitor na tomada de decisões. Nas campanhas, esses levantamentos têm posição central tanto para criar o efeito de impulsionar um candidato com baixos índices, como para solidificar uma posição de liderança, dependendo da interpretação dos dados. O caminho mais favorável para que essas pesquisas cheguem ao público passa pelos jornais impressos quando se trata do Piauí. Até mesmo alguns dos principais levantamentos estatísticos no período eleitoral contratados por canais de televisão – como a TV Clube, afiliada local da Rede Globo, que divulga a pesquisa do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) - são publicados concomitantemente nos jornais impressos, tendo os portais um papel ainda secundário nessa publicização das pesquisas eleitorais.

De acordo com pesquisa prévia nos jornais estudados e na imprensa local no período das eleições de 2012, a divulgação impressa dos números sobre o desempenho de cada candidato ocorre, principalmente, através das pesquisas contratadas pelas próprias coligações. Institutos menores, com pouca credibilidade, têm seus levantamentos divulgados em redes sociais e portais de notícias aliados aos candidatos que aparecem melhor colocados, enquanto as pesquisas de institutos com maior custo e credibilidade são publicadas preferencialmente e com exclusividade nos jornais. Enquanto verificou-se que o Jornal O Dia publicou apenas pesquisas do Instituto Data AZ, e excepcionalmente do Ibope, o Jornal Meio Norte priorizou as pesquisas do Instituto Amostragem, mas também publicou os levantamentos de opinião do Ibope. O Jornal Diário do Povo, por sua vez, não divulgou pesquisas no pleito analisado.

Pesquisas com a perspectiva dos discursos sociais nos jornais impressos locais, com foco nas eleições do Piauí em anos anteriores, trazem conclusões que agregam ao entendimento dos jornais como sujeitos semióticos produtores de sentido. Buscando compreender a construção do leitor através das páginas de política dos jornais de Teresina, Noronha (2011), avalia que os jornais O Dia, Diário do Povo e Meio Norte mobilizam diferentes sentidos e leitores mesmo quando publicam notícias no mesmo dia e em relação ao mesmo evento.

Destacando as eleições de 2010, Noronha (2011) afirma que o Diário do Povo propõe um leitor iniciado, que já acompanha os bastidores da política. Esse leitor também é marcado pela desconfiança. O Diário do Povo, no entanto, visa “estabelecer relações com diferentes tipos de leitores, dependendo do ator social com quem dialogiza” (NORONHA, 2011, p.171). A autora ressalta, porém, que essa modalidade de interlocutor não significa a ausência de um posicionamento político. Já o Meio Norte, tem como estratégia “persuadir o leitor e construir referentes para os protagonistas da informação apresentados na enunciação jornalística” (NORONHA, 2011, p.171). O jornal O Dia, por sua vez, trabalha com um distanciamento discursivo entre os leitores e os protagonistas das notícias. O veículo impresso propõe um “reconhecimento de si como mediador que acompanha, observa, fiscaliza e registra para o leitor uma percepção a respeito dos fatos políticos, buscando a adesão do leitor, não a um ou outro sujeito político, mas a si próprio” (NORONHA, 2011, p.171). Com leitores distintos, a mobilização dos elementos linguísticos também é direcionada para cada tipo de enunciatário, o que justifica a oscilação nos discursos, mesmo que seja possível verificar recorrências ao longo do tempo.

3 ANÁLISE DO DISCURSO: NOÇÕES, CONCEITOS E POSICIONAMENTO

3.1 Discursos, heterogeneidades e dispositivos

Quando se fala da realidade, se intervém nela. O real não é um espelho e, quanto mais próximo dele, mais fácil é para o sujeito perceber suas imperfeições. Ler jornais é, antes de tudo, ver o mundo sob uma perspectiva fragmentada. A análise de discursos, por sua vez, busca reconstruir os fragmentos linguísticos e sociais, relacionando o enunciado e seu contexto histórico, ampliando assim o leque de visão sobre determinados temas. Unir as duas atividades em uma mesma pesquisa significa, portanto, o desafio de desfragmentar o conteúdo jornalístico, justificando-o através da identificação de estratégias enunciativas.

Mesclando elementos do materialismo histórico, da linguística e ainda da psicanálise, ao refletir sobre a ideologia, o discurso e a descentralização do sujeito, a análise de discursos possui diversas linhas de pesquisa, cada uma com foco concentrado em conceitos distintos. Em comum, os estilos metodológicos e teóricos dessa disciplina de estudos apontam para uma visão da linguagem como um meio que não é neutro para descrever o mundo. (CAREGNATO, MUTTI, 2006)

Tanto o lugar como o tempo são determinantes na análise dos discursos, já que sempre se fala de um lugar que é socialmente ocupado. Para Benveniste, é o lugar social que define a discursividade. Além disso, é através do que se passa ao redor do texto que pode ser possível produzir uma interpretação mais próxima da compreensão do enunciador. Analisar discursos é também examinar pontos de vistas diversos do mundo, utilizando para isso o aparato metodológico que vai buscar nas manifestações linguísticas, as possíveis motivações discursivas das formas de representação social. Como um detetive que busca entender as operações empregadas pelos enunciadores de um discurso jornalístico, o analista de discursos precisa arregimentar o máximo de elementos possíveis capazes de lhe propiciar uma interpretação dos sentidos construídos nas interações linguísticas. Para interpretar os dizeres, é necessário, antes de tudo, desconstruir as noções pré-estabelecidas, tendo como base que os discursos funcionam em estruturas que exprimem seu contexto.

A produção de sentidos via jornalismo, traz elementos de complexidade, porque a sociedade também é complexa. O sujeito acredita que suas escolhas são pessoais, quando muitas vezes são sugeridas e incentivadas pelas instituições onde está inserido. Os discursos não dão conta de tudo, mas possibilitam ao analista o entendimento das estratégias do

verossímil para ter efeito de verdade e como se configuram as dinâmicas de uma sociedade onde a verdade está em construção - sendo o conceito de verdade mais um ponto de vista do que um todo absoluto. “É pelo e nos discursos que se constroem, reproduzem e modificam as representações do mundo e das identidades e relações sociais em jogo em cada situação de comunicação vivida”. (PINTO, 2003, p.3)

A ação não se origina unicamente de uma iniciativa do indivíduo, sendo os atos comunicativos constituídos de rituais e convenções sociais. O discurso é, portanto, a manifestação concreta da linguagem e um ato social que também impele ações concretas no outro. Adota-se nesta pesquisa a noção de discurso como uma prática social onde se dá, na ordem do textual, o trabalho de produção do sentido. (VERÓN, 1980, p.164).

Nos estudos discursivos é preciso diferenciar o texto do enunciado: o primeiro é a materialização do ato de comunicação, enquanto o ato de enunciar organiza as categorias da língua, “ordenando-as de forma a que deem conta da posição que o sujeito falante ocupa em relação ao interlocutor, em relação ao que ele diz e em relação ao que o outro diz” (CHARAUDEAU, 2008, p.82).

O enunciado é uma materialização da enunciação que, por sua vez, é considerada uma “comunicação virtualizada” (FAUSTO NETO, 2006, p.27), já que ela posiciona e estrutura o que é dito dentro de uma esfera onde a língua é limitada quando se trata de regras, mas ilimitada nos usos feitos dela através dos sujeitos. “A linguagem é a condição pela qual o sujeito poderá evocar e construir um real, isto é, um real mediatizado” (FAUSTO NETO, 2006, p.30). Matéria-prima para a análise de discursos, o enunciado também não pode ser confundido com o objeto de estudo da linguística, a frase. A diferença entre enunciado e frase está na inclusão do contexto no primeiro, ou seja, o entendimento do texto passa pelas palavras e pelo que as envolvem exteriormente.

Como lembra Pinto (2003), é preciso incorporar nas análises o contexto situacional, ou seja, o ambiente físico onde os enunciados foram produzidos, e onde circularão e serão consumidos; o contexto, que alcança aos demais textos próximos aos enunciados alvos de análise; e por fim os interdiscursos, que proporcionam uma conexão entre textos distintos através da mobilização de outros discursos produzidos no mesmo cenário institucional. Quando se trata de jornais, esses três elementos podem ser relacionados primeiro com o ambiente de redação, e as diversas pressões inerentes na produção de um conteúdo jornalístico; e segundo para o público e local para onde esses jornais são destinados: assinaturas ou distribuição gratuita, por exemplo.

Além disso, o estudo dos discursos nos jornais impressos não pode ocorrer de maneira isolada, ou seja, sem que os demais textos que compõem uma página sejam considerados na análise de um determinado enunciado. Isso fica mais marcado quando se tratam das capas dos impressos, cuja seleção de conteúdo feita pela empresa de comunicação exemplifica em uma escala micro as posições adotadas pelo enunciador jornalístico, com um diálogo entre os temas visando uma ampla proposição de sentidos ao leitor. A análise de discursos que ignora esses elementos não pode se concretizar em seu objetivo final, que é o entendimento da construção social da realidade.

Dizer e interpretar são movimentos de construção de sentidos, e, assim como o dizer, também o interpretar está afetado por sistemas de significação. A AD está preocupada com este movimento de instauração de sentidos, que requer compreender os modos de funcionamento de um discurso. (BENETTI, 2006, p. 4)

A interação de um enunciado com outros dentro da mesma página pode ser transportada em uma proporção mais aberta para dispositivos distintos quando se observa como diferentes jornais abordam o mesmo tema: o diálogo continua, mesmo que não seja proposital. Cada jornal produz seu estilo próprio de linguagem e de imagens para se diferenciar dos demais e assim conquistar um público que se identifique com a identidade proposta pelo veículo de comunicação. “(...) a maneira dos mitos o conjunto dos jornais se pensa entre si e forma um sistema” (LANDOWSKI, 1992, p.124).

O processo de comunicação é mediado por instituições que exercem coerções sobre o processo de significação, como lembra Araújo (2000, p.121). “O sentido não é algo palpável ou concreto; por isso convém utilizar a expressão efeitos de sentido. Sentidos são efeitos de troca de linguagens”. O discurso não se resume às configurações linguísticas isoladas, estando mais próximo de uma prática discursiva. Ao criar significados sobre objetos, os discursos acabam por constituir novos elementos sociais. O sentido nunca se fecha, nunca está acabado, e é da ordem de quem está lendo. O que é dito está sem segundo plano em relação a como é dito e é o “como” que leva o analista a fazer inferências sobre os enunciados.

Pinto (1999, p. 47) destaca que os efeitos de sentido só podem ser recuperados em uma análise visando demonstrar que poder um determinado discurso veiculado pela mídia teve sob determinado grupo de receptores - também chamados de enunciadores - quando se definem que relações e identidades sociais são assumidas por esses enunciadores. O texto tem seu sentido e os leitores também. Não há um processo de decodificação e sim uma negociação

de sentidos. O texto é ao mesmo tempo, uma superfície plena e vazia, pois só ganha completude na leitura do outro.

A linguagem não é usada apenas para produzir entendimento, mas também para convencer as pessoas a fazerem coisas. Nem toda análise de textos pode ser classificada como análise de discursos, já que é preciso assumir as determinações sociais, econômicas e políticas do contexto em que os textos – escritos e orais - e imagens foram produzidos. Com elementos da linguística e das teorias dos campos das ciências humanas e sociais, a Teoria dos Discursos Sociais, onde essa pesquisa é baseada, permite a explicação dos fenômenos sociais tendo em vista que as mudanças nas estruturas ideológicas também partem de alterações no modo de nomear. Pinto (2000) define a análise de discursos como uma:

(...) prática analítica de produtos culturais empíricos – denominados textos – que, valendo-se das teorias desenvolvidas pela linguística e pela semiologia sobre o uso da linguagem e outras semióticas nos processos de comunicação, procura mostrar, à luz das modernas teorias sociais, como e porque tais produtos produzem certos efeitos de sentido, obedecendo a determinadas regras, convenções ou normas socioculturais (muitas vezes tácitas ou não explicitadas) ou tentando modifica-las criativamente. (PINTO,2000, p.2)

A ilusão de que a fala é plenamente individual não deixa de ser ideológica, já que mascara a naturalização das tensões sociais inculcadas nos modos de dizer. Esse processo é denunciado pelas marcas da enunciação presentes nas formas gramaticais que são acionadas quando o enunciador trabalha com a língua, revelando assim posições. “O ator de dizer, então, é individual, mas o processo é social. É impossível ao sujeito desvencilhar-se das coerções, sejam elas históricas, culturais ou sociais, porque só há sentido dentro dessa ordem”, como pontua Pinto (2000, p.123).

Os discursos só existem através do reconhecimento do outro para quem a fala é direcionada. Mesmo em um monólogo, existem várias vozes, e a imagem idealizada do outro está incluída na fala do enunciador. Para interpretar um lugar de fala, devem ser consideradas as relações de parte e conjunto, permitindo que esses dois níveis dialoguem, provocando assim uma compreensão sobre o fenômeno. A problemática sobre o sujeito dos discursos envolve a atribuição de responsabilidade sobre o texto, que não pode ser creditada a apenas um indivíduo.

Pinto (1999) diferencia o autor físico do texto, que é o narrador ou sujeito do enunciado, do enunciador, ou seja, nem sempre aquele que fala é o mesmo que se posiciona discursivamente em uma situação comunicativa. “O enunciador de um enunciado põe em cena

um ou mais enunciadores, que são posições discursivas a quem se creditam as representações copresentes no enunciado” (PINTO, 1999, p. 34). A dinâmica tradicional de emissor e receptor também não se encaixa na perspectiva dos discursos sociais, pois o sujeito a quem um enunciado é dirigido, precisa se reconhecer como tal para que haja sucesso no evento comunicativo.

Destruindo a ilusão presente no senso comum de que o sujeito é um autor plenamente consciente de sua fala, os discursos se constroem a partir de vozes alheias, ou seja, “o discurso não existe por si mesmo, ele só existe em um espaço entre sujeitos” (MACHADO, 2006, p.3). Enquanto o jornalismo tenta tornar o mundo menos ambíguo, dividindo a realidade em categorias dicotômicas, a análise de discursos faz o sentido oposto, interpretando o movimento de construção de sentidos perpassado por elementos culturais e ideológicos colocados em uma perspectiva histórica. Nos enunciados, é possível identificar a polifonia como diálogos internos em que os personagens se fundem, ao mesmo tempo em que preservam suas identidades, fazendo-se presentes nos discursos. Araújo (2000, p.124) explica que a ideia de Bakhtin sobre polifonia remete à produção de cada enunciação como “palco de expressão de uma multiplicidade de vozes, algumas arregimentadas intencionalmente pelo locutor e outras das quais ele não dá conta”.

Ligada à ideia de polifonia está o dialogismo, que são respostas ativas em um texto à discursos que o precederam ou ainda uma antecipação aos que virão. O dialogismo tem relação direta com o conceito de alteridade, ou seja, com a percepção da existência dos Outros que compõem o sujeito: “(...) dialogismo é a rede interativa que articula as vozes de um discurso, é o jogo das diferenças e das relações: entre sujeitos do mesmo texto, entre enunciados, entre textos, entre texto e contexto e assim por diante.” (ARAÚJO, 2000, p. 126).

Para Maingueneau, (2005) o interdiscurso coincide com a noção de heterogeneidade constitutiva, ou seja, aquela que não é marcada linguisticamente e onde a presença do outro não é percebida de maneira explícita. Os conceitos de intertextualidade e polifonia, para Pinto (1999), são semelhantes, e desembocam na ideia de heterogeneidade. Segundo Araújo (2000), por algumas divergências em relação ao sujeito bakhtiniano, Authier-Revuz propôs a heterogeneidade mostrada como sinônimo de polifonia discursiva. Ao contrário da heterogeneidade constitutiva – cuja recuperação das vozes envolve um processo mais complexo, já que elas se originam da história e da cultura – a heterogeneidade mostrada pode ser localizada pelo receptor claramente na superfície discursiva. Os conceitos transitam na ideia do Outro dentro do discurso. “A categoria que está no cerne do conceito de polifonia é a

alteridade, a figura do Outro, que é constitutiva do sujeito. A relação do eu com o Outro é profunda e indissociável” (ARAÚJO, 2000, p. 125).

No discurso jornalístico, essencialmente dialógico, são encontradas não apenas as vozes das fontes, mas também do jornalista que assina o texto, e do jornalista-instituição, quando o texto não é assinado (BENETTI, 2006, p.6). A análise de discursos, portanto, trabalha não apenas para localizar as vozes presentes no texto, mas também refletir sobre as posições de sujeito ocupadas por elas. Benetti (2006) alerta que um texto com muitas fontes, por exemplo, não é necessariamente plural no jornalismo. Aparentemente polifônico, o discurso jornalístico pode ser descoberto como monofônico através da análise de discursos. Para avançar na identificação das perspectivas de enunciação no jornalismo, a autora afirma que é preciso ir além da identificação de quem fala (fontes oficiais e não-oficiais) em um texto, já que isso não basta para distinguir locutores e enunciadores.

Entre as estratégias argumentativa paralelas à manipulação linguística está a pressuposição, recorrente em situações comunicativas em que há uma tentativa de propor noções de natureza inquestionável. O fato novo se confunde naquilo que já sabemos e no que é pressuposto, configurando um tríplice saber, como enumera Rebelo (2000, p.93): “É a partir de um saber anterior que temos condições para compreender, contextualizando, o saber novo contido num dado enunciado. Mas, por ser novo, esse saber se insere numa área de não saber”. Já a utilização de sujeitos indefinidos, ou coletivos, como “o povo”, nos enunciados jornalísticos, implica estratégias de naturalização e legitimação de argumentos, enquanto também desqualificam posições contrárias.

A maioria dos enunciados contidos nas manchetes dos jornais considera que o leitor já possui algum conhecimento prévio sobre o tema. Sendo assim, o implícito é um processo que permite ao enunciadador reduzir sua responsabilidade, “dando a entender fatos que não se quer apresentar de uma maneira explícita” (REBELO, 2000, p.97). Cabe ao analista de discursos, preencher as lacunas que vão permitir uma compreensão mais completa dos sentidos contidos nos enunciados, admitindo para suas interpretações toda a cadeia de enunciados explícitos.

Como todo texto passa por mediação, é preciso também que se adeque às regras dos gêneros comunicativos. Não usar a linguagem correta em uma audiência judicial, por exemplo, pode trazer penalidades a quem descumprir o ritual. O exemplo revela que as práticas discursivas estão diretamente ligadas ao cenário onde são aplicadas. No caso da produção de textos institucional, como ocorre em uma empresa de comunicação, deve ser considerada não apenas a produção em si, mas a circulação, ou seja, por onde o conteúdo será transmitido, e a forma como será consumido.

As técnicas jornalísticas são acionadas na produção discursiva com a escolha de composições linguísticas, e mesmo assim a autonomia dos sujeitos que produzem os discursos é restrita. A matéria-prima dos jornais pode ser considerada uma realidade representada. O ato de que falam as notícias não ocorre mais a partir do momento em que é descrito pelo jornalista. O jornal está sempre no passado e, por isso mesmo, prioriza-se o uso do tempo presente nos textos jornalísticos, já que esse uso verbal traz a ilusão de que os fatos relatados estão mais próximos do leitor. Em geral, não cabe ao jornalista a função de assegurar que o dito é verdadeiro, não assumindo a posição plena de responsabilizar-se pelo enunciado. Lopes (2006, p.8) destaca que os discursos são o “lugar social de materialização da produção de sentido”. Sendo assim, no processo jornalístico, as notícias são resultado das condições em que foram produzidas, circulam, e são consumidas. Essas etapas não podem ser isoladas e também não são inteiramente livres. O jornalista é visto pelo autor como detentor de relativa autonomia e sujeito ativo na produção de sentidos. Através do poder de negociação, portanto, o jornalismo propõe e ajuda a construir identidades e realidades durante a enunciação.

Rejeita-se, portanto, a “crença de que o jornalista é sujeito soberano do ato de mobilizar os recursos técnico-linguísticos” (FAUSTO NETO, 2006, p.26). O jornalista é mais um personagem dentro de uma estrutura narrativa que apresenta um saber que o leitor, de fora da cena, se coloca para receber a informação. “Do trabalho de operar sobre vários discursos resultam as construções, que no jargão jornalístico, podem ser chamadas de notícias” (FAUSTO NETO, 2006, p.26).

Quando se afirma que um determinado jornal apoiou este ou aquele candidato, dificilmente a constatação parte de uma posição óbvia, com pedido declarado de voto. O caminho seguido geralmente é o da formação de opinião do eleitor, permitindo que ele siga uma direção preferencial. Essa tentativa de condução está relacionada também com o discurso de credibilidade, já que aquele que fala precisa transmitir ao destinatário o sentido de que o enunciado é verdadeiro.

Como a mídia não é capaz de relatar o real, apenas de construir uma interpretação dele, essa projeção de realidade é ressignificada de maneiras distintas. Os posicionamentos ideológicos podem se encontrar disfarçados em elementos discursivos como ironias e metáforas. Diferenciando intertexto como fragmentos de discursos citados efetivamente, de intertextualidade, ou seja, tipos de relações discursivas que podem ser definidas como legítimas, Maingueneau (2005) também define o campo discursivo a partir da concorrência de formações discursivas que podem estar tanto em confronto como em aliança ou neutralidade.

O Outro nem sempre é localizado discursivamente no enunciado, como nas citações, sendo uma entidade que existe indissociavelmente do interlocutor:

Todo campo discursivo define certa maneira de citar os discursos anteriores do mesmo campo. A maneira segundo a qual um físico moderno se refere a Galileu ou a Newton não é comparável à maneira pela qual um discurso católico se reportar à produção de São Paulo. Mas, ao lado dessas restrições compartilhadas pelos diversos membros de um campo, há também o passado específico que cada discurso particular constrói para si, atribuindo-se certas filiações e recusando outras (MAINGUENEAU, 2005, p. 77)

A intertextualidade, portanto, é a base da semiose infinita, já que signos podem gerar novos signos. Sendo assim, não é possível estabelecer limites aos discursos, como lembra Araújo (2000), considerando que cada discurso também traz em si uma cadeia ilimitada de referências passadas que, por sua vez, são utilizadas na construção de novas práticas discursivas. A autora ressalta que a mensagem é inseparável da forma como ela foi construída. Araújo (2000) destaca o pensamento de Bakhtin, de que não existem formas inéditas ao defender o dialogismo como uma perspectiva histórica dos discursos onde apenas o contexto pode ser uma novidade.

No texto jornalístico, por exemplo, as escolhas de citações de personagens para serem publicadas revelam uma determinada leitura de mundo, pois o ato de dissociar uma fala de seu conteúdo completo não deixa de ser uma operação onde um contexto é reinserido em outro. De todo modo, a escolha de determinadas palavras por um sujeito não obedece a nenhum aspecto de exclusividade. Se já foi dita antes, traz consigo as marcas da história e do ideológico, levando-se em conta na análise o lugar discursivo do enunciador. Mesmo sendo constituído por processos sociais e históricos, o sujeito não se dá conta automaticamente de como esses processos se tornam presentes.

3.2. O poder e o ideológico em negociação nos discursos

A noção de poder como capacidade ou a possibilidade de agir, de produzir efeitos (BOBBIO, 1986) pode ser aplicada tanto no campo da política como no midiático. Para Bobbio, mesmo que existam os Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, na prática os poderes econômico, ideológico e político são os que se enredam na teia social, marcando as relações desiguais entre indivíduos e instituições. Os diferentes tipos de poder se justificam

pelas esferas em que são prioritariamente desenvolvidos, apesar de um indivíduo estar suscetível a múltiplas influências em cada campo de convivência.

O poder econômico parte da posse de determinados bens em um contexto de escassez para induzir determinados comportamentos naqueles que não os possuem. Isso ocorre, principalmente, nas relações de trabalho, quando o trabalhador vende sua força de trabalho para o detentor dos meios de produção. O poder ideológico, por sua vez, está concentrado na arena das ideias originadas por um grupo dominante, visando a formação de um consenso. Tanto os meios de comunicação, como a escola e a família, são alguns destes formadores de opinião que estão investidos de autoridade para influenciar certas condutas, mantendo assim as estruturas que permitem a continuação de uma classe dominante.

Com uma estrutura burocrática que permite sua existência, o poder político está intrinsecamente ligado aos poderes econômico e ideológico, sendo o único com o monopólio da força. “(...) o poder político é, em toda sociedade de desiguais, o poder supremo, ou seja, o poder ao qual todos os demais estão de algum modo subordinados.” (BOBBIO, 1986, p. 995-996.) A articulação entre esses três tipos de poder permite que a desigualdade entre os indivíduos seja instituída e mantida.

Contemplando apenas o poder dos humanos sobre outros humanos, excluindo assim as análises sobre o poder do homem em relação à natureza, Bobbio (1986) refuta a ideia de poder como algo a ser possuído, assemelhando-se a um objeto, identificada em Hobbes. “O Poder Social não é uma coisa ou a sua posse, é uma relação entre pessoas” (BOBBIO, 1986, p.934). A imagem que se faz da distribuição de poder em um ambiente social tem influência no comportamento de indivíduos, explicando assim porque a reputação é fator importante na manutenção do poder efetivo.

Uma visão ainda ligada a correntes tradicionais do pensamento político e que prevalece no senso comum, colocando o poder como sendo mais facilmente observado em instituições como o Estado, tem entre suas definições clássicas a estabelecida por Max Weber. Para o autor, poder está diretamente relacionado a impor uma vontade, apesar de encontrar resistências dentro de uma determinada relação social.

Para Weber, as relações de mando e de obediência, mais ou menos confirmadas no tempo, e que se encontram tipicamente na política, tendem a se basear não só em fundamentos materiais ou no mero hábito de obediência dos súditos, mas também e principalmente num específico fundamento de legitimidade. (BOBBIO, 1986, p.940)

Mesmo aproximando poder de dominação, Weber distancia os conceitos quando classifica a dominação como um tipo de poder aplicável a casos concretos e específicos, ocorrendo pela burocracia, pela tradição ou pelo carisma, sendo o poder de um modo geral não relacionado diretamente às relações de obediência. “Poder significa toda probabilidade de impor a vontade numa relação social, mesmo contra resistências, seja qual for o fundamento dessa probabilidade” (WEBER, 1991, p.33).

Analisando criticamente a noção de poder estabelecida por Hanna Arendt e em Weber, Habermas (1993) constrói um conceito de poder produzido na comunicação, visto como fonte de reconhecimento social e que se orienta para o entendimento recíproco. Para o autor, fica marcada a posição de Max Weber sobre o poder como a possibilidade de impor a própria vontade ao comportamento alheio enquanto para Hannah Arendt, está mais próximo de um acordo obtido em um contexto de comunicação livre de violência. “É essa capacidade de disposição sobre meios que permitem influenciar a vontade de outrem que Max Weber chama de poder. H. Arendt reserva para tal caso o conceito de violência” (HABERMAS, 1993, p. 100).

Segundo Habermas, Arendt aponta que a liberdade do sujeito está relacionada à sua autonomia de se comunicar através do discurso. O poder comunicativo, portanto, está intimamente relacionado ao poder político, já que a discussão e deliberação de problemas são efetivadas pela ação comunicativa, entendida aqui como uma busca de consenso através da linguagem, em uma interação em que participam pelo menos dois atores. Na ação comunicativa, os sujeitos trazem elementos do mundo objetivo, ou seja, de todas as entidades de onde possam ser formulados enunciados verdadeiros; do mundo social, formado por todas as relações interpessoais; e ainda do mundo subjetivo, definido pelas vivências do ator falante.

Neste sentido, Habermas (1993) se aproxima mais de Arendt do que de Weber, já que defende a linguagem como instrumento que não deve ser usado apenas para estimular que outros sujeitos ajam conforme desejado, mas também para o estabelecimento de relações sem coerções. O poder para Habermas (1993, p.115) “é um bem disputado pelos grupos políticos e graças ao qual uma liderança política administra; mas, nos dois casos, este poder preexiste, e não é produzido por tais grupos e lideranças”.

Na arena política, campo em que o privado interage publicamente, Habermas (1984, p.214) lembra que os jornais passaram de “meras instituições publicadoras de notícias para, além disso, serem porta-vozes e condutores da opinião pública, meios de luta da política partidária”. Alertando para a necessidade de visibilidade das ações governamentais, e da imprensa como mediadora de uma participação ampla da sociedade na esfera pública,

Habermas (1984) segue como crítico de uma comunicação de massa capaz de enfraquecer o papel original, ativo e crítico da população, pois nela predominaria a interferência dos interesses privados e do lucro. Para o autor, portanto, “uma publicidade (no sentido de ser publicamente exibido) decente é a melhor garantia, para o governo e para os súditos, contra a negligência e a má-vontade dos oficiais e burocratas, merecendo, de todos os modos, ser estimulada e protegida” (HABERMAS, 1984, p. 104).

Qualquer relação social que seja, tanto no campo da comunicação como no da política, envolve poder. E trata-se aqui não do poder físico, mas do poder subjetivo, que pode ser comparado a fios invisíveis cuja presença nem sempre é notada. Na perspectiva de Foucault (1979), o poder é relacional e não estático, ou seja, nas relações de comunicação, aquele que luta para dar a última palavra no processo é o que detém mais poder. Entre todas as instituições sociais, como a Igreja e o Estado, cabe ao campo do jornalismo a tarefa específica de trazer para si a condição de dizer ao outro como ele deve ver o mundo. Por essa função, a relação entre a mídia e os políticos nem sempre é transparente, já que envolve não apenas o reconhecimento da fala do outro, mas também a possibilidade de concretizar uma relação de poder e convencimento. “As relações de poder são, antes de tudo, produtivas.” (FOUCAULT, 1979, p.133).

Foucault nega a existência do poder como algo localizável, que emana de algum ponto. Essa noção de poder é considerada falsa, pois afasta os sujeitos do entendimento sobre sua complexidade. A ideia corrente no pensamento moderno de que o poder parte de um local central e, portanto, não é uma capacidade que todos os sujeitos têm, permite que um grupo de indivíduos se proclame possuidor de poder em detrimento de outros grupos sociais. Para o autor, as análises tradicionais sobre poder não conseguiram alcançar o objetivo de explicá-lo em sua totalidade: “A teoria do Estado, a análise tradicional dos aparelhos de Estado, não esgotam sem dúvida o campo de exercício e funcionamento do poder. É o grande atualmente desconhecido: quem exerce o poder? e onde exerce-o?” (FOUCAULT, 2001, p. 1180).

O poder que discute-se neste trabalho é o simbólico, exercido na situação de comunicação. Bourdieu (1998, p.14) definiu o poder simbólico como sendo uma espécie de “poder quase mágico que permite o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário”. Segundo o autor, a luta pelo poder é, neste sentido, a luta pela imposição de categorias de percepção do mundo, que se faz através dos discursos. O poder de informar, de mandar ler e mandar ver, é permeado pelo universo da linguagem. Em

uma sociedade onde a imagem tem papel privilegiado no mercado de bens simbólicos, é possível pensar uma mudança social a partir de uma conjectura que passe pela linguagem.

Pinto (1999) pontua que é preciso diferenciar o poder falado nos discursos daquele concreto, que permeia a esfera pública, a privada, e recebendo nomes diversos, como Deus ou Estado. Mesmo invisível, o poder simbólico, não pode ser visto como um poder à parte, e sim como uma transformação de outras formas de poder, dependendo ainda da cumplicidade entre seus detentores e aqueles que se submetem a ele. O reconhecimento do poder, porém, nem sempre é consciente, e passa pela credibilidade do outro e a crença de que aquele poder é legítimo. Se a política é o palco privilegiado das disputas de poder – com destaque para as legendas partidárias - é através da comunicação que essa tensão é estruturada, absorvida e ressignificada ao público. Assim, cabe ao campo do jornalismo, o monopólio da produção e difusão da informação, ou seja, ele é o detentor do direito simbólico de nomear. Neste universo, para ter direito a fala, é preciso ter acumulado capital político.

Entende-se por campo dos media o campo cuja legitimidade expressiva e pragmática é por natureza uma legitimidade delegada dos restantes campos sociais e que, por conseguinte, está estruturado e funciona segundo os princípios da estratégia de composição dos objetivos e dos interesses dos diferentes campos, quer essa composição prossiga modalidades de cooperação, visando, nomeadamente, o reforço da força da sua legitimidade, quer prossiga modalidades conflituais, de exacerbação das divergências e dos antagonismos. (RODRIGUES, 1990, p.152).

Os que, de alguma forma, não se encaixam no padrão dominante de formação de discursos da imprensa também ficam marginalizados no acesso à linguagem. Mesmo quando são retratados – por imposição legal ou para reforçar a imagem que a mídia faz de si de imparcial e neutra - são taxados de “folclóricos”. Essa visibilidade alcançada é, geralmente, fugaz e recorre aos mecanismos do espetáculo, como matérias jornalísticas em que se elencam os parlamentares mais bonitos ou jovens do Congresso. A reversão dessa dinâmica ocorre quando, atendendo às lógicas do campo do jornalismo, o político de partidos minoritários consegue espaço de fala fora da lógica do escárnio, acumulando paralelamente o capital necessário para crescer no espaço político.

Quem quer que entre para a política, assim como alguém que ingresse em uma religião, deve operar uma transformação, uma conversão. Mesmo que esta não lhe apareça como tal, mesmo que não tenha consciência disso, ela lhe é tacitamente imposta, e a sanção em caso de transgressão é o fracasso ou a exclusão (BOURDIEU, 1998, p.195)

Daí observa-se que candidatos de partidos minoritários têm dificuldades em obter espaços nos meios de comunicação. No jogo de forças do campo político, eles se inserem marginalmente em uma cadeia hierárquica que obedece à estrutura de distribuição desigual do capital simbólico, que depende diretamente do reconhecimento dos pares. Sendo assim, antes de alcançar *status* entre as empresas de comunicação, é preciso subir posições dentro do campo a que se pertence. Para Miguel (2002), a capacidade de intervir no campo político é um monopólio exercido por poucos justamente porque os demais internalizam sua posição e reconhecimento de que há líderes.

A identificação das relações de poder se dá não apenas pelo reconhecimento de quem fala, mas, principalmente, para quem um determinado discurso está sendo direcionado. O poder não está centrado apenas em alguém, ele existe a partir de uma interação, e não pode ser resumido em questões políticas, econômicas, ou na força física. Se o poder é uma relação, os dois – mídia e público - são instâncias de poder cuja principal ferramenta é a linguagem, pois todos se comunicam através dela. No âmbito do poder simbólico, o silenciamento é uma violência. Sendo assim, não estar na mídia é uma condenação aos políticos.

O que Pinto (2000, p.3) chama de “tecnologias discursivas de poder” são as estratégias linguísticas motivadas socialmente e dominadas por algumas classes profissionais, como jornalistas e publicitários sem, contudo, que seu caráter ideológico seja assumido. Classificadas como técnicas inerentes para o exercício da profissão, o domínio das habilidades de redação jornalística permitem no jornalismo tradicional tornar público os discursos hegemônicos enquanto os contra-discursos são silenciados e, por isso mesmo, distorcidos pelos padrões dominantes de expressão, como destacam Miguel e Biroli (2010).

Mesmo considerando que o poder é relacional, admite-se que há uma classe dominante que detém “essa realidade tangível que se chama poder”, como lembra Bourdieu (1998, p.28). Sendo assim, alguns grupos ou indivíduos possuem mais força social do que outros para disputar o monopólio do poder. As classes tentam, através de posições ideológicas, reproduzir o campo das posições sociais, buscando através de uma luta simbólica prevalecer seus interesses em relação a outras classes. A estratégia é tanto interna quanto externa, pois para que a dominação seja mantida, é preciso a legitimidade dentro do campo e fora dele.

A linguagem é, portanto, um espaço onde existe a ocorrência dos exercícios de poder. O fim do ensino da retórica nas escolas explica o impacto da força política da linguagem, já que capacitar as pessoas a terem condições de argumentar enquanto sujeitos sociais de direito é desestabilizador o *status quo*. Apesar de ter passado de disciplina obrigatória nas escolas

para um conjunto de práticas de discursos quase extinta de divulgação e taxada como desnecessária, os reflexos da retórica ainda podem ser observados nos atuais processos comunicativos.

As palavras em si não são detentoras de poder, mas há poder nelas tanto para manter uma estrutura como para subvertê-la desde que sejam pronunciadas por alguém detentor de legitimidade. “Não é o discurso em si mesmo nem seu conteúdo puro e simples que podem dar forma ou mesmo criar ações, mas as palavras tornadas poderosas quando emitidas por quem representa o poder” (SZPACENKOPF, 2003, p.66).

Se o político consegue convencer que sabe mais que o eleitor, este último dá a ele a representação através do voto. Nesta arena de disputas, um dos envolvidos se coloca subjetivamente no lugar de não saber. A consciência das redes de poder onde se está inserido entrega ao sujeito a chave para a liberdade, segundo Foucault (1979). Durante sua produção, o poder cria saberes, como a sexualidade e a loucura, que são apreendidos por todo campo social.

O poder pode ser exercido por qualquer um, ou seja, mesmo sem dono, o poder segue um sentido. “Onde há poder, ele se exerce. Ninguém é, propriamente falando, seu titular; e, no entanto, ele sempre se exerce em determinada direção, com uns de um lado e outros do outro; não se sabe ao certo quem o detém; mas se sabe quem não o possui”. (FOUCAULT, 1979, p.45). O autor destaca que o discurso não é livre, já que em toda sociedade sua produção é controlada, selecionada, organizada e redistribuída por procedimentos que visam limitar seus “poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade” (FOUCAULT, 1996, p.9). Para Foucault, o poder é difuso, mas produzido no interior de uma instituição que deixa nele suas marcas. Como é relacional, o poder também é colocado em movimento através de relações de exclusão, interdição, separação e rejeição, além da busca pela verdade. Controlar os discursos de uma determinada instituição é também ter o controle sobre um certo tipo de poder.

Dos três sistemas de exclusão que atingem o discurso, a palavra proibida, a segregação da loucura e a vontade de verdade, foi do terceiro que falei mais longamente. É que, há séculos, os primeiros não cessaram de orientar-se em sua direção; é que, cada vez mais, o terceiro procura retomá-los, por sua própria conta, para, ao mesmo tempo, modificá-los e fundamentá-los; é que, se os dois primeiros não cessam de se tornar mais frágeis, mais incertos na medida em que são agora atravessados pela vontade de verdade, esta, em contrapartida, não cessa de se reforçar, de se tornar mais profunda e mais incontornável. (FOUCAULT, 1996, p. 19).

Bourdieu (1998), por sua vez, também admite que o real é relacional, ou seja, as instituições só podem ser compreendidas quando estudadas a partir de suas relações como um todo, não havendo espaço cujo objeto esteja isolado socialmente. A ideia se aproxima da concepção que Foucault (1979, p. 14) tem de "verdade" como sendo “um conjunto de procedimentos regulados para a produção, a lei, a repartição, a circulação e o funcionamento dos enunciados”, prevalecendo assim a ligação circular com sistemas de poder que impulsionam uma verdade.

Os jornais que se colocam como porta-vozes da realidade e interpretadores das verdades - e não como emissores de opiniões de grupos seletos - ganham assim um espaço diferenciado de credibilidade. O jornalismo opinativo é percebido claramente como persuasivo, e essa percepção deixa alerta o leitor. A cumplicidade é essencial na relação entre dominante e dominado, e na dinâmica jornalística isso se consagra no ritual em que o leitor reconhece que a instância midiática possui autoridade, como instituição, de trazer para si o papel de imparcial e equilibrada, representando o interesse dos dominados e dissimulando interesses diversos. É preciso ressaltar que o leitor não pode ser definido como uma caixa vazia, onde o jornal irá depositar informações. O leitor não parte apenas dos fatos noticiados para construir sua posição. Ele traz consigo uma série de referências que não serão abandonadas quando passa a ter contato com a produção discursiva do jornalismo.

O poder do discurso do jornal está, pois, na sua capacidade em construir essa ilusão da realidade, sendo certo que na maior parte das vezes, a matéria-prima utilizada, isto é, a que chega a redação para ser convertida em notícia, é, já ela, o resultado de uma cadeia enunciativa de dimensão indefinida. (REBELO, 2000, p.109)

Confirmando a percepção de Bourdieu (1998) sobre o poder do texto como uma luta pela imposição de categorias, Araújo (2000, p. 146) afirma que “as relações de poder entre interlocutores são, assim, determinadas pela forma como os dispositivos de enunciação são reconhecidos e consumidos”. Para isso, é preciso que haja o reconhecimento por parte do sujeito dos enunciadores presentes e das imagens propostas em um texto. O poder do texto está na possibilidade de constituir o real através de classificações desse real no âmbito simbólico, ou seja, pela via dos discursos.

Bourdieu (1998) alerta que além da classe dominante, os especialistas que produzem e reproduzem os discursos de interesse dessa classe, são beneficiados por este processo. A busca pelo monopólio da competência de um segmento (religioso ou artístico, por exemplo),

contribui para que os especialistas mantenham as estruturas sociais onde as ideologias são produzidas.

Ter em mente que as ideologias são sempre duplamente determinadas – que elas devem as suas características mais específicas não só aos interesses das classes ou das frações de classe que elas exprimem (função de sociodicéia), mas também aos interesses específicos daqueles que as produzem e à lógica específica do campo de produção (comumente transfigurado em ideologia da ‘criação’ e do ‘criador’) – é possuir o meio de evitar a redução brutal dos produtos ideológicos aos interesses das classes que servem (efeito de ‘curto-circuito’ freqüente na crítica ‘marxista’) sem cair na ilusão idealista a qual consiste em tratar as produções ideológicas como totalidades auto-suficientes e autogeradas, passíveis de uma análise pura e puramente interna (semiologia)” (BOURDIEU, 1998, p. 13).

Enquanto o poder se relaciona mais na etapa de reconhecimento e consumo dos discursos, o ideológico atua antes, nas condições de produção. Superando a ideia de inocência dos discursos, e admitindo o caráter social da fala - onde marcas da instituição onde o discurso é produzido, e seu caráter histórico permeiam os enunciados, Araújo (2000, p. 146) pontua que “onde houver um sentido produzido, no qual as condições sociais de produção ou recepção tenham deixado traços, aí estará o domínio do ideológico e do poder”.

Ressaltando que o jornalismo decorre de processos sociais, Lopes (2006), afirma que a produção de notícias está submetida ao jogo do poder, envolvendo nessa relação a estrutura interna das instituições, que também não são autônomas como parecem. “O poder do jornalismo – de fazer ver, fazer crer e fazer saber – está, pois, em produzir discursos legitimados institucionalmente” (LOPES, 2006, p.9). Considera-se nesta pesquisa, assim como Pinto (1999, p.44), que o ideológico está presente no texto através de “marcas ou traços que estas regras formais de geração de sentidos deixam na superfície textual e que o analista de discursos procura encontrar e interpretar”. Para compreender de que modo o ideológico se torna presente em um enunciado, retoma-se o conceito de onde ele se origina: a ideologia.

Se há um consenso sobre a noção de ideologia no campo das ciências sociais e humanas, é que ela é ambígua. Essencial para se pensar as relações de poder, o termo ideologia é por si só marcado por uma série de embates em torno do seu sentido. Em sua história, a ideologia traz o denominador de uma nova ciência que se seria responsável pela ambiciosa incumbência de analisar as ideias, permitindo a compreensão da natureza humana, conforme pensado inicialmente por Destutt de Tracy em 1796. O termo passou a ser utilizado logo em seguida sob uma perspectiva crítica reforçada pelas teorias marxistas.

Surgida no contexto do Iluminismo, a concepção de ideologia logo foi tomada pelos opositores do movimento – principalmente Napoleão Bonaparte - para ridicularizar as ideias de compreensão racional do mundo. Consagradores de uma concepção de ideologia onde o momento sócio-histórico em que vivem é o fator que condiciona a visão de mundo dos sujeitos, Karl Marx e Engles resgatam o termo como fruto da necessidade de se oporem aos jovens hegelianos, que viam as ideias como produtoras dos homens. Na visão marxista, no entanto, os indivíduos são resultado direto de condições materiais específicas.

A comparação da visão invertida da câmara escura e do olhar humano com a consciência marcada pelo ideológico, feita por Thompson (1995), é útil para compreender que em ambos os casos há um fator determinante para o modo de ver e pensar o mundo: para o homem, transmissão invertida das imagens é fruto dos processos biológicos na retina; enquanto as formas de consciência teriam ligação com as condições materiais de vida do indivíduo.

Enquanto Teun Van Dijk (1997) é filiado à Análise Cognitiva do Discurso e Norman Fairclough (2001) à Análise Crítica de Discursos (ACD), com pontos teóricos que se distanciam, os dois autores trazem pensamentos complementares nas reflexões sobre o ideológico. Van Dijk (2008) ressalta que a cognição é a responsável por mediar o discurso e a sociedade e critica a ACD por ignorar a interface cognitiva. Segundo ele, é justamente a relação entre estruturas do discurso e situações sociais, ligadas pela cognição, que justifica porque os indivíduos produzem textos diferentes em uma mesma situação social. No sentido oposto, as teorias que ignoram o componente cognitivo nos discursos, são consideradas determinísticas, ou seja, ligam diretamente o contexto ao texto.

Van Dijk (2008, p.119) define contexto como uma “estrutura mentalmente representada daquelas propriedades da situação social que são relevantes para a produção ou compreensão do discurso”. Ao relacionar texto e discurso, o autor pontua a utilização de estruturas-modelo que formariam a base mental de discursos orais ou escritos. Sendo assim, os modelos seriam construções mentais subjetivas de acontecimentos passados, presentes ou futuros que estariam na origem de representações tendenciosas que as pessoas teriam sobre a realidade. Considerado como a base mental dos discursos escrito e oral, os modelos são atualizados constantemente com novos fatos, não podem ser tidos como homogêneos ou fixos, e contribuem para o entendimento da produção e compreensão dos textos.

[...] constituem a base experimental de processos de generalização, abstração e descontextualização, inerentes à formação do conhecimento e atitudes,

comuns a membros de grupos. Ou seja, as opiniões inscritas em modelos são a base da formação de atitude (VAN DIJK, 1997, p. 118).

Considerando que para Van Dijk (1997), todos os membros da sociedade pertencem a um ou vários grupos – familiar, acadêmico ou profissional, por exemplo – e por isso, também contribuem para uma construção ideológica, a principal noção destacada é a de que não existe ideologia falsa ou verdadeira, já que cada grupo trabalha com o fortalecimento e propagação das ideias que são capazes de favorecer seus interesses. Sendo assim, não há apenas ideologias restritas aos grupos dominantes. Também convivem em embates de forças no mesmo campo, aquelas formuladas por grupos dominados. O autor também descarta a utilização dos conceitos de verdade ou falsidade nos discursos que se encontram sob a influência do ideológico, argumentando que o que é tido como “conhecimento” para alguns pode não passar de “crença” para outros.

Um dos pressupostos para considerar um modelo interpretativo ideológico é considerar que ele não é por si só capaz de determinar comportamentos e discursos, sendo apenas um dos fatores que orientam a ação social. As práticas discursivas devem ser investigadas como formas materiais de ideologia, entendida aqui como “significações /construções da realidade (...) que são construídas em várias dimensões das formas/sentidos das práticas discursivas e que contribuem para a produção, a reprodução, ou a transformação das relações de dominação”. (FAIRCLOUGH, 2001, p.116).

Se é através dos discursos que as ideologias são muitas vezes produzidas e reproduzidas, Van Dijk (1997) admite que estruturas particulares de discurso são mais úteis do que outras para transmitir as mensagens que determinado grupo pretende. Uma certa constância e repetição dos mecanismos de expressões ideológicas verificada em comportamentos reproduzidos pelos membros da sociedade justifica-se pela estabilidade dos sistemas de ideologias. O autor alerta, porém, que nem sempre é possível identificar em estruturas discursivas as ideologias presentes sem que se leve em conta fatores que interferem no processo, como acontecimentos pessoais e atitudes contraditórias, que estão relacionadas aos grupos aos quais os indivíduos se identificam.

Ressaltando aspectos semânticos capazes de revelar questões ideológicas nos discursos, Van Dijk (1997, p.140) cita a estratégia da implicação como capaz de “desempenhar importantes funções ideológicas, a partir do momento em que significados implícitos, com maior ou menor ênfase, em proposições assertivas, são interpretados com base em atitudes e ideologias”. Neste sentido, a pressuposição é um dos principais

argumentos ideológicos, resumindo-se como proposições tomadas como verdadeiras pelo enunciador, mas sem estarem declaradamente assumidas no texto.

O nível de descrição e o grau de especificidade de um discurso também estão diretamente ligados às noções de relevância e gêneros jornalísticos. É o caso de reportagens onde a descrição física e até mesmo de aspectos emocionais das mulheres são levantadas com mais elementos do que se os objetos de atenção fossem homens. Esses pormenores podem ser úteis ao mostrarem com mais clareza preconceitos e estereótipos.

Apesar do termo “manipulação” ser atualmente utilizado com ressalvas no campo da comunicação - já que remete às situações dicotômicas onde há uma fonte de manipulação e um manipulador passivo -, Van Dijk (1997) defende que a manipulação acontece nas vias discursivas quando “um discurso está intencionalmente manipulando as representações dos ouvintes ou leitores/as de acordo com o interesse do autor, por exemplo, comunicando crenças falsas ou, pelo menos, meio-falsas” (VAN DJIK, 2011, p.4). Para o autor, políticos e os meios de comunicação são responsáveis por manipular os modelos mentais e, conseqüentemente, as atitudes dos cidadãos ao apresentar imagens que vão contra os interesses da sociedade civil. “As pessoas podem escolher o jornal, mas, uma vez que eles leem um jornal, não podem escolher o conteúdo - e também não podem escolher um jornal que não existe” (VAN DJIK, 2011, p. 4).

Van Dijk (1997) afirma que a estrutura ideológica que mantém o poder de um determinado grupo social existe através de mecanismos da comunicação e do discurso, que têm como contraponto a noção de resistência através do contrapoder. Ele admite que a aplicação dessa reação ao poder constituído é difícil de ocorrer, mas está ligada diretamente ao homem como consciente de seu papel social, reconhecendo as práticas discursivas que institucionalizam a sociedade.

Norman Fairclough (2001) frisa, porém, que nem todo discurso é ideológico. Ele discorda de Althusser, que coloca a ideologia como indissociável da própria sociedade; e relaciona o ideológico presente nos discursos como frutos de sociedades marcadamente estratificadas em relações de dominação, seja de gênero ou econômica. O autor é otimista ao ressaltar que os seres humanos poderiam ser capazes de superar as ideologias ao transcenderem esse tipo de sociedade. Ele também argumenta que os discursos são inicialmente abertos, ou seja, os graus de investimentos ideológicos variam conforme o tipo de discurso: ciências físicas seriam menos suscetíveis às estruturas ideológicas do que as propagandas.

Fairclough (2001) deixa clara sua posição sobre a importância dos discursos como produtores e reprodutores de ideologias – e criadores de novas ideologias – quando sugere que haja uma educação linguística que permita ao cidadão desde cedo compreender os processos ideológicos nos discursos. Essa consciência, segundo ele, seria útil para que a sociedade se torne mais crítica sobre os discursos investidos ideologicamente a que é submetida constantemente.

Os grupos poderosos são representados como se falassem na linguagem que os próprios leitores poderiam ter usado, o que torna muito mais fácil de adotar os seus sentidos. Pode-se considerar que a mídia de notícias efetiva o trabalho ideológico de transmitir vozes do poder em uma forma disfarçada e oculta. (FAIRCLOUGH. 2001, p 144)

Mesmo admitindo que o sujeito possa ser subjugado pelos diversos interesses de correntes ideológicas, o autor aposta na capacidade de ação criativa, com os sujeitos sendo capazes de realizarem “suas próprias conexões entre as diversas práticas e ideologias a que são expostos e de reestruturar as práticas e as estruturas posicionadoras.” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 121)

4 CONTEXTUALIZAÇÃO DOS JORNAIS E CANDIDATOS A PREFEITO DE TERESINA

No campo da comunicação e política, pela perspectiva da análise de discursos, os enunciados só têm sentido inseridos na história. No Piauí, um retrospecto dos ocupantes de cargos públicos nas últimas décadas revela um círculo fechado, com pouca penetração de pessoas estranhas ao laço consanguíneo, que é um dos fatores de manutenção do domínio político através da ocupação de mandatos. Em geral, as eleições para prefeituras, tanto da capital como de cidades no interior, se configuram como impulsionadoras para futuras disputas dos candidatos aos cargos de deputados estaduais, federais, senador e governador.

Ao fazer um estudo da elite política do Piauí, contemplando um período de mais de meio século, Silva (1999), observa a relação entre uma ação do Estado convergente aos interesses políticos e econômicos das redes familiares que o governaram ou governam o Piauí em um regime de revezamento, com poucas mudanças, que passam a ocorrer a partir da década de 90. Neste sentido, a mídia piauiense é observada pelo autor como essencial nos projetos particulares de sucessão eleitoral.

É visível o poder que ainda detêm as oligarquias vinculadas ao antigo modelo agrário-exportador que se utilizam de formas modernas e sofisticadas de controle político, em especial pelo controle que exercem sobre a mídia eletrônica como formadora da opinião pública e, que, por causa desse poder midiático colocado ao seu dispor, ainda podem reanimarem-se e ressurgir através das novas gerações sem anular o caráter familiocrático. (SILVA, 1999, p.327)

Essa relação entre a mídia e o resultado das eleições, porém, não é direta. Influenciando comportamentos eleitorais, a imprensa é apenas um dos fatores que proporcionam os resultados políticos, sem linearidade entre causas e efeitos. Enquadrando acontecimentos sob aspectos negativos ou positivos, e agendando temas, a mídia faz representações simbólicas paralelas às que predominam na sociedade onde está inserida, ou seja, priorizando as formas e sujeitos hegemônicos em detrimento dos segmentos periféricos. Segundo Pinto (1999, p. 25) “(...) a análise de discurso não se esgota na análise imanente dos textos, como algumas outras abordagens, pois ela só se completa com a fase de contextualização”. Sendo assim, o ponto de partida para o entendimento das relações de poder entre políticos, jornais e público, é a contextualização. Já Maingueneau (2005, p. 119) ressalta ainda que não é possível analisar o discurso separado da sociedade onde ele se insere e da

instituição onde ele foi gerado, pois “a passagem de um discurso a outro é acompanhada de uma mudança na estrutura e no funcionamento dos grupos que gerem esses discursos”.

De acordo com dados do perfil do eleitorado 2012, divulgado pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), o eleitorado de Teresina é formado em sua maioria por mulheres, solteiras, que possuem entre 25 e 34 anos e têm ensino fundamental incompleto. Ao todo, estiveram aptos a votar em 2012, 531.138 teresinenses, configurando o maior colégio eleitoral do Piauí, que soma em seus 224 municípios, 2.332.670 eleitores.

Na análise dos processos e das práticas jornalísticas nos jornais locais, busca-se referência a qualquer um dos sete candidatos que disputaram as eleições em Teresina no último pleito municipal: os candidatos do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), o então prefeito Elmano Férrer; do Partido dos Trabalhadores (PT), senador Wellington Dias; do Partido Socialista Brasileiro (PSB), o apresentador Beto Rego; do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), deputado estadual Firmino Filho; do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), o advogado Maklandel Aquino; do Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado (PSTU), professor Daniel Solon; e do Partido Comunista Brasileiro (PCB), o ex-jogador Vasconcelos Pinheiro.

Desde a redemocratização, com votação direta da população para a escolha dos seus representantes no Executivo e Legislativo, os pleitos em Teresina foram vencidos por candidatos do PSDB, com exceção de 1988, quando Heráclito Fortes, então filiado ao Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), partido aliado ao PSDB na época, foi eleito. Neste ciclo, em 1985 ocorreu a eleição do primeiro membro do PSDB: Raimundo Wall Ferraz, cuja memória do estilo de gestão é trazida nas campanhas eleitorais dos demais tucanos, incluindo Firmino Filho nas três vezes em que disputou a Prefeitura da capital. Wall Ferraz foi reeleito em 1992, seguido por Francisco Gerardo da Silva (que era vice-prefeito e assumiu o cargo com a morte de Wall Ferraz), e Firmino da Silveira Soares Filho, eleito pela primeira vez em 1996, reeleito em 2000 e eleito mais uma vez em 2012. O médico Sílvio Mendes de Oliveira Filho, que ocupava o cargo de presidente da Fundação Municipal de Saúde (FMS) foi eleito pela primeira vez em 2004 e reeleito em 2008.

Com a renúncia de Sílvio Mendes para disputar o Governo estadual em 2010 – cuja eleição foi vencida pelo atual governador do Estado, Wilson Martins (PSB) – o cargo de prefeito foi ocupado pelo vice, Elmano Férrer, do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB). Neste contexto, Elmano optou em 2012 por disputar a reeleição, rompendo com o ex-aliado PSDB, que tentava retomar o poder em Teresina tendo como nome o ex-prefeito e então deputado estadual Firmino Filho.

Em um cenário que indicava apenas dois protagonistas, surgiram candidaturas independentes, mas com potencial para forçar um segundo turno: o senador Wellington Dias anunciava planos de comandar o Palácio da Cidade depois que a candidatura de sua esposa, a deputada estadual Rejane Dias, foi frustrada internamente pelos próprios petistas. Com acusações de tentar praticar uma espécie de nepotismo, e implantação de sua própria oligarquia familiar – tema combatido historicamente pelo PT – Wellington Dias se viu pressionado como principal líder da legenda no Estado a assumir a responsabilidade sobre sua decisão tardia de ser candidato.

Quando Wellington Dias optou por anunciar sua candidatura, um desconforto já havia se configurado na opinião pública: o PT estava participando da administração de Elmano Férrer, com seus principais nomes no âmbito municipal ocupando cargos na gestão do PTB. Além disso, também havia sido escolhido um candidato a vice-prefeito do PT na chapa do prefeito que disputaria a reeleição. O deputado estadual Cícero Magalhães, do PT, que era candidato a vice-prefeito de Elmano Férrer, passou então a exercer a mesma função na chapa encabeçada pelo senador petista, formando uma assim chapa inteiramente pura e sem o amplo leque de alianças políticas que levaram Dias duas vezes ao comando do Governo estadual, em 2002 e 2006, como destaca Vasconcelos (2010).

Saindo em uma candidatura isolada, Wellington Dias admitia publicamente à imprensa que a Prefeitura era um passo para a intenção de voltar a governar o Estado, o que tornou o projeto petista com um viés público mais pessoal do que partidário, afastando da campanha nas ruas os filiados e tradicionais simpatizantes da sigla.

Aos nomes conhecidos do público no âmbito político, se somou o de um popular apresentador de um programa policial diário na televisão, o “Ronda”, da Rede Meio Norte, com audiência massiva das classes menos favorecidas. Beto Rego rejeitou uma candidatura consolidada para o cargo de vereador, onde despontava como favorito nas pesquisas de intenção de votos, arriscando a concorrida eleição para prefeito de Teresina. Ele representava o PSB, do governador Wilson Martins, que naquele momento não desfrutava de índices positivos de popularidade em sua gestão, mas que precisava de um candidato para tentar fortalecer a sigla na capital, já que nas eleições em nível estadual o atual governador ganhou no interior, mas teve desempenho reduzido no maior colégio eleitoral do Estado, Teresina.

No segundo turno, Beto Rego e seu vice, o cantor Lázaro do Piauí, passam a apoiar Firmino, em uma decisão que foi contra aquela tomada pelo governador e o PSB, que optaram por apoiar Elmano Férrer. Lázaro, conhecido pelos *jingles* eleitorais, incluindo um que fez para o ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva quando este disputou a Presidência da

República⁶, não havia criado nenhum tema musical para a própria campanha, mas compôs e apareceu cantando vários *jingles* para a campanha de Firmino Filho.

A aliança entre as siglas pequenas, de tendência esquerdista, mesmo cogitada, não se concretizou: cada uma pretendia aproveitar os poucos segundos disponíveis no rádio e na TV da propaganda eleitoral gratuita, além dos debates televisivos, para exporem suas plataformas partidárias. Novatos e desconhecidos da população já que, diferente dos demais candidatos, não eram frequentadores dos programas diários de televisão, nem das páginas dos jornais e portais de notícia do Piauí, Daniel Solon e Maklandel Aquino não haviam concorrido antes à Prefeitura de Teresina e se filiavam a uma esquerda ligada a movimentos sociais, enquanto o também novato Vasconcelos Pinheiro, adotava uma linha mais radical e popular. Solon era o único com mais visibilidade e experiência política, já que é membro de movimentos sindicais dos professores da Universidade Estadual do Piauí, e tem inserção na mídia na temática específica da Educação.

As candidaturas dos três candidatos representantes das pequenas siglas só foi concretizada em junho, faltando poucos dias para o prazo final das convenções partidárias. Justifica-se, portanto, a ausência de citação dos referidos candidatos nas capas dos impressos durante o período de pré-campanha, já que por não ocuparem cargos públicos e nem contarem com a visibilidade da mídia, os candidatos só passaram a se tornar visíveis, e terem suas candidaturas construídas na imprensa quando oficializaram-se no papel de postulantes ao cargo de prefeito.

No primeiro turno, Firmino Filho, que concorreu pela coligação “Construindo Novos Caminhos” obteve 162.633 votos válidos (38,77%), seguido de Elmano Férrer, que disputou a reeleição pela coligação “A Força do Trabalho”, e alcançou 139.016 votos (33,14%). O terceiro colocado foi Wellington Dias (PT), que obteve 59.470 votos (14,18%), seguido por Beto Rego (PSB), com 44.856 votos. (10,69%). Os candidatos das pequenas siglas não conseguiram chegar a 2% dos votos: Maklandel (PSOL) alcançou 5.330 votos (1,27%), Daniel Solon (PSTU) teve 5.103 votos (1,22%) e Vasconcelos Pinheiro (PCB) obteve 3.117 votos (0,74%).

No segundo turno, Firmino Filho foi eleito com 212.741 votos, somando 51,54% do total de válidos, descontados brancos e nulos. Elmano Férrer (PTB) registrou 200.062 votos

⁶ LÁZARO do Piauí conta sua trajetória em livro. **Humana Saúde**. 2011. Disponível em: http://www.humanasaude.com.br/novo/materias/2/1-zaro-do-piau-conta-sua-trajet-ria-em-livro_18986.html
Acesso em: 20 mai. 2013.

(48,46%). Os dados aqui expostos se baseiam em informações coletadas no site do Tribunal Superior Eleitoral.

Observa-se no histórico dos candidatos que, fora aqueles que estão disputando as eleições majoritárias pela primeira vez, sem experiência em cargos públicos de primeiro escalão, os nomes que se colocam para concorrer à vaga de prefeito estão ligados entre si, em alianças políticas oriundas de outros períodos eleitorais. Quanto mais ampla a aliança, maiores as chances de vitória e de governabilidade, assim como maiores são os conflitos internos a serem administrados, o que pode resultar em futuros rompimentos, como observado na campanha de 2012 em Teresina, quando Elmano Férrer – duas vezes vice-prefeito em chapas encabeçadas pelo PSDB – decidiu ser candidato disputando contra os ex-aliados. “Nesse sentido, todos esperam sempre ganhar e as tensões geradas pelas táticas e estratégias produzem os movimentos típicos do jogo político, no interior do qual nunca há aliados para sempre nem rupturas eternas.” (GOMES, 2004, p.10).

Para que se compreenda de que forma os jornais construíram discursos sobre cada um dos candidatos a prefeito de Teresina no pleito de 2012, apresenta-se um histórico de cada nome que disputou àquela eleição, considerando passagens políticas e biográficas que mais tarde serão retomadas pelos veículos impressos. As informações foram obtidas nos próprios jornais estudados ou através de contato direto com os candidatos, especialmente os que representam os partidos minoritários, considerando que foram encontrados poucos dados sobre o histórico político deles em fontes bibliográficas. Optou-se por apresentar os históricos de cada candidato obedecendo a ordem alfabética.

4.1. Histórico dos candidatos a prefeito de Teresina em 2012

4.1.1. Beto Rego

Francisco Alberto de Araújo e Silva Rego mais conhecido como Beto Rego, nasceu em Teresina, em 1969. Estudou até o ensino médio e foi trabalhar como radialista, segundo a profissão da mãe, a atriz de teatro Ana Maria Rego. Depois, passou a atuar como apresentador de televisão. Na rádio, apresentava o programa Ligação Sucesso, onde tinha contato diário com ouvintes que ligavam pedindo canções. Como radialista, Beto Rego trabalhou nas rádios Poty, FM O Dia e FM Meio Norte.

Apresentou programas de televisão como Poupa Ganha, Tenta Ganha e Viva Sorte, todos na Rede Meio Norte. Desde 2002, apresenta o programa policial Ronda, onde mistura

reportagens policiais com humor, auxiliado por dois palhaços. Ausentou-se do programa para disputar a eleição, e voltou à atração televisiva logo após o segundo turno. Em 2011, se filiou ao PSB, passando a integrar os quadros do Partido Social Democrático (PSD) em janeiro de 2013.

4.1.2. Daniel Solon

Professor universitário, Daniel Solon tinha 35 anos quando foi candidato a deputado federal, pelo PSTU, em 2010, disputando pela primeira vez uma eleição. Ex-repórter das editorias de Cidades e Política nos jornais O Dia, Meio Norte e Diário do Povo, e ex-assessor de imprensa de sindicatos (Sintepi/Urbanitários; Sintrajufe/Judiciário Federal; Sinsep/Servidores Federais), o jornalista trocou as redações pela sala de aula ao se dedicar exclusivamente a carreira de professor do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual do Piauí.

Ele também é concursado como assessor de imprensa do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra), sendo uma das lideranças do PSTU no Estado do Piauí. Ocupa o cargo de presidente da ADCESP (Associação de Docentes da Universidade Estadual do Piauí).

Daniel Solon é mestre em História do Brasil, e foi diretor regional eleito do Sindicato Nacional dos Docentes de Instituições de Ensino Superior (ANDES SN - gestão 2010/2012) e Conselheiro Universitário (representante docente) na Uespi. No Incra, participou de comandos de mobilização e greve dos servidores, além de ter sido dirigente e fundador da Coordenação Nacional de Lutas (Conlutas) no Piauí. Na UFPI, foi Diretor de Imprensa do Diretório Central dos Estudantes (DCE) em 1997, gestão "Quando não tinha nada, eu quis". Antes de se filiar ao PSTU, em 1997, foi filiado ao PT, partido com o qual rompeu alegando discordância programática e metodológica.

4.1.3. Elmano Férrer

Nascido no Ceará e com formação em Engenharia e Direito, Elmano Férrer é servidor público de carreira e já exerceu cargos de secretário de Planejamento do Estado do Piauí, diretor da Unidade de Pesquisa da Embrapa no Estado e secretário do Trabalho, Desenvolvimento Econômico, Tecnológico e Turístico do Piauí na gestão do ex-governador Wellington Dias, entre 2005 e 2006. Foi eleito vice-prefeito de Teresina em 2004 e reeleito

em 2008, em dobradinha com o médico Sílvio Mendes, mas nunca havia concorrido como cabeça de chapa em uma coligação majoritária.

O PTB, partido pelo qual Férrer disputou a eleição, é presidido em nível estadual pelo senador João Vicente Claudino, cuja família comanda um dos maiores grupos empresariais do Estado, o Grupo Claudino. A relação próxima com o conglomerado com ramificações na indústria, no comércio, no setor de serviços e no financeiro que faturou R\$ 1,9 bilhão em 2010⁷, foi lembrada durante a campanha eleitoral como um aspecto negativo para Elmano, que constantemente era provocado pelos adversários como uma espécie de “fantoche” do Grupo Claudino e cuja candidatura possuía interesses que iam além do campo político. Além disso, reforçando para a oposição o estigma de aliado dos ricos, Elmano tinha o apoio do senador Ciro Nogueira, dono do Grupo CN, e o décimo piauiense mais rico (o primeiro é João Claudino, pai do senador João Vicente Claudino).⁸

4.1.4. Firmino Filho

O economista Firmino Filho, 48, foi prefeito de Teresina entre 1997 e 2004. Começou a carreira pública em 1993, com 30 anos, como secretário de Finanças da cidade. Também foi vereador e, em 2010, foi eleito deputado estadual. Natural de Teresina, é formado em Economia pela Universidade Federal de Pernambuco e mestre pela Universidade de Illinois, nos Estados Unidos. É funcionário concursado do Tribunal de Contas da União e professor da Universidade Federal do Piauí.

Após deixar o cargo de prefeito, candidatou-se a governador do Piauí em 2006 pela Coligação “Piauí Daqui Pra Frente”, sendo derrotado numa disputa definida em primeiro turno, tendo como vitorioso daquele pleito o petista Wellington Dias.

Em 2008, foi eleito vereador de Teresina com 20 mil votos, uma das maiores vitórias proporcionais na capital, superada apenas por Carlos Augusto de Araújo Lima, em 1972. Assumiu em seguida a presidência da Fundação Municipal de Saúde de Teresina, a convite do então prefeito Sílvio Mendes, também do PSDB. Foi eleito deputado estadual do Piauí em ano de 2010, com 47.634 votos, tendo 80% dos votos oriundos somente da capital.

⁷ SOBRAL, E. **Pedala Claudino**. Revista Istoé, ed. 706. Disponível em:

http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/54683_PEDALA+CLAUDINO. Acesso em: 08 mai. 2013.

⁸ ACESSO Parnaíba. **Revista 'Exame': Piauí é o 6º com menor nº de milionários; veja lista 2012**. Disponível em: <http://www.acesoparnaiba.com/2012/01/revista-exame-piaui-e-o-6-com-menor-n.html>. Acesso em: 20 jun, 2013.

4.1.5. Maklandel Aquino

O advogado e professor da rede pública estadual Maklandel Aquino Matos concorreu com uma chapa pura, tendo como vice Zilton Duarte, também do PSOL. Aquino integra a corrente interna Trabalhadores na Luta Socialista (TLS) e é membro fundador da sigla desde 29 de setembro de 2005. Formado em História pela Universidade Federal do Piauí e bacharel em Direito pela Faculdade Ceut (Centro de Ensino Unificado de Teresina).

Possui especialização em História sociocultural e está cursando pós-graduação em Direito Eleitoral. Solteiro, concorreu à Prefeitura quando tinha 35 anos. Na primeira eleição que o PSOL participou, em 2006, em uma coligação com o PSTU, foi candidato a deputado estadual, obtendo 648 votos, sendo, naquele processo, o candidato a deputado estadual mais votado da coligação. Assessorou a candidatura de Alexis Leite a prefeitura de Teresina em 2008.

4.1.6. Vasconcelos Pinheiro

Ex-jogador de futebol e licenciado da presidência do Sindicato dos Atletas Profissionais de Futebol do Estado do Piauí, tinha 40 anos quando disputou a eleição em 2012. Atuou nas categorias de base do time de futebol Sport de Pernambuco, onde jogou no time profissional de 1988 a 1994. Depois, passou no futebol piauiense por Tiradentes, 4 de Julho, Caiçara, Picos e River, onde fez sua despedida dos gramados em 2001.

Vasconcelos Pinheiro é bacharel em Direito. Ele nasceu na cidade de Marcolândia, no sul do Piauí, na divisa com o estado de Pernambuco. Militou em movimentos sociais e foi candidato a vereador por duas vezes, pelo PCdoB e PSOL. Em 2012, encabeçou uma chapa majoritária pela primeira vez.

4.1.7. Wellington Dias

Atual senador eleito em 2010, estreou na vida pública em 1992 quando foi eleito vereador de Teresina e em 1994 foi eleito deputado. Em 1996 foi candidato a vice-prefeito de Teresina na chapa de Nazareno Fonteles, mas não avançou para o segundo turno. Em 1998 foi o primeiro deputado federal eleito pelo PT no Piauí e no ano 2000 foi candidato a prefeito de Teresina tendo Francisca Trindade como companheira de chapa numa eleição definida em

primeiro turno com a reeleição de Firmino Filho. Formado em Letras-Português pela Universidade Federal do Piauí, foi gerente do Banco do Nordeste do Brasil, Banco do Estado do Piauí e Caixa Econômica Federal.

Em 2002, iniciou a campanha para governador com baixos índices nas pesquisas de intenção de voto, mas conseguiu o apoio de lideranças do PMDB, como o ex-governador Mão Santa, tendo sido eleito em primeiro turno para o cargo de governador do Piauí pela coligação “A Vitória que o Povo Quer”, derrotando o governador Hugo Napoleão que disputava a reeleição. Renunciou ao mandato de deputado federal em 29 de novembro de 2002 efetivando-se assim seu primeiro suplente Roberto John (PT).

Reelegeu-se em 2006, vencendo a disputa ainda no primeiro turno, agora, contra seu principal adversário e ex-aliado, o então senador Mão Santa. Renunciou ao cargo em 1º de abril de 2010, com a intenção de se candidatar ao Senado, sendo substituído pelo vice do PSB, Wilson Martins.

4.2. Histórico dos jornais impressos do Piauí

Para que se entenda a articulação das diversas instâncias de produção de sentido nestes impressos, segue uma contextualização e histórico dos jornais estudados.

4.2.1. Jornal Meio Norte

O Jornal Meio Norte pertence ao Sistema Meio Norte de Comunicação, fundado em 1º de janeiro de 1995, oriundo de uma organização midiática que inclui rádios, emissora de TV e portal na internet. O coordenador de jornalismo do Sistema é José Osmando de Araújo e o editor executivo é o jornalista Arimatea Carvalho. O jornal surgiu quando o empresário Paulo Guimarães adquiriu a estrutura do antigo jornal O Estado, que pertencia a Helder Feitosa. Nesta época, o empresário já possuía uma televisão, a TV Timon, hoje Rede Meio Norte, e uma rádio FM. Com o novo proprietário, o antigo O Estado mudou de nome e de projeto gráfico. Entre as empresas do Grupo Meio Norte estão a Canadá Veículos, Shopping Riverside e Hospital Aliança Casa-Mater.

O impresso tem 10 ou 12 páginas no primeiro caderno, variando de acordo com a quantidade de anúncios; oito páginas do caderno Teresina e quatro do caderno Art&Fest,

totalizando uma média de 24 páginas. Os dois classificados variam entre 36 e 48 páginas. A tiragem média do jornal é entre nove e 10 mil exemplares diários, com circulação no Piauí, no leste do Maranhão e algumas capitais. Além do impresso, o sistema tem a TV Meio Norte, o Portal Meio Norte e as rádios Meio Norte FM e Boa FM.

O jornal é considerado o maior do Piauí tanto em termos de quantidade de profissionais – que chegam a 40 incluindo revisores, fotógrafos, editores, jornalistas, diagramadores e um chargista, como de circulação. O veículo impresso foi o primeiro a circular durante as segundas-feiras no Piauí, e mudou seu projeto gráfico de maneira radical em 2003, com o uso abundante de cores, o que não era comum nos demais jornais do período. A diagramação tradicional deixou espaço para o trabalho realizado pelo computador, em uma decisão pioneira. Já em 2005, as fotos de papel foram substituídas integralmente pelas digitais.

4.2.2. Jornal O Dia

Mais antigo jornal impresso em atividade no Piauí, o Jornal O Dia integra o Sistema O Dia de Comunicação, foi criado no dia 01 de fevereiro de 1951 pelo professor Raimundo Leão Monteiro. No início, circulava semanalmente e em 1963 foi comprado pelo coronel Otávio Miranda - falecido em 2012 - que começou a expandir o jornal. Teve entre seus colaboradores o poeta Torquato Neto e o constitucionalista Simplício Mendes. Com os anos o avanço tecnológico foi chegando e sendo feita a aquisição de novas máquinas. Em 2004 e 2010 o jornal ganhou novos projetos gráficos e ficou mais moderno. O atual presidente do jornal é Valmir Miranda, e a editora-chefe é Elisângela Carvalho.

O Jornal possui 64 páginas diárias, incluindo os Classificados, e com os cadernos especiais de domingo alcança as 80 páginas. A tiragem diária é de sete mil exemplares. O Sistema O Dia de Comunicação possui além do jornal, que é seu principal veículo informativo, um portal de notícias na internet, o Portal O Dia, e a TV O Dia, assistida pelo link do portal.

A princípio, o jornal era semanal, já que as notícias de Teresina na época não demandavam uma publicação diária, e as máquinas gráficas necessárias para um jornal diário não haviam chegado na cidade. Entre os períodos de crise do impresso, está a crise mundial do petróleo, em 1973, quando os reflexos econômicos no Brasil diminuíram a quantidade de páginas do veículo de comunicação. Em seguida, o jornal supera a fase ruim, implanta a impressão *off-set* e estrutura as redações em editorias. O jornal passou a ser colorido em 1994.

Dez anos depois, em 2004, O Dia passa a ter um novo projeto gráfico, valorizando mais as imagens.

4.2.3. Jornal Diário do Povo

O Jornal Diário do Povo completou em 2012, 25 anos. O jornal teve sua primeira edição impressa no dia 27 de setembro de 1987, e foi criado pelos empresários Aerton Cândido Fernandes e Clementino Costa para dar apoio ao governo Alberto Silva. Um ano depois, o empresário Rufino Damásio comprou o jornal se propondo a ter uma linha editorial independente. A presidência do jornal é exercida pelo empresário Danilo Damásio desde 1997 e o cargo de editor-chefe é ocupado pelo jornalista Zózimo Tavares.

A sustentação comercial do jornal acontece principalmente através das empresas comandadas por Rufino, como o Metropolitan Hotel, Gráfica do Povo, motéis Garden e Aflodite e Motobike Peças e Acessórios. O jornal possui 24 páginas fixas, sendo oito do primeiro caderno (onde constam as editorias Opinião, Política, Geral, Economia e Polícia), oito do caderno Cidades e oito do caderno Galeria, além de um caderno especial “Diário da TV” com 12 páginas que circula somente aos domingos, e os classificados com 16 páginas. O jornal informa ter uma tiragem média de 9,2 mil exemplares, sendo distribuído na maioria das repartições públicas do Estado.

Por causa da linha tida como independente, com denúncias contra políticos, a sede do jornal sofreu um atentado a tiros em 1989. Na época, um funcionário chegou a ser ferido.

5 COMO OS JORNAIS ELEGEM: tensões e estratégias enunciativas nas eleições 2012

Este capítulo analisa como os discursos jornalísticos - privilegiando as sequências verbais e não-verbais - explicitam significações capazes de evidenciar os modos como os jornais produzem sentidos em suas capas sobre os candidatos a prefeito de Teresina nas eleições de 2012. Leva-se a atenção especialmente no uso dos enunciados das manchetes como dispositivos enunciativos, considerando que os enunciadores jornalísticos utilizam a principal chamada da capa como porta de entrada para acessar e criar um vínculo com o leitor no contrato de leitura.

Para operacionalizar a análise de discursos, utiliza-se o critério comparativo, evidenciando as diferenças e semelhanças entre os enunciados através de invariantes referenciais construídas discursivamente. As invariantes podem ser observadas através da regularidade das propriedades descritas; a diferença percebida na comparação entre os enunciados, e a sistematização das propriedades de cada veículo estudado. A invariante referencial é definida por Verón como “uma das condições de produção dos textos que vamos analisar, ou seja, trata-se de textos que devem ‘falar a mesma coisa’” (VERÓN, 2005, p. 91).

O contato com o *corpus* permitiu a observação prévia das seguintes invariantes referenciais: candidatos; ricos *versus* pobres; o novo *versus* o velho; eleições 2010 *versus* eleições 2014. Através dessas invariantes, será possível localizar pelas pistas deixadas na matéria significante, como as relações de poder, os silenciamentos e as heterogeneidades.

Para acompanhar a dinâmica própria do ano eleitoral, subdividimos o período estudado em quatro: “pré-campanha”, de 01 de janeiro a 30 de junho; “campanha”, de 01 de julho a 15 de agosto, ou seja, desde o momento da oficialização das candidaturas até o início do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE); e de 16 de agosto a 07 de outubro, dia da eleição no primeiro turno. Por último, do dia 08 ao dia 29, que é o dia seguinte à eleição no segundo turno, aborda-se o período após o resultado do primeiro turno do pleito na capital, em que os candidatos Firmino Filho (PSDB) e Elmano Férrer (PTB) se credenciaram para disputar o segundo turno. Naquele momento, a expectativa contida nas matérias veiculadas na imprensa do Piauí tratava dos possíveis acordos partidários que estavam sendo articulados nos bastidores políticos e no que as pesquisas de intenções de voto indicariam para a nova fase do pleito.

Esta subdivisão temporal permite observar as diferenças na cobertura de acordo com o calendário eleitoral e suas naturais imposições de definições de candidatura e acréscimos de

elementos novos na disputa, como o caso da propaganda eleitoral gratuita. Optou-se também pela divisão da análise por candidato, obedecendo ao critério temporal e permitindo assim observar as tensões enunciativas propostas por cada jornal ao longo do tempo.

5.1. Pré-Campanha

5.1.1. Wellington Dias

Durante o período pré-eleitoral, a candidatura de Wellington Dias – mesmo que não posta oficialmente pelo partido e pelo próprio candidato- é uma possibilidade recorrente para os jornais impressos apesar de sua esposa, a deputada estadual Rejane Dias, do Partido dos Trabalhadores (PT), ser a pré-candidata oficial ao cargo de prefeita. Rejane, no entanto, enfrentava resistências dentro do próprio partido, principalmente de lideranças políticas que defendiam a aliança com o prefeito Elmano Férrer. Wellington Dias aparece então como personagem associado à Rejane Dias, capaz de dar garantias e cacife eleitoral à candidatura da esposa.

Nota-se que as naturais disputas internas em outros partidos políticos no Estado não são abordadas com o mesmo espaço nos jornais estudados, principalmente no Jornal Diário do Povo. Assim, ao leitor, só aparecem como relevantes as articulações dos petistas em busca de poder, que são construídas pelos enunciadores do Diário do Povo com um viés negativo, e não como negociações políticas naturais de um período eleitoral.

Durante a pré-campanha, o prefeito Elmano Férrer aparece nos três jornais pesquisados em ações públicas como gestor, tendo assim a justificativa de visibilidade aliada ao interesse público e em quantidade superior a dos demais pré-candidatos a prefeito de Teresina. O senador Wellington Dias e seu papel político como líder local do Partido dos Trabalhadores – mesmo que naquele momento não ocupe o cargo de presidente estadual do partido, apenas sendo membro da Executiva estadual – e senador da República também garantem a ele um espaço de visibilidade que Firmino Filho, como deputado estadual pelo PSDB não encontra. Considerando que Firmino Filho integra um partido de oposição e os três jornais, em níveis distintos, possuem relações econômicas e políticas com o Governo estadual e a Prefeitura de Teresina (sendo o Diário do Povo o veículo impresso que historicamente atuava com a linha mais independente), o espaço conquistado pelo futuro prefeito de Teresina, no momento da pré-campanha, ainda era secundário em comparação aos demais candidatos que também tinham mandatos eletivos.

Na edição do dia 14 de janeiro, um enunciador no Diário do Povo reforça, através de nota na coluna de Zózimo Tavares, que há uma divisão no partido em relação à candidatura própria ou apoio ao candidato à reeleição, Elmano Férrer:”. **O PT racha; uma banda quer candidatura própria à Prefeitura de Teresina, outra quer apoiar o PTB. Alguém será enganado.** Um enunciador jornalístico busca operar assim uma remissão de sentidos onde: caso decida ter um candidato a prefeito ou se optar pelo apoio ao PTB, o PT já entrará no jogo eleitoral como enganador, não há uma terceira opção. Tendo o contexto situacional apontado por Pinto (1999) como um dos elementos-chave na análise de discursos, destaca-se que Zózimo Tavares, além de colunista, também ocupa o cargo de editor-chefe do Diário do Povo e tem as chamadas de sua coluna localizadas no lado esquerdo da manchete da capa, em posição de diagramação privilegiada, demonstrando também o grau de importância que o impresso dá ao conteúdo da coluna.

Um enunciador jornalístico é localizado na cena discursiva como um sujeito capaz de explicar uma situação sem recorrer a terceiros através de discursos reportados em terceira pessoa. Optando pela via polêmica, um enunciador também esforça-se por uma linguagem informal (“uma banda” como sinônimo para “uma metade”), aproximando-se do leitor médio, cujo repertório permite a construção de um enunciado onde as nuances de contexto político não são apresentadas e sim aprofundadas. Interpelando o leitor pelo viés emocional, apontando para possíveis “traições” entre candidatos, um enunciador do Diário do Povo inicia sua trajetória discursiva com uma estratégia de poder onde coloca-se ao leitor como uma entidade que ocupa lugar privilegiado de observador da cena política teresinense.

Em uma construção simbólica em que a negação aparece como afirmação, um enunciador jornalístico do Diário do Povo segue em busca de desconstruir no enunciado da coluna de Zózimo Tavares na edição do dia 28 de janeiro, a possível candidatura de Rejane Dias, deputada estadual pelo PT e esposa do senador Wellington Dias, no momento em que esta buscava viabilizar-se como candidata a prefeita: **Lançar a mulher à Prefeitura de Teresina, não é oligarquia, rebate Wellington Dias.** A quem o senador rebate, aparece como sujeito oculto e indeterminado. A negação assume, portanto, a forma de afirmação presumida, já que nega-se algo em um contexto que não obrigaria a essa negação, sem nenhuma pergunta formulada, como classifica Rebelo (2000) ao falar do processo discursivo de denegação.

Através do discurso indireto, um enunciador jornalístico do Diário do Povo procura apagar-se do enunciado, distanciando-se e adotando uma postura mais próxima da pedagógica. Localiza-se, polifonicamente, além do enunciador jornalístico, um enunciador

político (Wellington Dias) cuja posição de “rebater” um sujeito não determinado também permite ao enunciador jornalístico a isenção sob a responsabilidade pelas críticas rebatidas. Cabe à parlamentar do PT e esposa de Wellington Dias, Rejane Dias, a nomeação de “mulher”, negando-se também à deputada a possibilidade de ser reconhecida discursivamente além da ligação com o esposo político.

Em uma chamada, com foto, na parte superior do jornal, no dia 02 de fevereiro, um enunciador jornalístico no Meio Norte evoca Wellington Dias como interlocutor privilegiado do Piauí no Congresso Nacional. No enunciado **PT/ Wellington desiste da liderança no Senado**, um enunciador jornalístico trata o candidato do PT pelo seu primeiro nome “Wellington”, trazendo assim a noção de proximidade com eleitor e dispensando maiores apresentações formais. Mesmo apresentado como se tivesse apenas uma voz, nota-se no enunciado a presença dos enunciadores jornalísticos e dos enunciadores políticos (“Wellington” e “PT”). Evitando reportar discursos, um enunciador jornalístico ainda permanece pedagógico ao construir o enunciado priorizando a ordem e dando pouco espaço para que o leitor faça perguntas.

→ Quinta-feira

TERESINA | NESTA EDIÇÃO
02 2012
84 PÁGINAS
6 CADERNOS

meionorte.com

meionorte

ANO XVII Nº 7132 TERESINA (PI), CAPITAL DO MEIO-NORTE DO BRASIL

FECHAMENTO		DÓLAR		VALORES		EURO		TEMPO	
21h30		Compra	Venda	Previdência	0,58%	Compra	Venda	Nascente	5h59
CAPITAL E INTERIOR	R\$ 2,00	Comercial	1,733	IR	0%	2,281	2,382	Poente	17h42
OUTROS ESTADOS	R\$ 2,50	Paralelo	1,700	Turismo	1,670	1,810		Máxima	24°
								Mínima	24°

PT | Wellington desiste da liderança no Senado ▶▶ 1/3

“Jornal Meio Norte” – 02 de fevereiro de 2012

O mesmo tema – a liderança do Senado – é tratado de maneira distinta pelos enunciadores do Meio Norte e do Diário do Povo, em uma disputa de sentidos que dá o tom de oposição entre os dois jornais no modo de posicionar o sujeito, no caso, Wellington Dias, e de construir o contrato de leitura. O dialogismo se presentifica no Meio Norte quando Wellington Dias é retratado como responsável por não ocupar a liderança no Senado, desistindo do cargo, enquanto no Diário do Povo, na edição do dia 03 de fevereiro, o tema é abordado por um aspecto negativo na chamada da coluna do jornalista Zózimo Tavares: **Depois que Wellington perdeu a liderança do PT no Senado, diz-se que em Brasília ele**

só lidera mesmo colega JVC. O enunciado no Diário do Povo, sem foto, apenas com a indicação de que o enunciado é feito por um comentarista do jornal e, portanto, está na parte opinativa, está em dialogia com o enunciado do Meio Norte do dia anterior, que além de publicar a imagem do senador, colocava-o como responsável pela decisão de não assumir a liderança, sem por em risco a ideia de que tenha perdido o prestígio político em Brasília.



“Jornal Diário do Povo” – 03 de fevereiro de 2012

Para um enunciador jornalístico no Diário do Povo, o senador “perdeu” a vaga, podendo indicar assim em reticências indiretas ao leitor, a incompetência em conseguir uma posição de destaque no cenário federal. Usando a estratégia discursiva de implicação como um modo de seduzir, um enunciador do Diário do Povo provoca o leitor não apenas no caráter lógico-semântico, mas também exige conhecimento de fatos empíricos, como destaca Van Dijk (p. 140, 1999). Ele explica que as implicações podem desempenhar importantes funções ideológicas, a partir do momento em que significados implícitos são interpretados com base em atitudes e ideologias.

Há também uma referência polifônica a um terceiro sujeito além do enunciador jornalístico e dos enunciadores políticos, Wellington Dias e JVC (em referência ao senador João Vicente Claudino, do PTB). Através do verbo dizer em alusão a um sujeito indeterminado (“diz-se”), um enunciador jornalístico coloca em cena uma figura oculta a qual ele, como interlocutor privilegiado do universo político, tem contato e proporciona acesso aos leitores do Diário do Povo. A estratégia discursiva solidifica a relação com o leitor, mas ainda mantém com os enunciadores jornalísticos o poder de saber e dizer. Usando um boato, sem fonte assumida, o enunciado proporciona um efeito de insinuação, optando desse modo por uma postura não-pedagógica, onde faz ligações entre mensagens mas deixa ao leitor que as subentenda.

No dia 23 de março, a candidatura do PT, já com o senador Wellington Dias no foco principal do tema – e não apenas como figura secundária da candidatura da esposa -, retoma

lugar de destaque entre os assuntos abordados no Jornal Meio Norte. Com uma foto central, onde aparece um sorridente Wellington Dias, o repórter da Rede Meio Norte Ricardo Moura Fé e a vereadora de Teresina, também do PT, Rosário Bezerra, um enunciador jornalístico no Meio Norte opera na construção de um cenário pacífico, destoando da decisão tomada pelo PT em uma cena de disputa publicizada, que é a de não ter candidatura própria a Prefeitura de Teresina.



SEM CANDIDATURA | Senador diz em coletiva (entre o repórter Ricardo Moura Fé e a vereadora Rosário Bezerra) que não será candidato a prefeito da capital. ► A/4

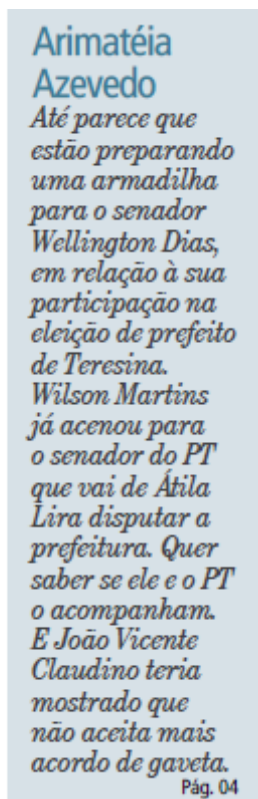
“Jornal Meio Norte” – 23 de março de 2012

O grupo, liderado por Wellington Dias, que perde a disputa interna, tem na imagem escolhida por um enunciador jornalístico no Meio Norte, a postura oposta a da derrota. A imagem escolhida, portanto, qualifica implicitamente, de maneira positiva, o acontecimento. Tirada com a posição de cima para baixo, o enunciador destaca na fotografia a figura do senador maior em oposição às demais figuras ao seu lado. Enquanto um enunciador jornalístico busca um flagrante de espontaneidade no momento da coletiva de imprensa, nenhum dos personagens na cena busca interpelar o leitor pelo olhar, mostrando a opção por uma imagem em que é reforçado o caráter do jornalismo como testemunho, sem interferências no cenário retratado. O enunciado da legenda não faz alusão ao outro lado da disputa, o dos vencedores, que defendiam uma aliança com Elmano Férrer: **Sem candidatura: Senador diz**

em coletiva (entre o repórter Ricardo Moura Fé e a vereadora Rosário Bezerra) que não será candidato a prefeito da capital.

Com a expressão “Sem candidatura” como eixo de sua enunciação, um enunciador do Meio Norte exclui da cena enunciativa Elmano Férrer, que seria a via alternativa para composição partidária do PT. Ao identificar Wellington Dias entre os demais personagens na fotografia, um enunciador jornalístico pode ser definido como pedagógico, buscando guiar o olhar o leitor e instruí-lo sobre o conteúdo do fato narrado.

Em uma chamada na coluna do jornalista Arimatéia Azevedo na edição do dia 29 de janeiro no Jornal O Dia, o implícito do enunciado pode ser percebido como a perda de prestígio para Wellington Dias: **Arimatéia Azevedo/ Até parece que estão preparando uma armadilha para o senador Wellington Dias, em relação à sua participação na eleição de prefeito de Teresina. Wilson Martins já acenou para o senador do PT que vai de Átila Lira disputar a prefeitura. Quer saber se ele e o PT o acompanham. E João Vicente Claudino teria mostrado que não aceita mais acordo de gaveta.** Wellington Dias é retratado pelo enunciador jornalístico como personificação do PT, ou pelo menos de principal voz a quem cabem as decisões partidárias no nível mais alto.



“Jornal O Dia” – 29 de janeiro de 2012

Com o governador Wilson Martins indicando que seu partido, o PSB, poderia ter candidatura própria – naquele momento retratada no secretário estadual de Educação, Átila Lira – e com o outro senador piauiense, João Vicente Claudino, do mesmo partido de Elmano Férrer, indicando que duvida dos compromissos firmados pelo PT, Wellington Dias é observado, na configuração do enunciado, como personagem indesejável em uma chapa para disputar as eleições. Mesmo em um enunciado com tom opinativo, a utilização da expressão “até parece que” marca um enunciador jornalístico que visa eximir-se da responsabilidade pelo que é dito em seguida. O enunciador jornalístico também marca-se como interlocutor de Wilson Martins e João Vicente Claudino, relatando possíveis discursos assumidos por esses enunciadore políticos. Sem pedagogia, um enunciador jornalístico dirige-se a um leitor iniciado no mundo político, já que dispensa apresentações sobre os sujeitos políticos e o contexto abordado no enunciado da chamada. Enquanto Wellington Dias ainda é situado em um ambiente institucional, ao ser chamado de “senador”, o governador Wilson Martins e o senador João Vicente Claudino não têm seus cargos em destaque, colocando-os em um cenário eminentemente político.

A mesma proposição de articulador político que dita os rumos do PT e, portanto, também é responsável pelas críticas que o partido recebe por sua atuação na sucessão municipal, acontece na edição do dia 6 de maio no Diário do Povo. A chamada para uma matéria no interior do jornal e para uma nota na coluna de opinião do jornalista Pedro Alcântara, revelam a importância do tema para um enunciador jornalístico.



Jornal “Diário do Povo” – 06 de maio de 2012

O uso do verbo para determinar a ação dos candidatos a prefeito é um dos sinais discursivos que podem ser tomados para avaliar os sugestionamentos dos impressos aos

leitores. Com o enunciado **Wellington manobra para lançar Rejane**, um enunciador jornalístico no Diário do Povo busca desqualificar Wellington Dias com a utilização do verbo “manobrar” para denominar negativamente a atuação política do parlamentar. Enquanto desqualifica a candidatura de Rejane Dias – que precisaria do marido para se viabilizar eleitoralmente dentro da própria sigla, como sugere um enunciador no Diário do Povo – o jornal também sugere a figura do senador do PT como a de um político manipulador.

Enquanto no enunciado do subtítulo o enunciador é pedagógico, buscando explicar ao leitor as circunstâncias políticas em torno da candidatura própria do PT, no enunciado da chamada prevalece um enunciador não-pedagógico, com um estilo de texto informal. Essa construção discursiva em um enunciado jornalístico e não opinativo, como normalmente ocorre nas edições do Diário do Povo, revela um enunciador que visa sintonizar-se com o leitor pela via da informalidade, com um discurso de oralidade, construindo assim o efeito de sentido de colocar-se em situação mais próxima daquela ocupada pelo enunciatário.

Para Pinto (2005), há dois tipos de implícitos: as pressuposições, ou seja, aqueles implícitos que podem ser recuperados automaticamente a partir da própria formulação do enunciado sem que seja necessário mobilizar recursos contextuais; e aqueles cuja recuperação mobiliza necessariamente elementos contextuais, os chamados subentendidos, que nem sempre são recuperados por qualquer receptor, como as insinuações e alusões. Esse último caso pode ser observado com a leitura contextual proposta por um enunciador jornalístico no O Dia, através da chamada da coluna de opinião do dia 17 de fevereiro: **Socorrinha do PT lembra que Wellington chamava de oligarquia a decisão de Mão Santa em lançar a mulher, Adalgisa, candidata à prefeita de THE**. Usando um discurso reportado por terceiros, um enunciador jornalístico do O Dia corrobora críticas ao candidato do PT. Apostando em dar visibilidade a uma divisão de correntes do partido, ao dar voz a um dos membros do PT que discorda do principal líder da sigla, um enunciador jornalístico no O Dia aponta contradições na postura política de Wellington Dias.

Em alusão interdiscursiva, um adversário do senador petista, o ex-governador e ex-senador Mão Santa, aparece como enunciador político que se contrapõe a Wellington pela memória de disputa eleitoral do passado, ao mesmo tempo em que o jornal o equipara ao senador através da fala de Socorrinha do PT. A heterogeneidade mostrada dessa cena discursiva é apreendida quando se observa o enunciador jornalístico corroborando uma voz que apresenta argumentações que contribuem para desqualificar Wellington Dias. Destaca-se ainda que o tema “oligarquia” já foi eixo principal de campanhas anteriores de Wellington Dias ao Governo do Estado.

O enunciado da manchete do Jornal Meio Norte no dia 28 de maio, tira de Wellington Dias, e deposita no PT, o papel que senador poderá desempenhar na campanha municipal sem ser candidato a prefeito: **PT quer Wellington liderando na campanha**. Podem ser localizados, além do enunciador jornalístico, dois enunciadores políticos: o PT e o próprio Wellington Dias. Confundido, de maneira recorrente, ao próprio partido e sendo utilizado como sinônimo para a opinião e posição da sigla em diversas edições dos jornais pesquisados, dessa vez o senador é separado do grupo partidário no enunciado do Meio Norte. Além disso, o enunciado é construído de modo ambíguo, já que não deixa claro que campanha o petista poderá liderar: a própria ou a do PTB. De modo não-pedagógico, ao tratar no subtítulo das eleições municipais em Teresina, um enunciador do Meio Norte silencia a candidatura de Elmano Férrer -mesmo sendo esse o único partido com o qual o PT trabalha para aliar-se durante a pré-campanha - deixando assim que o leitor faça as inferências e implicações decorrentes do enunciado proposto. As tensões são evidenciadas no enunciado do subtítulo: **Por pressão dos presidentes municipais do PT e para não questionar a decisão do Diretório Municipal da capital, Wellington Dias desistiu de ser candidato a prefeito de Teresina**. Além de colocar a desistência do senador em segundo plano, priorizando no enunciado da manchete o que seriam as consequências dos fatos, um enunciador jornalístico assume avaliações do cenário político ao classificar os fatos sem reportar os julgamentos à terceiros. Wellington Dias é sugerido pelo enunciador jornalístico como o sujeito ativo no enunciado do subtítulo, apesar da contradição construída pelo próprio enunciador, que enumera a “pressão dos presidentes municipais do PT” e a “decisão do Diretório Municipal da capital” como contrárias ao candidato do PT. Assim, o senador tem suas ações moldadas por pressões externas, apesar do enunciador buscar corroborar outro sentido.

meionorte
ANO XVII Nº 7248 TERESINA (PI), CAPITAL DO MEIO-NORTE DO BRASIL

Clicks | David Carvalho confere as melhores baladas >> C/4

ELEIÇÕES | Lideranças do PT querem o senador coordenando campanha do partido no Estado

PT quer Wellington liderando campanha

Por pressão dos presidentes municipais do PT e para não questionar a decisão do Diretório Municipal da capital, Wellington Dias desistiu de ser candidato a prefeito de Teresina >> A/3

Na edição do dia 30 de maio, um enunciador no Jornal Meio Norte anuncia que a decisão de Wellington Dias de não concorrer ao cargo de prefeito, é irreversível: **Wellington desiste e diz que apoia Elmano**. O enunciador jornalístico assume e dá como certa a desistência do candidato do PT, mas busca através do discurso reportado (com o verbo introdutório “dizer”) colocar no enunciador político Wellington Dias, a responsabilidade pelo conteúdo. Ou seja, enquanto a desistência de Wellington Dias é dada como fato (“Wellington desiste”), o apoio a Elmano Férrer não é construído enunciativamente de forma a conferir a mesma certeza (“diz que apoia”).

Um enunciador jornalístico omite-se de garantir ao leitor que o apoio a Elmano Férrer será dado ao PT, delegando a Wellington Dias a afirmação sobre a aliança que pode ou não ser empreendida. O vínculo pelo leitor é construído pela pedagogia e distanciamento, com um discurso em terceira pessoa tanto no enunciado da manchete como no enunciado do subtítulo: **Senador Wellington Dias (PT) diz que desistiu de ser candidato à Prefeitura de Teresina neste ano e avisa que agora vai participar do palanque do prefeito da capital, Elmano Férrer (PTB)**. A preferência por também utilizar no enunciado do subtítulo o discurso reportado com a expressão introdutória “diz que”, evidencia um enunciador jornalístico que transmite de modo sutil, dúvidas sobre a credibilidade do que está sendo dito pelo enunciador político. Nota-se, portanto, um discurso polifônico, onde múltiplas vozes permeiam o discurso do jornal, ora opondo-se e ora aderindo a ele. O enunciador jornalístico desdobra-se em reportar discursos pela linha editorial do jornal sem, contudo, conseguir escapar das tensões sociais que os cercam e influenciam no modo como são relatados aos enunciatórios.

meionorte
ANO XVII Nº 7250 TERESINA (PI), CAPITAL DO MEIO-NORTE DO BRASIL

MN | Jomalista da Folha dá palestra para blogueiros ▶▶ B/2

SUCESSÃO | Decisão de não concorrer é irreversível, diz o senador em entrevista coletiva

Wellington desiste e diz que apoia Elmano

Senador Wellington Dias (PT) diz que desistiu de ser candidato à Prefeitura de Teresina neste ano e avisa que agora vai participar do palanque do prefeito da capital, Elmano Férrer (PTB). ▶▶ A/3

Dia Informática
dos Namorados significa troca de presentes e namorados geeks aproveitam para dar e/ou receber novas tecnologias, deixando para trás as flores e chocolates. ▶▶ D/1

No mesmo dia, o Diário do Povo traz enunciado semelhante ao do Meio Norte, porém, com espaço reduzido, na lateral direita inferior, revelando assim o nível hierárquico que o tema tem para o jornal: **Wellington desiste de ser candidato**. Um enunciador jornalístico utiliza uma estrutura discursiva específica quando se trata de chamadas de notícias e não das colunas opinativas do Diário do Povo. Visando apagar as heterogeneidades presentes no discurso, um enunciador jornalístico é pedagógico e engendra a estratégia de distanciamento do leitor.

O apoio a Elmano Férrer é omitido, já que nas edições anteriores um enunciador no Diário do Povo colocou dúvidas sobre a coligação formada por PT e PTB. Como o fato político contradiz a estrutura discursiva construída pelo jornal ao longo dos meses de pré-campanha, um enunciador jornalístico no Diário do Povo evita dar visibilidade a uma aliança com Elmano Férrer que ainda não está consolidada. A desistência de Wellington Dias de ser candidato não é, para um enunciador jornalístico, sinônimo de apoio político ao prefeito em busca de reeleição.

ESTA EDIÇÃO

CADERNO

diária	2	Local	9/10/11
clética	3/4	Municipal	12
geral	5	Geral	13
economia	6	Internacional	14
clética	7	Esporte	15
cional	8	Sociedade	16

GALERIA

Capa	17
Horizonte	18
Vigilância	19
Em Off	20

NOTÍCIAS QUENTES

ificados	2107.5006
ficatura	2107.5006
ação	2107.5000
pligado	2107.6025
antecoes	2107.5010

rv.diariodopovo-pi.com.br

DICADORES

ir	compraR\$	vendaR\$
ericial	1,88	1,98
ibco	2,00	2,13
smo	1,93	2,06
l	2,47	
smo	2,44	2,62
l (tonça)		US\$ 1.556,60
l (EM&F) grama		R\$ 99,40

Professores recebem com descontos

Os professores da rede estadual receberam os salários do mês de maio com descontos que variam de R\$ 300 a R\$ 700. Além disso, muitos foram relatados em outras escolas. O Sinte vai discutir o problema com o secretário Atila Lira. Os professores ameaçam não repor as aulas do período da greve. **PÁGINA 9**

Wellington desiste de ser candidato

O senador Wellington Dias anunciou ontem, oficialmente, a desistência de concorrer à Prefeitura de Teresina, depois de várias reuniões com lideranças do Partido dos Trabalhadores. As conversas com líderes petistas sobre a provável candidatura começaram no sábado. **PÁGINA 3**

SEGURANÇA A Polícia Militar investe mais recursos na expansão do sistema de monitoramento eletrônico em Teresina, como forma de garantir mais segurança para a população. Serão instaladas mais 10 câmeras na capital. O sistema também será levado para o interior do Estado. **PÁGINA 5**

Jornal “Diário do Povo” – 30 de maio de 2012

Um dos polêmicos casos ocorridos na administração de Wellington Dias quando era governador, o rompimento da barragem Algodões, na cidade de Cocal, com nove mortos, é lembrado pelo enunciador do Diário do Povo, que trabalha discursos impregnados do ideológico. Mesmo sem mencionar Wellington Dias no enunciado da manchete, em uma

chamada lateral há um enunciado irônico com o nome do petista (**Wellington quis sacar Elmano da sucessão**), permitindo ao leitor fazer uma ligação de sentidos entre o caso Algodões a Wellington, que foi o único político denunciado pelo Ministério Público do Estado do Piauí por responsabilidade nas mortes. A escolha do verbo “sacar” aproxima um enunciador jornalístico no Diário do Povo, do seu leitor. Com uma linguagem mais informal e próxima da que seria falada pelo enunciatário formal, um enunciador jornalístico propõe a candidatura de Wellington Dias como resultado de diversas estratégias eleitorais visando prejudicar aliados. O vocabulário empregado insinua um enunciador jornalístico interessado em manter-se com a imagem de proximidade com o leitor, em um estilo de conversa oral onde há maior liberdade no emprego da língua formal. Esta estratégia de poder discursivo revela ainda um enunciador jornalístico no Diário do Povo que visa construir seu lugar de observador privilegiado da cena política, indo além do relato de fatos e fazendo análises até mesmo nos espaços oficialmente noticiosos do impresso.

COLUNISTAS

Daniilo Damásio
Vou processar o Estado por abandono no afetivo. Sem que meus direitos constitucionais sejam assegurados, eu me sinto um maior abandonado. **PÁGINA 2**

Crônica
Os professores seguirão ganhando mal enquanto os gestores estiverem preocupados apenas com os salários gordos da parentela. **PÁGINA 2**

Esplanada
Executivo nacional de PT anulou prévia em Recife em troca do apoio de PSB ao candidato petista em São Paulo. **PÁGINA 6**

NESTA EDIÇÃO

1º CADERNO	CIDADES
Editorial	2 Local 9/10/11
Política	3/4 Municipal 12
Brasil	5 Geral 13
Economia	6 Internacional 14
Polícia	7 Esporte 15
Nacional	8 Sociedade 16

GALERIA
Capa 17

Vítimas de Algodões cobram ajuda do Governo



Wellington quis sacar Elmano da sucessão

O senador Wellington Dias cogitou ser candidato a prefeito de Teresina nas próximas eleições, sacando o prefeito Elmano Férrer da disputa. O plano do senador era concorrer como cabeça de chapa, com o PTB indicando o candidato a vice. **PÁGINA 10 (Zózimo Tavares)**

SEGURANÇA Das 30 câmeras instaladas pela Polícia Militar para reforçar o policiamento em pontos estratégicos de Teresina, dez estão sem funcionar. Algumas câmeras estão nesta situação há meses, inclusive as instaladas nos postes da avenida Joaquim Nelson, zona Sudeste. **PÁGINA 11**

Famílias atingidas pelo rompimento da Barragem Algodões, em Cocal da Estação, deram um abraço simbólico ao Palácio de Karnak, em protesto a falta de atendimento às vítimas da tragédia, que matou nove pessoas. Ontem, houve uma sessão solene na Assembleia Legislativa para discutir a situação das famílias, que cobram indenização. O acidente completa três anos dia 27. **PÁGINAS 4 e 9**

Jornal “Diário do Povo” – 25 de maio de 2012

O enunciado do dia 26 de junho no Meio Norte opõe Wellington Dias e Elmano Férrer, que aparece em uma foto com chamada de capa: **PMT/ Elmano: “Minha candidatura é inquebrantável”**. Dando espaço às tensões entre as vozes presentes nos discursos, um enunciador jornalístico no Meio Norte deixa implícito um enunciador político oculto. Este enunciador faz especulações de que, sem o apoio de outras siglas maiores, como o PT, a candidatura de Elmano Férrer não se sustentaria. Um enunciador jornalístico, através do discurso direto, permite que o candidato responda as críticas implícitas com um adjetivo

pouco usual no jornalismo – inquebrantável -, mas que visa expor o caráter irreversível da candidatura do prefeito. A heterogeneidade é mostrada e marcada pelo discurso relatado, onde um enunciador jornalístico coloca-se em posição de autoridade, utilizando a estratégia de indicar a autenticidade do enunciado destacado nas aspas.

No enunciado da manchete, Wellington Dias surge também com a candidatura dada como certa: **Wellington confirma que é candidato à PMT**. O enunciador político no enunciado da manchete (“Wellington”) está em referência interdiscursiva com o enunciador político da chamada superior (“Elmano”). No processo de articulação visual, os dois enunciados têm sentidos complementares mas opõem-se no conteúdo das mensagens ditas e daquelas que um enunciador jornalístico prioriza transmitir ao leitor. No enunciado do subtítulo, a sugestão de aliança com Elmano Férrer – que é negada pelo próprio prefeito, indiretamente, na chamada superior – é afirmada por Wellington Dias. Os discursos dos enunciadores políticos das duas chamadas, portanto, se chocam e revelam espaços de confronto na arena discursiva. O candidato diz no enunciado do subtítulo, “que irá conversar sobre sucessão com o prefeito da cidade, Elmano Férrer, que disputa a reeleição”. Um acordo, portanto, com a desistência de Elmano Férrer, é sugerido por um enunciador no Meio Norte.

Terça-feira

TERESINA NESTA EDIÇÃO
de 2012
4 CADERNOS

meionorte.com

meionorte

ANO XVII Nº 7277 TERESINA (PI), CAPITAL DO MEIO-NORTE DO BRASIL

FECHAMENTO	DOLAR	VALORES	EURO	TEMPO
22:30	1:00	População 0,10%	1:00	Relatório 17:00
CAPITAL E INTERIOR R\$ 2,00	Comercial 2,00 2,00	IBRE 1,0%	Porto 17:30	Porto 17:30
OUTROS ESTADOS R\$ 2,50	Turismo 1,00 1,10		Relatório 18:30	Relatório 18:30

PMT | Elmano: Minha candidatura é inquebrantável ▶▶ A/S

MUDANÇA | PT quer eleger o próximo prefeito de Teresina e senador será o candidato da sigla

Wellington confirma que é candidato à PMT

Senador Wellington Dias confirma sua candidatura a prefeito de Teresina este ano e afirma que irá conversar sobre sucessão com o prefeito da cidade, Elmano Férrer, que disputa a reeleição. ▶▶ A/S

10%
Por causa do forte calor, as vendas de produtos para refrescar e hidratar a corpo já tiveram um aumento significativo, avaliam vendedores de água de coco e picolés. ▶▶ B/A

Bazar & Cia

Greve
Incrá para e só 30% está funcionando
Os servidores do Incra no Piauí aderiram ontem à greve dos servidores públicos federais. A categoria reivindica reestruturação das carreiras, reajustes salariais e melhores condições de trabalho. Os servidores exigem reposição salarial de 22%, correspondente às perdas inflacionárias referentes aos últimos quatro anos. ▶▶ A/S

Abuso
Criança é forçada a fazer sexo
Um menino de 4 anos, que mora no Conjunto Vale Quem Tem, na zona Leste, foi



ASSIMILADAS (R03) TEL: 7200

“Jornal Meio Norte” – 26 de junho de 2012

Usando de uma linguagem informal, um enunciador no Diário do Povo publica no dia 22 de junho duas chamadas de capa na mesma edição que remetem a candidatura de Wellington Dias a prefeito de Teresina em tom negativo. Em **Wellington força capa (sic) para ser candidato**, o senador é retratado por um enunciador jornalístico não-pedagógico, como articulador político atuando em benefício próprio. Não há, além de um enunciador jornalístico, nenhum sujeito na cena discursiva capaz de assumir a avaliação feita no enunciado da chamada. Este enunciador, portanto, traz para si a responsabilidade pelo discurso, sugerindo uma posição de confronto com o enunciador político Wellington Dias. Para um enunciador no Diário do Povo, a candidatura de Wellington, portanto, é balizada por ele próprio e por acordos de bastidores, citados nos enunciados do subtítulo da chamada. Uma chamada da coluna de Zózimo Tavares usa de metáfora para reafirmar o mesmo sentido: O

senador Wellington Dias joga as últimas fichas para ser candidato a prefeito de Teresina. Ele aposta numa intervenção do PT nacional. Assim, a candidatura de Wellington Dias é proposta pelo enunciador jornalístico em tom opinativo como um elemento político externo ao povo, que não é citado em nenhum momento como um dos responsáveis pelas motivações da candidatura do senador. Um enunciador jornalístico não cita fontes e deixa de reportar discursos dos enunciadores políticos, utilizando como estratégia de poder, colocar-se no lugar de certeza e sem permitir espaço de dúvidas aos enunciatários sobre os conteúdos das mensagens.

Wellington força capa para ser candidato

O governador Wilson Martins (PSB) reuniu os partidos da base aliada na residência oficial, na noite de quinta-feira, para discutir a possibilidade de candidatura do senador Wellington Dias (PT) à Prefeitura de Teresina. Outra reunião foi realizada ontem pela manhã. As articulações ocorrem depois de encontros do senador em Brasília com o ex-presidente Lula e a cúpula do PT, que recomendam a candidatura. ● PÁGINA 3

Zózimo Tavares

O senador Wellington Dias joga as últimas fichas para ser candidato a prefeito de Teresina. Ele aposta numa intervenção no PT.

● PÁGINA 10

Jornal “Diário do Povo” – 22 de junho de 2012

Com a metáfora “jogar as fichas” e o verbo “apostar” no mesmo enunciado, também se vislumbra a comparação entre a atuação política de Wellington e um jogo, onde tudo não passa de uma brincadeira. Reforça-se a verificação do uso de uma linguagem predominantemente informal e de figuras linguísticas como metáforas que denotam agressão ou trapaça, relacionadas preferencialmente ao candidato Wellington Dias. O leitor do Diário do Povo é construído no discurso como um sujeito já alinhado à visão política do jornal, a quem não cabe mais convencer com argumentos e sim discutir fatos já dados, além de evidenciar a construção de uma subjetividade do leitor como um sujeito que não absorve uma linguagem mais formal.

O jornalismo, por meio dos discursos, também pressiona interpretações da história. Considerando o contexto situacional, uma análise do cenário eleitoral retomando as eleições de 2010 é feita por um enunciador no Diário do Povo na edição do dia 24 de junho. Em uma chamada para a coluna opinativa é feita a comparação entre a decisão de Wellington Dias

candidatar-se em 2012, e a decisão, em 2010, de ser candidato a senador. Em 2010, o senador havia anunciado que permaneceria no cargo de governador até o final do mandato e não disputaria a eleição para senador devido a desentendimentos entre sua base de apoio. Há poucos dias do prazo de desincompatibilização, o então governador anunciou que iria sair do cargo, apoiando seu vice, Wilson Martins, e se opondo ao então aliado que também pleiteava apoio para se lançar como governador, o senador João Vicente Claudino, do PTB.

Um enunciador jornalístico no Diário do Povo diz que Wellington Dias “mudou de ideia outra vez”, fazendo relação direta com o episódio de 2010. O sentido de que a candidatura a prefeito, portanto, seria “forçada”, é evidenciado com o uso do verbo “insistir” para nomear o lançamento da candidatura de Wellington a prefeito: **Pelo menos quatro razões motivaram o senador Wellington Dias a mudar de ideia outra vez e insistir em sua candidatura a prefeito.**



Jornal “Diário do Povo” – 24 de junho de 2012

O candidato Wellington Dias, que naquele momento política distanciava-se do governador Wilson Martins, não sendo, portanto, o candidato da preferência do líder da base aliada, responde no enunciado da manchete do dia 27 de junho do Meio Norte, sua intenção de ser candidato, independente da “base aliada”. **Wellington quer um candidato por partido**, diz o enunciado da manchete, colocando o senador, nesse cenário discursivo, como líder político capaz de “desejar” um caminho eleitoral para todo um grupo de agremiações, já que sua vontade de que haja um candidato por partido independe dele. Um enunciador do Meio Norte assume, pelo discurso direto, a preferência pela candidatura de Wellington Dias. A imagem de Elmano Férrer, que naquele momento tinha sua candidatura questionada após a decisão de lançamento de dois novos candidatos – Wellington Dias e Beto Rego – aparenta desconforto na foto escolhida pelo enunciador jornalístico no Meio Norte. A imagem, que vem logo abaixo o enunciado da manchete, mostra Elmano em posição central, com aliados do PTB – e de mais nenhuma outra sigla -, permitindo a apreensão de isolamento político.

Elmano Férrer está com o olhar baixo, apontando para os sentidos de derrota ou desânimo, e os aliados com expressão sisuda, em oposição ao enunciado da legenda, que sugere firmeza e apoio político: **Candidatura Mantida | Prefeito de Teresina, Elmano Férrer (PTB), confirma que é candidato à reeleição e recebe o apoio de lideranças políticas.**

ANO XVII Nº 7278 TERESINA (PI), CAPITAL DO MEIO-NORTE DO BRASIL

Libertadores | Timão de Sheik pega hoje o Boca ▶▶ 11

29
Informática & Cia
 smartphones são vendidos por minuto nas lojas banlieiras. Os usuários dos aparelhos formam uma comunidade antenada e cada vez mais sedenta por novas tecnologias. ▶▶ 11

SUCESSÃO | Para o petista, cada agremiação deve manter seu próprio candidato a prefeito

Wellington quer um candidato por partido

Senador Wellington Dias se reúne com PT e diz que cada partido deve lançar seu candidato à Prefeitura de Teresina. Magalhães deve ser o nome escolhido como vice na chapa pura. ▶▶ 13

Negociação
Jovem paga R\$ 25 para não ser estuprada
 O desempregado Edmilson Fernandes de Carvalho, o "Bordo", 20 anos, foi levado para Central de Flagrantes após tentativa de estupro seguido de roubo contra a autônoma K.M.S.F, 22 anos, que mora na Vila São Francisco, na cidade de José de Freitas. A jovem ofereceu R\$ 25 para não ser estuprada e "Bordo" aceitou o dinheiro da vítima. ▶▶ 12

11%
Tim e Claro são líderes em queixas
 Até este mês de junho, as operadoras de telefonia celular Tim e a Claro foram responsáveis por 11% das queixas de consumidores que chegaram ao Procon de Teresina. Separados por empresas, quem lidera o ranking de reclamações passa a ser a Eletrobras Distribuição Piauí, seguida no ranking de reclamações pela Aagespa. ▶▶ 12



CANDIDATURA MANTIDA | Prefeito de Teresina, Elmano Férrer (PTB), confirma que é candidato à reeleição e recebe o apoio de lideranças políticas. ▶▶ 13

“Jornal Meio Norte” – 27 de junho de 2012

Um enunciador jornalístico no O Dia corrobora um cenário instável e fragmentado onde Wellington Dias tem posição central na edição do dia 27 de junho. No enunciado da manchete (**Definição de vice para Dias instala nova crise no PT**), ao usar o adjetivo “novo”, remetendo a crises anteriores da legenda, um enunciador reverbera um contexto negativo para a candidatura de Wellington Dias. A posição de candidato a vice-prefeito de Wellington, ao invés de alvo de disputa por outras siglas que almejam fazer parte de uma chapa com chances de sucesso, é objeto de rejeição por parte de outras legendas partidárias.

Destaca-se que os adjetivos são importantes na análise de discursos porque permitem “qualificar, desqualificar e desfavorecer as ações do discurso em concorrência”, como lembra Lima (p. 109, 2010).

No mesmo cenário discursivo, Elmano Férrer é retratado em foto junto com aliados. Com as mãos para cima, ele aponta para a manchete e, com a lente posicionada debaixo para cima, aparenta ser uma figura maior, que cresceu após a retirada do apoio do PT. O enunciado da chamada abaixo da foto (**Elmano Férrer/ ‘Quero e vou colocar meu nome para avaliação da população’**) aponta para um confronto de vozes que se opõem ao enunciador político Wellington Dias presente no enunciado da manchete. Primeiro, um enunciador no O Dia destaca que Elmano Férrer fala da população, ou seja, opondo-se a Wellington Dias, que naquele momento fazia discussões de âmbito interno, sobre o nome do candidato a vice-prefeito em sua chapa. Em segundo, a firmeza na expressão dos verbos “quero e vou” opõe-se à indefinição do cenário político do PT, desenhada pelo enunciado da manchete no O Dia, e ainda à “crise” anunciada pelo enunciador jornalístico.

Um enunciador jornalístico busca fortalecer seu contrato de leitura com o enunciatário adotando a estratégia de avaliação do cenário político. No enunciado da manchete, apenas um enunciador jornalístico pode ser responsabilizado pela mensagem sobre a crise do PT, que não é reportada a nenhum outro enunciador na cena discursiva.

www.portaldodia.com TERESINA, QUARTA, 27 DE JUNHO DE 2012



Professora Elza precisa usar baldes para lavar a louça

Definição de vice para Dias instala nova crise no PT

Depois da confirmação da candidatura própria do Partido dos Trabalhadores à Prefeitura de Teresina, lideranças da sigla agora disputam a vaga de vice, pleiteada por aliados da base

Até a manhã de sábado, as negociações entre partidos e candidatos à Prefeitura de Teresina serão intensas para definir quais serão as composições que irão às ruas em busca do eleitorado. Ontem, reuniões fechadas na casa do governador e em escritórios políticos, entre petistas e aliados da base governista, iniciaram as conversas. No entanto, lideranças do Diretório Municipal do PT reivindicam que a sigla saia com chapa pura à PMT Cícero Magalhães e Flora Izabel disputam a escolha de Wellington Dias, que tenta junto aos partidos aliados da base governista um nome de consenso que garanta a união dos partidos e alinhava os compromissos para 2014. Pág. 03

Teresina

Oferta de água não atende expansão

Apesar dos investimentos da Agência para abastecer a população teresinense, as obras não têm sido suficientes para acompanhar o crescimento da população. Nas áreas mais altas de Teresina, famílias precisam armazenar água para uso diário. 02 Em Dia

Delegacia

26 crimes na internet já foram denunciados

Com pouco mais de um mês em atuação, a Delegacia Especializada na Repressão aos Crimes de Alta Tecnologia já registrou 26 ocorrências em Teresina. Deste total, 58% foram casos de crimes contra a honra, como injúria e difamação. Capa Em Dia



O prefeito Elmano Férrer (PTB) recebeu o apoio dos seus correligionários na manhã de ontem no diretório do partido

Arimatéia Azevedo

O PMDB fechou com Firmino Filho. Sai Marllós Sampaio da cabeça de chapa e entra o delegado Samuel Silveira, como vice da chapa

Elmano Férrer

"Quero e vou colocar meu nome para avaliação da população"

Depois de ter a confirmação da candidatura própria do Partido dos Trabalhadores à Prefeitura de Teresina, o prefeito Elmano Férrer (PTB) recebeu uma manifestação de apoio dos seus correligionários na sede do partido em Teresina. O prefeito revelou também que foi procurado pelo senador Wellington Dias (PT), que lhe propôs que declinasse da candidatura para apoiar a candidatura petista, indicando o vice. "Mas de pronto não aceitamos. A minha candidatura pertence a mim", afirmou Elmano. Pág. 03

Reformado

Teatro do Boi volta a abrir as portas hoje

Completamente reformado, o Teatro do Boi, no bairro Matadouro, zona Norte de Teresina, será reaberto hoje, 27 de junho. O Teatro do Boi passou por uma grande reforma e ampliação das instalações, garantindo mais conforto para plateia e artistas. Capa Teresina

"Jornal O Dia" – 27 de junho de 2012

Na edição do dia 29 de junho, um enunciador jornalístico no Meio Norte propõe Wellington Dias como candidato que larga na frente da disputa eleitoral. O aspecto do recorte é a formação de chapas, já que naquele momento, Firmino Filho lidera as intenções de voto para prefeito da cidade. **Wellington é 1º com chapa já fechada**, diz o enunciado da manchete em sentido pedagógico, pré-ordenando ao leitor o universo discursivo, com o seguinte enunciado do subtítulo: **PT terá chapa pura, com o senador e Cícero Magalhães como vice. Deputado federal Marllós Sampaio desiste de pré-candidatura e pode ser vice do prefeito Elmano Férrer**. A ideia de disputa como corrida de cavalos é reafirmada até mesmo quando não se trata de números de pesquisas de intenção de voto.

Na cena discursiva da capa do jornal Meio Norte, um enunciador divide o poder, onde a população torna-se cúmplice da notícia e atua como espectadora das movimentações

políticas e mudanças constantes da reta final das convenções. Sugerindo um sentido de metalinguagem, um enunciador jornalístico observa de longe a população também observando algo que não é possível de ser identificado. A composição de sentidos é feita pelo enunciador com a foto de uma multidão de populares olhando em direção a algo que não é mostrado. O tema da imagem trata da inauguração de um projeto urbanístico na zona Norte da capital, o Lagoas do Norte, que emblematicamente é alvo de disputa por autoria e críticas por parte dos candidatos a prefeito daquele pleito.



“Jornal Meio Norte” – 29 de junho de 2012

5.1.2. Elmano Férrer

Com o cargo de prefeito e uma pré-candidatura a reeleição lançada, Elmano Férrer tem espaço privilegiado na imprensa, em comparação com os demais pré-candidatos, inclusive aqueles que também possuem cargos eletivos. Durante o período de pré-campanha, o candidato aparece nos jornais impressos, nos meses de janeiro e fevereiro, como principal interlocutor das manifestações ocorridas em Teresina reivindicando melhorias no transporte público e diminuição no preço da passagem de ônibus. Opta-se, portanto, por não incluir na análise da pré-campanha as menções a Elmano Férrer relacionadas às manifestações, considerando que o tema ultrapassa o interesse eleitoral que norteia esse estudo.

Na edição do dia 02 de janeiro, o Jornal O Dia publica em um espaço lateral inferior, a chamada para uma entrevista com o prefeito Elmano Férrer: **Elmano: ‘Não me arrependo**

das decisões que tomei’. O enunciado aponta um sentido de firmeza na posição de Elmano Férrer, ao mesmo tempo que coloca, de forma implícita, possíveis decisões pelas quais o gestor poderia arrepender-se. O enunciador jornalístico é não pedagógico, já que não busca explicar nem aconselhar, apenas direcionar o leitor para posições que podem ser compartilhadas, mostrando um ponto de vista do enunciador político. Pelo viés da polifonia, é possível vislumbrar um co-enunciador ao qual Elmano Férrer rebate de maneira implícita ao dizer que não se arrepende das decisões tomadas.

Observa-se que a heterogeneidade é mostrada e marcada, já que um enunciador no O Dia procura, através do uso das aspas, eximir-se da responsabilidade pelo enunciado publicado, mesmo tendo sido o responsável por escolher o recorte da entrevista que foi utilizado na capa do impresso. Ao usar o fragmento de fala, um enunciador jornalístico reforça a posição desse enunciado.



“Jornal O Dia” – 02 de janeiro de 2012

No dia 05 de fevereiro, Elmano Férrer ganha destaque com uma chamada, sem foto, tratando diretamente do seu posicionamento sobre o pleito municipal. Um enunciador jornalístico no O Dia usa o recurso das aspas, apontando assim para uma heterogeneidade mostrada, onde separa-se o dizer que pertence a si, daquele que pertence ao outro: **Eleições/ ‘Não estamos a serviço de campanha’, diz Elmano**. Observa-se além da voz o enunciador jornalístico (marcado com o enunciado do chapéu “eleições”, que demarca o tema, e com o verbo “dizer”), que o enunciado do subtítulo deixa transparecer a voz implícita das críticas de opositores ao possível uso da máquina pública durante a campanha. No contexto situacional, ressalta-se que naquele momento da pré-campanha, os adversários já levantavam críticas sob

a publicidade da Prefeitura de Teresina a respeito das ações executadas na gestão de Elmano Férrer.

O andamento da pré-campanha tinha como principal tema o apoio do PT a Elano Férrer. Com correntes distintas, debatendo se deviam seguir com uma candidatura própria (naquele momento sinalizada pela deputada Rejane Dias e posteriormente pelo senador Wellington Dias), ou seguir com o apoio ao candidato do PTB, já que um grupo de petistas participava administrativamente da gestão de Elmano Férrer. Na edição de 26 de março, o Jornal Meio Norte publica em sua manchete o resultado da eleição interna de delegados do PT, apostando na cientificidade dos dados: **62% decidem que PT vai apoiar Elmano.**



meionorte.com

meionorte

ANO XVII Nº 7185 TERESINA (PI), CAPITAL DO MEIO-NORTE DO BRASIL

Clicks | Veja quem circulou e badalou em Teresina ►► B/12

SUCESSÃO | Tese da candidatura de Rejane Dias teve só 33% dos votos na escolha de delegados

62% decidem que PT vai apoiar Elmano

Eleição de delegados aponta que o PT de Teresina vai rumar com Elmano Férrer na tentativa de reeleição do atual prefeito, do PTB. Tese defendida por Cícero e Flora venceu com 62% dos votos. ►► A/3

→ Caso Fernanda

“Jornal Meio Norte” – 26 de março de 2012

O enunciado diz o oposto de uma chamada, sem foto, publicada no dia 07 de março, quando a maioria dos petistas filiados e entrevistados para o levantamento do Instituto Amostragem apoiava a candidatura própria: **68% do PT defendem candidatura própria.** Ambas as chamadas são construídas com uma representação de discurso onde a heterogeneidade é mostrada mas não marcada, não ficando nítidas as vozes que perpassam o texto. Um enunciador pedagógico, que quantifica e mostra um cenário eleitoral através de dados, encobre assim a multiplicidade de interesses em conflito no enunciado, e deixa claro como estratégia de poder um apagamento do enunciador jornalístico que interpreta os cenários, focando em um enunciador que não dá margem ao leitor para maiores reflexões sobre as implicações dos fatos.

→ **Sucessão**

68% do PT defendem candidatura própria

➔ Pesquisa registrada pelo Instituto Amostragem mostra que 68% defendem a tese da candidatura própria no Partido dos Trabalhadores (PT). A candi-

datura seria Rejane Dias. O deputado federal Jesus Rodrigues (PT) afirmou que o partido pode recorrer a uma terceira via, em nome do consenso. ▶ **A/3**

“Jornal Meio Norte” – 07 de março de 2012

No início de março, um enunciador no Meio Norte busca, assim, valorizar o caráter científico da decisão política, oferecendo ao leitor uma visão interna da sigla – através de levantamento exclusivo feito por instituto de pesquisa – e adiantando assim um possível resultado sobre as alianças eleitorais daquele pleito. Ao se referenciar nas pesquisas publicadas como capaz de prever os acontecimentos que virão, um enunciador jornalístico no Meio Norte trabalha com a estratégia de reforçar a função de mediador entre o mundo político e o público leitor, mesmo que os dados se revelem posteriormente contraditórios. Para um enunciado, as pesquisas aparecem como representantes da opinião da população, e não apenas uma amostra condicionada da realidade de uma determinada população. Um enunciador no Meio Norte também se coloca ao leitor como interlocutor do PT e do grupo liderado por Rejane e Wellington Dias, abordando apenas indiretamente as divisões internas da sigla.

Já na edição dia 26 de março, com o resultado da decisão colegiada dos petistas sobre o apoio a candidatura de Elmano Férrer a reeleição (**62% decidem que PT vai apoiar Elmano**), um enunciador jornalístico prioriza os dados de porcentagem sobre a votação interna do partido e coloca em primeiro plano o PT como entidade coletiva que tomou decisões obedecendo a maioria, enquanto Elmano Férrer surge como sujeito passivo, que tem a função de receber o apoio do PT. Não aparecendo, portanto, como sujeito ativo capaz de conquistar o apoio da legenda. O enunciado do antetítulo da manchete do jornal aponta o lado perdedor na disputa pelo posicionamento do PT: **Sucessão: Tese da candidatura de Rejane Dias teve só 33% dos votos na escolha de delegados**. O enunciado do subtítulo, abaixo da legenda, corrobora em seu enunciado a ideia de que a aliança com Elmano Férrer é maturada

pelo próprio PT, partindo de interesse próprio, tendo o candidato do PTB papel secundário. **Eleição de delegados aponta que o PT de Teresina vai rumar com Elmano Férrer na tentativa de reeleição do atual prefeito, do PTB. Tese defendida por Cícero e Flora venceu com 62% dos votos.** O Diário do Povo, na edição do dia 25 de março, adianta ao leitor sobre a decisão do PT em relação ao caminho que seguirá nas eleições de 2012, através de uma chamada de capa que não está inserida na sessão opinativa: **PT decide hoje entre Rejane e Elmano Férrer.** Um enunciador jornalístico não traz nenhuma fala nem pesquisa que possa indicar naquele cenário instável, que posição o PT poderia tomar, colocando-se em oposição ao Meio Norte quando este busca adiantar os fatos ao leitor através, principalmente, de pesquisas.

No O Dia, o enunciado da manchete do dia 26 de março ainda põe dúvidas sobre a concretização da decisão do PT de apoiar a candidatura de Elmano Férrer: **Tese da aliança vence e PT deve apoiar Elmano Férrer.** O uso do verbo “deve” indicando indecisão, mesmo após o resultado interno no partido, aponta para um enunciador jornalístico que opta pela via da pedagogia para se comunicar com o leitor, apegando-se se na cautela. Há ainda uma relação indireta de sentidos com a foto inferior, que trata de um jogo de futebol. Na imagem, um jogador comemora um gol, dialogizando com a vitória da tese de apoio envolvendo PT e Elmano Férrer.

- VENDA PROIBIDA -

O Dia

R\$ 2,00
NACIONAL R\$ 4,00

www.portalodia.com TERESINA, SEGUNDA 26 DE MARÇO DE 2012 Ano 61 // Nº 16.817

Arimatéia Azevedo
O prefeito de Luis Correia, Kim do Carangueijo, que anda com a popularidade caindo, pode cair na ficha-limpa porque suas contas de presidente da Câmara foram rejeitadas.

Pág. 04

Dilma beneficia prefeitos do PT
Nos seus primeiros 15 meses, o governo Dilma privilegiou prefeitos do PT na partilha de recursos federais.

Pág. 04

Fechamento
21h30
Edição
26.03.12
48 páginas

Tese da aliança vence e PT deve apoiar Elmano Férrer

Filiados do partido derrotaram a chapa que defendia a candidatura própria e o PT deve indicar o candidato a vice

A tese do PT que defende aliança com o prefeito de Teresina, Elmano Férrer (PTB), pré-candidato à reeleição este ano, venceu com mais de 60% dos votos dos filiados na disputa interna da sigla, que ocorreu ontem em Teresina. Cerca de 2.532 dos 4.600 aptos a votar reafirmaram a tese de uma candidatura própria à Prefeitura. Com isso, o PT deve indicar o candidato a vice do prefeito. A tese, no entanto, precisa ser reconfirmada no dia 14 de abril. Defendem a candidatura própria os principais líderes do PT, entre eles o senador Wellington Dias.

Pág. 02

Paulista De virada, Corinthians derrota o Palmeiras

O Corinthians tirou a invencibilidade de 14 partidas do Palmeiras ao derrotá-lo numa virada por 2 a 1, neste domingo, no Pacaembu, em São Paulo, pelo Campeonato Paulista. Os dois gols do Timão partiram de cobranças de falta quase idênticas.

Do lado de fora do estádio, um torcedor foi baleado na cabeça durante a manhã e está em estado grave depois que mais de 500 torcedores dos dois times brigaram na zona norte da cidade.

Pág. 08



Jogadores do Corinthians comemoram segundo gol durante partida

No dia 27 de março, o Meio Norte repercute novamente a decisão do PT, dessa vez com a versão de Elmano Férrer, que volta a cena como sujeito que fala e toma uma posição, mas ainda assim evasivo: **Sucessão/ Elmano: Vice é para depois**, seguido do enunciado do subtítulo: **Depois de decidir apoiar Elmano Férrer (PTB) logo no primeiro turno, o PT agora quer indicar o vice. No entanto, o prefeito avisa que a definição deve acontecer apenas nas convenções. ‘O vice será escolhido entre os partidos aliados em uma votação democrática’, desconversa.** Um enunciador jornalístico no Meio Norte, ao utilizar o verbo “desconversar” para adjetivar a declaração de Elmano Férrer, aponta assim para uma contradição com a posição do PT publicizada nos dias anteriores, de que apoiaria o candidato do PTB sob a condição de indicar um vice ainda titubeia. Sem utilizar as aspas para relatar um discurso de terceiro, mas indicando a autoria da fala com o nome “Elmano”, um enunciador jornalístico marca a heterogeneidade do enunciado, mostrando que além de Elmano Férrer como enunciador político, há um outro enunciador na cena discursiva, o “vice”.

→ **Sucessão**
Elmano: Vice é para depois

Depois de decidir apoiar Elmano Férrer (PTB) logo no primeiro turno, o PT agora quer indicar o vice. No entanto, o prefeito avisa que a definição

deve acontecer apenas nas convenções. “O vice será escolhido entre os partidos aliados em uma votação democrática”, desconversa. ► **A/3**

“Jornal Meio Norte” – 27 de março de 2012

A imagem escolhida por um enunciador no Diário do Povo no dia 27 de março revela um cenário de constrangimento. Rejane Dias, ao centro da imagem, aparece ao lado do marido, Wellington Dias, e do deputado federal do PT, Assis Carvalho, todos com a expressão fechada, tendo ao fundo filiados que ajudam a compor o cenário com expressões sérias. A decisão da maioria é a derrota de um lado e, dessa vez, o derrotado foi Wellington Dias segundo o eixo enunciativo proposto na imagem do Diário do Povo. **Rejane sai da disputa pela Prefeitura da capital**, diz o enunciado da manchete, que compõe com uma chamada lateral direita sobre o mesmo tema: **PT só apoia Elmano com vaga de vice.**

Terça-feira
Teresina, 27 de março de 2012

DIÁRIO
do Povo do Piauí

ANO XXV Número 9.271 • www.diariodopovo-pi.com.br • Piauí: R\$ 2,00 - Outros Estados R\$ 3,00

Rejane sai da disputa pela Prefeitura da capital

PT só apoia Elmano com vaga de vice

A deputada Rejane Dias anunciou ontem a retirada do nome dela da disputa pela Prefeitura de Teresina nas eleições de outubro. A decisão foi anunciada um dia depois da tese de aliança com o PTB e apoio à reeleição do prefeito Elmano Férrer sair vencedora em votação interna no PT, derrotando a proposta de lançamento de candidatura própria. "Não faz mais sentido manter a pré-candidatura", justificou. **PÁGINA 3**

Esplanada
O ex-senador Arthur Virgílio voltará de Portugal, onde atuou como diplomata, para ser candidato a vereador em Manaus. **PÁGINA 6**

Zózimo Tavares
O PT de Teresina ganhou, por esmagadora maioria, a primeira batalha. Faltam outras, ainda. **PÁGINA 10**

Notícias da Saúde
Soja e uva passa ajudam a prevenir e melhorar a pressão arterial, apontam novos estudos. **PÁGINA 16**

Brasil reduz número de casos de tuberculose
PÁGINA 13

Flamengo já tem base do time para o Estadual
PÁGINA 15

NESTA EDIÇÃO

1º CADERNO	CIDADES	
Editorial	2 Local	9/10/11
Política	3/4 Município	12
Geral	5 Geral	13

DEPUTADA Rejane Dias, ao lado do marido e senador Willington Dias, durante a entrevista coletiva



“Jornal Diário do Povo” – 27 de março de 2012

Um enunciador jornalístico registra os personagens de frente, mas o olhar dos sujeitos em cena é desviado do olhar do leitor: cada um encara um ponto distinto, gerando um efeito de sentido que indica fuga e desorientação. Atrás dos personagens sentados, que dão explicações à imprensa, há um cenário de desorganização, com membros do PT em pé, conversando ou mexendo no celular. Em suma, um enunciador jornalístico indica uma metáfora visual para a derrota petista, com a foto dialogando com os enunciados referentes às eleições.


Tanto o enunciado da manchete como o da chamada, apontam para enunciadores pedagógicos. No contexto situacional de várias reviravoltas políticas, um enunciador jornalístico preocupa-se em dialogar com o leitor explicando-lhe o universo eleitoral e atendendo a uma ânsia informativa. Um enunciador jornalístico também vai além apenas da decisão já tomada, e reverbera no enunciado da chamada as possíveis implicações de uma aliança entre PT e PTB. No enunciado **PT só apoia Elmano com vaga de vice**, um enunciador jornalístico coloca o PT como sujeito que impõe condições – o que pode ser

percebido pela preferência no uso da expressão “só”, criando um efeito de sentido de imposição.

Enquanto no Meio Norte, Elmano Férrer aparece com discurso indeciso sobre a possibilidade de um nome do PT ser vice da chapa encabeçada por ele, no dia 28 de março uma chamada de capa lateral direita, sem fotos no Diário do Povo, diz que **Prefeito recua e dá a vaga de vice ao PT**. Este enunciado faz referência direta ao enunciado do dia anterior do Meio Norte onde o candidato do PTB diz que a “vaga de vice é para depois”. Nota-se que um enunciador no Diário do Povo contradiz em diversas matérias o enunciador do Meio Norte, em dialogia com este, enquanto, do outro lado, evitam-se referências às matérias e chamadas do Diário. Ao ignorar o Diário do Povo, o Meio Norte não se exclui do processo, pelo contrário, enquanto continua a produzir conteúdo sobre eleições, o Diário do Povo alimenta-se dele para refutá-lo e negá-lo.

No enunciado do subtítulo é ressaltado, no entanto, que as decisões ainda não foram tomadas e Elmano Férrer admitiu apenas a possibilidade de ter um petista como vice. A escolha do verbo “recuar” também revela, pelo enunciador jornalístico do Diário do Povo, a composição de uma imagem de contradição e indecisão nas posições de Elmano Férrer, mesmo sendo o sujeito de ação do enunciado, sendo aquele que “dá a vaga de vice”, é também construído como um sujeito que cede à pressões. Um enunciador pedagógico denuncia a presença de um outro enunciador implícito, caracterizando um enunciado onde prevalece a heterogeneidade mostrada. Detecta-se que o enunciador político “prefeito” atua em conjunto com um outro enunciador político, o “vice”, sendo que ambos estão marcados no fio do discurso.

Prefeito recua e dá a vaga de vice ao PT

O prefeito Elmano Férrer voltou atrás e disse que o candidato a vice-prefeito na chapa de sua reeleição poderá ser um nome do PT. Elmano havia dito que a vitória da tese de apoio do PT à sua reeleição não implicava acordo para indicação do vice e que o candidato seria indicado pelos partidos aliados.  PÁGINA 3

“Jornal Diário do Povo” – 28 de março de 2012

O uso das caricaturas nos jornais impressos piauienses, pelo menos nas capas, ainda é restrito, aparecendo somente três vezes durante a pré-campanha eleitoral. Neste sentido, as caricaturas surgem mais como forma de valorizar o personagem retratado, do que com sentido de humor. Na edição do dia 23 de abril, o enunciado da manchete trata da visita da bancada federal às obras de um projeto na capital, Lagoas do Norte: **Deputados e senadores vão às lagoas hoje**. Ao lado do enunciado da manchete, aparece uma caricatura de Elmano Férrer. No contexto situacional, ressalta-se que um enunciador propõe assim uma relação entre a obra e o prefeito – que naquele momento tinha sua autoria disputada entre o grupo de Elmano Férrer, que alegava ter concluído o projeto, e o grupo do PSDB de Firmino Filho, que buscava reconhecimento pelo projeto e pelas primeiras iniciativas para viabilizar a obra.

O dialogismo se materializa neste enunciado com a presença da caricatura, com o entrecruzamento entre a notícia e o desenho na construção enunciativo-discursiva da manchete. Ao inserir Elmano Férrer, através da caricatura, na citação sobre o projeto – classificado pelo enunciador do Meio Norte como “grande projeto de urbanização” – um enunciador jornalístico no Meio Norte coloca no seu eixo enunciativo a proposição ao leitor sobre a autoria sugerida daquela obra tida como importante para a população. Um enunciador sugere, portanto, uma relação entre a obra e o candidato do PTB, silenciando todos os demais sujeitos que possam ter contribuído para ela.

Clicks | Belas dão mais glamour à noite da capital ►► **B/12**

BANCADA | Primeira fase desse grande projeto de urbanização na capital será inaugurada este ano

Deputados e senadores vão às lagoas hoje

Senadores e deputados federais que integram a bancada federal piauiense no Congresso visitarão hoje o Programa Lagoas do Norte na companhia do prefeito Elmano Férrer (ao lado). ►► **A/3**




Jornal “Meio Norte” – 23 de abril de 2012

Na edição de 02 de maio, o enunciado da manchete O Dia faz uma ligação de sentidos entre o título - com o resultado de pesquisa de intenção de votos do Instituto Data Az - e a imagem da disputa eleitoral como corrida, feita através de uma charge, com caricaturas dos candidatos. Mesmo com o candidato do PSDB tendo quase o dobro da porcentagem de votos do segundo colocado, Elmano Férrer, e do terceiro colocado, Marllos Sampaio, o jornal opta por criar um cenário onde há possibilidades de aproximação entre os candidatos. A distância entre um e outro candidato não é significativa no desenho. Dos candidatos retratados, Elmano Férrer é o único que está com expressão sorridente na caricatura, em oposição a Marllos e Firmino, com expressões mais sérias. O enunciado da manchete está em dialogia com a charge dos candidatos, completando o sentido proposto no enunciado. Nota-se ainda que os candidatos foram retratados com as cores de seus partidos, havendo um direcionamento do olhar do leitor para o candidato do PTB, que utiliza as cores preto e vermelha, de seu partido, sendo estas as mesmas cores do enunciado da manchete.

www.portaocia.com TERESINA, QUARTA, 02 DE MAIO DE 2012 Ano 61 // Nº 16.852

Rivengo




Os dois times fizeram partida com várias oportunidades no LM

River e Flamengo empatam no 1º clássico do ano

Faltando seis meses para as eleições municipais, uma pesquisa estimulada, realizada pelo Instituto DataAZ e encomendada pelo Sistema O Dia de Comunicação, aponta que o deputado estadual Firmino Filho (PSDB) aparece com 41,29% das intenções de votos para a Prefeitura de Teresina. Em segundo lugar está o prefeito Elmano Férrer (PTB) com 24,86% das intenções e o deputado federal Marllós Sampaio (PMDB) em terceiro com 17,86%. É a primeira pesquisa realizada após a deputada estadual Rejane Dias (PT) ter retirado seu nome da disputa. Na pesquisa espontânea, a diferença entre o Firmino Filho e Elmano Férrer é de 3,14%, enquanto na estimulada é de 16,43%. Pág. 03

DataAZ: Firmino 41%, Elmano 24% e Marllós 17% acirram disputa

Na primeira pesquisa do Data AZ após a retirada da candidatura petista à Prefeitura de Teresina, os números mostram acirramento na disputa entre Firmino Filho, Elmano Férrer e Marllós Sampaio



Jornal "O Dia" – 02 de maio de 2012

Quando fala da campanha de Elmano Férrer, um enunciador jornalístico no Diário do Povo usa o tom de conselheiro, como na chamada da coluna de Zózimo Tavares no dia 14 de maio: **Os marqueteiros do prefeito Elmano Férrer recomendaram que ele gaste mais sola de sapato nas próximas semanas.** Ao mesmo tempo em que critica, implicitamente, o modo como a agenda de Elmano é conduzida, um enunciador dá voz aos marqueteiros que aconselham o caminho para que o prefeito obtenha mais êxito, revelando a polifonia e dando espaço para duas vozes dissonantes. Ressaltando-se o contexto institucional, a referência aos marqueteiros também evidencia o reconhecimento, por parte de um enunciador jornalístico, do papel desempenhado pelo marketing nas campanhas eleitorais modernas como direcionadores das ações dos políticos.



Jornal "Diário do Povo" – 14 de maio de 2012

Um enunciado no O Dia propõe ao leitor uma contextualização projetando no pleito de 2012, as eleições de 2014. Em uma imagem em que Elmano Férrer aparece discursando, o enunciado da legenda da imagem é o seguinte: **Para o prefeito Elmano Férrer, PSB rechaça aliança com PTB para a PMT 'de olho' em 2014.** Assim, mantendo a referência inserida na fala do prefeito através de um discurso indireto onde nota-se a heterogeneidade mostrada, um enunciador no O Dia revela o contexto institucional apontando ao leitor um cenário mais amplo onde as candidaturas e opções por alianças nas eleições municipais de Teresina terão reflexos no futuro próximo das eleições gerais de 2014. A imagem que ilustra a legenda mostra o prefeito em um momento de fala, com a boca entreaberta e as mãos ao alto, sugerindo uma expressão de indagação e dúvida. A fotografia, portanto, foi construída por um enunciador jornalístico com o sentido de corroborar o sentido do enunciado da legenda, colocando dúvidas sobre as motivações do PSB em ter uma candidatura própria no pleito municipal de 2012 na capital piauiense.



Polícias Civil e Militar apresentaram droga apreendida no PI

Sul do Piauí Oito são presos durante operação

Cinco hectares ocupados com plantação de maconha renderam a maior apreensão de drogas no Estado. Ontem, as polícias Civil e Militar apresentaram os resultados da operação, que resultou em oito prisões, além da apreensão de seis armas e munições.

06 Em Dia

Polêmica Marcha da Maconha será hoje em Teresina

A partir das 16 horas, no adro da Igreja de São Benedito, os defensores da legalização da maconha no país estarão reunidos para a realização da Marcha da Maconha Teresina. Os manifestantes deverão sair em caminhada pela avenida Frei Serafim.

Pág. 05

Hoje Cojobas faz show para festejar 10 anos

A partir das 22 horas, a banda Cojobas sobe ao

conhecida por seus shows com qualidade técnica.

ate 10% mais caros

Com o aumento em 100% do IPI, fabricantes de refrigerantes e cervejas no país anunciaram reajustes de 5% e 10%, respectivamente, a partir do mês de outubro

Por meio de notas, as empresas fabricantes de refrigerantes e cervejas no Brasil anunciaram novos reajustes nos produtos. Segundo as empresas, o cálculo leva em conta

não apenas o aumento do imposto federal, mas o impacto "sobre o cálculo do ICMS, sobre a margem dos varejistas e outras variáveis que compõem o preço dos produtos". No

caso de refrigerantes, o reajuste também reflete a redução de 40% dos benefícios fiscais da Zona Franca de Manaus e o aumento de 100% do IPI (Imposto sobre Produtos Indústri-

lizados) de produtos que levam em sua composição sucos naturais. Os preços da cerveja terão reajuste de 5,24% e os refrigerantes poderão subir 9,77%.

Pág. 05



Para o prefeito Elmano Férrer, PSB rechaça aliança com PTB para a PMT 'de olho' em 2014
Pág. 03



Contra gripe Piauienses negligenciam vacina e Estado não atinge meta

Terminou ontem a campanha de vacinação realizada em todo o país pelo Ministério da Saúde que tinha como objetivo imu-

e profissionais de saúde contra o vírus do H1N1. No entanto, mesmo depois de prorrogar a campanha por mais uma semana, os

vacinação espalhados pelo Estado. O Pisuí vacinou 76,5% do total da população que deveria ter sido imunizada. Ao total, 373.319

Em meio a obras e conversando com engenheiros e profissionais que atuam em construção, Elmano Férrer ganha espaço na edição de 20 de junho do jornal O Dia rebatendo críticas sobre sua administração: **Disputa/ Elmano rebate: “Não vivo em gabinete”**. A imagem corrobora o sentido proposto pela fala destaca em aspas de Elmano Férrer, como político ativo. O discurso direto caracteriza a heterogeneidade mostrada, que marca a voz de um enunciador jornalístico com os dois pontos e o verbo “rebater” como introdutório e adjetivador da fala a seguir. Ao rebater, o sujeito político do discurso pressupõe uma outra voz na cena enunciativa. Um enunciador jornalístico se aproxima da pedagogia ao ordenar o universo discursivo com o enunciado do chapéu “disputa”, que insere o tema na disputa eleitoral, e o verbo “rebater”, que pressupõe uma resposta que está sendo dada pelo candidato do PTB.

As críticas rebatidas são nomeadas apenas pelo interlocutor, o ex-prefeito Sílvio Mendes, do PSDB. Firmino Filho é blindado como sujeito opositor de Elmano, enquanto o prefeito ao se reafirmar como político que não “vive em gabinete”, deixa implícito que há políticos que vivem, colocando-se assim como diferente de seus opositores. As críticas as quais Elmano Férrer rebate com destaque nas capas dos jornais não são, no entanto, feitas no mesmo espaço de visibilidade, gerando a ideia de que o prefeito é um alvo constante, que defende-se de opositores agressivos mas sem rosto.



Na edição do dia 25 de junho, um enunciador jornalístico no Diário do Povo usa como estratégia para manter seu espaço de poder, colocar-se como fiscal da lisura do pleito eleitoral: **Zózimo Tavares/ Aumentaram e se intensificaram as investidas para puxar o tapete do prefeito Elmano Férrer como candidato a reeleição**. O uso da metáfora “puxar o tapete”, além de reafirmar a linguagem informal que cria cumplicidade com o leitor, remete a trapaça. A entidade jornalística não é a única voz presente no enunciado, que faz referência a um sujeito oculto que estaria tramando contra o candidato do PTB. Como, naquele momento, a principal novidade em relação à chapa de Elmano Férrer era a desistência do PT em compor com o PTB e lançar o senador Wellington Dias como candidato a prefeito, um enunciador no Diário do Povo fala ao leitor, implicitamente, que o senador petista seria um dos responsáveis pelas articulações para “puxar o tapete” de Elmano Férrer, ou seja, tirar do candidato a reeleição sua posição de disputar o pleito.



“Jornal Diário do Povo” – 25 de junho de 2012

A expressão “puxar o tapete”, que surgiu como metáfora inserida em uma coluna de opinião, é assumida logo depois por enunciador jornalístico do Diário do Povo, que nomeia no enunciado da manchete do dia 26 de junho, o PT (personificado por Wellington Dias) como responsável por “trapacear” na disputa eleitoral com Elmano Férrer: **PT puxa o tapete de Elmano para lançar Wellington**. No contexto institucional, a leitura do cenário político desfavorece o PT na construção feita por um enunciador jornalístico no Diário do Povo na chamada da coluna de opinião da mesma edição, remetendo às eleições gerais de 2010, quando Wellington Dias optou por ser candidato a senador, retirando o apoio ao PTB do senador João Vicente Claudino para apoiar seu vice, Wilson Martins, do PSB. As metáforas continuam a serem usadas por um enunciador no Diário do Povo, que usa mais uma figura de linguagem que remete à trapaça ao dizer que o PTB “virou freguês”, ou seja, foi enganado novamente pelo PT: **O PTB do Piauí já virou freguês do PT, que puxou o tapete do partido em 2010 e agora vai puxar de novo**, diz o enunciado da chamada para a coluna de Zózimo Tavares.

COLUMNISTAS

Sebastião Nery
A Rio + 20 mostrou como os países ricos se comportam. Nenhum quis assumir compromisso de nada com o planeta. **PÁGINA 2**

Esplanada
A proximidade da campanha eleitoral começa a esvaziar o Congresso: os deputados emendaram a semana com as festas juninas. **PÁGINA 6**

Zózimo Tavares
O PTB do Piauí já é freguês do PT, que puxou o tapete do partido em 2010 e agora vai puxar de novo. **PÁGINA 10**

INDICADORES

	compra R\$	venda R\$
Dólar Comercial	2,06	2,06
Pardelo	2,07	2,20
Turismo	2,03	2,18
Euro	2,58	
Turismo	2,55	2,72
Ouro (onça)		US\$ 1.565,84

PT puxa tapete de Elmano para lançar Wellington

O presidente nacional do PT, Rui Falcão, vem a Teresina na próxima quinta-feira para reunião com os delegados municipais do partido e definir a candidatura do senador Wellington Dias a prefeito de Teresina. A decisão foi tomada ontem em Brasília, durante reunião da direção nacional do PT. Na reunião, ficou decidido que Wellington será candidato em chapa pura do PT, a princípio tendo o deputado estadual Cícero Magalhães como vice. A candidatura de Wellington muda o cenário político na capital. O PT já tinha decidido se coligar com o PTB para apoiar a reeleição do prefeito Elmano Férrer. **PÁGINA 3**

Prefeito reafirma candidatura com vice do PP

O prefeito Elmano Férrer reafirmou ontem que não abre mão da candidatura à reeleição, e o PTB já estuda um plano "B" para o caso de ficar sem o apoio do PT: o partido deverá convidar a deputada estadual Margarete Coelho (PP) para ser a candidata a vice. O nome da deputada federal Iracema Portela (PP) também foi cogitado. **PÁGINA 3**



“Jornal Diário do Povo” – 26 de junho de 2012

Elmano Férrer é vitimizado com uma proposição de sentidos no enunciado da manchete de O Dia na edição do dia 26 de junho, quando um enunciador jornalístico diz que **PT abandona palanque de Elmano e lança Wellington**, com o enunciado do subtítulo: **Às vésperas das convenções dos partidos, mais uma reviravolta no cenário político de Teresina torna alianças ainda mais indefinidas**. Ao ser “abandonado”, como destaca um enunciador jornalístico no O Dia, o candidato do PTB assume o papel de vítima, enganado por um enunciador político, no caso, Wellington Dias. Além da imagem de Elmano Férrer em um local que sugere um escritório, com os punhos cerrados, denotando força – em oposição ao isolamento sugerido pelo enunciado da manchete – o candidato à reeleição também tem uma fala destacada em tom de crítica à Wellington Dias: **Elmano Férrer/ “Teresina não vai se curvar a acordos feitos em palácios”**, diz o enunciado da chamada, sugerindo que as candidaturas de seus opositores, e mais claramente do PT, estariam sendo fechadas em acordos privados e distantes dos anseios populares. Neste recorte enunciativo, se há acordos feitos em palácios, então são dos opositores, enquanto a chapa de Elmano Férrer seria pública e construída com uma aliança popular. Observa-se ainda no enunciado a ausência de um verbo para alertar o enunciatário-leitor de que a voz que entra no discurso é a do prefeito. O sujeito político só é marcado por um enunciador jornalístico no chapéu do enunciado.

Tanto no enunciado da chamada como no enunciado da manchete, um enunciador jornalístico usa da pedagogia para se comunicar com o leitor, reforçando um caráter

impessoal, guiando e informando o enunciatório com uma distância objetiva. A capa é homogênea em relação aos temas, tendo a manchete, uma foto e uma chamada tratando do mesmo assunto, sendo que a imagem de Elmano Férrer traz mais um caráter ilustrativo e icônico de um político confrontado, do que propriamente a representação de uma imprensa testemunhal.

www.portalodia.com TERESINA, TERÇA, 26 DE JUNHO DE 2012 Ano 61 // Nº 16.907

ES 2,00 NACIONAL R\$ 4,00

Contra as drogas
No Dia Internacional de Luta Contra as Drogas, o anúncio de que os CSUs serão transformados em centros de tratamento é comemorado.
Capa Em Dia

Incra entra em greve
Começou ontem a greve, por tempo indeterminado, dos servidores do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária.
04 Em Dia

PT abandona palanque de Elmano e lança Wellington

As vésperas das convenções dos partidos, mais uma reviravolta no cenário político de Teresina torna alianças ainda mais indefinidas

Reunião da Executiva Nacional do Partido dos Trabalhadores, em Brasília, decidiu pela candidatura própria do partido encabeçada pelo senador Wellington Dias. Segundo nota da sigla, o PTB de Elmano Férrer terá preferência para indicar o vice, mas de acordo com o próprio Elmano, a sua candidatura é irreversível. Com a decisão do PT, será iniciada nova disputa entre petistas e aliados da base para indicar a vaga de vice de Wellington e o PTB deverá costurar com o PP a composição da chapa de Elmano.
Pág. 03

Prefeito Elmano Férrer afirmou que sua pré-candidatura à reeleição não está em questão, apesar da retirada do PT

Elmano Férrer
"Teresina não vai se curvar a acordos feitos em palácios"
Pág. 03

TRE Arimatéia

“Jornal O Dia” – 26 de junho de 2012

A reação de Elmano Férrer ao rompimento eleitoral é de cunho administrativo, com a demissão de membros do PT que integravam a administração municipal: **Elmano vai demitir petistas da Prefeitura**, diz o enunciado da manchete do Diário do Povo que, no entanto, destoa da chamada para a coluna de opinião política do impresso: **Zózimo Tavares/ Ainda traumatizado, o PTB calou diante da nova rasteira que recebeu do PT de Teresina**. Enquanto no enunciado da manchete Elmano Férrer aparece como sujeito ativo, que retaliou os antigos aliados retirando-lhes os cargos, para o enunciador que representa a opinião do Diário do Povo, Elmano Férrer e seu partido, ainda reagiram timidamente diante de “mais

uma trapaça do PT” – como sugere o enunciador. Um enunciador provocador obtém uma resposta dura do PTB dois dias depois.



“Jornal Diário do Povo” – 27 de junho de 2012

A conclamação por uma resposta mais dura do PTB ao PT é dada pelo senador João Vicente Claudino, o mesmo que em 2010 teve o apoio a sua candidatura a governador preterida por Wellington Dias: **“Um ato covarde”**, destacado em aspas e com a imagem de João Vicente, trata da classificação do partido sobre a decisão do PT em romper a aliança com Elmano Férrer, o que também pode ser analisado com relação ao pleito de 2010, levantando assim um esforço do leitor em relação ao contexto institucional. A proposição de sentidos põe o PT e Wellington Dias em um histórico de decisões políticas tidas como egoístas e adjetivamente “covardes”.

A heterogeneidade é marcada e mostrada com a utilização das aspas, que indica um discurso reportado. Nota-se a ausência de verbos e substantivos no enunciado da chamada que indiquem que a fala pertence ao enunciador político, João Vicente. Essa indicação é feita com uma imagem do senador com as mãos levantadas e a boca entreaberta, dando a ilusão de fala no momento do registro fotográfico. O discurso heterogêneo revela ainda um sujeito oculto ao qual o enunciador político faz referência, ou seja, um terceiro enunciador responsável pelo “ato covarde”. Há um silenciamento do discurso do PT, que não tem espaço para explicações.

No campo do ideológico, há um apagamento do grupo político cujo conteúdo não coaduna com o que é explorado pelo enunciador jornalístico.

RECÔNCA, 29 DE JUNHO DE 2012

DIÁRIO
do Povo do Piauí

• ANO XXV Número 9.365 • www.diariodopovo-pi.com.br • Piauí: R\$ 2,00 - Outros Estados R\$ 3,00

PMDB negocia aliança com Elmano ou Firmino Filho

Sem partidos para se coligar e com o desgate da candidatura do deputado federal Marllós Sampaio, o PMDB está dividido entre o PTB e apoio à reeleição do prefeito Elmano Ferrer e o PSDB do deputado Firmino Filho. O partido ia anunciar a decisão ontem, mas adiou para hoje, e ontem à tarde, transferiu tudo para amanhã. **• PÁGINA 3**

"Um ato covarde"

O senador João Vicente Claudino (PTB) classificou de "um ato covarde" a decisão do PT de romper a aliança com o prefeito Elmano Ferrer (PTB). Para ele, Teresina não suporta traição. **• PÁGINA 3**

DELEGADOS do PT no plenarinho da Assembleia, ontem à noite: candidatura de Wellington definida

Delegados aclamam candidatura petista

Seguindo as determinações do Diretório Nacional, os delegados do PT em Teresina aclamaram ontem à noite a candidatura do senador Wellington Dias a prefeito da capital. De acordo com o presidente municipal do PT, Francisco Sales, a candidatura de Wellington Dias e a chapa pura são um consenso dentro do PT, com Cícero Magalhães como candidato a vice. A possibilidade de aliança, porém, não está descartada. **• PÁGINA 3**




“Jornal Diário do Povo” – 29 de junho de 2012

Enquanto no Diário do Povo, a confirmação da chapa formada por Wellington Dias e Cícero Magalhães é taxativamente denominada de covarde, um enunciador do O Dia opta por ser mais reticente: **JVC/ ‘Acho um ato de covardia, uma traição’**. A inserção do verbo “achar” no enunciado deixa a classificação da aliança de Wellington Dias sem o PTB como responsabilidade de João Vicente Claudino, e não do jornal, além de tornar menos convicta a declaração do senador. No enunciado, o ato covarde a qual João Vicente faz referência, está relacionado acima, com o enunciado da manchete: “PT confirma chapa pura com Wellington e Magalhães”.

JORNAL LÍDER EM CREDIBILIDADE

O DIA

R\$ 2,00
NACIONAL R\$ 4,00
Ano 61 // Nº 16.910

TERESINA, SEXTA, 29 DE JUNHO DE 2012



Estreias nos cinemas
Chegou às telonas dos Cinemas Teresina o filme "A Era do Gelo 4", na versão convencional e em 3D.
Capa Torquato



Respeito à diversidade
Uma exposição montada na Praça João Luís, no Centro de Teresina, marcou o Dia Internacional do Orgulho de Ser.
04 Em Dia

PT confirma chapa pura com Wellington e Magalhães

Em reunião realizada na noite de ontem, petistas de todas as tendências confirmaram a chapa pura com Wellington e Magalhães para PMT



Depois de muitas indefinições, o Partido dos Trabalhadores parece que chegou ontem à formação da chapa que deverá levar aos palanques este ano em Teresina. Na noite de ontem, em reunião entre todas as tendências do partido, ficaram confirmados os nomes do senador Wellington Dias (PT) e do deputado estadual Cícero Magalhães (PT) para as candidaturas de prefeito e vice-prefeito em Teresina. No entanto, com a chapa pura, o senador Wellington Dias e principal articulador da candidatura petista poderá ter muita dificuldade para conquistar o apoio dos partidos da base governista, como PSB e PCdoB. Pág. 03

14

14

14

14

JVC
"Acho um ato de covardia, uma traição"

Em entrevista coletiva, o senador João Vicente Claudino considerou "traição" e "ato covarde" a retirada do apoio do PT.

Pág. 03

Aliança com PTB

Arimatéia

Drogas

"Jornal O Dia" – 29 de junho de 2012

Na edição de 30 de junho, o enunciado da manchete do Diário do Povo (**TCE manda ao TRE lista de 1.22 'fichas-sujas'**) sobre fichas sujas que disputarão as eleições e uma foto em primeiro plano do senador Wellington Dias, propõe uma ligação de sentidos que pode caracterizar o senador como um dos "fichas-sujas". Nas principais imagens que ilustram a capa, Wellington Dias está com expressão séria, ao lado de membros do PT que também possuem expressão fechada, em um momento em que parece estar discursando, capturando assim uma "explicação" sobre sua candidatura e não uma "comemoração" como é proposto na imagem inferior que tem Elmano Férrer sorridente, em pé, abraçando seu candidato a vice-prefeito, Marllós Sampaio.

Os aliados do prefeito batem palmas e sorriem, contrapondo o lançamento da candidatura do prefeito em relação ao cenário discursivo onde o candidato do PT está inserido. O nome "PT" escrito numa faixa vermelha na foto do senador dialogiza com o enunciado da manchete, aproximando visualmente o nome da sigla com a expressão "fichas-

suja” presente no enunciado da manchete, que trata de candidatos com pendências na Justiça. O enunciado da chamada ao qual a foto faz referência é genérico (**Maioria dos partidos faz convenção hoje**), assim como o enunciado da legenda das fotos (**Wellington Dias entre Cícero Magalhães e Assis Carvalho (acima) e Marllis Sampaio e Elmano Férrer (ao lado): candidaturas deferidas**), com o subjetivismo do discurso marcado nas imagens.

Como contexto sociocultural, ressalta-se a predominância da cor vermelha na imagem de Wellington Dias que, além de ser maior que a imagem de Elmano Férrer, também chama o olhar do leitor pelo viés da cor. Com diversos pontos de vermelho, a imagem relaciona Wellington Dias ao PT, aproximando-o de uma imagem simbólica do partido, tido no imaginário popular como sigla com filiados engajados, que na imagem acompanham a fala do senador com expressão de atenção.

ANO XXV Número 9.366 • www.diariodopovo-pi.com.br • Piauí: R\$ 2,00 - Outros Estados R\$ 3,00

COLUNISTAS

Sebastião Nery
O Paraguai, com o pitto golpe que derrubou o presidente Lugo, continua asilado no tempo. ● PÁGINA 2

Esplanada
DPT se enrolou também Teresina, onde sai com chapa-para por falta de aliados. ● PÁGINA 6

Zózimo Tavares
O que interessa ao PMDB é estar no poder, mesmo que seja pelas beiradas. ● PÁGINA 10

INDICADORES

Dólar	compraR\$	vendaR\$
Comercial	2,90	2,91
Paralelo	2,07	2,19
Turismo	2,90	2,11
Euro	2,54	
Turismo	2,53	2,68
Ouro (onça)		US\$ 1.397,00
Ouro (BIM&F) gramas		R\$ 103,35
Uspj		R\$ 1,60

NESTA EDIÇÃO

1º CADERNO	CIDADES	
Editorial	2 Local	9/19/11
Política	3/4 Município	12
Opinião	5 Geral	13
Economia	6 Sebrae	14
Polícia	7 Esporo	15
Publicidade	8 Sociedade	16

GALERIA

Copa	17
Horoscopo	18
Viagem/Guia	19
Em 011	20

LINHAS QUENTES

classificados	2107.5005
assinatura	2107.5008
redação	2107.5000
publ. Estado	2107.5025
recursos	2107.5010

www.diariodopovo-pi.com.br

TCE manda ao TRE lista de 1.022 'fichas-suja'

from: Wagner Santos



O Tribunal de Contas do Estado encaminhou ao Tribunal Regional Eleitoral (TRE-PI) a lista com gestores e ex-gestores públicos que tiveram as contas rejeitadas e estão ineleáveis. A relação contém 1.022 nomes. De posse da relação, os promotores e juizes eleitorais devem impugnar as candidaturas daqueles que registram seus nomes como candidatos nas eleições municipais de outubro próximo. ● PÁGINA 4

Maioria dos partidos faz convenção hoje

PSDB, PTB, PT, PMDB e PSB, os partidos de maior densidade eleitoral em Teresina, realizam hoje as convenções partidárias para homologar as candidaturas a prefeito, vice-prefeito e vereador. É o prazo final para as convenções. Ontem, o PMDB anunciou a aliança com o PTB, indicando o deputado Marllis Sampaio como candidato a vice de Elmano Férrer. Até o início da noite, o PSDB ainda estava com o nome do vice indefinido. ● PÁGINA 3

WELLINGTON Dias entre Cícero Magalhães e Assis Carvalho (acima) e Marllis Sampaio e Elmano Férrer (ao lado): candidaturas deferidas

Greve nas universidades suspende matrículas de aprovados no Sisu

Os estudantes aprovados em 48 instituições federais de ensino superior não poderão fazer a matrícula através do Sisu por conta da greve dos servidores das universidades e instituições federais. As matrículas começariam ontem. No Piauí, estão em greve os professores e servidores da Ufpi e do IFPI. ● PÁGINAS 11 e 13

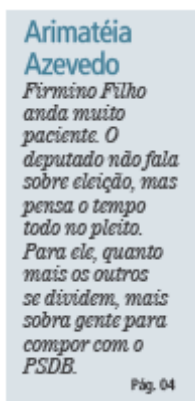
from: Wagner Santos

“Jornal Diário do Povo” – 30 de junho de 2012

5.1.3. *Firmino Filho*

O candidato mais votado e eleito prefeito no pleito de 2012, Firmino Filho, aparece mais como figurante do que como personagem principal nos jornais teresinenses durante o período eleitoral. Enquanto nas chamadas de capa, que oferecem visibilidade e importância aos assuntos, o contraponto de Elmano Férrer é Wellington Dias e vice-versa; Firmino Filho se opõe em menor grau apenas a Elmano Férrer na construção discursiva dos impressos. Destaca-se no contexto institucional, que a nível nacional, a oposição entre PT e PSDB não se repete como polarização local na campanha eleitoral de Teresina.

Ao realizar implicações e correlações que o leitor comum não teria acesso se não fosse por um interlocutor privilegiado, um enunciador no O Dia faz uma análise política com a chamada da coluna de Arimateia Azevedo, colocando em destaque o pré-candidato Firmino Filho: **Firmino Filho anda muito paciente. O deputado não fala sobre eleição, mas pensa o tempo todo no pleito. Para ele, quanto mais os outros se dividem, mais sobra gente para compor com o PSDB.** As implicações sobre o que o candidato a prefeito pensa, denotam que o enunciador jornalístico teria acesso direto a Firmino Filho ou a fontes próximas a ele, que divulgaram o conteúdo de seus planos em relação às eleições municipais. Verifica-se como contexto institucional, que o enunciado também critica indiretamente o PT e o PTB, que naquele momento viviam discussões sobre a formação de aliança ou candidatura própria visando o pleito na capital. A estratégia de pressuposição pelo enunciador do O Dia revela uma tendência de transferir para o “domínio do saber anterior, os conteúdos cuja circulação/imposição é julgada prioritária e, por conseguinte, interessa subtrair ao filtro da recepção” (REBELO, p.93, 2000).



“Jornal O Dia” – 23 de janeiro de 2012

Ao relatar o discurso do candidato Firmino Filho através da expressão “para ele”, um enunciador jornalístico marca a si próprio e um enunciador político (Firmino Filho), e ainda um terceiro enunciador que compartilha as informações com o enunciador jornalístico, notando-se assim uma heterogeneidade mostrada e marcada. Este enunciador não pedagógico, que mostra estar compartilhando uma informação com o leitor em tom de segredo, coloca o enunciatário em posição simétrica, convidando-o a apreciar um determinado ponto de vista.

Wellington Dias aparece corriqueiramente citado em notas de opinião, mas sem imagens, no Diário do Povo. No Meio Norte, ele tem sua imagem exposta de maneira ostensiva e em situações como a do dia 29 de janeiro, em que surge como uma figura sorridente, ao lado de uma eleitora. Com quatro vitórias consecutivas em eleições geral, sendo uma para deputado federal, duas para o Governo e uma para o Senado, a imagem do senador ainda possuía um *recall* significativo na memória do eleitor. O resgate à memória positiva do PT é feito não apenas com uma foto do senador sorridente, ao lado da esposa, Rejane Dias, mas também na chamada de capa que propõe: **Sucessão: Candidatos já em ritmo de campanha**, e tem como subtítulo: **Os candidatos a prefeito de Teresina já se movimentam em ritmo de campanha. O grupo da deputada Rejane Dias obteve o apoio da família de Francisca Trindade**. Destaca-se no contexto sociocultural, que Francisca Trindade, falecida em 2003, foi eleita deputada federal em 2002, estabelecendo o recorde de 165.190 sufrágios, número superado por Marcelo Castro, do PMDB, em 2010. Desde sua chegada a Brasília era cotada para disputar as eleições para Prefeitura de Teresina em 2004, porém seu falecimento prematuro alterou os rumos da disputa.

Para Firmino Filho, basta ao enunciador do Meio Norte, a citação de cumprimento da agenda, além da foto em posição abaixo daquela em que Wellington Dias aparece: **Firmino Filho, do PSDB, também cumpriu agenda**, complementa o enunciado do subtítulo.

Enquanto para Wellington é trazido um fato novo e positivo, ou seja, o apoio da família de uma parlamentar bem votada, para Firmino Filho, além da foto hierarquicamente inferior, não há nenhum fato narrado além do cumprimento protocolar de agenda. Há uma tentativa de um enunciador jornalístico, portanto, de equilibrar a divulgação das candidaturas revelando, no entanto, predileção por direcionar o olhar do leitor a Wellington Dias tanto pela imagem em destaque, como pelo conteúdo – um fato novo – relacionado ao pré-candidato do PT. Essa estratégia de hierarquização – colocando em cima os temas mais importantes - também revela o interesse pelos assuntos abordados na capa, confirmando que Firmino Filho é secundário a Wellington Dias para um enunciador no Meio Norte.

Candidatos já em ritmo de campanha

Os candidatos a prefeito de Teresina já se movimentam em ritmo de campanha. O grupo da deputada Pejane Dias obteve o apoio da família de Francisca Trindade, Firmino Filho, do PSDB, também cumpriu agenda ►► **D/3**

► APIPA

Violência contra animal tem aumento

A Associação Piauiense de Proteção e Amor aos Animais tem recebido um grande volume de denúncias de maus-tratos contra bichos na capital. A entidade faz acompanhamento após adoção dos animais. ►► **D/1**

Casa&cia
As texturas que imitam palha, bambu e outras fibras estão em alta na decoração. Elementos naturais são cada vez mais valorizados nos projetos de arquitetura de interiores. Veja dicas e opções. ►► **D/1**



SIMBOLOGIA | Família de Francisca Trindade com o senador Wellington Dias



CALOR HUMANO | Firmino Filho recebe abraço de senhora no sábado

“Jornal Meio Norte” – 29 de janeiro de 2012

Tanto na imagem do candidato do PSDB, como na fotografia do candidato do PT, os personagens têm o olhar direcionado a outros personagens em cena e não ao enunciatório, deixando assim o leitor em uma posição de observação. No contexto sociocultural, ressalta-se que o uso das cores aliadas ao imaginário político-partidário, pode causar maior identificação e reforço de sentidos no leitor, portanto, nota-se que na imagem de Wellington Dias destaca-se a cor vermelha, associada ao PT, enquanto na imagem de Firmino Filho prevalecem os tons azuis, também relacionados ao PSDB. Um enunciador jornalístico também coloca-se como testemunha dos acontecimentos, já que as imagens são colocadas como espontâneas.

O tema do uso da máquina pública nas eleições, por parte de Elmano Férrer, vem à tona com um caráter mais informativo do que opinativo na construção do enunciado do Jornal O Dia. Uma chamada de capa para a coluna de Arimatéia Azevedo propõe em seu enunciado no dia 19 de fevereiro a antecipação da campanha por parte de Elmano Férrer. **Ação contra Elmano/ PSDB ingressa com ação contra prefeito Elmano Férrer por propaganda ilegal e promoção pessoal, em peça sobre passagem de ônibus.** Firmino Filho, então pré-candidato do PSDB a prefeito, é silenciado por um enunciador do O Dia, não tendo seu nome citado como o responsável pela ação judicial, ficando assim distante das disputas judiciais.

O tema eleições 2012 ligado a judicialização e implicitamente a Firmino, também aparece diretamente no Jornal Diário do Povo, quando em uma chamada na lateral direita no dia 19 de fevereiro, um enunciador jornalístico diz: **PSDB leva o prefeito Elmano Férrer a Justiça.** Um enunciador pedagógico, utilizando-se da heterogeneidade mostrada, destaca a ação popular ajuizada pelo Diretório Municipal do PSDB por suposta quebra do princípio da impessoalidade e moralidade administrativa, silenciando o nome de Firmino Filho como candidato do PSDB.

Sem colocar ao leitor no enunciado da chamada o conteúdo da ação judicial contra Elmano Férrer, deixando vago o motivo da denúncia, um enunciador do Diário do Povo também omite o nome de Firmino Filho, que neste momento, mesmo sendo o único nome trabalhado pelo PSDB como pré-candidato a prefeito pela sigla, não figura como sujeito interessado nos benefícios do julgamento favorável da ação judicial. Destaca-se ainda que Elmano Férrer tem seu nome destacado com o substantivo “prefeito”, dando ao pré-candidato o caráter de autoridade.

PSDB leva o prefeito Elmano Férrer à Justiça

O Diretório Municipal do PSDB de Teresina ajuizou ação popular contra o prefeito Elmano Férrer, por quebra do princípio da impessoalidade e moralidade administrativa. Para os tucanos, o prefeito infringe a lei quando

aparece em peça publicitária institucional veiculada nos canais de televisão anunciando a gratuidade da segunda passagem no sistema de integração das linhas de ônibus da capital. A assessoria do prefeito diz que não estranha o processo.

● PÁGINA 3

Em março, com Elmano Férrer e Wellington Dias do mesmo lado da disputa, as atenções se voltam para a polarização entre Firmino Filho e Elmano Férrer. No dia 29 de março, um enunciador jornalístico do Meio Norte aborda o aspecto econômico dos grupos políticos envolvidos na disputa: **Elmano Férrer/ Firmino deu concessão milionária ao Credi Shop**. Revelando uma heterogeneidade mostrada, um enunciador jornalístico no Meio Norte não usa de aspas para colocar em estrutura afirmativa a acusação feita por Elmano Férrer contra Firmino Filho, assumindo ao leitor o tom de fato, e não de acusação a ser provada. O enunciado do subtítulo traz acusações de Firmino contra Elmano, para então contradizê-las com as respostas do candidato do PTB. O uso das aspas no discurso relatado no enunciado do subtítulo, reitera a heterogeneidade mostrada e marcada no discurso: **O prefeito Elmano Férrer retrucou a afirmação do deputado Firmino Filho de que o petebista “confia muito no poder do dinheiro e no dinheiro do poder” em uma clara busca de vincular a imagem do gestor municipal ao poderio econômico do Grupo Claudino. Elmano diz que Firmino foi quem assinou concessão milionária ao Credi Shop, dando prejuízo de R\$ 11 milhões à PMT.**

→ **Elmano Férrer**

Firmino deu concessão milionária ao Credi Shop

↻ O prefeito Elmano Férrer retrucou a afirmação do deputado Firmino Filho de que o petebista “confia muito no poder do dinheiro e no dinheiro do poder” em uma clara busca de vincular a imagem

do gestor municipal ao poderio econômico do Grupo Claudino. Elmano diz que Firmino foi quem assinou concessão milionária ao Credi Shop, dando prejuízo de R\$ 11 milhões à PMT. ▶ **A/3**

“Jornal Meio Norte” – 29 de março de 2012

Para o entendimento das implicações presentes no enunciado, resgata-se o contexto institucional, onde o PTB, partido de Elmano Férrer, era presidido naquele momento no Piauí em nível estadual pelo senador João Vicente Claudino, filho de João Claudino, um dos homens mais ricos do Estado e dono do grupo Claudino, ao qual pertence o cartão de crédito Cred Shop. A associação entre poder econômico, com insinuações de favorecimentos financeiros ilícitos à campanha de Elmano Férrer, era constantemente destacada pela

oposição, especialmente por Firmino Filho, já que Wellington Dias havia se associado nas eleições de 2006 à João Vicente Claudino, mantendo ainda laços com o PTB.

Quando trata de críticas feitas por Firmino Filho a Elmano Férrer, O Dia reserva um espaço lateral, sem fotos, geralmente dedicado à parte de opinião do impresso, optando também por formulações enunciativas vagas, que não expõem o sujeito criticado (no caso, Elmano Férrer), como ocorreu na edição do dia 20 de maio. No enunciado **Firmino faz críticas a Elmano**, que tem como enunciado do subtítulo: **Durante encontro do PSDB ontem, 19, o deputado estadual Firmino Filho fez críticas à administração de Elmano Férrer, afirmando que sua gestão está dando ‘marcha ré’**, um enunciador que preza pela pedagogia, utiliza a metáfora da corrida com a alusão à “marcha ré”. Com dois enunciadores políticos (Firmino e Elmano), um enunciador jornalístico relata os fatos buscando criar o sentido de distanciamento e objetividade.

No dia 28 de junho, o apoio de uma sigla emergente, o PT do B, a Firmino Filho, é retratado com uma imagem onde tanto o candidato do PSDB, com as mãos para baixo e a boca serrada, e os aliados demonstram o oposto de um clima comemorativo nas expressões faciais e corporais. **Aliança/ PT do B reafirma apoio a Firmino**, diz um enunciador pedagógico no enunciado da chamada inferior do impresso O Dia. Os personagens em cena não fitam o leitor, enquanto um enunciador jornalístico registra um momento de desconforto que se contradiz com o enunciado que trata da celebração de um apoio político, podendo revelar assim uma voz discordante do sentido do enunciado proposto. Na mesma edição, no enunciado da chamada da coluna de Arimatéia Azevedo, um enunciador não-pedagógico assume o tom de aconselhamento a Elmano Férrer: **Cheguei a alertar Elmano de que os petistas com os quais ele estava se alinhando iriam mamar, mamar nas tetas da PMT só até a convenção. Mas a culpa é do próprio Elmano. Ele comprou os carrapatos pensando que ganharia os bois.**

Com o discurso direto e sem reportar falas de terceiros, um enunciador usa como estratégia para manter seu espaço de poder marcando-se no enunciado como um interlocutor privilegiado e com acesso aos políticos. É a voz do próprio jornalista que se ouve, e não a de uma entidade jornalística asujeitada. Verifica-se que a separação da fala do enunciador jornalístico da fala do enunciador político denuncia uma heterogeneidade mostrada, onde um enunciador jornalístico tenta posicionar-se como sujeito neutro. Apesar da sugestão de uma só voz, fica implícito que a polifonia presente no enunciado é constituída por vozes consonantes, que são convocadas para concordar com o enunciador jornalístico. O enunciado em primeira pessoa, remetendo a uma confissão, é profícuo em metáforas, comparando os petistas a

espécies de aproveitadores e “carrapatos”, ao mesmo tempo em que responsabiliza Elmano Férrer pela decisão do PT de terminar a aliança. Ao usar também uma linguagem informal com metáforas de baixo calão como “mamar nas tetas”, o enunciador tenta se aproximar do leitor, fazendo-o de cúmplice das críticas veladas ao senador Wellington Dias.

Arimatéia Azevedo
Cheguei a alertar Elmano de que os petistas com os quais ele estava se alinhando iriam mamar, mamar nas tetas da PMT só até a convenção. Mas a culpa é do próprio Elmano. Ele comprou os carrapatos pensando que ganharia os bois.
 Pág. 04

Pesquisa revela dificuldade alimentar nas crianças
 Capa Em Dia

Fechamento
 21h

Edição
 28.06.12
 44 páginas

Lagoas do Norte
Teresina ganha hoje novo atrativo turístico
 Considerado a maior intervenção urbanística em Teresina, o projeto Lagoas do Norte terá sua primeira etapa entregue hoje à população. A obra, realizada na zona Norte de Teresina, é uma realização da Prefeitura Municipal através de recursos do Banco Mundial e em parceria com o Governo Federal (FAC).
 08 Em Dia

Obras no Aeroporto serão entregues dia 9 de julho

As obras de ampliação da casa de passageiros, com novas áreas para embarque e desembarque, custaram R\$ 4,5 milhões
 Está prevista para o dia 9 de julho a entrega das obras dos Módulos Operacionais (MOF) no Aeroporto de Teresina. A informação foi confirmada ontem pelo superintendente da Infraero no Piauí, Wilson Estrela, durante visita do governador Wilson Martins. Com as obras, novas áreas para embarque e desembarque de passageiros serão construídas no terminal.
 Pág. 02

Denúncia
Pizza com baratas é servida por restaurante
 04 Em Dia

TSE
Às vésperas de pleito, prefeita é cassada
 O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) reafirmou a decisão da Justiça Eleitoral piauiense e determinou o afastamento imediato da prefeita e do vice da cidade de Nossa Senhora de Nazaré. A decisão foi proferida pelo ministro Cezar Luiz. 07 Em Dia

Futebol
Troféu rende homenagem a Octávio Miranda
 Pág. 07

Aliança
PT do B reafirma apoio a Firmino
 Pág. 05

O pré-candidato à Prefeitura de Teresina, deputado Firmino Filho (PSDB), recebeu a confirmação de aliança com o PT do B.

10 mil metros

“Jornal O Dia” – 28 de junho de 2012

A ausência da imagem de Firmino Filho no Jornal Meio Norte é evidenciada com o enunciado da manchete da edição do dia 30 de junho, último prazo para as convenções partidárias. Os representantes das siglas menores também estão ausentes na cena discursiva, seja sem citação nominal ou em fotografia. Mesmo com mais candidaturas postas, só três são

retratadas por imagens e quatro são apontadas no enunciado da manchete: **Eleição inédita tem 4 nomes competitivos**. Evidenciando apenas os nomes “competitivos”, o enunciador jornalístico do Meio Norte coloca como figurantes os demais candidatos, cujas chances de vitória já são retiradas antes mesmo do início oficial da disputa eleitoral. Ressalta-se no contexto situacional, que Firmino Filho, que liderava as pesquisas de intenção de voto não aparece nas imagens, que mostram Elmano Férrer e seu candidato a vice, o deputado federal Marllos Sampaio, em uma coletiva de imprensa. Elmano Ferrer, sorridente, cercado de apoiadores, demonstra oposição à expressão fechada nas fotografias dos dias em que o apoio do PT à sua chapa foi retirado. Uma solução ao conflito político é sugerida com a presença de Marllos Sampaio, do PMDB, da vereadora Teresa Birtto, do Partido Verde (PV) e do deputado estadual Evaldo Gomes, do Partido Trabalhista Cristão (PTC), lideranças políticas que surgem na cena enunciativa e demonstram prestígio político ao candidato. A metalinguagem da foto está presente com o registro feito pelo enunciador jornalístico de uma câmara fotográfica que também registra o mesmo momento. O silenciamento de Firmino Filho pode ser interpretado como resultado de uma estratégia do Meio Norte de negar a legitimidade do pré-candidato do PSDB na disputa eleitoral.

Beto Rego, por sua vez, é fotografado em uma imagem cujo estúdio aparece ao fundo, abraçando uma jovem, com uma expressão mais séria. A candidatura de Beto não está no cenário da rua e, portanto, denota “montagem”, tanto da imagem fotográfica, como do candidato, que não dirige-se ao leitor pelo viés do olhar, nem troca olhar com a eleitora. Wellington Dias, também sozinho, por outro lado, surge discursando com a característica camisa vermelha, cor do seu partido. A cor recorrentemente é ressaltada durante a campanha quando o candidato é citado pelos enunciadores do Meio Norte. A imagem de vigor político e movimento— com a mão de Wellington Dias trêmula ao falar no discurso -, de firmeza no ato da fala e também do símbolo político, ressaltado em um broche na camisa de Wellington Dias, são alguns dos sentidos que podem ser captados pela imagem. Com o microfone em mãos e sem mais ninguém para dividir a cena discursiva, Wellington Dias opõe-se a Elmano Férrer — que apenas observa seu candidato a vice falar — e a Beto Rego, que interage com uma eleitora em um cenário de artificialidade, sem que sejam vislumbrados personagens que surjam para apoiá-lo politicamente, e também tirando dele o protagonismo que é observado na imagem do candidato do PT.

ANO XVII Nº 7281 TERESINA (PI), CAPITAL DO MEIO-NORTE DO BRASIL

Pesquisa CNI | Aprovação pessoal de Dilma é de 77% ▶ A/6

SUCESSÃO | Nomes de vices ainda faltavam ser definidos. Hoje é dia de convenções

Eleição inédita tem 4 nomes competitivos

Wellington Dias (PT), Elmano Férrer (PTB), Beto Rego (PSB) e tucano Firmino Filho (PSDB) terminam a noite de sexta-feira como candidatos a prefeito de Teresina. ▶ A/3

Audi está apresentando o novo modelo top de sua recente revisão de série do modelo Q5. Trata-se do Audi TDI SQ5, um modelo sensível e altamente eficiente. ▶ D/1

Carro&cia



NA DISPUTA | Marllos e Elmano confirmam chapa. O apresentador Beto Rego recebe o carinho da filha e Wellington Dias afirma que está confiante numa vitória até mesmo no primeiro turno na capital

TURBAC (08) 3131-7283

financ

“Jornal Meio Norte” –30 de junho de 2012

Quando o Meio Norte observa quatro candidatos competitivos, O Dia insere um candidato minoritário na soma, aumentando para cinco os postulantes a chefe do Executivo municipal em Teresina. Com o enunciado da manchete **Cinco candidatos entram na disputa em Teresina**, um enunciador no O Dia na edição de 30 de junho, prioriza em primeiro plano a imagem de Elmano Férrer cercado de diversos políticos conhecidos, como o senador Ciro Nogueira, do Partido Progressista, e de seu candidato a vice, Marllos Sampaio, do PMDB, enquanto Firmino Filho está em uma imagem abaixo, ao lado de dois aliados de uma sigla emergente, o PSC.

Como partidos personificados por políticos são tradicionais na política brasileira, no enunciado da chamada para a foto de Firmino Filho, o enunciador do O Dia identifica o PSC como “partido de Mão Santa”, um ex-governador e ex-senador piauiense. A estratégia discursiva também visa conferir mais prestígio ao apoio político conquistado por Firmino, apelando para o argumento de autoridade. Wellington Dias, Beto Rego e Daniel Solon são os demais candidatos silenciados por imagens, já que o enunciador do O Dia filtrou e forneceu ao leitor uma perspectiva onde a disputa eleitoral ganha mais visibilidade em sua largada aos candidatos do PTB e do PSDB. Essa é também uma estratégia no campo do ideológico cujo efeito é manter distante do olhar do leitor aqueles sujeitos que um enunciador jornalístico não concede o poder de falar nem de aparecer, permanecendo silenciados.



Time de columnistas

A partir deste domingo, os leitores de O DIA contarão com as colunas assinadas pelos jornalistas Luis Fernando Veríssimo e Miriam Leitão. Referência de credibilidade, os columnistas reforçam um time que já conta com Ricardo Noblat e Dora Kramer.

Casa Torquato

Arimatéia Azevedo

Do deputado estadual Firmino Filho, sobre a aliança de Marllon com Elmano: 'eles vão ser mais felizes do outro lado!'. Para ter Marllon feliz do seu lado, Firmino ficou até às 4h de ontem aguardando um sinal verde do PMDB.

Pág. 04

Cinco candidatos entram na disputa em Teresina

As convenções deverão homologar as candidaturas de Beto Rêgo (PSB), Daniel Solon (PSTU), Elmano Férrer (PTB), Firmino Filho (PSDB) e Wellington Dias (PT).



Em entrevista coletiva, o prefeito Elmano Férrer (PTB) anuncia o deputado federal Marllon Sampaio (PMDB) vice em sua chapa.

Depois de muitas reviravoltas na política local, a disputa pela Prefeitura de Teresina deverá contar com as candidaturas de Beto Rêgo (PSB), Elmano Férrer (PTB), Daniel Solon (PSTU), Firmino Filho (PSDB) e Wellington Dias (PT). Hoje, os partidos políticos realizam as convenções para homologar os candidatos e as coligações que serão levadas aos pleiteantes. Com esta configuração, a disputa pela Prefeitura deverá ser acirrada.

Pág. 03

PTB e PMDB

"É a chapa dos sonhos", afirma Elmano

Pág. 03

Ficha Suja

Tribunal de Contas do Estado divulga lista de inelegíveis

Um documento com mais de 60 páginas (disponível no PortalODIA.com) contém a lista dos gestores públicos considerados inelegíveis para o pleito

deste ano. São gestores que tiveram as contas de gestão reprovadas no período de 2004 até 2012, na Primeira e Segunda Câmara Civil e plenário do Tribunal de

Contas do Estado (TCE). Na reunião da 1ª Câmara, a maioria dos 100 membros são diretores de hospitais regionais.

Pág. 02

Palmeirais

Vilarinho deixa PMT para disputar eleição

07 Era Dia

Mudança

Contas sujas são liberados pelo TSE

Pág.02

Adesão

Partido de Mão Santa fecha com Firmino

Pág.03



Pré-candidato à Prefeitura de Teresina, Firmino Filho (PSDB) recebeu ontem o apoio do PSC.



IBGE

Piauí possui o

"Jornal O Dia" – 30 de junho de 2012

Com os microfones da imprensa direcionados a si, Elmano Férrer é o protagonista da cena discursiva no O Dia, ao contrário da imagem em que passivamente observa o seu candidato a vice falar na fotografia utilizada no Meio Norte.

5.1.4. Beto Rêgo

No dia 15 de fevereiro o candidato do PSB a prefeito, o apresentador da Rede Meio Norte, que integra o Sistema Meio Norte de Comunicação, Beto Rego, aparece em uma foto

com destaque direito inferior no Jornal Meio Norte. O enunciado da chamada diz: **Ronda oferece troféu ‘Tolete’ a operadoras**, em referência ao programa “Ronda” apresentado por Beto Rego na emissora do mesmo grupo de comunicação. Um enunciador jornalístico é pedagógico, pré-ordenando o universo do discurso e explicando ao leitor ao mesmo tempo em que mantém uma distância dele.

Destaca-se como contexto situacional, que o comunicador de programas de cunho popular, que naquele momento tinha seu nome vinculado a uma possível candidatura a vereador, aparece assim pela primeira vez durante a pré-campanha como um porta-voz da população em relação a uma das queixas mais comuns dos piauienses, a qualidade dos serviços de telefonia. O elemento do humor também permanece, não só com a palavra “tolete”, de baixo calão, mas também com a imagem que um enunciador jornalístico escolheu para ilustrar a mensagem, na qual Beto Rego aparece interpelando o leitor pelo viés do olhar, ao lado de dois palhaços, personagens do mesmo programa. Nos outros jornais pesquisados, Beto Rego só tem o nome citado nas capas dos impressos quando passa a ser cogitada sua candidatura a prefeito, denotando por um lado a valorização do Meio Norte pelo profissional da casa. Destaca-se ainda que naquele momento Beto Rego já figurava como pré-candidato a vereador de Teresina, tendo a visibilidade como apresentador usufruída politicamente. No enunciado da legenda da imagem, o apresentador é citado pelo primeiro nome, “Beto”, que também é usado como nome de campanha durante as eleições: **TV/ Ronié, Beto e Chupetinha com o troféu das operadoras.**



TV | Ronié, Beto e Chupetinha com o troféu das operadoras

→ **Telefonia**

Ronda oferece troféu ‘Tolete’ a operadoras

O programa Ronda do Povão iniciou uma enquete que vai dar o que falar. Telespectadores e internautas do portal

meionorte.com estão elegendo a pior empresa de telefonia do Piauí. A ‘vencedora’ vai ganhar o troféu “Tolete”. ► **B/2**

O pré-candidato Beto Rego passa a ser retratado como nome viável para a disputa eleitoral, merecendo assim espaço na capa do Meio Norte em tema relacionado ao pleito de 2012, na edição do dia 14 de junho: **PMT/ Beto diz que aceita ser candidato a prefeito**, diz o enunciado de uma chamada superior na capa do jornal, tendo como ilustração uma foto de Beto, encarando o leitor com expressão séria – em oposição à imagem corriqueira de brincadeiras com palhaços em seu programa diário, corroborando assim o sentido do enunciado que trata do universo político e requer maior seriedade. O humor, antes destacado pelos enunciadores no Meio Norte, agora é subtraído por um enunciador pedagógico, que classifica os assuntos (“PMT”) e adota caráter impessoal. Um enunciador jornalístico no Meio Norte também propõe Beto Rego como sujeito que está dando uma resposta a um pedido de candidatura a prefeito, deixando transparecer em uma heterogeneidade constitutiva, uma outra voz, além da Beto Rego, que supostamente clama pela candidatura do apresentador.

Quinta-feira | CAPITAL E ECONOMIA R\$ 2,00 | CIRCULAÇÃO DIÁRIA 10.000 | CIRCULAÇÃO MENSAL 300.000 | CIRCULAÇÃO ANUAL 3.600.000 | CIRCULAÇÃO MENSAL 300.000 | CIRCULAÇÃO ANUAL 3.600.000

TERESINA | NESTA EDIÇÃO DE POLÍTICA, ECONOMIA E CULTURA

meionorte.com

meionorte

ANO XVII Nº 7245 TERESINA (PI), CAPITAL DO MEIO-NORTE DO BRASIL

PMT | Beto diz que aceita ser candidato a prefeito >> A/3

CRIMES | Grupo que foi preso no Maranhão era responsável por desvios e agiotagem

Preses quadrilha que matava no Piauí e MA

Pistoleiro que matou o jornalista Décio Sá, em São Luís (MA), é o mesmo que assassinou em Teresina o corretor de automóveis Fábio Brasil. Operação prendeu 7 no Maranhão. >> B/7

Um quilômetro derrubado para não a que o formato do solo e a cor do solo não seja afetado. Você vai se surpreender com as revulsões. >> B/4

Emergências Seca atinge 134 cidades do Estado. No total, 134 municípios brasileiros decretaram emergência e foram reconhecidos pelo governo federal, segundo o presidente da APRE, Francisco Macedo. Ele diz que a situação é muito complicada e que há falta de saneamento e água para os animais, que sofrem os efeitos da estiagem. >> A/10

Inclusão Projeto leva cidadania para lavadeiras na capital. Inclusão de trabalhadores que atendem sobre economia doméstica, cuidados com a saúde e o meio ambiente e também assistência jurídica e assistência social. O projeto beneficia cerca de 200 lavadeiras. >> B/1 e 3

ACIDENTE | Populares observam corpo de eletricista coberto com tarço em cima de muro, na zona sul da capital

Ao “aceitar” e não se “propor” candidato, Beto Rego não está mais como sujeito político comum que almeja o cargo político por ambição pessoal, mas como sujeito compelido por uma conclamação de cunho superior, do partido e do povo, como também propõe em segundo plano um enunciador jornalístico no Meio Norte, ao utilizar uma foto-manchete onde o tema era uma descarga elétrica, mas cuja imagem de populares em um cenário pobre e um homem olhando para cima (onde está a imagem de Beto), dialogiza com o pré-candidato do PSB em relação aos eleitores mais humildes em uma ligação de sentidos dialógica, já que também requer do leitor a interpretação que associe Beto Rego ao programa policial que apresenta e cujo maior fatia dos telespectadores advém das classes menos favorecidas economicamente.

O elemento “novidade” é associado a Beto Rego por um enunciador jornalístico no Meio Norte na edição de 20 de junho: **Surpresa/ Beto Rego pode garantir o segundo turno.** O candidato do PSB como elemento surpresa para desestabilizar o cenário eleitoral ainda polarizado entre Firmino Filho e Elmano Férrer é considerado por um enunciador no Meio Norte como fato equivalente ao interesse dos leitores do que a posição do pré-candidato que naquele momento liderava a disputa, Firmino Filho. No contexto situacional, um enunciador jornalístico faz ao leitor a “tradução” de uma pesquisa divulgada pelo Instituto Amostragem contendo o nome de Beto Rego. O uso do verbo “pode” transmite o sentido de incerteza. Mantendo a pedagogia, um enunciador jornalístico convida o leitor para conferir os números da pesquisa e os cenários propostos quando escolhe esconder as porcentagens do enunciado da manchete. O substantivo “surpresa”, utilizado para adjetivar o cenário da pesquisa eleitoral, revela ainda um enunciador mais informal, que compartilha com o leitor a cumplicidade com a constatação de que o apresentador da Meio Norte pode ter participação política capaz de mudar os rumos das eleições em Teresina.

→ **Quarta-feira** | FECHAMENTO | DÓLAR | VALORES | EURO | TEMPO

23h30	Capital e Interior	R\$ 2,00	Comercial	1,00	2,07	Paraná	0,00%	20%	23h	23h	23h
	OUTROS ESTADOS	R\$ 2,50	Turano	1,80	2,10	RS	10%	15%			

TERESINA | NESTA EDIÇÃO
20 de junho de 2012 | 4 CADERNOS

meionorte.com

meionorte

ANO XVII Nº 7271 | TERESINA (PI), CAPITAL DO MEIO-NORTE DO BRASIL

Processos | TRE inocenta Wilson e Firmino Filho ▶ A/4

4G
Essa tão esperada internet está chegando aos poucos no Brasil. Mas o que precisamos saber sobre ela? Esta edição traz as diferenças do novo formato em relação ao tradicional 3G. ▶ D/1

PESQUISA | Amostragem revela mudança no quadro sucessório, com apresentador em segundo

Surpresa: Beto Rego pode garantir 2º turno

Tucano Firmino Filho aparece com 42,88% das intenções de voto e em segundo despoenta Beto Régio, com 17,12%. Pela primeira vez que o segundo turno é possível nas eleições deste ano na capital. ▶ A/3

“Jornal Meio Norte” – 20 de junho de 2012

A proposta, implícita pelo jogo fotográfico, de que a candidatura de Beto Rego é sustentada pelo cacife do governador Wilson Martins, do mesmo partido, é construída com duas imagens – de Wilson Martins e de Firmino Filho – no espaço superior à manchete, em um enunciado cujo conteúdo remete a processos eleitorais em julgamento. A histórica aproximação no Piauí do PSDB com o PSB, com a foto de Firmino Filho ao lado de Wilson Martins, lembra agora ao leitor que os políticos não podem mais estar do mesmo lado, já que o candidato defendido pelo governador retira votos do deputado do PSDB. Um enunciador jornalístico sugere um novo cenário em que Wilson Martins e Firmino Filho são opositores e personagens de destaque equivalente a Beto Rego.

As imagens do deputado e do governador escolhidas por um enunciador jornalístico revelam personagens que não interagem com o leitor pelo viés do olhar e, portanto, mostram políticos que não veem os destinatários. Ambos estão com microfones incluídos na cena enunciativa, revelando a imprensa presente como interlocutora e capaz de trazer explicações. Um enunciador jornalístico usa da pedagogia para estabelecer relação com o leitor, classificando temas (“processos”) e mantendo uma postura didática: **Processos/TRE inocenta Wilson e Firmino Filho**. Ao fazer referência a processos judiciais respondidos pelo candidato do PSDB, um enunciador no Meio Norte também dialogiza com o enunciado da manchete onde prevalece Beto Rego como principal personagem. Apreende-se a sugestão do passado político de Firmino Filho em oposição a Beto Rego, que figura como fator de novidade na política, portanto, sem passado para ser questionado.

A “ascensão meteórica” de Beto Rego, como diz o próprio enunciador jornalístico do Meio Norte, é tema da manchete do dia 21 de junho. Repercutindo a manchete do dia anterior e reverberando como fato político a pesquisa de intenção de votos encomendada pelo veículo

impresso, o Meio Norte também insere-se indiretamente no pleito, organizando e propondo temas no mundo da política. A imagem de um homem praticando esporte e, portanto, também “dando um salto” – assim como Beto Rego nas pesquisas – faz alusão dialógica a candidatura do socialista e ao momento político, onde partidos e alianças diversas equilibravam-se antes do anúncio formal das chapas que disputariam as eleições. No campo das polifonias, não é Beto Rego quem fala como enunciador político sobre o resultado que o coloca como novo elemento de impacto na disputa eleitoral na capital piauiense, e sim o governador Wilson Martins, que funciona na construção do enunciado do Meio Norte como sujeito de ação capaz de determinar os rumos também da disputa municipal: **Wilson quer Beto o candidato dos aliados.**

Neste enunciado, observam-se heterogeneidades marcadas, com a voz do enunciador jornalístico sobressaindo-se das demais. Neste espaço discursivo de poder, um enunciador jornalístico não permite contra-argumentações, anulando possíveis vozes opositoras. Além de Wilson Martins e Beto Rego como enunciadores políticos, o aliados não nomeados pelo enunciador do Meio Norte, fazem referência ao termo recorrente nas eleições gerais de 2010: “base aliada”, ou seja, um grupo de siglas partidárias que apoiou a reeleição de Wilson Martins. Ressaltando o contexto institucional, faz-se assim, uma ligação entre o pleito anterior e a eleição atual como eventos contínuos, cujas direções e grupos atuam sem maiores conflitos – ou assim observa um enunciador no Meio Norte.

meionorte
ANO XVII Nº 7272 TERESINA - PI, CAPITAL DO PIAUÍ - NOROESTE DO BRASIL

Rio+20 | Dilma é eleita presidente de conferência >>> A10

AMOSTRAGEM | Ascensão meteórica de Beto Rego provoca grande repercussão na capital

Wilson quer Beto o candidato dos aliados

Pesquisa apontando 2º turno faz com que partidos mantenham candidaturas próprias para Prefeitura de Teresina. Apresentador Beto Rego surpreendeu ao aparecer na segunda posição. >>> A10

18 anos mais, a beleza não muda. Confira as dicas para manter a beleza e a saúde. >>> A10

Plano
Petrobras quer combustíveis 15% mais caro
O Plano de Negócios da Petrobras está sendo discutido de volta de cima na companhia que a companhia resolve por seus combustíveis. Não há o percentual que a Petrobras quer para negociar com o Brasil seu preço de venda de gás. >>> A10

Trânsito
Infrações leves têm alto índice
O número de infrações leves registradas em Teresina, como uso de celular enquanto dirige, é muito alto em 2011. Em 141 pontos de fiscalização, os agentes constataram que as infrações leves estão bem acima do número de infrações médias e graves. >>> A10

Inclusão
Espaço Lúdico é arma para ensinar brincando
Durante os últimos 5 anos, o Espaço Lúdico, criado pela Prefeitura de Teresina, fez um trabalho de socialização e ao mesmo tempo um trabalho de inclusão social com as famílias e a comunidade. Nesse espaço as crianças aprendem a lidar com a vida e a aprender nas brincadeiras. >>> A10

ELIZE MATSUNAGA VAI PARA 'PRESÍDIO DE CARAS' >>> A12

Em alta
Brasil já tem 165 mil milionários
A população de milionários no Brasil cresceu 10% em 2011. Já em 2011, mais de 165 mil brasileiros tinham mais de R\$ 1 milhão em bens. >>> A12

For Teens
Adolescentes 'reinventam' corda bamba
Quem disse que a corda bamba é coisa de criança? Não é mais. Agora ela é usada por adolescentes. >>> A12



“Jornal Meio Norte” – 21 de junho de 2012

Abordado de maneira a se aproximar do eleitor através de uma caricatura, ou seja, com o traço infantilizado e próximo ao humor, Beto Rego aparece na chamada superior do Meio Norte na edição do dia 22 de junho, quando um enunciador jornalístico repercute a pesquisa de opinião entre os eleitores, como novos dados: **Pesquisa | Homem e mulher têm preferência diferente**, diz o enunciado da chamada, com uma caricatura de Beto Rego ao lado e abaixo, em uma foto que ilustra matéria sobre festas juninas, um homem e uma mulher simples mas caracterizados em uma quadrilha, corroborando em dialogia ao leitor o sentido da chamada política. A caricatura do apresentador reforça o fato dos dados da pesquisa relacionarem-se a Beto Rego. Um enunciador pedagógico evita marcar-se na cena discursiva e não mostra vozes discordantes, caracterizando-se com uma heterogeneidade constitutiva.

→ **Sexta-feira**

TERESINA | NESTA EDIÇÃO
2012
4 CADORNOS

meionorte.com

meionorte

ANO XVII Nº 7273

TERESINA (PI), CAPITAL DO MEIO-NORTE DO BRASIL

FECHAMENTO	DÓLAR	VALORES	EURO	TEMPO
12:42	1:00	0,00	1,25	0:00
CAPITAL & INTERC. R\$ 3,00	Comercial 1,00	Preço médio 0,00	USD 0,98	Segunda 0:00
OUTROS ESTADOS R\$ 2,50	Interbanc 1,00	Desp. 0,00	EUR 0,98	Terça 0:00
		Imp. 0,00		Quarta 0:00
		Fin. 0,00		Quinta 0:00
				Sexta 0:00




Pesquisa | Homem e mulher têm preferência diferente ▶▶ A-3

Festa&cia

10

mil reais. Alguns pais chegam a gastar com o aniversário do filho. Mas, além do dinheiro, a grande cidade na contratação dos serviços especializados. ▶▶ B-1

MOTOCICLISTAS | Custo com internações de motociclistas subiu 113% de 2008 para 2011

Teresina reduz índice de acidentes com motos

Ministério da Saúde revela que Teresina está entre as quatro capitais que conseguiram reduzir índice de acidentes com motocicletas. No país, cresceram gastos com acidentados. ▶▶ B-8

Dirceu

Preso Duda, acusado de matar jovens

Os agentes do 82 Distrito Policial prenderam o acusado de envolvimento nos assassinatos de jovens ocorridos a partir de janeiro deste ano na região do Dirceu Árcovado. Trata-se de Eduardo da Silva Soares, o "Duda", de 29 anos. Ele teria matado pelo menos três pessoas. ▶▶ B-7



Ocupação

Famílias vivem em situação degradante

Em um terreno ocupado há pouco mais de 15 dias, cerca de 85 famílias vivem em situação degradante. Localizado na Vila Mandacaru, na zona Leste da capital, o terreno não possui nenhuma infraestrutura para habitação, mas as invasões se recusam a sair do local, apesar de áreas estar cheias de matos e ser alvo de ações de usuários de drogas. ▶▶ A-1 e 3

ARRAJAL DIFERENTE | Pacientes psiquiátricos do Hospital Univaldo de Lima participaram ontem do Arrajal do Unil, para estimular a qualidade de vida e lazer. ▶▶ B-8



Campus

Enem trará recursos

Com a adesão ao Enem, a Uespi vai ganhar recursos do governo federal e os estudantes vão ganhar recursos do programa federal. É expectativa de que seja investido R\$ 1,5 milhão para cada grupo de

RELAÇÃO DE CIDADES DO GARANTIA SAFRA SAI NA SEGUNDA

“Jornal Meio Norte” – 22 de junho de 2012

A candidatura de Beto Rego ganha um destaque lateral, sem foto, na edição do dia 22 de junho do jornal Diário do Povo: **Beto diz que candidatura é para valer**, diz um enunciador jornalístico que está em dialogia com as sucessivas capas do Meio Norte onde a candidatura de Beto é retratada. Sem citar diretamente a pesquisa contratada pelo Meio Norte, no entanto, um enunciador jornalístico no Diário do Povo não ignora de onde surge o interesse em Beto. Um enunciado do subtítulo, sem apontar o nome do instituto, diz que Beto Rego “ficou surpreso com o resultado das pesquisas de intenção de votos”. Nota-se que entre as vozes constitutivas do texto, são evocadas também vozes que implicitamente questionam a

validade da intenção do apresentador em concorrer à Prefeitura de Teresina, desafiando assim do conteúdo veiculado no enunciado da chamada. Mesmo priorizando uma postura pedagógica, um enunciador no Diário do Povo também busca se aproximar do leitor com uma linguagem popular, priorizando o uso da expressão informal “para valer” ao invés de similares de ordem formal, como o verbo “manter”.



POLUIÇÃO A Rede de Ambientalistas do Piauí vai colher material do rio Poti para ver a que se deve o crescimento da vegetação no local, como mostra a foto acima. Os ambientalistas dizem que não se trata de aguapés. ● PÁGINA 5

'Fichas-sujas' podem ser candidatos, diz procurador

O procurador regional eleitoral no Piauí, Alexandre Assunção e Silva, disse ontem que alguns órgãos ainda não apresentaram qualquer informação à Procuradoria Regional Eleitoral

sobre a relação de gestores e ex-gestores inelegíveis. Entre eles, estão o Tribunal de Justiça do Piauí. Alexandre observou que constar no cadastro de inelegíveis não quer dizer, ne-

cessariamente, que o gestor não poderá ser candidato. Segundo ele, há casos em que a decisão que acarretou a inelegibilidade pode ser suspensa. ● PÁGINA 3



Foto: Wagner Santos

PMDB quer que Marlos anuncie desistência

A Executiva Municipal do PMDB já decidiu que o partido não terá candidato a prefeito em Teresina. Falta dinheiro e estrutura e não há coligados. O anúncio será feito na próxima semana. Só há um detalhe: o partido se recusa a fazê-lo e passa a tarefa ao deputado federal Marlos Sampaio, que, por sua vez, já disse que vai até a convenção. ● PÁGINA 2 (Pedro Alcântara)

Beto Rego diz que candidatura é para valer

O apresentador de TV Beto Rego (PSB) disse ontem em visita à redação do DIÁRIO DO POVO que a candidatura dele a prefeito de Teresina é para valer e que espera ganhar o apoio do PMDB. Ele disse que ficou surpreso com o resultado das pesquisas de intenção de votos, em que aparece em segundo lugar, atrás do deputado Firmino Filho. ● PÁGINA 3

Comandante da PM-CE

“Jornal Diário do Povo” – 22 de junho de 2012

A certeza sobre a candidatura de Beto Rego é colocada em cheque por um enunciador jornalístico no Meio Norte no dia 23 de junho, quando publica em uma chamada lateral esquerda, sem foto, a possibilidade de Wellington Dias ingressar na disputa, mantendo unida a “base aliada” de 2010. **Sucessão/ Candidato será Beto ou Wellington.** O discurso é assumido por um enunciador parcialmente pedagógico, que não faz uso de aspas ou de qualquer recurso para transmitir a terceiros a responsabilidade pelo conteúdo da mensagem. O enunciado do subtítulo da chamada sugere que apenas um candidato será o representante legítimo dos “aliados”: **Candidato a prefeito de Teresina pelos ‘aliados’ será o**

apresentador Beto Rego, do PSB, ou o senador Wellington Dias, do PT. O governador Wilson Martins apresentou Beto como o nome do seu partido, mas o petista está tentando se viabilizar junto a sua própria agremiação partidária. Sem fala e sem ação, Beto Rego é “apresentado” como candidato por Wilson Martins, em oposição a Wellington Dias, que para o enunciador do Meio Norte, busca viabilizar-se por conta própria. No contexto institucional, destaca-se que os aliados opõem-se, implicitamente, a Firmino Filho, já que nas eleições de 2010, a base aliada que tinha Wilson Martins como candidato, disputou o Governo do Estado contra Sílvio Mendes, do PSDB, mesmo partido de Firmino Filho. Em uma proposição dialógica que reforça o sentido do enunciado com tema eleitoral, a disputa entre dois candidatos aliados é reafirmada através da imagem que ilustra uma outra matéria sobre o trânsito na cidade, cuja foto lateral são dois homens, um em uma moto, mais a frente, e outro de bicicleta, em uma via de trânsito. Nessa disputa, haverá um perdedor, assim como no trânsito, um dos homens está na frente do outro.

→ **Sucessão**
 Candidato
 será Beto ou
 Wellington

O candidato a prefeito de Teresina pelos “aliados” será o apresentador Beto Rego, do PSB, ou o senador Wellington Dias, do PT. O governador Wilson Martins apresentou Beto como o nome do seu partido, mas o petista está tentando se viabilizar junto a sua própria agremiação partidária. ► **A/3**

→ **Nêmesis**
 Civil prende
 15 traficantes
 em Parnaíba

Quinze traficantes de drogas foram presos em Parnaíba na Operação Nêmesis, resultado de investigações iniciadas há 18 meses. Entre os presos estão os principais traficantes da cidade, dois irmãos Cobra, que são os chefes do crime organizado de Parnaíba e



“Jornal Meio Norte” – 23 de junho de 2012

5.2. Campanha eleitoral

O período após o resultado das convenções partidárias, com alianças políticas e candidaturas definidas, permitiu aos jornais O Dia, Diário do Povo e Meio Norte explorarem três tipos principais de chamadas em suas capas: entrevistas com propostas de todos os candidatos – onde os representantes das siglas minoritárias tiveram espaço equivalente aos demais candidatos (observadas nos jornais O Dia e Meio Norte); chamadas de pesquisas de intenção de votos (também verificadas nos jornais O Dia e Meio Norte), geralmente publicadas no espaço da manchete, e chamadas para colunas de opinião dos jornais, onde prevalece um enunciador não-pedagógico, que visa estabelecer uma relação de cumplicidade com o leitor (observada principalmente no Diário do Povo, mas também com espaço significativo no O Dia).

Revelando aspectos da formação do ideológico de cada suporte, é possível localizar mudanças de posições sustentadas pelos enunciadores jornalísticos ao longo do pleito, especialmente durante a campanha. Neste período, as propagandas eleitorais no rádio e na televisão, além da própria campanha de rua, ajudavam a compor o quadro interdiscursivo eleitoral junto com o material jornalístico publicado pela imprensa.

5.2.1. *Wellington Dias*

O Jornal O Dia na edição de 02 de julho, sob a rubrica das eleições de 2012, publica como chamada de capa, sem fotos ou demais chamadas que tratem do pleito municipal, o seguinte enunciado: **Eleições 2012/ Wellington garante que ficará no cargo até o fim do mandato**. Sem recurso de aspas, a ação de ficar até o fim do mandato é atribuída ao senador através do verbo “garantir”, utilizado como introdutório ao discurso indireto. O enunciado produz um efeito de sentido dúbio, apresenta o candidato do PT como ocupante do mandato eletivo de senador, porém insinua que ele está pleiteando se candidatar a prefeito da capital como plataforma para o Governo do Estado em 2014. Como ainda não foi eleito para o cargo de prefeito, o enunciado tem como primeiro sentido atribuído por um enunciador do O Dia, de que o parlamentar permanecerá no mandato que ocupa e não no que pleiteia. É preciso que o leitor, portanto, seja conhecedor dos temas políticos que permeiam o pleito de 2012 para que possa compreender que o enunciado possui outra camada de proposições referentes a boatos espalhados, sobretudo, pelos candidatos opositores a Wellington Dias.

Eleições 2012

Wellington garante que ficará no cargo até o fim do mandato

O senador Wellington Dias, que teve o nome confirmado como candidato do PT à Prefeitura de Teresina no início da noite de sábado (30), garantiu que, se eleito, não deixará a Prefeitura em 2014 para concorrer ao cargo de governador. Questionado

sobre as críticas que tem recebido de seus adversários em relação à possibilidade de abandonar a prefeitura, Wellington disse que está comprometido em permanecer no Palácio da Cidade até o final do mandato, e atribuiu aos adversários a divulgação

desse prognóstico. “Minha meta é ficar até o dia 31 de dezembro de 2016. Não vou entrar nessa campanha de mentiras, baixarias e calúnias que alguns candidatos tentam criar. Já tentaram isso em eleições anteriores e não deu certo”, rebateu. 02 Em Dia

Jornal O Dia – 02 de julho

Estabelecendo algumas variações discursivas, um enunciador jornalístico, através da polifonia, dá margem ao aparecimento de vozes a quem Wellington Dias responde na cena enunciativa. Ao garantir que permaneceria no cargo, caso fosse eleito, o candidato responde assim a um outro enunciador que diz o oposto, ou seja, que ele pode estar usando a candidatura em 2012 como trampolim político visando o pleito estadual de 2014, ausentando-se do cargo antes do final do mandato para concorrer a uma nova eleição.

O enunciador jornalístico se marca no texto com a utilização do discurso indireto e do verbo introdutório “garantir”. Com discurso indireto do candidato Wellington Dias no enunciado da chamada, um enunciador do O Dia apresenta no lide do subtítulo, as demais informações pertinentes ao tema, criando assim um efeito de objetividade. No enunciado do subtítulo, há transcrição direta do discurso do candidato do PT e menção aos adversários que afirmam a intenção de Wellington Dias não permanecer no cargo. Ao citar as críticas sem informar quem são os adversários, um enunciador jornalístico se põe no lugar de fala da oposição, questionando o candidato a respeito de projetos de concorrer a outros pleitos caso fosse eleito prefeito de Teresina. A forma impessoal de dirigir-se ao leitor reforça no O Dia a construção de um enunciador pedagógico, colocando-se no lugar do leitor ao questionar os candidatos a prefeito de Teresina sem que isso signifique uma maior aproximação com o enunciatário.

Em uma série de entrevistas especiais com todos os candidatos a prefeito de Teresina, o Jornal Meio Norte reservou diversas manchetes seguidas ao tema das eleições na capital. Na edição em que Wellington Dias foi entrevistado, um enunciador do Meio Norte utilizou o seguinte enunciado da manchete: **Wellington quer criar 20 regiões na capital**. O enunciado

da manchete tem uma ligação de intertextualidade com o enunciado abaixo com um enunciado inferior ao fazer referência a outros candidatos: **Candidatos já apontam ‘soluções’ para Teresina.** Assim, subtende-se que a proposta da criação de 20 regiões na capital, dada como destaque, é também uma das “soluções” para os problemas da cidade. O uso das aspas dando destaque à palavra “soluções” marca um enunciador jornalístico que, mesmo indicando ao leitor as propostas dos candidatos sobre os problemas da capital, assume um lugar de desconfiança. As aspas incorporam, nesse contexto, um sentido de dúvida. Essa desconfiança também pode ser estendida a proposta de Wellington Dias de criar 20 regiões na capital.

SÉRIE ESPECIAL | Candidato do PT aponta suas principais propostas para a capital do Piauí

Wellington quer criar 20 regiões na capital

Senador Wellington Dias (PT) é o primeiro dos candidatos a prefeito de Teresina a ser entrevistado na Rede Meio Norte e no Jornal Meio Norte esta semana. Ele propõe descentralizar ações. **P. 4/4**

Os produtos vendidos para as festas juninas continuam fora de los preços, por causa das festas juninas que estão se acirrar até maio, e estão mais baratos. **P. 10/10**

→ Sucessão
Candidatos já apontam ‘soluções’ para Teresina
 Após as convenções, os candidatos à Prefeitura de Teresina esta ano estão se movimentando e dizendo o que pretendem fazer, se eleitos, o prefeito Elmano Régis (PT). **P. 2/4**

→ Briga
Cidade tem 2 candidatos do mesmo partido
 O município de São Miguel do Taperoá tem dois candidatos do mesmo partido, o PTB. O atual prefeito, Ivaldo, realizou convenção e foi confirmado como o nome de cabeça. O ex-prefeito Luciano Matos, no entanto, conseguiu na justiça o direito de também realizar convenção e confirmou seu nome para a disputa. A briga política e jurídica prossegue. **P. 10/10**

→ Comércio
Piauí é o 3º do país em crescimento
 Pesquisa anual de Comércio do IBGE, divulgada na segunda-feira, revelou que o setor comercial brasileiro gerou R\$ 2,9 bilhão de receita operacional líquida e ocupou 1,4 milhões de pessoas. O Piauí, com variação positiva de 6,2%, foi a unidade da Federação de maior destaque no Nordeste e o terceiro maior do Brasil. **P. 10/10**

→ Seca
Bolsa Estiagem começa a ser paga no interior
 O número de cidades em situação de emergência este mês de março no Piauí, são 176 municípios, mas apenas 134 reconhecidas pelo Secretariado Nacional de Defesa Civil. Algumas famílias começaram a receber a primeira parcela de bolsa estiagem R\$ 100 do total de R\$ 400, mas o número de beneficiários é pequeno. **P. 10/10**

PREÇOS DAS FRUTAS ESTÃO MAIS BAIXOS NA CEAPI **→ 10/10**

→ UFPI
Matrículas do SISU vão até o dia 9
 A Universidade Federal do Piauí está realizando as matrículas institucionais do 1º Processo Seletivo do SISU (Sistema de Seleção Unificada), para quem realizou a prova do INEP do ano passado. As matrículas vão até o dia 9 de julho e obedecem ao calendário nacional do INEP. Não há vagas de 11 cursos com 111 vagas. **P. 10/10**

ÍNDICE
 CADENHO A: 10,00%
 CADENHO B: 10,00%
 CADENHO C: 10,00%
 CADENHO D: 10,00%
 CADENHO E: 10,00%
 CADENHO F: 10,00%
 CADENHO G: 10,00%
 CADENHO H: 10,00%
 CADENHO I: 10,00%
 CADENHO J: 10,00%
 CADENHO K: 10,00%
 CADENHO L: 10,00%
 CADENHO M: 10,00%
 CADENHO N: 10,00%
 CADENHO O: 10,00%
 CADENHO P: 10,00%
 CADENHO Q: 10,00%
 CADENHO R: 10,00%
 CADENHO S: 10,00%
 CADENHO T: 10,00%
 CADENHO U: 10,00%
 CADENHO V: 10,00%
 CADENHO W: 10,00%
 CADENHO X: 10,00%
 CADENHO Y: 10,00%
 CADENHO Z: 10,00%

ARMAÇÃO DE TERESINA
 CANTAREIRO (LIMÃO) | Uma foga (Piauí) cumprimenta o marido de segunda-feira e promete 'mandar buscar'.

PROJETO | Firmino Régis, do PSD, do qual o preço de um carro de Teresina e São José do Piauí.

REGISTRO | Prefeito Elmano (PT), ao lado do vice, Marlon, registra intenção de ficar até o final do mandato.

Jornal Meio Norte – 03 de julho

A capa também é composta por outras três imagens em tamanhos iguais, onde enunciativamente são mostrados os candidatos Beto Rego, Firmino Filho e Elmano Férrer,

respectivamente. Com sete candidatos a prefeito e quatro retratados na capa, um enunciador jornalístico do Meio Norte deixa clara sua opção por silenciar os demais concorrentes à Prefeitura de Teresina: Maklandel Aquino, Vasconcelos Pinheiro e Daniel Solon.

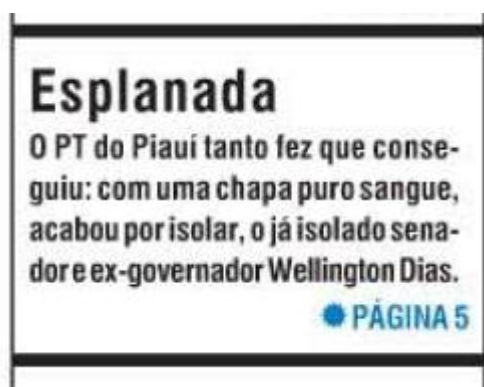
O destaque ao contexto situacional contribui para um maior entendimento do modo como o Jornal Meio Norte trabalhou a imagem do candidato Beto Rego, que também é funcionário do grupo de comunicação ao qual o jornal pertence. Nesta capa, ele é mostrado em um contexto popular, na rua, em contato com o eleitor, e beijando a mão de uma criança que está em uma moto com dois adultos, reforçando o caráter mais popular empregado em sua campanha. Sem histórico na política e, comparativamente, retratado de forma mais tímida pelos outros jornais, Beto Rego tem espaço privilegiado no Jornal Meio Norte. Ter mais espaço, no entanto, não é determinante para avaliar que uma publicação é positiva ao sujeito retratado, já que o candidato Wellington Dias figura constantemente associado a enunciados negativos na capa do Jornal Diário do Povo. O que difere a publicidade dada ao senador do PT e ao apresentador do Grupo Meio Norte, é que este último tem associado a ele pelos enunciadores do Jornal Meio Norte mecanismos de linguagem textual e visual que corroboram para uma interpretação que o posiciona de modo positivo na cena eleitoral, seja figurativamente em contato com o povo, ou em atos de campanha com políticos conhecidos no Estado.

Firmino Filho aparece em um cenário de estúdio, sorrindo e apontando para uma foto de Teresina ao fundo da imagem, sem contato com o eleitor. Na imagem, o candidato é apresentado na foto em pose, podendo ser uma foto de divulgação de campanha, por ocasião da gravação do programa político – o deputado do PSDB está sozinho em cena, em oposição aos outros dois candidatos. Elmano Férrer é retratado sentado, em um ambiente identificado como pertencente à Justiça Eleitoral, e acompanhado de seu candidato a vice-prefeito, Marllos Sampaio.

Em uma mesma capa, é possível localizar no Meio Norte dois tipos de enunciadores nas imagens. Enquanto nas imagens de Beto Rego e Elmano Férrer, apreende-se um enunciador posicionado como um sujeito que capta um momento, se colocando assim como representante de uma imprensa testemunhal; na imagem de Firmino Filho o enunciador não registra espontaneidade e também não está como mero observador, pelo contrário, posiciona-se para mostrar um conceito que cabe ao enunciatário interpretar a partir da foto onde o candidato do PSDB aponta sorridente para uma imagem estática de Teresina. Outra semelhança entre as fotos do candidato do PTB e do PSB está no olhar baixo, não direcionado ao leitor, enquanto na foto de Firmino, a fotografia interpela diretamente, pelo viés do olhar, o

enunciatório. Enquanto um candidato está no meio da rua trabalhando, outro seduz dentro do escritório através de seu carisma e se personificando; o terceiro, junto com seu vice, “ajusta” as contas com a Justiça Eleitoral.

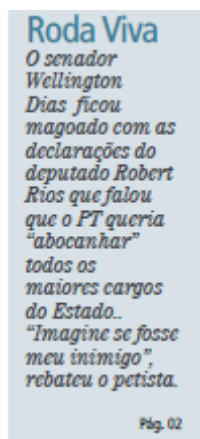
A ênfase na cobertura política no Diário do Povo se dá através de notas opinativas com destaque na capa, onde um enunciador define sua posição discursiva através da recorrência caracterizada por julgamentos de situações e valores explicitamente postos ao enunciatório. Na edição do dia 08 de julho, um enunciador do Diário do Povo faz uma avaliação sobre a candidatura de Wellington Dias na coluna Esplanada, localizada em espaço privilegiado no impresso – ao lado da manchete: **O PT do Piauí tanto fez que conseguiu: com uma chapa puro-sangue, acabou por isolar o já isolado senador e ex-governador Wellington Dias.** Um enunciador do Diário do Povo, ao dar um *status* institucional ao candidato do PT, situando-o como senador e ex-governador. Através do reforço linguístico do pleonasma, com a expressão “isolar o já isolado”, um enunciador aposta na redundância para enfatizar uma visão: Wellington Dias disputa a eleição sem apoio de aliados, apenas do próprio partido. Compartilhando o que considera ser o mesmo repertório linguístico do enunciatório, um enunciador jornalístico do Diário do Povo utiliza expressões informais como “tanto fez que conseguiu”. A relação de poder proposta por este enunciador não deixa espaço que o leitor faça questionamentos a respeito do candidato do PT. Direcionando-se, portanto, a um enunciatório que compartilha da mesma linha de pensamento ou que está aberto a ela, o Diário do Povo prioriza seu lugar de poder rejeitando a posição de informar em primeira mão ao leitor sobre os fatos da política, e privilegiando o comentário que marca posição sobre eles.



Jornal Diário do Povo – 08 de julho

Sem interpelar diretamente o leitor, mas preocupando-se em usar referências linguísticas que o enunciatório possui, no dia 19 de julho, a relação de poder do enunciador do O Dia, em uma chamada da coluna Roda Viva na capa do jornal, simula que dá espaço à

defesa de Wellington Dias em relação a críticas do deputado estadual do PC do B, Robert Rios.



Jornal O Dia – 19 de julho

Um enunciador mostra que Robert Rios já foi aliado do candidato do PT em outros pleitos, reforçando assim a ideia de isolamento e distanciamento político do senador, levando o leitor a observar traços de agressividade e fisiologismo no PT. Segundo o enunciador, o partido queria “abocanhar” cargos, ou seja, a metáfora relaciona-se com o ato de morder com velocidade ou violência. A construção do enunciado, que cita primeiro as críticas, revela o enunciador jornalístico que deixa em segundo plano a “defesa” do candidato do PT, apostando em cisão e rixas públicas entre os políticos. Esse enunciador também busca compartilhar o poder ao construir uma cumplicidade com o leitor mostrando-se como um sujeito discursivo capaz de estar a par dos acontecimentos de bastidores da política piauiense, revelando-os ao enunciatário. Identificados pelos cargos que ocupam (“senador” e “deputado”), um enunciador jornalístico do O Dia dá tratamento institucional aos personagens políticos mas não mantém essa estratégia quando se trata de eleições tendo como sujeitos os candidatos Maklandel Aquino, Daniel Solon e Vasconcelos Pinheiro.

Contando uma história ao leitor – e não obedecendo a estrutura de notícia - a estratégia de poder no Diário do Povo é ficar mais próximo ao enunciatário. No enunciado do dia 23 de julho da coluna de Zózimo Tavares, um enunciador faz a remissão de um recurso utilizado na introdução de histórias: a expressão “De como...” (**De como a ousadia do senador o trouxe até aqui, a meio caminho da volta ao governo ou da derrocada política**). Este elemento polifônico é referente a uma categoria literária que distancia-se da linguagem usual em temas políticos, mas é apropriada por um enunciador do Diário do Povo, que busca relatar em uma perspectiva histórica a candidatura de Wellington Dias.



Jornal Diário do Povo – 23 de julho

Um enunciador através da confrontação aponta ao leitor apenas dois caminhos possíveis para a candidatura do parlamentar do PT, fazendo uma correlação direta entre a candidatura a prefeito e a intenção de disputar o Governo nas eleições de 2014. Deixando implícito que a conquista da Prefeitura de Teresina seria um “meio caminho” para ser governador novamente. A estratégia de poder utilizada pelo enunciador do Diário do Povo é falar a um leitor que busca refletir sobre os fatos políticos e é convidado a isso através de uma relação de cumplicidade construída com chamadas recorrentes onde tem voz um enunciador pedagógico e opinativo que convida o enunciatário a ter um contato mais emocional do que racional com os candidatos e o pleito municipal. Este enunciador que dirige-se ao leitor para contar-lhe uma história, guia seu destinatário por um caminho, marcando-se pedagogicamente.

Na edição do dia 11 de agosto, observa-se em uma chamada superior à manchete o seguinte enunciado com a foto de Wellington Dias: **Boa FM/ Dias quer ser o prefeito da acessibilidade**. Na rubrica Boa FM, um enunciador jornalístico se marca ao nomear a rádio que pertence ao mesmo grupo de comunicação, a Boa FM, cujo candidato do PT concedeu entrevista. Além de passar longe das polêmicas quando se trata de Wellington Dias, priorizando o destaque das propostas do candidato, um enunciador jornalístico supõe que o leitor já está familiarizado tanto com o nome do senador (usando apenas o sobrenome “Dias” no enunciado), como com sua candidatura a prefeito deixando, portanto, de localizar o leitor a respeito dos mesmos. A citação da rádio onde foi concedida a entrevista, com a foto e o nome do candidato, reforçam um enunciador pedagógico, que mantém distância e pré-ordena o universo eleitoral aos leitores.

Sábado

TERESINA 13 08 2012 NESTA EDIÇÃO 55 PÁGINAS 4 CADERNOS
meionorte.com

FECHAMENTO	DÓLAR	VALORES	EURO	TEMPO
21h30 CAPITAL E INTERIOR R\$ 2,00 OUTROS ESTADOS R\$ 2,50	Comercial 2.013 2.013 Turismo 1.940 2.000	Cotação Populção 0,52% IMSB 27% IR 15%	Cotação 2475 2475	Maçante 2h53 Pico 17h47 Máxima 35° Mínima 24°

meionorte

ANO XVII Nº 7323 TERESINA (PI), CAPITAL DO MEIO-NORTE DO BRASIL

Boa FM | Dias quer ser o prefeito da acessibilidade ▶▶ M/4

Jornal Meio Norte – 11 de agosto

Enquanto no Meio Norte são privilegiadas as propostas de Wellington Dias, no Diário do Povo e no O Dia, outros aspectos no campo negativo são abordados pelos enunciadores jornalísticos. O candidato do PT figura no Jornal O Dia, na edição do dia 19 de agosto. O Dia, no entanto, procura trazer o tema da disputa eleitoral em primeiro plano, opondo-se assim aos enunciadores do Meio Norte, que evitam tratar diretamente do assunto relacionado ao baixo desempenho do senador nas pesquisas de intenção de voto naquele momento.

“Eleição não é uma questão de vida ou morte”, diz Wellington

O candidato à Prefeitura de Teresina, Wellington Dias, diz que, apesar do cenário apresentado pelas pesquisas, acredita em vitória no primeiro turno

Foto: Magalhães/O DIA



Senador Wellington Dias, candidato à Prefeitura de Teresina, em entrevista ao O DIA

O Jornal O Dia encerra ciclo de entrevistas feitas com os candidatos à Prefeitura de Teresina ouvindo as propostas do petista Wellington Dias. O candidato afirma que a popu-

lação entende as articulações políticas que o levaram a entrar na campanha deste ano. E acrescenta: “A eleição não é uma questão de vida ou morte. Termina a eleição dia 7 de outubro,

se Deus quiser porque vou ganhar a eleição no primeiro turno, à vida continua. Por isso não aposto em baixaria ou manipulação de pesquisas”.

Pág. 03

Futebol

Clássicos estaduais movimentam a 18ª rodada do Brasileirão

As empreguetes se separam esta semana. Confira destaques das novelas

SuperTV



Pág. 08

Jornal O Dia – 19 de agosto

O enunciado da manchete usa polifonicamente o recurso das aspas para indicar a fala de Wellington Dias (“Eleição não é uma questão de vida ou morte”, diz Wellington), marcando com o verbo “dizer” o enunciador jornalístico, responsável por intermediar a fala do enunciador político dentro das aspas. O verbo se repete no enunciado do subtítulo (O candidato a Prefeitura de Teresina, Wellington Dias, diz que, apesar do cenário apresentado pelas pesquisas, acredita em vitória no primeiro turno), reiterando a

recorrência por outra forma de discurso indireto. Observa-se uma polifonia onde as vozes evocadas pelos enunciadores jornalísticos demonstram discordância com a mensagem veiculada pelo enunciador político. Os enunciados do título e do subtítulo são vinculados e apresentam sentidos que se completam em uma espiral onde a derrota de Wellington Dias é desenhada e sugerida pelo enunciador jornalístico. O discurso direto denota a heterogeneidade mostrada, ou seja, um enunciador jornalístico usa o discurso do outro com o cuidado de eximir-se dos efeitos de sentido que ele pode proporcionar utilizando para isso, além das aspas, o verbo “dizer” e a indicação de um enunciador político responsável pela fala (“Wellington”).

No primeiro, o senador admite que a eleição e, conseqüentemente a derrota ou vitória decorrente dela, não possuem impacto negativo por si. No segundo, o enunciado explicita que há um cenário que contradiz a vitória em primeiro turno defendida pelo candidato do PT. A fotografia que ilustra a manchete é do senador no estúdio do Jornal O Dia, em fundo neutro, o mesmo de outras entrevistas com os demais candidatos. Um enunciador posiciona-se na cena discursiva como observador que mesmo em um cenário artificial, procura um momento espontâneo onde o personagem não fita o leitor, mas direciona o olhar a um outro ponto. Na composição da capa, o olhar do candidato sugere ao leitor que direcione-se também para uma imagem distinta de chamada de capa da mesma edição, com três atrizes da novela da TV Globo, Cheias de Charme. Enquanto a expressão delas é sorridente, o candidato encarna uma figura mais séria, reiterando os sentidos propostos pelo enunciado da manchete. Nota-se a preocupação de um enunciador jornalístico em compor os elementos discursivos da capa, propondo um passeio onde o olhar do leitor é direcionado para duas chamadas de temas diversos, uma tratando sobre eleições e outra com foco no entretenimento.

Assim como o Meio Norte utiliza-se das entrevistas exclusivas dadas aos veículos do mesmo grupo - enfatizando o caráter de conteúdo jornalístico exclusivo - um enunciador do O Dia opera com estratégia semelhante, marcando-se não apenas no fundo comum ao estúdio do jornal, como também no enunciado da legenda fotográfica (**Senador Wellington Dias, candidato a prefeito de Teresina em entrevista ao O Dia**). O Diário do Povo não realizou entrevistas com candidatos com destaque nas capas, não sendo possível verificar a ocorrência de fotografias de estúdio, produzidas na estrutura do próprio jornal.

A diferença no tratamento fotográfico dos jornais contribui para o entendimento dos sujeitos discursivos jornalísticos atuando em conjunto na proposição de sentidos que convergem. Dos jornais estudados no mesmo período, o Meio Norte foi o único que trouxe em sua capa a imagem de Wellington Dias com o ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva, o

Lula, do PT. Em uma chamada inferior na capa, um enunciador jornalístico do Meio Norte coloca Lula em primeiro plano: **Apoio / Lula vai a TV pedir voto a Wellington.**



Jornal Meio Norte– 25 de agosto

A imagem que ilustra a chamada é de Lula e Wellington Dias fazendo o sinal de “V”, remetendo a vitória. A foto é posada em estúdio e os candidatos estão com expressões sorridentes. Do lado esquerdo da foto, um enunciador do Meio Norte revela uma imagem de mesmo tamanho, onde estão o prefeito Elmano Férrer no estúdio da emissora Rede Meio Norte. A foto também é posada e o prefeito está sorrindo, cercado por jornalistas do Grupo Meio Norte. O enunciado da chamada, no entanto, remete a ações institucionais como prefeito: **Programa/ Elmano anuncia mais 2 pontes para a cidade**. Como todos os personagens das fotografias olham para o leitor, o enunciador buscou interpelar o enunciatório pelo olhar, criando cumplicidade e provocando-o a acompanhar o campo semântico do texto que está por trás das imagens. Tanto nos enunciados das chamadas como no enunciado da legenda (**Dia de campanha/ No estúdio da Rede Meio Norte, Elmano anuncia novas obras para a cidade, e em programa de TV Wellington recebe o apoio de Lula**), Elmano Férrer está como enunciador político ativo, que anuncia obras na capital, enquanto Wellington Dias é posicionado passivamente, já que Lula é o sujeito ativo que pede votos ao candidato do PT, não cabendo ao senador nenhuma ação no enunciado. No contexto situacional, nota-se que a presença de Lula ao lado de Wellington Dias os coloca em confronto discursivo com Elmano Férrer, já que o candidato do PTB também era aliado do PT no plano nacional, apoiando a presidente Dilma Rousseff e já tendo apoiado o ex-presidente em pleitos anteriores.

Em ambos os enunciados, um enunciador jornalístico assume postura pedagógica como estratégia de manter a relação de poder a um nível que sugere distanciamento, seja

quantificando (“2 pontes”) ou usando uma linguagem impessoal. O enunciador quebra parcialmente o distanciamento com o leitor, no entanto, ao se personificar na cena discursiva através de seus jornalistas na foto do candidato do PTB, ou na interpelação feita com o olhar direcionado ao enunciatário tanto na imagem do candidato do PT e de Lula, como na imagem do prefeito e dos jornalistas do Meio Norte.

Na edição do dia 29 de setembro, um enunciador do O Dia publica junto ao enunciado sobre Wellington Dias (**Wellington aposta na militância para chegar no segundo turno**), uma imagem em que o candidato do PT está em um palanque improvisado, em cima de um veículo e ao lado de correligionários do partido, como parlamentares, e militantes com símbolos do PT. O enunciado da legenda, no entanto, destoa da imagem: “Depois de caminhada pelo Centro de Teresina, Wellington Dias recebeu ministro Alexandre Padilha”.



Depois de caminhada pelo Centro de Teresina, Wellington Dias, recebeu ministro Alexandre Padilha

ELEIÇÕES Wellington Dias aposta na
2012 militância para chegar no
 O Dia segundo turno

Pág. 03

Jornal O Dia – 29 de setembro

A imagem mostra Wellington em cenário improvisado e sem o ministro que veio dar apoio a sua candidatura. Um enunciador optou por retratar o candidato de frente ao leitor, porém, distante o suficiente para que sua imagem não seja plenamente identificável. As cores escuras da foto resultantes do período noturno e da falta de iluminação artificial mais forte associam elementos de simplicidade e precariedade na campanha à imagem do senador. Destaca-se ainda que o candidato do PT aparece, na maioria das imagens no O Dia, utilizando elementos de cores vermelhas como destaque e acompanhando de militantes, remetendo à ideia já reconhecida no imaginário político nacional de um partido cuja militância é ativa, especialmente nos períodos eleitorais. No contexto institucional, essa valorização e associação

das cores não é observada com os demais candidatos, conferindo a Wellington Dias um caráter de identidade mais nítido e possível de distinguir imageticamente em oposição aos seus opositores. Um outro detalhe de programação visual contribui para minimizar o impacto da imagem, já que a expressão do candidato não pode ser identificada, valorizando os enunciados verbais.

Um enunciador jornalístico já descarta a possibilidade de vitória no primeiro turno, reiterando que o candidato do PT busca estratégias de credenciar-se para disputar o segundo turno. Utilizando o discurso indireto para distanciar-se dos personagens políticos citados - visando também desvincular-se do conteúdo publicado - O Dia mantém-se pedagógico por vincular o enunciado da chamada com referência a militantes à foto onde os militantes são retratados próximos a Wellington Dias.

5.2.2. Beto Rego

Durante a primeira fase da campanha, o candidato Beto Rego é mostrado pelos enunciadores dos jornais pesquisados em associação direta com a imagem do governador Wilson Martins. Destaca-se no contexto situacional, que ambos integram o PSB, mas enquanto o governador é o fundador do partido no Estado, com forte imagem institucional e política, o apresentador tem filiação recente e nenhuma ligação anterior com política. Na edição do dia 01 de julho, um enunciador no Diário do Povo publica um enunciado da manchete em referência às convenções partidárias, sem citar diretamente nenhum candidato a prefeito de Teresina: **Convenções homologam mais de 200 candidatos em Teresina.**

Nas imagens, são mostradas duas fotos em tamanho semelhante, com o candidato do PSDB, Firmino Filho, ao lado do seu candidato a vice-prefeito, Ronney Lustosa, e outra do candidato do PSB, Beto Rego, abraçado ao governador. Na primeira foto, é possível perceber que são focadas as expressões dos populares, tanto em um painel ao fundo de Firmino Filho e Ronney Lustosa, como também entre as pessoas que circundam os candidatos, podendo dar um efeito de identificação da candidatura e do povo, figurativamente. Na segunda foto, apesar de cercados por populares, o foco da imagem está no governador, em primeiro plano, e em seguida em Beto Rego, não sendo possível localizar contato entre os populares e o candidato. Mesmo que Beto Rego seja o candidato a prefeito, um enunciador jornalístico no Diário do Povo optou por registrar o momento em que Wilson Martins fala à imprensa e o apresentador apenas observa, mostrando ao leitor como estratégia de poder discursivo, a imagem de um candidato coadjuvante em sua própria candidatura.

Convenções homologam mais de 200 candidatos em Teresina

Seis nomes disputam o voto do teresinense para a prefeitura e mais de 200 concorrem a uma das cadeiras na Câmara Municipal.

As eleições municipais de outubro em Teresina. As candidaturas foram homologadas até ontem, prazo final das convenções

partidárias. Os registros de candidatura devem ser feitos junto ao Tribunal Regional Eleitoral até o dia 7. Ontem, foram homologadas

as candidaturas do prefeito Elmano Férrer e Marlos Sampaio, pela aliança PTB/PMDB; de Firmino Filho e Ronney Lustosa

(PSDB/DEM); de Wellington Dias e Cícero Magalhães (PT); e de Beto Rego e Lázaro do Piauí (PSB/PCdoB). **● PÁGINA 3**

Foto: Renato Bezerra



RONNEY Lustosa e Firmino Filho, na convenção do PSDB, e governador Wilson Martins com o candidato do PSB, apresentador de TV Beto Rego: candidaturas homologadas

Jornal Diário do Povo – 01 de julho

Com o enunciado **Beto: Vou trabalhar para os mais pobres**, um enunciador do Meio Norte registra no dia 04 de julho uma manchete onde o candidato Beto Rego apresenta-se ao eleitor, logo após o resultado das convenções partidárias que homologaram as candidaturas.

Libertadores | Hoje é o grande dia para o Timão ▶▶ 4/9

Informática **42%** dos usuários do Facebook, de acordo com uma pesquisa americana, dizem já ter removido um amigo da lista de contatos por se sentirem incomodados com postagens. ▶▶ 10/1

2º CANDIDATO | Apresentador quer a população mais próxima da gestão pública da capital

Beto: Vou trabalhar para os mais pobres

Série especial de entrevistas traz hoje o segundo candidato a prefeito da capital, o apresentador Beto Rego, do PSB. Ele promete fazer uma gestão voltada para as classes menos favorecidas. ▶▶ 1/4

Jornal Meio Norte – 04 de julho

Ao destacar a reprodução direta uma fala de Beto Rego dita durante a entrevista, mas sem o recurso das aspas, um enunciador do Meio Norte também assume assim o lugar de fala do candidato do PSB. Observa-se que, polifonicamente, podem ser localizados neste enunciado, um enunciador jornalístico (que identifica de onde vem a fala após os dois pontos) e um enunciador político (o próprio Beto Rego, identificado no verbo “ir” na primeira pessoa do singular: “vou”). O tempo é representado no futuro, com o verbo “ir” no futuro do

indicativo. O enunciado do subtítulo: **Série especial de entrevistas traz hoje o segundo candidato a prefeito da capital, o apresentador Beto Rego, do PSB. Ele promete fazer uma gestão voltada para as classes menos favorecidas**, revela um enunciador jornalístico, que fala de si mesmo quando cita a “série especial de entrevistas” realizada pelo impresso. O enunciado do subtítulo cria efeito de objetividade quando situa a entrevista em um contexto de entrevistas seguidas realizadas pelo Meio Norte, além de identificar o candidato além do primeiro nome e com um substantivo relacionando-o a sua profissão (“o apresentador Beto Rego, do PSB”). Com a utilização de “Beto” para nomear o candidato no enunciado da manchete, subte-se um leitor atualizado do mundo político e do universo do próprio Grupo Meio Norte.

Com destaque às fotografias relatando o dia-a-dia da campanha eleitoral em Teresina, um enunciador jornalístico do O Dia publicou em sua capa na edição do dia 06 de julho, o seguinte enunciado da manchete: **Candidatos vão às ruas no primeiro dia de campanha**. A primeira foto relacionada à manchete mostra o prefeito Elmano Férrer em um contexto institucional formal, cercado por agentes públicos: **Prefeito Elmano Férrer nomeou novos 40 agentes da Strans**, diz o enunciado da legenda da imagem. A outra imagem escolhida pelo enunciador do O Dia, mostra o candidato Beto Rego acompanhado do governador Wilson Martins, que vai em sua direção para um abraço. A expressão de Beto, no momento do registro, é de surpresa. O enunciado da legenda da imagem é: **Candidato à PMT, Beto Rego, prestigiou nomeação de delegados no Karnak**. O candidato do PTB é identificado com a nomenclatura “prefeito”, associando-o diretamente ao cargo que ocupa, enquanto Beto Rego não é relacionado a sua profissão de apresentador de um programa na emissora pertencente ao mesmo grupo do jornal concorrente, o Meio Norte, sendo citado apenas como candidato à Prefeitura.

No que tange a relação de poder, o enunciador jornalístico é didático sem, no entanto, dar ao leitor todas as informações, pois identifica os candidatos sem abordar os partidos políticos, supondo um leitor informado do contexto político. Ambas as fotos têm em comum o fato de usarem agentes públicos – o prefeito e o governador – em suas atribuições normais dos cargos, deslocando-os do contexto institucional e trazendo-os para o campo político-eleitoral, já que as imagens ilustram uma manchete sobre atos de campanha dos candidatos a prefeito de Teresina. Há uma fusão entre as atividades de gestores tanto de Elmano Férrer como de Wilson Martins, assim as imagens dialogizam com o contexto marcado pelas tentativas de aproximação dos candidatos com potenciais eleitores.

Veríssimo
O homem estava caminhando na praia e passou por um garoto que fazia uma construção de areia. Parou para olhar.
- Bonito, o seu castelo de areia - disse o homem. O garoto olhou para o homem. Depois falou:
- Não é castelo.
- O que é então?
- Condomínio fechado.

03 Torquato



Candidatos vão às ruas no 1º dia de campanha

Hoje é o primeiro dia de campanha eleitoral e os candidatos iniciam suas agendas com panfletagens e caminhadas

A partir de hoje, os candidatos nas eleições podem ir às ruas em busca dos eleitores para pedir votos. Os candidatos à Prefeitura de Teresina darão a largada para a campanha

eleitoral participando de caminhadas pelas ruas da capital para lançarem seus nomes na disputa. Pelo calendário eleitoral, a partir desta sexta-feira, a propaganda eleitoral

já é permitida, baseada no artigo 36, da Lei nº 9.504/1997. Pela lei, os candidatos, os partidos ou as coligações podem utilizar, das 8 às 22 horas, alto-falantes ou amplifi-

cadores de som, nas suas sedes ou em veículos. Comícios também são permitidos das 8 às 24 horas, bem como a propaganda eleitoral na Internet. Firmino Filho (PSDB)

realiza caminhada no Centro. Beto Rêgo (PSB) no Dirceu. Elmano Férrer (PTB) lança candidatura, e Daniel Sólom (PSTU) faz panfletagem.

Pág. 03

Lisa Magalhães/Diá



Prefeito Elmano Férrer nomeou novos 48 agentes da Strans

02 Em Dia

André Teresina/Diá



Candidato à PMT, Beto Rêgo prestigiou nomeação de delegados no Karnak

Pág. 02

Jornal O Dia – 06 de julho

Outra vez, a relação de poder se presentifica quando há priorização do viés científico, através da preferência por dados, um enunciador jornalístico do Meio Norte traz números em primeiro plano, ao invés de nomes, no enunciado da manchete do dia 17 de julho (**4 candidatos mantêm a disputa acirrada**). Citando três candidatos no enunciado do subtítulo (Elmano Férrer, Wellington Dias e Firmino Filho), um enunciador jornalístico ignora o desempenho dos demais candidatos e omite a informação sobre quem está atrás do candidato do PSDB nas pesquisas, já que avalia Elmano Férrer e Wellington Dias como tecnicamente empatados: **Firmino Filho do PSDB continua liderando com 33,56% das intenções de voto em Teresina. Wellington Dias do PT e Elmano Férrer do PTB estão tecnicamente empatados em segundo lugar.** Colocando-se como avaliador do cenário político, um enunciador jornalístico do Meio Norte é evasivo. Usando como estratégia discursiva de poder a rejeição em publicar os números com destaque, e optando por um enunciado da manchete onde nenhum candidato se evidencia sobre os demais, o enunciador assume, portanto, uma postura não-pedagógica, deixando ao leitor a interpretação dos dados.

+ Terça-feira FECHAMENTO DÓLAR VALORES EURO TEMPO

meionorte

Justiça | Collor poderá pagar R\$ 240 mil a Rosane

2º TURNO | Pesquisa foi realizada em 107 bairros da capital após debate realizado pelo MN

4 candidatos mantêm a disputa acirrada

60 **60** **60**

Fernando Filha, do PSDB, continua liderando, com 33,13% das intenções de voto em Teresina. Vinícius Dias, do PT, e Elmano Férrer, do PTE, estão tecnicamente empatados em 2º lugar

+ Valença
Agenciadoras 2 mil pedras de crack no PJ

+ Teresina
10 fogem de delegacia em Picos

+ Zona Sul
ONG promove cultura hip hop

+ Venda
Jockey: Cartório vai ser denunciado à Justiça

CONSTRUÇÃO CIVIL CRESCE MAIS DE 30% EM TERESINA

+ Picos
Eletrodomésticos faz greve por melhor salário

Arte & Fest | 'Barrela' volta ao circuito cultural

Jornal Meio Norte – 17 de julho

Indicando a presença de polifonias, na edição do dia 05 de agosto, o enunciado da manchete do jornal O Dia mostra, além do enunciador jornalístico, um enunciador político e

um co-enunciador oculto na cena discursiva, a quem o enunciador político busca rebater com uma fala destaca pelo enunciador jornalístico entre aspas (**“Não sou candidato do governador, sou do povo”**). O discurso direto do candidato Beto Rego revela o enunciador político com o verbo na primeira pessoa do singular (“sou”). O enunciador jornalístico, portanto, visa produzir um efeito de objetividade com a utilização do discurso direto. Ao afirmar que não é candidato do governador, o enunciador político se refere indiretamente a um outro enunciador que reafirma o contrário: a candidatura de Beto Rego é pautada pelo governador. No contexto situacional, ressalta-se que a reafirmação feita pelo enunciador político de ser “do povo” remete ao programa popular apresentado pelo candidato do PSB, cuja principal fatia de audiência era composta pelas classes D e E da população.

Neste enunciado, é percebida uma heterogeneidade mostrada, com um discurso relatado pelo enunciador jornalístico, que preserva o caráter da oralidade e espontaneidade. Ao dar espaço para que o candidato do PSB rebata críticas, um enunciador jornalístico do O Dia coloca-se em contradição quando, nas imagens em que retrata Beto Rego em outras edições do suporte, busca situá-lo em constante proximidade física e política com o governador Wilson Martins. Assim, mesmo que dê voz ao candidato do PSB, o enunciador tira sua força argumentativa.

A instância jornalística busca se apagar no enunciado da manchete e, inclusive, opta por identificar a quem pertence a fala destacada em negrito e em tamanho grande apenas com o uso de uma foto do candidato e no enunciado do subtítulo (**Candidato à Prefeitura, Beto Rego diz que Deus norteia a sua vida**).

“Não sou candidato do governador. Sou do povo”

Candidato à Prefeitura, Beto Rego diz que Deus norteia sua vida

Em entrevista ao Jornal O DIA, o candidato à Prefeitura de Teresina, Francisco Alberto Rego, mais conhecido como Beto Rego, afirma que não é candidato do governador,

mas sim do povo, embora negue que a vinculação o incomode: “A imprensa quer passar isso como negativo porque o governador não está tendo uma boa aceitação”, diz.

O candidato aponta ainda o que considera urgente em Teresina: “Não tem escola, não tem creche, não tem nada”.

Pág. 03



“Eu tinha a intenção de ser vereador, mas Deus abriu uma porta para que eu fosse candidato a prefeito”

Jornal O Dia – 05 de agosto

5.2.3. Firmino Filho

Um enunciador jornalístico no Meio Norte tem como padrão nas capas analisadas durante a campanha, dar pouco destaque as imagens onde o candidato Firmino Filho aparece. Ser o candidato mais bem colocado nas pesquisas de intenção de votos durante a campanha, não garante necessariamente um espaço privilegiado ao candidato do PSDB. A estratégia de poder utilizada na edição do dia 01 de julho, após as convenções partidárias as legendas confirmaram candidatos e coligações, um enunciador jornalístico no Meio Norte fala ao leitor de Teresina, universalizando as convenções realizadas para o espaço circunscrito da capital. Com o enunciado da manchete **Convenções têm tom de paz e populismo**, um enunciador no Meio Norte não localiza ao eleitor onde foram feitas as eleições. Com três fotos de candidatos de Teresina, o leitor a quem o enunciador se dirige é o da capital piauiense, que já se supõe conhecer os candidatos.

Além das fotos que ocupam a maior parte da capa, e a manchete sob a rubrica das eleições de 2012, um enunciador jornalístico tem ainda como estratégia de poder inserir o leitor nos enunciados, convidando-o diretamente a acompanhar o conteúdo produzido pelo jornal, seja pelo viés da imagem, pelo viés emocional ou mesmo técnico, como é o caso do enunciado do antetítulo, que interpela diretamente o leitor, dirigindo-se a ele em uma linguagem conativa através do verbo “ver”: **Prefeitura/ Veja os tempos das coligações na propaganda no rádio e TV na capital.**

Casa&cia
 As férias são uma boa oportunidade para quem pretende renovar os ambientes sem gastar muito. Veja dicas, como adesivos, pátios e uso de plantas em criatividade. **► B/1**

PREFEITURA | Veja os tempos das coligações na propaganda no rádio e TV na capital

Convenções têm tom de paz e populismo

Governador diz na convenção do PSB que a campanha vai ser popular, voltada para todas as categorias e classes. Firmino Filho também confirma nome e vice. **► A/3 e 4**

► IPMT
 Capital tem a 4ª melhor previdência

Teresina tem a 4ª melhor previdência municipal do Brasil. O Instituto de Previdência dos Servidores do Município (IPMT) conta com fundo previdenciário de R\$ 250 milhões e não tem déficit. O presidente, Gilberto Monteiro Rêgo, explica que a área de assistência será melhorada com parcerias. **► A/5**

► Opção
 Maravilhas são destinos para férias

As férias de julho são uma boa oportunidade para os paulistas conhecerem seu próprio Estado. As sete novas maravilhas do Piauí, eleitas pela população, aparecem como boas alternativas. Delza do Fátima, Prata de Ilheus Grande, Cachoeira do Urubu e Morro do Urubator estão na lista. **► VIDA**



► Notícia da TV

Rêgo do apresentador José Luiz Datena, a paulista Letícia Wiermann, 25 anos, é modelo bem sucedida, apresentadora de TV e chefe de planos. Ela quer conduzir uma faculdade e está cheia de planos. Convidada pela revista Sexy para posar nua, respondeu: "Facho se me



BETO RÊGO | Governador abraça o apresentador de TV na convenção do PSB. Foi o cantor Lázaro do Piauí



ELMIANO | Prefeito de Teresina e Maricó erguem as mãos na convenção do PMDB, na manhã de sábado



As convenções dos demais partidos não são divulgadas nem nos enunciados relacionados à manchete, nem nas imagens, silenciando ao leitor a existência das demais candidaturas. Um enunciador jornalístico no Meio Norte também é relativamente pedagógico no enunciado da manchete, organizando seu discurso sem atribuir a terceiros a classificação dos eventos partidários. Ou seja, enquanto assume-se como avaliador das convenções – quebrando o distanciamento com o destinatário – ainda prevalece a utilização da linguagem impessoal. O “tom” das convenções é dado pelo próprio enunciador no Meio Norte, que avalia os eventos ao enunciatário. Um enunciador jornalístico produz um efeito de sentido em que parece arcar com a responsabilidade do que é dito, sem repassá-la a terceiros. O enunciador dirige-se a um enunciatário que já tem informações a respeito das convenções, dando a impressão de que precisa de apenas uma interpretação das mesmas, que é dada pelo suporte. As considerações sobre os eventos partidários em tom de “paz e populismo” progridem do enunciado da manchete para as imagens festivas e sem animosidades aparentes.

Um enunciador institucional surge com a presença do governador Wilson Martins tanto na primeira foto, abraçado ao candidato Beto Rego, como no enunciado do subtítulo da manchete (**Governador diz na convenção do PSB que a campanha vai ser popular, voltada para todas as categorias e classes. Firmino Filho também confirma nome e vice**). Mesmo aparecendo na cena enunciativa como presidente estadual do PSB e ao lado de um candidato as eleições municipais do mesmo partido, Wilson Martins é nomeado como “governador”, dando peso institucional à figura do governador, cujo nome prestígio político poderia se refletir em Beto Rego. O enunciador institucional também pode ser notado no enunciado da legenda da foto de Elmano Férrer e seu candidato a vice (**Prefeito de Teresina e Marlos erguem as mãos na convenção do PMDB, na manhã de sábado**). Firmino Filho, por outro lado, mesmo ocupando o cargo de deputado não é nomeado como tal, destoando da linha adotada até então para as denominações dos demais candidatos.

O candidato Elmano Férrer é apresentado pelo cargo que ocupa, assim como Beto Rego no enunciado da respectiva legenda da foto (**Governador abraça o apresentador de TV na convenção do PSB. Vice é o cantor Lázaro do Piauí**). O mesmo não se repete com Firmino Filho, cujo enunciado da legenda da respectiva foto o nomeia como “tucano” (**Tucano é cercado por jornalistas e multidão ao chegar à convenção do PSDB, ao meio-dia**). As cores amarelo e azul (em menor quantidade) prevalecem nas três fotos, sendo o amarelo identificado com as cores partidárias do PSB e o azul com o PSDB.

Um enunciador no Meio Norte encara Elmano Férrer e Beto Rego de frente, com os personagens tendo as imagens apresentadas diretamente ao leitor. Os candidatos do PTB e PSB olham diretamente para a câmera, dando assim o efeito de interpelação ao leitor. A foto de Firmino Filho difere das demais ao retratar o candidato de lado, fotografado em um momento de entrevista à imprensa, sem aliados reconhecidos pelo co-enunciador. O momento sugerido não é de celebração à candidatura, mas de explicação da mesma.

Destacando três candidatos em fotografias, Beto Rego, Daniel Solon e Firmino Filho, e três candidatos em citações – Wellington Dias, Elmano Férrer e Firmino Filho, a capa do O Dia de 07 de julho mostra em duas chamadas distintas relacionadas ao pleito municipal o dia-a-dia da campanha eleitoral. No enunciado da chamada para a coluna de Arimateia Azevedo, um enunciador faz uma avaliação das eleições, corroborando críticas a Firmino Filho: **Os tucanos vão ter que rebolar para responder aos ataques de Wellington Dias e Elmano Férrer. Os candidatos petista e petebista devem dizer que o tucano Firmino Filho começou e não terminou obras importantes como a ponte Estaiada.**

Arimateia Azevedo
Os tucanos vão ter que se rebolar para responder aos ataques de Wellington Dias e Elmano Férrer. Os candidatos petista e petebista devem dizer que o tucano Firmino Filho começou e não terminou obras importantes, como a ponte Estaiada.
Pág. 04

Roda Viva
Durante panfletagem na Uespi, o candidato Daniel Solon recebeu um pedaço de rapadura de um eleitor.
Pág. 02

Fechamento
21h
Edição
07.07.12
44 páginas



Terceirizadas têm 150 contratos sob suspeita

O Ministério Público do Trabalho (MPT) investiga pelo menos 150 contratos de terceirizadas com prefeituras piauienses

Suspeitas de não estarem cumprindo com suas obrigações trabalhistas e previdenciárias, empresas terceirizadas que prestam serviços a prefeituras municipais

do Estado estão sendo investigadas pelo Ministério Público do Trabalho. Segundo a Lei 8.666/93, as contratações de empresas terceirizadas para prestação de serviços devem

preceder da comprovação de todos os requisitos necessários à qualificação econômica-financeira antes do contrato. Entretanto, vários municípios já assinaram Termos de

Ajuste de Conduta com o MPT, dentre eles: Castelo do Piauí, Hugo Napoleão, Piripiri, Bom Princípio, Demerval Lobão, Monsenhor Gil, Cocal dos Alves, Passagem Franca,

Alto Longá, São Miguel do Tapuá, São Pedro do Piauí, José de Freitas e Porto. Todos os gestores assumiram a responsabilidade de fiscalizar as empresas.
Pág. 03



Daniel Solon (PSTU) realizou panfletagem em frente à Uespi



Beto Rego (PSB) iniciou campanha no Shopping da Cidade



Firmino Filho (PGDB) realizou campanha nas ruas do Centro

Neste enunciado, observa-se que um enunciador que representa o jornal no viés opinativo, alia Wellington Dias e Elmano Férrer contra Firmino Filho, e antecipa-se ao que os candidatos do PT e PTB podem criticar em relação ao candidato do PSDB, sem deixar claro se o conhecimento sobre críticas que sequer foram feitas provém de informações de bastidores ou não passam de inferências sobre o desenrolar dos ataques entre candidatos. Observa-se polifonicamente que, ao dar voz ao prefeito e ao senador como candidatos, um enunciador jornalístico não os nomeia baseado nos cargos institucionais que ocupam, dando prioridade à filiação partidária. Apesar disso, a crítica sobre obras paradas situa-se no âmbito administrativo. Não há espaço para a defesa de Firmino Filho, propondo por um lado a concordância implícita dos enunciadores no O Dia com relação à avaliação negativa do candidato do PSDB.

Nota-se, no entanto, que o enunciado é construído estruturalmente buscando passar o sentido de incerteza assumido pela expressão “devem dizer”, que é atribuída aos candidatos do PT e PTB e, portanto, não assumida por um enunciador no O Dia. A estratégia de poder adotada pelos enunciadores no O Dia evita o comprometimento com conteúdo do que opta por divulgar, livrando o enunciador de maior responsabilidade. Com a linguagem informal no termo “ter que rebolar”, o enunciador também se marca em sentido opinativo, priorizando como estratégia discursiva de poder aproximar-se do leitor pela expressão popular, que supõe-se também integrar o repertório linguístico do enunciatário.

As imagens do dia-a-dia da campanha mostram os candidatos Daniel Solon, Beto Rego e Firmino Filho, respectivamente, em fotos com tamanhos iguais, mas enfoques distintos. Na primeira, Daniel Solon aparece isolado, entregando um panfleto a uma pessoa e com apenas um filiado segurando uma bandeira do PSTU na cor vermelha. A bandeira está direcionada para baixo, e como é dar cor vermelha, também chama a atenção para o olhar do leitor no mesmo sentido, onde é possível distinguir apenas algumas letras do nome do partido. Daniel Solon é registrado pelo enunciador fotográfico de lado, sem encarar o leitor, e em uma distância que dificulta sua identificação. Cabe ao enunciatário ficar em uma posição contemplativa. O ideológico pode ser observado no enunciado com a construção pelo olhar de um enunciador jornalístico das fotos típicas de campanha, com candidatos na rua e em contato com o eleitor. O contato com a imagem alerta ao leitor que se trata de um tema inserido na campanha eleitoral. Cada foto, no entanto, traz características que as diferenciam entre si nos efeitos de sentido que causam no enunciatário.

O efeito na foto do candidato Beto Rego, feita de baixo para cima, o torna maior aos olhos do leitor. É possível distinguir um sorriso do candidato, assim como na imagem de Firmino Filho. Ambos estão em contato físico com os cidadãos com quem interagem nas imagens, ao contrário de Daniel Solon, que entrega um papel ao eleitor, sem maior contato pessoal. Beto Rego não direciona o olhar ao enunciário, e sim a outros personagens em cena, distinguindo-se de Firmino Filho, que pega na mão de uma mulher ao mesmo tempo em que olha uma criança. É possível distinguir ainda na foto do candidato do PSDB, populares que o rodeiam, dando o efeito de sentido de maior popularidade na cena da campanha em comparação com os demais candidatos retratados fotograficamente. A principal distinção entre as fotos do candidato do PSB e do PSDB, contudo, está nas cores, já que a imagem onde Beto Rego está posicionado mostra tons frios, enquanto na imagem de Firmino a cor vermelha destaca-se na blusa de uma personagem.

Comunicador popular e em meio a uma banca de revistas, Beto Rego está em contato com duas personagens, mas não aparece com membros do seu próprio partido ou filiados, propondo assim um sentido de isolamento. Este mesmo sentido pode ser percebido parcialmente com a imagem de Daniel Solon que, no entanto, figura com pelo menos um filiado do PSTU durante o ato de campanha. Firmino Filho aparece como o candidato com maior contato popular e seguidores, destoando dos demais e reportando ao leitor a ideia de que possui apoio eleitoral.

Nos dias 07 e 08 de julho, os enunciadores no Meio Norte e do O Dia, respectivamente, publicam em suas capas, enunciados de manchetes com o candidato do PSDB, Firmino Filho. No Meio Norte, o enunciador jornalístico cita diretamente (através do verbo introdutório “querer”) o discurso do candidato do PSDB em um título informativo (**Firmino quer dividir Saúde em 3 partes**), enquanto no O Dia, é feito o uso das aspas em um discurso direto não informativo (“**PSDB esteve no poder pelo voto livre**”). Um enunciador jornalístico no O Dia dirige-se, portanto, a um leitor que tem conhecimento prévio do quadro eleitoral em Teresina, já que é feita referência as eleições passadas, quando o PSDB ocupou a Prefeitura da capital. Enquanto no Meio Norte o discurso relatado é indireto, no O Dia é direto, revelando em ambos heterogeneidades mostradas onde um enunciador jornalístico organiza seu discurso a partir do outro. Destaca-se neste enunciado a utilização de um discurso reportado sem nenhum verbo que o introduza, maximizando o efeito de sentido que dá a ilusão de veracidade à fala, ou seja, prezando por uma objetividade e economia do tempo do leitor, um enunciador jornalístico vai direto ao assunto, contribuindo para o efeito de verdade e o discurso de autoridade característicos do jornalismo.

Revelando as polifonias presentes nos discursos, um enunciador no O Dia dá espaço à defesa do candidato em relação a possíveis críticas sobre os diversos mandatos já ocupados por membros da sigla. O entendimento sobre o contexto sociocultural mais amplo é o facilitador para a compreensão da mensagem passada pelo enunciador no O Dia. Remetendo ao passado com o verbo “estar”, o enunciado sugere implicações que não são localizáveis apenas no presente. Assim, o enunciado da manchete é uma possível resposta a uma voz que é contra Firmino Filho – e o partido PSDB - ter mais um mandato de prefeito de Teresina. Um enunciador no O Dia também opta por não destacar o nome de Firmino Filho, que está marcado na capa através de uma imagem em um cenário. O uso do discurso direto como manobra enunciativa no O Dia marca a heterogeneidade mostrada e revela um enunciador jornalístico como um sujeito cuja intenção é de criar uma aparência de objetividade. Sendo assim, o que é dito pelos candidatos é repassado ao enunciatário como se não tivesse sido alterado pela entidade jornalística.

www.portalodia.com TERESINA, DOMINGO, 8 DE JULHO DE 2012



“PSDB esteve no poder pelo voto livre”

Firmino Filho abre série de entrevistas que O DIA irá realizar com os candidatos à Prefeitura de Teresina nas eleições municipais 2012

Em entrevista ao Jornal O Dia, o candidato à Prefeitura de Teresina, Firmino Filho (PSDB), falou sobre suas propostas para administrar a capital, principalmente nas áreas da educação e transporte público. Quanto às críticas a respeito da gestão tuacana, que esteve por duas décadas à frente da FMT, Firmino rebate:

“Cada administração do PSDB foi testada nas urnas, e preciso restabelecer a verdade. Muitas pessoas falam que o PSDB passou muitos anos na Prefeitura com a força sobrenatural ou independente da força popular. Pelo contrário. Estivemos lá pelo voto livre e soberano”. O candidato fez ainda uma análise sobre a

gestão petebista à frente da administração municipal, dizendo que a cidade passa por uma “descontínuidade administrativa na educação” e que o sistema de integração implantado no transporte público foi feito “de forma eleitoreira” sem pensar na “racionalização do sistema”.

Pág. 03



Em maio de 11 grupos organizados, os escoteiros piauienses mantêm atividades. Capa e 03 Domingo

Em entrevista a O DIA, o candidato Firmino Filho (PSDB)

Da Redação O Dia

Jornal O Dia – 08 de julho

O Meio Norte, por outro lado, ao “traduzir” ao leitor a entrevista transmitida por Firmino Filho, incorpora uma postura pedagógica, ou seja, explicativa, e dirige-se com um leitor que está em busca de informação e não de um conteúdo mais contextualizado e explicativo. No enunciado da manchete **Firmino quer dividir Saúde em 3 partes**, um enunciador no Meio Norte se marca ao reproduzir por dado ponto de vista o discurso de

Firmino Filho. O cargo ocupado pelo candidato do PSDB, de deputado estadual, não é citado, sendo dado destaque ao partido (“candidato tucano” no enunciado do antetítulo e “Firmino Filho, do PSDB” no enunciado do subtítulo). Além de um enunciador político, Firmino Filho, e de um enunciador jornalístico, é possível localizar um ponto de rivalidade no enunciado do antetítulo (**Entrevista/ Candidato tucano afirmou que não teme comparações entre sua gestão e a atual**), onde o atual prefeito da cidade e candidato do PTB, Elmano Férrer, é lembrado indiretamente ao leitor. Constitui-se assim, uma polifonia onde as vozes são discordantes no enunciado.

ENTREVISTA | Candidato tucano afirmou que não teme comparações entre sua gestão e a atual

Firmino quer dividir Saúde em 3 partes

Firmino Filho, do PSDB, promete desmembrar a Fundação Municipal de Saúde (FMS) em três partes e criar projetos como “Bolsa Primeira Infância”, “Amor de Tia” e “Meu PSF”. ▶ **A/4**

Jornal Meio Norte –07 de julho

Na edição do dia 10 de julho, um enunciador no Jornal O Dia publica o resultado de uma pesquisa de intenção de votos do Instituto Data AZ, com o seguinte enunciado da manchete: **Data AZ: Firmino cai, Elmano e Wellington disputam 2o lugar**. A cor vermelha predomina na capa, tanto no nome do instituto de pesquisa responsável pelos números de intenção de voto, como na imagem do senador Wellington Dias em campanha, com filiados utilizando a cor vermelha em camisas e faixas; e ainda em uma foto não relacionada ao tema eleição, onde duas crianças são retratadas com roupas de banho vermelhas. O vermelho é uma cor quente, que chama a atenção e desperta o interesse do leitor, causando nele uma percepção. O vermelho opõe-se ao azul que perpassa toda a construção gráfica do jornal, reforçando o sentido de tranquilidade. Um enunciador jornalístico no O Dia opta por uma figura de linguagem, a metáfora, para comparar as eleições a uma corrida, cujos candidatos disputam o primeiro lugar.

www.portaldodia.com TERESINA, TERÇA, 10 DE JULHO DE 2012

Data AZ: Firmino cai; Elmano e Wellington disputam 2º lugar

Na primeira pesquisa realizada após o registro das candidaturas, os números mostram um acirramento entre Elmano e Wellington para o 2º turno



Orionais aproveitam as férias para brincar em recreação ecológica no Parque da Cidade, zona Norte de Teresina. 04 Em Dia

A primeira pesquisa do Instituto Data AZ neste início de campanha pela Prefeitura de Teresina mostra uma disputa acirrada entre quatro candidatos. O deputado tucano Firmino Filho lidera com 31% das intenções, sendo seguido pelo senador Wellington Dias (PT), com 22%. O prefeito Elmano Férrer (PTE) com 19% e o apresentador Beto Rêgo (PSB) com 18%. Por 0,01 ponto percentual, dentro de margem de erro, Wellington e Elmano não ficaram em empate na 2ª colocação. Pág. 02

Caso Cachoeira

Senado vota amanhã cassação de Torres

O processo que pede a cassação do senador Demóstenes Torres deverá ser votado nesta quarta-feira, dia 11, no Senado. Esta semana, será decidida ainda a punição de outros envolvidos no caso. Pág. 04

Fechamento

21h

Edição 10.07.12 44 páginas

Novo aeroporto

Na solenidade de inauguração dos módulos operacionais do Aeroporto de Teresina, a Infraero declarou que a prioridade é a construção de novo terminal. 04 Em Dia

Arimatêia Azevedo

No relatório que deve entregar ao Ministério Público até sexta-feira, a Polícia Federal vai dizer que ampliou para mais de 70 o leque de nomes investigados. Bem diferente dos menos de 20 nomes apresentados pela Cicó. Pág. 04



Em caminhada, Beto Rêgo (PSB) diz que vai 'fonde o povo está'.



Daniel Solon (PSTU) critica fechamento de escolas na capital.



Wellington Dias (PT) diz que plano de governo é para 12 anos.

Jornal O Dia – 10 de julho

Na metáfora, um termo substitui outro em vista de uma relação de semelhança entre os elementos que esses termos designam. A semelhança, no entanto, resulta da subjetividade de quem cria a metáfora. Para transmitir aos leitores que a posição de liderança de Firmino Filho está ameaçada por outros candidatos, um enunciador no O Dia utiliza o verbo “cair”, isolando o candidato do PSDB, e dando destaque a Elmano Férrer e Wellington Dias como sujeitos com potencial de crescimento e mudança do cenário eleitoral até então liderado por Firmino Filho.

Mesmo com circulação regional, o enunciador no O Dia dá um peso maior à Teresina entre os demais municípios piauienses, já que direciona-se aos leitores identificando os candidatos apenas pelo primeiro nome: “Firmino”, “Elmano” e “Wellington” (supondo assim que o leitor do jornal seja politizado e conheça-os mesmo que não more em Teresina). Um enunciador jornalístico também não identifica a cidade dos candidatos, enquanto ao tratar de outros municípios em pesquisas de intenção de voto, essa identificação é feita com destaque. Na edição do dia 31 de agosto, no entanto, um enunciador jornalístico de O Dia, oscila a estratégia de poder e evita classificar com maior destaque os dados da pesquisa de intenção de

votos no enunciado da manchete: **Data AZ: Firmino 30%, Elmano 24%, Wellington 17% e Beto 13%**. No enunciado do subtítulo, porém, um enunciador jornalístico volta a usar o verbo “cair” para classificar a posição de Firmino, ignorando a porcentagem obtida pelos candidatos minoritários Vasconcelo Pinheiro, Daniel Solon e Maklandel Aquino (**Em nova rodada do Instituto Data AZ para a Prefeitura de Teresina, o candidato tucano Firmino Filho cai de 35% para 30% e Elmano fica em 2º**).

Um aspecto relevante a ponderar entre as duas edições com pesquisas de intenção de voto no O dia é a opção por utilizar as porcentagens de votos em uma e na outra priorizar uma interpretação dos dados. Ao destacar apenas os números no enunciado da manchete, um enunciador jornalístico afasta-se da cena discursiva, dando a impressão de que deixa ao leitor o poder de avaliar a evolução dos candidatos no decorrer do pleito. Essa postura difere da tomada anteriormente, onde é observado pouco espaço para os dados e maior ênfase a uma interpretação particular dos mesmos. Mostrando-se primeiro ao leitor e depois apagando-se na publicação das pesquisas, um enunciador do O Dia revela traços discursivos que envolvem mudanças mais ou menos explícitas nas perspectivas de se posicionar no texto.



Entre em cartaz hoje nos Cinemas Teresina, "Os Mercenários 2". O filme, que traz Stallone, Bruce Willis, Van Damme e Schwarzenegger é indicado para quem aprecia cenas fortes. Capa Torquato

Data AZ: Firmino 30%, Elmano 24%, Wellington 17% e Beto 13%

Em nova rodada do Instituto Data AZ para a Prefeitura de Teresina, o candidato tucano Firmino Filho cai de 35% para 30% e Elmano fica em 2º

Arimatéia Azevedo
A família do conselheiro Xavier não entrou com ação pedindo indenização pela morte dele. Valor: R\$ 8 milhões. A família já recebe a pensão, de aproximadamente, R\$ 20 mil/mês. Pág. 04

Mínimo será de R\$ 670,95
De acordo com previsão do Orçamento 2015 da União, o salário mínimo para o próximo ano será fixado em R\$ 670,95, representando um reajuste de 7,9%. 05 em Dia

Realizada nos dias 27 a 29 de agosto, a nova rodada de pesquisa do Instituto Data AZ para a Prefeitura de Teresina, aponta uma queda do tucano Firmino Filho de 35,35% entre 08 e 11 de agosto para 30,18% na última sondagem. O candidato Elmano Ferrer (PTC) vantagem positiva dentro da margem de erro na pesquisa estimada, passando de 27,53% para 24%. O senador Wellington Dias (PT) tem 17,54% e Beto Rêgo (PSB) tem 13% das intenções de voto. Pág. 03

Universidades
Lei das cotas será implantada de forma gradual durante 4 anos. Capa Em Dia

Jornal O Dia – 31 de agosto

Um enunciador no Meio Norte alia uma chamada sobre as eleições 2012 (**Eleição/ Candidatos ‘antecipam’ propaganda**) com duas fotos do cumprimento de agenda partidária dos candidatos Firmino Filho e Wellington Dias. No subtítulo da chamada há referência aos programas eleitorais televisivos e no rádio, dando ao leitor uma informação que supõe-se que ele não tem (**Os candidatos a prefeito de Teresina anteciparam o conteúdo e o formato da**

propaganda eleitoral gratuita no rádio e na TV. Firmino Filho, do PSDB, promete “surpresas”, enquanto o prefeito Elmano Férrer, do PTB, terá João Cláudio Moreno. Wellington Dias e Beto Rêgo também já definiram como farão suas propagandas). Subtende-se que os candidatos que não foram citados, Maklandel Aquino, Daniel Solon e Vasconcelos Pinheiro, têm seus programas eleitorais considerados pelo enunciador jornalístico como de pouca relevância, não merecendo descrição na capa do jornal.

Na imagem, um enunciador marca sua presença no uso da cor que é associada ao PT. O vermelho é evidenciado tanto na imagem de Wellington Dias, quanto na blusa da eleitora, como nas bandeiras vermelhas que fazem fundo a imagem. A cor chama a atenção para imagem, que mesmo abaixo da foto em que está Firmino Filho, possui pontos que interpelam o leitor. Um enunciador registra os dois candidatos na mesma posição, conversando com eleitoras e com o olhar direcionado para os personagens da imagem e não para o leitor. Neste aspecto, um enunciador é testemunha do dia-a-dia da campanha, mostrando ao enunciatório algo que ele não estava presente para ver pessoalmente.



Jornal Meio Norte – 14 de agosto

5.2.4. Elmano Férrer

No enunciado do dia 10 de julho (**Elmano: Eles prometem o que já estou fazendo**), um enunciador jornalístico no Meio Norte faz uso do discurso direto, sem o recurso das aspas,

para dar voz ao candidato do PTB. O discurso relatado, que introduz a fala de um outro sujeito é marcado com o uso dos dois pontos. Citando diretamente Elmano Férrer, um enunciador jornalístico revela a heterogeneidade mostrada e a estratégia de imbricar sua voz com a do enunciador político, pegando para si o discurso do outro. Além de um enunciador jornalístico – que marca-se na indicação no antetítulo “6 entrevista” – há um enunciador político marcado na fala do próprio Elmano Férrer, e um enunciatário, o leitor a quem o candidato do PTB cita na terceira pessoa do plural (“eles”) e que no subtítulo é especificado como fazendo referência aos demais candidatos. Sem aspas, a voz do enunciador jornalístico ratifica o discurso citado.

Emerge, portanto, neste enunciado, uma crítica aos candidatos que fazem promessas e um contraponto com o candidato que já está fazendo o que os outros apenas prometem. Ao retirar as aspas do discurso reportado do prefeito, o Meio Norte integra polifonicamente em uma única voz o enunciado do candidato ao seu, em uma fusão de sentidos onde o enunciador jornalístico concorda com Elmano Férrer.

Buscando passar a ideia de que mantém uma postura distanciada, instrutiva e relativamente pedagógica, o enunciador jornalístico expõe nos enunciados do antetítulo e subtítulo, as ações que estariam sendo desenvolvidas pelo prefeito, esclarecendo desta forma o discurso de Elmano Férrer exposto no enunciado da manchete.

6ª ENTREVISTA | Prefeito promete grande projeto na Vila da Paz e ginásio olímpico na capital

Elmano: Eles prometem o que já estou fazendo

Elmano Férrer (PTB) diz que candidatos prometem o que ele já realiza, comenta sua gestão e antecipa projetos como o Ambulatório do Trabalhador, além de um novo “Lagoas do Norte”. ▶ A/4

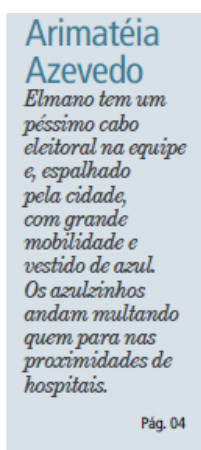
SSINATURAS (06)31 33-7383

Jornal Meio Norte – 10 de julho

Um enunciador opina em um tom conselheiro na edição do dia 25 de julho, quando o jornal O Dia publica em uma chamada lateral sem fotos, um enunciado da coluna de Arimateia Azevedo: **Elmano tem um péssimo cabo eleitoral na equipe e, espalhado pela cidade, com grande mobilidade e vestido de azul. Os azulinhos andam multando quem para nas proximidades de hospitais.** Este enunciador – que marca-se pelo uso de adjetivação, como “péssimo” - não apenas descreve uma situação, mas também assume uma

postura de oposição colocada estrategicamente de modo a suprimir a forma concordante em que as vozes opinativas do texto jornalístico demonstram estar de acordo com a informação passada ao leitor. Ao utilizar expressões e informações compartilhadas pelo repertório linguístico comum dos teresinenses - como “azulzinhos” em referência aos agentes da Superintendência de Trânsito da capital piauiense – um enunciador não-pedagógico usa como estratégia discursiva de poder a transmissão ao leitor de um ponto de vista pelo viés da cumplicidade e não da informação.

O enunciador propõe ainda uma mescla entre o contexto institucional e eleitoral, já que o candidato do PTB não é tratado no enunciado como candidato ou prefeito, sendo nomeado apenas com o nome utilizado na campanha “Elmano”. Apesar disso, a ação sugerida pelo enunciador cabe administrativamente ao prefeito, sendo assim é feita uma sugestão administrativa para a concretização de um resultado eleitoral.



Jornal O Dia – 25 de julho

Pinto (2002) ressalta que o cotexto refere-se aos elementos que fazem moldura ao texto em análise, ou seja, os elementos textuais ou gráficos que estão postos no entorno do texto em investigação e que com ele estabelecem uma relação de dialogia. Um exemplo disso está na capa do Jornal O Dia na edição de 29 de julho. Em uma chamada com foto localizada do lado inferior esquerdo, um enunciador jornalístico coloca em aspas uma declaração de Elmano Férrer: **“Até final de agosto estaremos em 1º”**. Além do enunciador jornalístico, localizável pelo enunciado do chapéu (“Elmano Férrer”) em que apresenta o autor da fala selecionada; e pelo enunciado do subtítulo e da legenda, onde ressalta-se que a entrevista foi realizada exclusivamente ao O Dia; também está presente neste enunciado um enunciador político, o próprio Elmano Férrer, cuja imagem é reforçada pela fotografia.

Em uma outra chamada na capa, a atriz Juliana Paes, personificada de personagem em uma novela da TV Globo, segura uma pipa para cima, em sinal de subida, assim como a

proposição em que Elmano afirma subir nas intenções de voto dos eleitores. O enunciador jornalístico propõe assim ao leitor um reforço de percepção da intenção anunciada por Elmano Férrer, contribuindo intertextualmente com a mensagem do enunciador político, convocando ainda o interesse do leitor para a área central onde o enunciado está disposto, ao lado de duas fotografias.

Ass. Fernandes/O DIA

Elmano Férrer
"Até final de agosto estaremos em 1º"

Em entrevista ao Sistema O DIA de Comunicação, o prefeito Elmano Férrer (PTB), candidato à reeleição, afirmou que está fortalecido com o apoio do PMDB na chapa e que precisa apenas dos 90 dias de campanha para mostrar seu trabalho. Pág. 03

Criminalidade
Em silêncio, Zona Leste sofre com a violência
 Com medo de denunciar a ação de bandidos, moradores de bairros periféricos na zona Leste de Teresina tornam-se reféns da própria comunidade.
 04 e 05 Domingo

SuperTV
Na pele cravo e canela da personagem de Jorge Amado, a atriz Juliana Paes dá forma à "Gabriela."
 SuperTV

Em entrevista a O DIA, prefeito Elmano Férrer destaca projetos

Fale conosco Redação: 86 2106.9900 // 86 2106.9924 // Atendimento (SAC): 86 2106.9912 // Classificados 86 2106.9925 // Assinaturas: 86 2106.9927

Jornal O Dia – 29 de julho

Verifica-se como recorrência o enunciador do Meio Norte, posicionar-se no campo da ideologia clássica da informação, como lembra Verón (2004), ou seja, é um enunciador que busca provar que estava na cena enunciativa como um observador que mostra ao público através da imagem testemunhal, o dia-a-dia da campanha eleitoral. O momento do abraço de Elmano Férrer a uma jovem, e do carinho no rosto que Beto Rego faz a uma criança, são relatados com o “estatuto semiótico de verdadeiro fragmento da realidade” (VERÓN, 2004, p.169).



MAIS SAÚDE | Beto Rego faz carinho em criança durante campanha em Teresina

→ Sucessão

Elmano e Beto lançam projetos em campanha

O prefeito de Teresina, Elmano Férrer, lançou o projeto "Andar Bem", para cadeirantes, durante andanças pela zona Sul da capital, quando foi cumprimentado por

populares. Já o candidato Beto Rego, do PSB, focou o discurso na saúde, pedindo a imediata abertura do HU e mais hospitais para a população carente. ▶ **A/3**



ATENÇÃO | Prefeito Elmano Férrer fala com estudante na Vila da Paz, zona Sul

→ Educação

PI supera meta e tem 2ª maior alta do Ideb no país

Ministério da Educação divulgou que em 2011 dois Estados do Nordeste se destacaram no Ideb: Piauí e Ceará, por conseguirem superar em quase um

ponto o resultado esperado. Para o ano passado a meta colocada para o Ideb piauiense era de 3,6 pontos, mas o Estado conseguiu alcançar 4,4. ▶ **A/4**

Jornal Meio Norte—15 de agosto

Nas legendas, Elmano Férrer é destacado pelo cunho institucional do cargo que ocupa (**ATENÇÃO / Prefeito Elmano Férrer fala com estudante na Vila da Paz, zona Sul**), enquanto Beto Rego não é identificado pela profissão, apenas pelo nome (**MAIS SAÚDE / Beto Rego faz carinho em criança durante campanha em Teresina**). As legendas são descritivas e citam elementos e ações presentes nas imagens. Mesmo assim, destaca-se o uso da palavra “atenção” como na legenda da foto do candidato do PTB. A expressão pode ser interpretada em sentido conativo, de ordem e interpelação ao leitor para que observe a imagem e não apenas como classificação do gesto de atenção entre o candidato e os eleitores. As cores frias (azul e verde) na foto do candidato do PSB contrapõem-se as cores mais quentes (como o vermelho) observadas na imagem de Elmano Férrer, evidenciando uma articulação entre conteúdo e imagem visando atrair a atenção do leitor na foto onde está o prefeito.

O candidato Elmano Férrer também é um dos sujeitos políticos de destaque presentes no enunciado do dia 06 de setembro publicado como chamada no Diário do Povo (**Sílvio bate Elmano no programa de TV**). No enunciado do subtítulo, as declarações e críticas do ex-prefeito Sílvio Mendes, do PSDB, direcionadas a Elmano Férrer são atribuídas pelo enunciator jornalístico como um “desabafo” (**O ex-prefeito Sílvio Mendes ocupou ontem mais da metade do programa do PSDB na TV em desabafo contra o prefeito Elmano Férrer. Ele chamou o prefeito de ingrato e o acusou de se apropriar de obras das gestões do PSDB**). Tanto Sílvio Mendes como Elmano Férrer são nomeados pelo enunciator

jornalístico pelo viés institucional, ou seja, pelos cargos que ocuparam e ocupam, respectivamente.

O verbo “bater” para denominar as críticas do representante do PSDB é uma metáfora que sugere um sentido agressivo, corroborando a proposta enunciativa onde o prefeito situa-se fragilizado. O sujeito da ação é Sílvio Mendes, representando o PSDB, e não o candidato do partido, Firmino Filho, que sequer é citado, preservando assim a imagem do candidato do PSDB sem vinculá-la com debates diretos com o candidato do PTB. Quando não publica no mesmo enunciado da chamada a defesa de Elmano Férrer a respeito das críticas na propaganda eleitoral, este enunciador jornalístico busca deixar implícito um posicionamento consonante, onde a voz do editor identifica apenas a voz do ex-prefeito, cabendo ao leitor inferir polifonicamente um afinamento entre as vozes dos enunciadores jornalísticos e políticos.

Sílvio bate em Elmano no programa de TV

O ex-prefeito Sílvio Mendes ocupou ontem mais da metade do programa do PSDB na TV em desabafo contra o prefeito Elmano Férrer. Ele chamou o prefeito de ingrato e o acusou de se apropriar de obras das gestões do PSDB. **PÁGINA 3**

Jornal Diário do Povo – 06 de setembro

Outros enunciadores políticos também são chamados para falar em tom de crítica, dessa vez ao candidato do PSDB. Em uma chamada para a coluna “Em Tempo” na edição do dia 22 de setembro, um enunciador jornalístico no Diário do Povo diz o seguinte: **Themístocles Filho diz que Firmino Filho está preocupado com o crescimento de Elmano Férrer; do lado de Firmino, dizem que não há o que temer.** Mais uma vez, Firmino Filho não aparece respondendo diretamente ou fazendo qualquer crítica a Elmano Férrer. A posição do deputado é explicitada apenas com a expressão “do lado de Firmino”, enquanto a posição de Elmano Férrer é nomeada pelo presidente da Assembleia Legislativa do Piauí, deputado Themístocles Filho, com a expressão “Themístocles diz”.

Um enunciador político também dá como certo um crescimento de Elmano Férrer nas intenções de voto. Sem publicar nenhuma pesquisa no período, o Diário do Povo dialogiza

com os demais jornais, que naquele momento divulgavam pesquisas de intenção de votos onde é registrado um crescimento de Elmano Férrer em relação aos demais candidatos. Sem informar a que dados específicos faz referência, um enunciador do Diário do Povo usa como estratégia discursiva de poder, atribuir ao destinatário um entendimento prévio sobre os elementos e personagens da cena política. Os recursos utilizados por este enunciador, apontam que ele considera não haver necessidade de maiores detalhes para situar o leitor sobre os fatos narrados.



Jornal Diário do Povo– 22 de setembro

5.2.5. Daniel Solon

Disputando as eleições pelo PSTU, Daniel Solon é, entre todos os candidatos minoritários, o que tem a imagem explorada mais vezes pelos enunciados jornalísticos dos impressos estudados, especialmente o Jornal O Dia. Na edição do dia 01 de julho, é o único representante das pequenas siglas aparecendo em imagem ao lado dos candidatos Beto Rego, Elmano Férrer, Firmino Filho e Wellington Dias. Os candidatos Maklandel Aquino e Vasconcelos Pinheiro são, portanto, silenciados pelos enunciadores no O Dia, que faz referência genérica a todos os candidatos: **Candidatos abrem campanhas com acusações.**

Um enunciador jornalístico assume a postura pedagógica, explicando um cenário ao leitor através do discurso indireto. No enunciado, a avaliação das eleições é incorporada pelo próprio jornal, que não dá voz a terceiros para passar a mensagem. A posição de não delegar a outros sujeitos o que é dito, também é reafirmada no enunciado do subtítulo que acompanha a manchete: **A troca de acusações entre os pré-candidatos foi a tônica das convenções que confirmaram candidaturas à Prefeitura de Teresina.** A estratégia de generalizar as “trocas de acusações” também busca deixar o enunciador jornalístico livre de maiores responsabilidades, cabendo ao leitor o papel de consumir as matérias do jornal e tirar suas conclusões.

Chapas abrem campanhas com acusações

A troca de acusações entre os pré-candidatos foi a tônica das convenções que confirmaram as candidaturas à Prefeitura de Teresina

Os tucanos se dizem traídos por Elmano Férrer (PTB) e os petebistas afirmam que foram abandonados pelos petistas. Já os petistas esperavam o apoio do PSB e não tiveram. Fora isso, as negociações em torno da definição dos vices esquentaram ainda mais a disputa. Ontem, no dia em que os partidos e coligações homologaram seus candidatos e as alianças, foram as trocas de farpas e acusações que tomaram conta dos pronunciamentos dos pré-candidatos. No entanto, até dia 7 de julho, data limite para o registro das candidaturas, o cenário ainda pode mudar. Pág. 03



Beto Rêgo (PSB), Daniel Solon (PSTU), Elmano Férrer (PTB), Firmino Filho (PSDB) e Wellington Dias (PT) foram apresentados como cabeças de chapa na disputa pela Prefeitura de Teresina

Jornal O Dia – 01 de julho

No momento da eleição, com as candidaturas confirmadas e em tempo de campanha, o candidato do PSTU ganha espaço na capa do jornal Meio Norte, mas não tem seu nome publicizado. Na edição do dia 06 de julho, um enunciador no Meio Norte substitui no enunciado da manchete o nome do candidato pelo do partido, o PSTU: **PSTU vai regularizar 300 vilas e favelas**. Daniel Solon é exposto no discurso indireto pelo enunciador jornalístico e também é substituído pela sigla “PSTU”. Um enunciador jornalístico do Meio Norte é didático, e pressupõe que o leitor tem poucas informações de Daniel Solon pela quantidade de substantivos usados no enunciado do subtítulo: **Candidato a prefeito de Teresina pelo PSTU, o jornalista Daniel Solon defende maior presença do poder público na assistência ao povo de Teresina. Ele é o quarto entrevistado da série especial.**

Um enunciador jornalístico usa o verbo introdutório ir no presente do indicativo (“vai”) como estratégia para chamar a atenção do leitor, já que supõe-se que a regularização de vilas e favelas é um fato dado, que vai acontecer sem depender de condições secundárias. No entanto, é identificado no enunciado do subtítulo, que essa ação é uma proposta do candidato do PSTU e não um ato concreto. A predileção do discurso indireto quando trata-se dos candidatos minoritários tanto no Meio Norte como no O Dia, revela ainda uma estratégia de poder que mantém em um enunciador jornalístico o poder de dizer. Um enunciador jornalístico não abre mão de traduzir o que é dito pelos candidatos aos leitores, inclusive com

liberdades como a de substituir os nomes dos candidatos pelos nomes dos partidos aos quais eles representam. A ação sugere um contexto sociocultural mais amplo, onde os candidatos dos partidos de esquerda são escolhidos longe do olhar da mídia durante a pré-campanha, e com pouca estrutura partidária e pouco tempo de propaganda no rádio e televisão durante a campanha eleitoral. Desconhecidos do público, os candidatos também não são reconhecidos pelos enunciadores jornalísticos, que prezam apenas a divulgação institucional, recorrendo aos partidos.

Lista | Piauiense é chamado para seleção olímpica >> A/11

Festa & Cia **15** anos com proporções de um casamento. Os detalhes atuais da festa envolvem desde aluguel de carros de luxo a escolhas das lembrancinhas com a identidade da aniversariante. >> B/1

Registros
TRE monta

PREFEITURA | Daniel Solon mostra propostas para a saúde, mobilidade, segurança e educação

PSTU vai regularizar 300 vilas e favelas

Candidato a prefeito de Teresina pelo PSTU, o jornalista Daniel Solon defende maior presença do poder público na assistência ao povo de Teresina. Ele é o 4º entrevistado da série especial. >> A/4

Jornal Meio Norte – 06 de julho

Um enunciador jornalístico no Diário do Povo é mais sucinto em comparação aos demais jornais e cita Daniel Solon entre os candidatos a prefeito de Teresina que fazem campanha eleitoral, colocando-o ao lado dos candidatos Firmino Filho e Beto Rego. **O candidato do PSTU, Daniel Solon, fez corpo a corpo e panfletagem na Uespi**, diz o subtítulo do enunciado de uma chamada que trata sobre propaganda eleitoral: **Começa a propaganda eleitoral**. Sem imagens, o enunciador no jornal supõe que o co-enunciador conhece Daniel Solon, identificado apenas como candidato do PSTU, assim como os demais candidatos também são associados a suas siglas e não aos cargos ocupados.

Começa a propaganda eleitoral

Os candidatos iniciaram oficialmente ontem, depois dos registros de candidaturas, as campanhas políticas para as eleições. Os candidatos a prefeito Firmino Filho (PSDB) e Beto Rego (PSB) iniciaram as campanhas com caminhadas e bandeiraço. O candidato do PSTU, Daniel Solon, fez corpo a corpo e panfletagem na Uespi. Firmino Filho iniciou a campanha com uma caminhada no centro de Teresina. ● PÁGINA 3

Jornal Diário do Povo – 07 de julho

Ao mesmo tempo em que usa como estratégia a divulgação aos leitores das propostas dos candidatos, o jornal O Dia não deixa de se expor, visando mostrar-se como um veículo plural e com informações exclusivas durante o pleito de 2012. A estratégia de vincular o enunciado da manchete com a imagem do candidato em matérias produzidas com exclusividade pelo jornal é reforçada por um enunciador jornalístico do O Dia na edição de 15 de julho: **PSTU propõe redução da tarifa de ônibus**. O verbo “propor”, utilizado no presente, pode reforçar o sentido de promessa de campanha, e não um ato definitivo, como aconteceu com o enunciador no Meio Norte no dia 05 de julho.

É observada a utilização da terceira pessoa, mantendo uma impessoalidade e distância, ao mesmo tempo em que um enunciador não-pedagógico deixa sob a responsabilidade do candidato o conteúdo do enunciado destacado, cabendo ao leitor avaliar a informação passada. Assim como no Meio Norte, o nome do candidato é substituído pelo do partido, em uma analogia onde o partido sobrepõe-se à figura do candidato.

www.portalodia.com TERESINA, DOMINGO, 15 DE JULHO DE 2012

R\$ 2,50 NACIONAL R\$ 8,00 Ano 61 // Nº 16.926

U DIA

Arimatéia Azevedo
Até ontem, o PT de Timon tinha dois candidatos a vice-prefeito. Um na chapa de Alexandre Almeida e outro na de Edimar Ribeiro Pires e impressão de que falta candidato competitivo ou que o PT não sabe escolher o cabeça de chapa. Pág. 04

Dora Kramer
Sentindo que Lula poderá não ser candidato e querendo continuar no poder, o PT estaria fomentando atritos entre os outros dois possíveis candidatos para a Prefeitura. Pág. 05



Daniel Solon (PSTU) falou também sobre o Orçamento Popular de Teresina que, segundo ele, destina apenas 15% do orçamento para resolver problemas da cidade

PSTU propõe redução na tarifa dos ônibus

Daniel Solon, candidato do partido à Prefeitura de Teresina, diz que seu Governo permitiria ainda a gratuidade para estudantes

Dando sequência à série de entrevistas com os candidatos à Prefeitura de Teresina, O DIA traz hoje o professor Daniel Solon, o PSTU, sua comunidade e pelos conselhos comunitários. Entre as propostas do partido, está a de criar uma empresa pública municipal de transporte e acabar o contrato com o Setur, considerado irregular pelo partido. "Não existe sem mesmo legislação para contratação dessas empresas", critica Daniel Solon. A medida, segundo ele, reduziria de imediato a passagem de ônibus de R\$ 2,10 para R\$ 1,70, e garantiria passe livre para estudantes e desempregados. Pág. 03

Jornal O Dia – 15 de julho

Um enunciador no O Dia funde mais uma vez em seu discurso jornalístico na edição do dia 01 de agosto, o partido PSTU com o candidato Daniel Solon, dando aos dois significados de sinônimos (**PSTU diz que há compra de votos em bandeiraço**). As polifonias se presentificam ao observar-se que o enunciador político localizado no enunciado, o PSTU, tem caráter denunciativo, ou seja, posiciona-se como fiscalizador do pleito e dos demais candidatos a prefeito. O verbo introdutório “dizer” coloca no enunciador político a autoria da denúncia, evitando o comprometimento do enunciador jornalístico, que tenta situar-se como observador e relator dos acontecimentos. O discurso é indireto e revela as diversas vozes do enunciado: um enunciador jornalístico que relata o discurso, um enunciador político (PSTU) e ainda um outro enunciador político (Daniel Solon, candidato do PSTU). Um enunciador jornalístico, ao priorizar o discurso indireto, fala pelo enunciador político, reforçando assim seu poder dentro da arena discursiva. Com um selo colorido que identifica o tema das eleições 2012, um enunciador jornalístico corrobora o caráter denunciativo com outra chamada onde os candidatos Firmino Filho e Elmano Férrer são identificados através dos partidos (**Candidato tucano acusa PTB de fazer panfletos**). O único candidato identificado com o nome é Elmano Férrer, na chamada **Petistas anunciam apoio a Elmano Férrer**.

Enquanto um candidato acusa o outro, e há troca de apoios políticos entre partidos adversários, o candidato do PSTU figura nessa linha como fiscalizador de todo o pleito, não contrapondo-se diretamente a algum candidato específico. A rivalidade de um contra todos já foi reforçada em outras imagens no O Dia onde Daniel Solon é retratado em oposição aos

demais candidatos: sozinho ou com poucos filiados ao seu lado. Ao contrário de Wellington Dias, cujo sentido construído pelos enunciadores jornalísticos do O Dia cumulam na percepção de um candidato isolado e fragilizado, Daniel Solon tem seu distanciamento de alianças partidárias como um fato construído discursivamente como positivo.



Jornal O Dia – 01 de agosto

Na edição do dia 29 de agosto, o candidato que lidera as pesquisas de intenção de votos, Firmino Filho, é citado na legenda de uma foto que trata sobre um debate com candidatos a prefeito de Teresina (**Daniel Solon (PSTU), Maklandel Aquino (PSOL) e Firmino Filho (PSDB) em debate no Simepi**), mas não aparece na imagem do enunciador jornalístico no O Dia, que valoriza dois candidatos minoritários: Daniel Solon, em primeiro plano, e Maklandel Aquino, em segundo plano. Além de estar destacado pela posição que ocupa na cena, Daniel Solon é captado no momento em que fala, o que é evidenciado com o microfone nas mãos e a boca entreaberta, indicando ação.

O enunciado da chamada de capa que faz referência aos dois é genérico: **Candidatos discutem propostas para a saúde**, e busca simular distância dos acontecimentos, construindo assim um discurso organizado que não deixa perceber outras vozes além de um enunciador jornalístico. A voz do jornal, portanto, emerge sobre as demais, não possibilitando que os enunciadores políticos expressem-se na cena discursiva, mas permitindo a exploração da figura do sujeito falante, o candidato Daniel Solon.

PEC

Domésticas podem ficar R\$59 mais caras

Uma Proposta de Emenda Constitucional (PEC) poderá aumentar a informalidade na contratação de trabalhadores domésticos. Está em discussão na Câmara dos Deputados uma PEC que aumenta em R\$ 59,40 o custo para o empregador assinar a carteira de uma empregada doméstica. Além disso, a categoria poderá ter seus direitos trabalhistas iguais aos das demais classes.

05 Em Dia

379 vagas

Sai edital para seleção do HU

Capa Em Dia



Daniel Solon (PSTU), Malkiandel Aquino (PSOL) e Firmino Filho (PSDB) em debate no Sinem

ELEIÇÕES 2012 O DIA

Candidatos discutem propostas para saúde

Vice-prefeita de Coivaras assume gestão

Carros de som terão volume máximo permitido

Pág. 03 08 Em Dia 07 Em Dia

Jornal O Dia – 29 de agosto

A postura de candidato que fiscaliza o pleito é reiterada pelo enunciador jornalístico no O Dia na edição do dia 15 de setembro onde três fotos dos candidatos Beto Rego, Daniel Solon e Firmino Filho são posicionadas em tamanhos iguais acima do enunciado da manchete. Enquanto os outros dois candidatos são retratados acompanhados de correligionários identificados como tais, e da imprensa, Daniel Solon é mostrado pelo enunciador jornalístico sozinho na cena. No enunciado **Daniel Solon cobra apoio de candidatos ao piso nacional**, o enunciador jornalístico interpreta ao leitor a fala do candidato do PSTU sem o recurso das aspas ou conectivos. Ao “cobrar” o apoio de candidatos ao piso nacional, um enunciador político se dirige ao leitor, identificando indiretamente que os demais candidatos não apoiam a causa. Essa estrutura linguística expõe negativamente os demais candidatos. Um enunciador jornalístico supõe, nesse caso, que o leitor do O Dia é politizado e já acompanha o noticiário, pois não identifica de que categoria profissional é o piso salarial cobrado.

Nos demais enunciados, duas posturas dos enunciadores jornalísticos se destacam: a primeira privilegia o discurso indireto, atribuindo a Beto Rego, através de um verbo introdutório (“dizer”) o conteúdo da mensagem (**Beto Rêgo diz que pretende ser o prefeito dos pobres**); enquanto no enunciado abaixo da foto de Firmino Filho (**Senador Álvaro Dias**

reforça campanha de Firmino Filho), um enunciador jornalístico assume mais uma vez a postura de se responsabilizar pelo conteúdo publicado, apesar de manter a distância da terceira pessoa e da impessoalidade. Atribuindo um juízo de valor, o enunciado atribui um sentido positivo – de reforçar a campanha – ao mesmo tempo em que assume a necessidade de que a campanha do candidato do PSDB esteja estagnada ou em declínio sendo, portanto, necessário que haja um reforço externo.



Jornal O Dia – 15 de setembro

Nas fotografias, Beto Rego e Firmino Filho são retratados ao lado de filiados e apoiadores. O candidato do PSB abraçado de seu candidato a vice-prefeito, caminha nas ruas, ou seja, repete a mesma postura do candidato do PSDB. Daniel Solon diferencia-se nesse cenário por estar fotografado sozinho, no momento de entrevista. A imagem da imprensa é retratada através de um fotógrafo inserido na cena onde Firmino Filho direciona seu olhar a uma eleitora. Além do enunciador jornalístico que registra a cena publicada no jornal, há um segundo representante da imprensa mostrado ao leitor, denotando uma cena construída com três focos de atenção: a eleitora, o candidato do PSDB (ambos de braços levantados), e o fotógrafo de preto. O ponto de cor fica por conta da blusa verde e amarela da eleitora. As mesmas cores chamam a atenção para a imagem onde figura Beto Rego, observado em uma distância física significativa do leitor, onde não é possível identificar sua imagem, apenas seu nome nas faixas levadas por filiados e eleitores. A fotografia em que aparece Daniel Solon é opaca, sem pontos de cor que interpelem o olhar do leitor e sem maiores sofisticções técnicas a respeito de sua composição, opondo-se assim as demais fotografias dos candidatos do PSB e

do PSDB, onde há uma preocupação de um enunciador fotográfico em registrar mais do que um momento, mas compor um cenário.

5.2.6. *Maklandel Aquino*

O candidato do PSOL, Maklandel Aquino, é incorporado ao nome do seu partido no enunciado da manchete do Jornal Meio Norte do dia 05 de julho: **PSOL promete criar estatal dos ônibus**. Destaca-se no contexto situacional, que o partido de posicionamento esquerdista, ligado a eixo político que costuma estar associado a movimentos grevistas e sindicais, é sugerido pelo enunciador ao leitor, através de uma outra imagem, abaixo da manchete, onde são fotografados servidores da Justiça Eleitoral em greve. O tema da fotografia não está relacionado diretamente ao enunciado da manchete, mas interliga-se em alusão a ele através do dialogismo.

Um enunciador no Meio Norte utiliza o discurso indireto para destacar uma fala de Maklandel, filtrando assim ao leitor a narrativa de que trata a manchete. O verbo introdutório “promete” diz ao leitor como devem ser interpretadas as demais falas presentes no enunciado da manchete, ou seja, situa-se no plano de proposições que dependem de outros fatores para se realizarem. Para os demais candidatos entrevistados e que tiveram espaço nos enunciados das manchetes, observou-se a predominância de verbos que indicam ações concretas, prontas para serem colocadas em prática, como o verbo “ir”. Apreende-se ainda neste enunciado que, ao destacar a proposta de estatização, um enunciador jornalístico fortalece no leitor o imaginário caricato das ideias defendidas pelos partidos de esquerda, relacionadas geralmente à críticas ao *status quo* e socialização dos meios de produção, com forte poder do Estado na sociedade.

Casa Meio Norte | Livro traz histórias de sucesso ▶▶ C/1

3ª ENTREVISTA | "Democracia direta" é a expressão que vai marcar gestão de Maklandel

PSOL promete criar estatal dos ônibus

Maklandel Aquino, candidato do PSOL à Prefeitura de Teresina, afirma que pretende criar uma estatal para retirar do Setut o poder sobre o transporte urbano na cidade. ▶▶ A/4



AVISO | Servidores em greve na capital piaulense avisam que a eleição para prefeito e vereador pode ficar comprometida se as exigências não forem aceitas

Dor
nas costas na infância e adolescência pode ser sintoma de uma doença séria: Espandilite Anquilosante, que afeta o movimento dos quadris, pescoço e costas. ▶▶ B/1

Beleza&Saude

→ **Candidatos**

TSE prorroga prazo devido a paralisação

Devido à paralisação dos servidores da Justiça Eleitoral, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) vai prorrogar o prazo para o registro de candidaturas, que terminaria hoje. Na noite de ontem, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) determinou que 80% dos servidores trabalhem amanhã, para garantir os registros conforme o calendário eleitoral. ▶▶ A/3

→ **Alcoolizado**

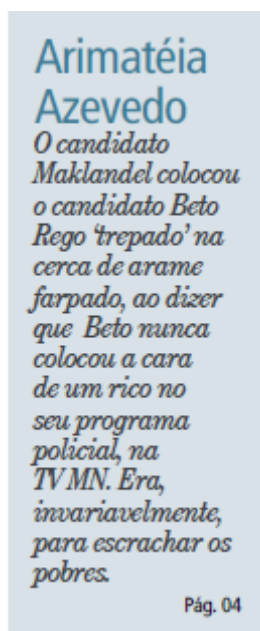
Fiança para bêbado sobe para R\$ 60 mil

Os motoristas que dirigem embriagados e forem pegos pela polícia agora pagarão mais caro se não quiserem ficar presos. O valor da fiança a ser paga pelos alcoolizados subiu de até um salário mínimo para até 100 salários mínimos, podendo o motorista ter que pagar mais de R\$ 60 mil para ficar em liberdade no caso de flagrante. ▶▶ B/8

Jornal Meio Norte – 05 de julho

Um enunciador no O Dia retrata Maklandel Aquino, na edição do dia 14 de julho, como sujeito de enfrentamento aos demais candidatos: **Maklandel colocou o candidato Beto Rego ‘trepado na cerca de arame farpado’, ao dizer que Beto nunca colocou a cara de um rico no seu programa policial, na TV MN. Era, invariavelmente, para escrachar os pobres.** Um enunciador jornalístico no O Dia, a princípio, busca se eximir de responsabilidade pela posição divulgada através de duas estratégias que pretendem criar o efeito de objetividade: a primeira, ao situar o enunciado na chamada lateral esquerda do jornal, inserido na parte opinativa da coluna de Arimatéia Azevedo; e segundo por citar pelo discurso indireto, Maklandel Aquino como autor da análise negativa sobre Beto Rego. O enunciador em tom opinativo no O Dia, porém, assume a mesma posição do candidato do PSOL em crítica ao candidato do PSB quando avalia que a crítica que Maklandel Aquino constrangeu Beto Rego, dando efeito de verdade a fala do candidato do PSOL. Utilizando uma metáfora (“trepado na cerca de arame”), um enunciador do O Dia reforça uma estratégia

de poder onde não apenas reitera o sentido de desconforto, mas também de informalidade, aproximando o enunciador do leitor. Sem citar de qual programa televisivo se faz referência, o enunciador utiliza a abreviação da TV Meio Norte (“TV MN”), supondo que o leitor é local e tem acesso à programação televisiva local.



Jornal O Dia – 14 de julho

A imagem de Maklandel, assim como a dos demais candidatos minoritários, é pouco explorada pelo enunciador no O Dia, como ocorre na edição do dia 20 de julho, cujo enunciado de uma chamada de capa sobre o tema Eleições 2012, diz: **Solon e Maklandel fazem campanha com grevistas**. A foto que ilustra o enunciado, no entanto, não mostra nenhum dos candidatos referidos, apenas uma faixa em referência a greve, e os próprios servidores grevistas como personagens ao fundo da faixa. O enunciador jornalístico no O Dia usa o discurso indireto para falar das atividades dos dois candidatos, e tem como recurso gráfico, além do selo que identifica o tema eleições, o uso da cor azul mais clara no enunciado em referência aos candidatos, propondo ao leitor mais leveza ao tema. As outras chamadas da capa do jornal oscilam entre preto e azul. O enunciador jornalístico também convoca o interesse do leitor com a cor vermelha da faixa grevista, cujo sentido pode denotar aproximação. O vermelho é uma cor mais quente, remetendo a força, sangue e agitação, além de historicamente estar relacionada à partidos de esquerda, com ideologia marxista.



Jornal O Dia – 20 de julho

O uso concomitante de duas estratégias de discurso indireto (com as aspas e o verbo que identifica de quem é a fala), um enunciador jornalístico no O Dia preocupa-se na edição do dia 12 de agosto em não confundir o eleitor associando o discurso do candidato Maklandel Aquino, com o discurso do próprio jornal. Isso é observado na ênfase em marcar que a fala pertence ao candidato do PSOL (**“Defendemos um socialismo viável”, afirma candidato**). Maklandel Aquino é identificado com a palavra “candidato”. Um enunciador jornalístico do O Dia deixa implícito que o destaque dado ao candidato do PSOL deve mais à fidelidade no cumprimento de publicar entrevistas com todos os candidatos a prefeito de Teresina, do que necessariamente com o que as propostas que o candidato representa. A presença de uma heterogeneidade mostrada é verificada com a opção pelo discurso direto feita pelo enunciador jornalístico, buscando produzir um efeito de fidelidade literal ao que foi dito pelos sociais. Essa estratégia, no entanto, traz em si uma reformulação, caracterizando assim um discurso mais próximo do indireto, com a interpretação da entidade midiática sob o conteúdo publicado.

O entendimento do sentido proposto amplifica-se através de uma leitura que mostra a teia polifônica de vozes que não restringe-se ao enunciado eleitoral. Sem ignorar as ligações existentes entre as imagens e as linguagens, a capa vista em seu conjunto, relaciona o enunciado da manchete com o de uma foto-manchete onde um enunciador faz uma avaliação sobre um jogo da Seleção Brasileira de futebol que teve como resultado a derrota do Brasil. O enunciado **Não foi dessa vez**, acompanhado da imagem do jogador brasileiro Neymar no chão, com uma expressão derrotada, corrobora um sentido de leitura proposto da seguinte forma ao leitor: **Não foi dessa vez ‘Defendemos um socialismo viável’, afirma candidato.**

recuperação no segundo tempo, Seleção fracassa mais uma vez e termina os Jogos Olímpicos sem trazer o esperado ouro. Contra o México, o placar ficou em 2 a 1.

Pág. 09

River e Piauí no Lindolfo

Times se enfrentam na segunda rodada da Copa Piauí, a partir das 17 horas, em Teresina.

Pág. 08

Comercial enfrenta o Mixto pela Série D

Pág. 10



Maklandel Aquino, candidato do PSOL à Prefeitura de Teresina

“Defendemos um socialismo viável”, afirma candidato

Em entrevista ao Sistema O DIA, o candidato à PMT pelo PSOL, Maklandel Aquino, defende gestão socialista

“Nós defendemos a participação popular acima de tudo. Defendemos um socialismo que dê para ser

implantado. Não adianta vislumbrarmos um socialismo que vai ser fruto de uma revolução. Temos

que pensar no avanço da sociedade em nome de um socialismo que possa ser consolidado e implantado”.

afirmou o candidato do PSOL à Prefeitura de Teresina, Maklandel Aquino.

Pág. 03

Jornal O Dia – 12 de agosto

Uma crítica aos candidatos minoritários é feita pelo enunciador em tom opinativo, no O Dia na edição do dia 13 de agosto: **Maklandel diz que ninguém aguenta mais as candidaturas de direita, da burguesia (Elmano, Firmino e Wellington). Não se sabe onde estão as pessoas cansadas destes candidatos, que juntos em pesquisas somam em qualquer pesquisa quase 90% dos votos válidos.** O enunciado está demarcado no espaço opinativo do jornal, diagramado com cores frias e com a indicação da coluna de Arimateia Azevedo. O enunciador dialogiza com o próprio jornal que no dia anterior publicou o enunciado da manchete com uma fala de Maklandel Aquino. Este enunciador, portanto, interpreta a entrevista ao leitor do O Dia.

Usando a estratégia de ironia, onde ecoa uma outra voz além daquela na mensagem presente no enunciado, um enunciador opinativo discorda de Maklandel Aquino. É com a ironia que pode-se verificar a polifonia em plenitude, havendo assim uma heterogeneidade constitutiva. As vozes do texto não estão em consonância e é possível ver polifonicamente dois pontos de vistas: do candidato do PSOL e do enunciador jornalístico, que contradiz com argumentos científicos (dados de pesquisas de intenção de votos), a posição de Maklandel

Aquino. O leitor mais exigido na leitura deste enunciado, já que a ironia requer um esforço de interpretação.

Arimatéia Azevedo
Maklandel diz que ninguém aguenta mais as candidaturas de direita, da burguesia (Elmano, Firmino e Wellington). Não se sabe onde estão as pessoas cansadas destes candidatos, que juntos somam em qualquer pesquisa quase 90% dos votos válidos.
 Pág. 04

Jornal O Dia – 13 de agosto

A ausência de identificação das cores partidárias nos enunciados que tratam dos candidatos Maklandel Aquino, Daniel Solon e Vasconcelos Pinheiro é recorrente nos jornais pesquisados, como na edição do dia 17 de agosto do Jornal Meio Norte. O enunciado **Boa FM/Maklandel quer descentralização da saúde**, um enunciador jornalístico aparece como um sujeito que, através do discurso indireto, propõe ao leitor uma tradução das principais propostas de cada candidato. A referência à rádio do Grupo Meio Norte, Boa FM, também revela ao enunciatário que não acompanhou a entrevista um resumo das propostas de Maklandel Aquino. De terno e com um pequeno broche, o candidato está descaracterizado de cores e menções partidárias que causem identificação ao eleitor em relação a sua imagem.

→ **Sexta-feira**

FECHAMENTO	DÓLAR	VALORES	EURO	TEMPO
21h30	Comércio 2,65 2,68	População 0,51%	Empresa 2,05	Nascente 05:53
CAPITAL E INTERIOR R\$ 2,00	Paralelo 1,90 2,00	IBR 10%	2,00 2,05	Pôr do sol 17:52
OUTROS ESTADOS R\$ 2,50		IR 11%		Higrama 340
				Morona 230

TERESINA NESTA EDIÇÃO
 27 de agosto de 2012
 3 CADERNOS

meionorte.com

meionorte

ANO XVII Nº 7329 TERESINA (PI), CAPITAL DO MEIO-NORTE DO BRASIL

Boa FM | Maklandel quer descentralização da saúde ▶▶ 1/3

Jornal Meio Norte – 17 de agosto

5.2.7. Vasconcelos Pinheiro

Revelando uma heterogeneidade marcada, candidato Vasconcelos Pinheiro tem uma frase destacada com o uso das aspas no enunciado da manchete do Jornal Meio Norte no dia 11 de julho: **“Aluno de escola pública ganhará universidade”**. O nome do candidato não é apontado no enunciado principal como autor da frase, atribuída a ele apenas no enunciado do subtítulo. A estratégia de colocar um discurso reportado de terceiros no enunciado da manchete e apenas no subtítulo esclarecer de quem é a fala e, principalmente, que esse conteúdo ainda é uma proposta, é recorrente nos enunciados do Meio Norte que tratam de eleição. Essa composição enunciativa pode vir a confundir o leitor ao mesmo tempo em que busca chamar sua atenção. O enunciatário só confirmará que o conteúdo do enunciado não é um fato dado, quando dirigir-se ao enunciado do subtítulo, onde o verbo “prometer” relacionado à Vasconcelos Pinheiro é então utilizado (**Vasconcelos Pinheiro, candidato do PCB à Prefeitura de Teresina, promete universidade para alunos de escolas públicas e hospital especializado no Grande Dirceu para desafogar o HUT**).

O discurso direto é também uma estratégia que permite o efeito de sentido de veracidade a fala entre aspas, não dando ao leitor espaço para dúvidas e dando a ilusão de que há uma fala homogênea, quando na verdade a heterogeneidade se mantém na convergência do discurso citado com o discurso citante. Nota-se também que o enunciado com a fala reportada de Maklandel Aquino não vem com nenhum verbo ou expressão que indiquem a autoria do discurso transcrito, reforçando uma voz com maior efeito de veracidade.

Um enunciador no Meio Norte publica ainda mais duas imagens da campanha em Teresina, ilustrada por dois candidatos: Beto Rego – em momento espontâneo de aperto de mãos com um homem vestido de maneira simples – e Firmino Filho, na rua, com populares que usam símbolos e cores do seu partido, o PSDB. Enquanto Firmino Filho interpela o leitor pelo olhar, o candidato do PSB fita diretamente o eleitor. A leitura imagética permite localizar uma imprensa que se coloca como testemunhal e os dois candidatos retratados, Beto Rego e Firmino Filho, são construídos como populista e popular, respectivamente. O apresentador, sempre mostrado indo em busca do contato físico com poucos personagens nas cenas enunciativas, e o deputado flagrado na companhia de dezenas de populares que o cercam, são alguns dos estágios de significação que podem ser apreendidos nas fotografias utilizadas pelo enunciador jornalístico do Meio Norte.

Informática&cia
30%
 das internetistas são heavy users, ou seja, passam mais de seis horas por dia conectadas à internet. Isso acontece em sinal de alerta: muitos já estão viciados. ▶▶ **A/1**

CANDIDATO | MN encerra série de entrevistas especiais com os candidatos a prefeito

'Aluno de escola pública ganhará universidade'

Vasconcelos Pinheiro, candidato do PCB à Prefeitura de Teresina, promete universidade para alunos de escolas públicas e hospital especializado no Grande Dique para desafogar HUT. ▶▶ **A/4**

MINISTRA DIZ QUE CANDIDATO CORRUPTO NÃO TERÁ ESPAÇO

→ **Campanha**
 Oeiras vai ser preservada em eleição

O Ministério Público recomendou a preservação do centro histórico da cidade de Oeiras durante o período eleitoral. Durante a campanha, os candidatos não poderão colocar propagandas eleitorais, como folhais, cartazes, outdoors e caveletes que impeçam ou mesmo reduzam a visibilidade da paisagem. ▶▶ **A/5**

→ **Teresina**
 Veja qual o patrimônio dos candidatos

O senador Wellington Diaz (PTI) declarou ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) seu patrimônio de R\$ 269 mil. O candidato do PSD à Prefeitura de Teresina, Rmino Rino, declarou bens no valor de R\$ 248 mil. Os bens declarados pelo candidato do PSD à Prefeitura, senador Sato Fiego, somam R\$ 112 mil. ▶▶ **A/3**



CONTATO DIRETO | Sato Fiego cumprimenta o patrimônio em campanha eleitoral na manhã de terça-feira



ARTE & FEST | Pauliê | Concurso Instrumental de Sopros. ▶▶ **C/1**



NAS RUAS | Luciano Rmino Rino faz aceno positivo ao realizar caminhada ao lado do viaduto no Parque Mãe Santa

É um crítica e sugestões para o Sistema Integrado de Educação Meio-Norte por e-mail: editor@opostador@meionorte.com

Receita Restituição

Jornal Meio Norte – 11 de julho

No O Dia, Vasconcelos Pinheiro também é citado indiretamente no enunciado da manchete com o uso da palavra “candidato” ao invés do seu nome: **Candidato quer integrar ônibus, metrô e hidrovias**. O posicionamento da enunciação é pedagógico e uma imagem de Vasconcelos no canto inferior esquerda, mostra-o em cenário de estúdio com expressão séria. A substituição do nome de Vasconcelos pela designação genérica “candidato” revela que o enunciador jornalístico do O Dia pressupõe que o enunciatário desconhece o candidato, não fazendo, portanto, questão de identificar o nome ou partido do mesmo.

NACIONAL R\$ 5,00
Ano 61 // Nº 16.933

www.portalodia.com TERESINA, DOMINGO, 22 DE JULHO DE 2012

Candidato quer integrar ônibus, metrô e hidrovias

Vasconcelo Pinheiro, candidato do PCB à prefeitura de Teresina, diz que principal desafio do próximo prefeito é o trânsito da capital

Dora Kramer
Por mais que os ministros digam que será um julgamento como outro qualquer, há o entendimento de que a realidade não é assim: o Judiciário será protagonista de ocasião especialíssima. Pág. 05

Roda Viva
Dois vereadores de Teresina devem ficar em alerta para não serem taxados como infiéis e virem a perder o mandato. São os vereadores Paulo Roberto e José Ferreira, ambos do PSD Pág. 02

Fechamento
14h

Edição
22.07.12
68 páginas

Em entrevista ao Jornal O DIA, o candidato à Prefeitura de Teresina, Vasconcelo Pinheiro (PCB), apresenta suas propostas e aponta os caminhos para o que ele considera um dos grandes desafios do próximo gestor da capital: gerenciar o sistema público de transporte. Ele defende a criação de uma empresa pública para gerir o sistema. Além disso, caso eleito, ele pretende integrar os ônibus, o metrô e hidrovias para qualificar o transporte público da capital. E justifica: "Não precisa de recurso. Precisa de gente com coragem de fazer. Aqui não estamos com obras faraônicas, o que queremos é uma solução para o futuro de Teresina". O candidato do PCB critica a falta de planejamento para o desenvolvimento da cidade e afirma que a geração de emprego é a forma de tirar Teresina do marasmo e do abandono. Pág. 03

Conquista
Romulo e Sarah são o Piauí nas Olimpíadas

Os atletas Sarah Menezes e Romulo Borges venceram inúmeros desafios e chegaram aos Jogos Olímpicos de Londres. Além de piauienses, os dois têm em comum a graça que os levou até esta grande competição. Os dois trilham pelo mesmo caminho da conquista. Págs. 07 e 08

O piauiense Romulo é um dos titulares de Mano em Londres




Jornal Meio Norte – 22 de julho

5.3 Segundo Turno

Logo após o resultado do primeiro turno do pleito na capital, em que os candidatos Firmino Filho (PSDB) e Elmano Férrer (PTB) se credenciaram para disputar o segundo turno, a expectativa contida nas matérias veiculadas na imprensa do Piauí tratava dos possíveis acordos partidários que estavam sendo articulados nos bastidores políticos e no que as pesquisas de intenções de voto indicariam para a nova fase do pleito.

No dia 08 de outubro, o Jornal Meio Norte traz como manchete o seguinte enunciado: **Firmino larga na frente para o segundo turno.** Mesmo com uma reduzida margem de vantagem, um enunciador jornalístico no Meio Norte opta por valorizar o potencial de vitória de Firmino Filho ao comparar indiretamente a disputa eleitoral com uma prova atlética onde largar na frente é reconhecido como vantagem para os competidores. O prefeito Elmano Férrer não é citado na manchete, apenas no subtítulo, que diz: **Candidato do PSDB à Prefeitura de Teresina termina o primeiro turno com 162.633 votos, 38,77%. O prefeito Elmano Férrer teve 139.016, 33,14%. Diferença foi de 5,63 pontos percentuais. Veja**

datas do segundo turno. Observa-se que uma das estratégias de poder do Meio Norte para valorizar o candidato de sua preferência é negar discursivamente a existência do outro candidato em seu enunciado.

A busca por legitimar suas posições com os números das pesquisas de intenções de voto é clara nos enunciadores jornalísticos no Meio Norte quando se observa que em outras edições, especialmente nos últimos dias que faltavam para a votação do segundo turno – quando a diferença de votos entre Elmano Férrer e Firmino Filho oscilava apontando para uma eleição acirrada – o jogo de palavras indicava um favorecimento ao candidato que disputava a reeleição. No dia 16 de outubro, pode-se verificar em **Firmino abre 16 pontos sobre Elmano**, que a comparação com uma corrida esportiva permanece em um enunciador do Meio Norte, inclusive em uma relação de ligação dialógica com a principal foto da capa, que retrata uma rua com carros transitando. Neste enunciado fica clara a confrontação entre os dois enunciadores políticos, Elmano Férrer e Firmino Filho.

No dia 23 de outubro, ou seja, menos de dez dias depois da manchete que trazia larga liderança de Firmino Filho, o Meio Norte indica uma “virada” de votos de Elmano Férrer sob o candidato opositor. Quando o enunciado coloca Firmino em primeiro plano, um enunciador jornalístico não deixa de citar o nome de Elmano Férrer como contraponto, enquanto no enunciado que valoriza o crescimento do prefeito sob o candidato da oposição, o nome de Firmino não é mencionado.

O Diário do Povo não traz pesquisas de intenções de voto, enquanto O Dia, quando faz alusão a essas sondagens, destaca em segundo plano os números. É o caso da edição do dia 26 de outubro de 2012, quando uma chamada lateral sem recursos de destaque, como o negrito, diz em seu enunciado: **Firmino está cinco pontos à frente**. Em suas análises de pesquisas de levantamentos eleitorais, um enunciador no O Dia revela uma preocupação em se colocar distante das polêmicas, em uma posição supostamente neutra que se marca ao passar ao leitor apenas os dados. Pedagógico e distante, um enunciador jornalístico dá ao receptor as opções de avaliação particulares da situação. Um enunciador político a quem o candidato do PTB está à frente pode ser percebido implicitamente no enunciado, revelando as heterogeneidades no discurso. A referência oculta à Elmano Férrer, que ocupa o papel de candidato com menos votos segundo as pesquisas, é uma estratégia que preserva um enunciador jornalístico da sugestão de confronto mais clara entre os dois candidatos.



“Jornal Meio Norte” – 23 de outubro de 2012



“Jornal Meio Norte” – 16 de outubro de 2012

A posição de não polemizar do O Dia está presente, inclusive, ao noticiar as denúncias feitas pelos candidatos. Em **Troca de acusações esquenta eleição**, posicionado como uma chamada vertical sem foto, na edição do dia 27 de outubro de 2012, um enunciador jornalístico no O Dia supre o leitor de informação, mas não vai além de uma instância enunciativa que tenta relatar as movimentações políticas com distanciamento. A escolha pela “troca” remete a um equilíbrio nas denúncias, como se nenhum dos candidatos – ou os dois que estão no segundo turno– tivesse razão a princípio.

O enunciado da manchete do dia 12 de outubro do Diário do Povo traz **PC do B ameaça Robert Rios de expulsão**, quando o deputado estadual e membro do PC do B anunciou apoio à Firmino Filho enquanto seu partido estava aliado formalmente à Elmano Férrer. A palavra “ameaça” e a utilização de uma foto em primeiro plano de Firmino Filho em um palanque com mais um membro do PC do B, o músico Lázaro do Piauí, remete à noção do poder de ameaçar que o grupo de Elmano Férrer teria e, em oposição, ao caráter desafiador que Firmino teria ao se colocar publicamente com membros do PC do B.



“Jornal Diário do Povo” – 12 de outubro de 2012

Na edição do dia 10 de outubro de 2012, os jornais Meio Norte, O Dia e Diário do Povo trazem o mesmo tema: a decisão do PT e do PSB sobre que candidato apoiar no segundo turno das eleições em Teresina. Ambas as siglas partidárias optaram por declarar apoio formal ao candidato do PTB, Elmano Férrer. Nos enunciados das manchetes, contudo, a decisão foi personificada nos nomes de dois líderes do PT e do PSB, respectivamente, o senador Wellington Dias, e o governador Wilson Martins. No Meio Norte o enunciado é **Wilson e Wellington fecham com Elmano**, enquanto no Diário do Povo, o enunciado da manchete é **Wilson e Wellington vão de Elmano no 2º turno**. A observação do contexto sociocultural permite observar que a escolha pelo nome dos políticos ao invés dos partidos que representam revela traços de uma política personalista, onde as siglas partidárias têm influência reduzida em comparação aos políticos “donos” de partidos.



“Jornal Meio Norte” – 10 de outubro de 2012

“Jornal Diário do Povo” – 10 de outubro de 2012

O uso de uma linguagem casual – “fecham com Elmano” no caso do Meio Norte e “vão de Elmano”, utilizada no Diário do Povo – pode ser interpretado como uma intencionalidade que visa retirar o possível peso negativo que os apoios de políticos tradicionais teriam ao lado do prefeito de Teresina, que se colocava como um técnico, essencialmente “não político”. Além disso, os enunciadores jornalísticos se aproximam do leitor pela via da cumplicidade, com o compartilhamento de uma linguagem que torna o material político mais acessível de ser interpretado.

Nas imagens da capa do Jornal Diário do Povo as feições de Wilson Martins, Wellington Dias e sua esposa, a deputada estadual do PT, Rejane Dias, não corroboram o cenário discursivo em que os apoios significam que Elmano Férrer conseguiu se articular melhor que Firmino Filho. As expressões dos políticos nas imagens escolhidas por um enunciador jornalístico no Diário do Povo mostram o momento do anúncio formal à imprensa, reforçando assim o caráter público da decisão, e não de bastidores, como indicava em entrevistas da época do candidato Firmino Filho.

No Jornal O Dia, o apelo ao contexto institucional é notado quando um enunciador faz referência direta às eleições gerais de 2010, quando os mesmos partidos estiveram aliados para apoiar a candidatura de Wilson Martins ao Governo do Estado. Ao invés de somente divulgar a informação do apoio obtido por Elmano, um enunciador jornalístico no O Dia opta por sugerir ao leitor que o mesmo grupo que venceu as eleições de 2010 busca no pleito de 2012 ocupar o comando da cidade de Teresina. Essa leitura do contexto político em um viés de ligação com o passado e implicação com o futuro já havia sido indicada no dia anterior, quando o enunciado da manchete trazia: **De olho em 2014, PT e PSB anunciam apoios.**

O momento registrado na foto do governador Wilson Martins é o mesmo escolhido pelo Diário do Povo, quando o anúncio público foi feito para a imprensa. Em comum, está a expressão de desconforto que pode ser observada no vice-governador José Moraes Sousa Filho, filiado ao PMDB, que está em segundo plano nas imagens.



“Jornal O Dia” – 10 de outubro de 2012

Na edição do dia 29 de outubro, as capas dos três jornais relatavam a vitória do candidato Firmino Filho, evidenciando através dos elementos de identidade editorial o posicionamento de cada enunciador em relação ao resultado das urnas. Um enunciador

jornalístico no Meio Norte optou por evidenciar a diferença de poucos votos entre Firmino e o segundo colocado, Elmano Férrer: **Em Teresina, a vitória Tucana mais apertada.**

O enunciado não traz o nome do prefeito eleito, substituído pela “vitória Tucana”. Essa escolha editorial pode ser interpretada como uma forma de negar a vitória pessoalmente à Firmino, levando a responsabilidade pelos votos obtidos à outros, ou seja, os tucanos de forma geral.



“Jornal Meio Norte” – 29 de outubro de 2012

“Jornal Diário do Povo” – 29 de outubro de 2012

Para um enunciador jornalístico no Diário do Povo, a eleição de Firmino Filho tem como responsável o eleitorado teresinense: **Teresina elege Firmino Filho**. Um outro enunciador no Diário do Povo segue a mesma linha adotada no dia da eleição, 28 de outubro, quando a edição que chegou às bancas trazia o enunciado da manchete colocando em primeiro plano o poder dos eleitores: **Mais de 530 mil voltam às urnas hoje**.

Na mesma data o Meio Norte traz no enunciado da manchete **Exigindo mais saúde teresinense vai às urnas hoje**, se diferenciando dos demais veículos por não apenas

confirmar o dia eleição ou a quantidade de eleitores, mas também tentar trazer algum fato novo, neste caso, a principal deficiência da cidade é ressaltada como exigência da população para o futuro gestor. Mais uma vez as pesquisas baseiam o enunciado do jornal relacionado às eleições municipais. O Dia traz em destaque na sua capa uma foto de Firmino Filho no palanque, comemorando o resultado da eleição ao lado de eleitores, crianças e partidários, com o enunciado da manchete que diz **Tucanos retomam comando de Teresina**. A estratégia dos enunciadores no O Dia de recordar vitórias anteriores de Firmino visa à contextualização histórica de mais uma eleição ganha pelo PSDB, ao mesmo tempo em que o verbo “retomar” remete à ideia de que o comando da Prefeitura de Teresina é de direito dos tucanos, pressupondo que tenha sido “tomado”. Enquanto no O Dia Firmino Filho é tratada do por um enunciador jornalístico pelo ângulo frontal, deixando clara sua expressão e imagem, no Meio Norte o registro é feito por um posicionamento que deixa em primeiro plano os braços dos eleitores, com a imagem do candidato do PSDB pouco nítida.



“Jornal O Dia” – 29 de outubro de 2012

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mais do que informar sobre os fatos, as capas dos jornais são porta-vozes de posições sociais heterogêneas e em conflitos constantes pela atenção do leitor. Os sentidos localizados em imagens fotográficas, caricaturas, manchetes e chamadas vão além da superfície linguística, sendo resultado de uma fusão de elementos que têm como denominador comum um contexto sócio-histórico específico. Dar espaço a um personagem político não significa necessariamente concordar com ele, e as polifonias detectadas neste estudo revelam vozes que ora desafinam do que é defendido nas mensagens de seus sujeitos políticos, e ora buscam, pelo contrário, compartilhar de uma mesma ideologia defendida pelos enunciadores que constituem os enunciado.

Tratando dos mesmos temas e personagens, os jornais piauienses O Dia, Meio Norte e Diário do Povo, marcam-se projetando imagens aos leitores e candidatos através de estratégias que vão além das características básicas de distinções linguísticas e gráficas entre suportes impressos. Cada meio de comunicação configurou-se em modos distintos de chamar e prender a atenção do leitor, mas isso não basta para explicar por que os três jornais que discutem os mesmos temas, circulam no Piauí sendo consumidos por públicos tão distintos. Uma possível resposta a esse questionamento é que o modo como as mensagens são ditas é o responsável principal por fidelizar o leitor tradicional, podendo atrair também os novos e potenciais leitores. Esse modo particular é aperfeiçoado e reforçado em cada edição, tanto na frequência como na ausência de sinais que guiam a procura pelos sentidos discursivos permeados entre as relações de poder que são personificadas de maneira mais clara em um pleito eleitoral.

A eleição de 2012, com quatro candidatos competitivos, foi atípica no cenário político teresinense, o que se refletiu no modo como os jornais mudaram o tratamento dado aos candidatos no decorrer do pleito. Assim como os candidatos modificaram as estratégias obedecendo à lógica de alianças partidárias e flutuações das pesquisas de intenção de voto, os jornais reagem às alterações do mundo político com a proposição de um cenário eleitoral próprio do universo enunciativo que ajudavam a criar com a utilização majoritária de determinados tipos de discursos, ou ainda o silenciamento de personagens e situações.

Relegados pelos jornais a uma função secundária e meramente burocrática de ocupar espaço durante o ano eleitoral, dando aos impressos a opção de mostrarem aos leitores uma fachada de imparcialidade, os candidatos “nanicos” também são ignorados na maioria dos estudos com a temática da análise de discursos em convergência com as eleições. Os

candidatos de partidos minoritários e ligados às correntes políticas que defendem ideias situadas no espectro da “esquerda” brasileira têm em comum o fato de serem tratados pelos jornais piauienses como representantes dos partidos, opondo-se ao modo como os mesmos jornais abordam os candidatos com maiores índices de intenção de votos. Ou seja, os candidatos que figuram nas primeiras colocações em pesquisas de intenção de voto e, portanto, têm mais chances de vencerem as eleições, têm seus nomes utilizados nas campanhas reafirmados pelos jornais nos enunciados da capas e são, muitas vezes, tratados como personagens que ultrapassam os partidos, e não o contrário.

Daniel Solon, Maklandel Aquino e Vasconcelos Pinheiro não são sequer citados com algum destaque nas capas do Diário do Povo, que silencia em sua vitrine diária dos assuntos mais importantes do dia, as propostas e críticas destes candidatos. Enquanto Elmano Férrer, Wellington Dias, Firmino Filho e Beto Rego são retratados em imagens ao lado de filiados e potenciais eleitores, as fotografias de Daniel Solon, Maklandel Aquino e Vasconcelos Pinheiro nos jornais O Dia e Meio Norte, apresentam candidatos isolados tanto em apoios políticos como em quantidade de eleitores dispostos a votarem neles. Os jornais calam ou contradizem os discursos dos candidatos que não têm a preferência do eleitorado, desfavorecendo-os ainda mais no cenário midiático que interliga-se com o contexto político.

Quando as imagens destes candidatos não são evitadas, eles são mostrados de maneira homogênea, sem cores partidárias ou símbolos que os diferenciem dos demais postulantes ao cargo de prefeito. Para enunciadores do Meio Norte e do O Dia, os candidatos minoritários só existem quando subscritos dentro do universo do próprio jornal, ou seja, são dignos de divulgação de atividades eleitorais geralmente quando concedem entrevistas aos meios de comunicação do Sistema Meio Norte ou do Sistema O Dia. As imagens dos candidatos são pouco exploradas fora desse contexto, destacando-se no O Dia a do candidato Daniel Solon. Por ser professor universitário do curso de Comunicação e ter maior penetração no ambiente do jornalismo, tendo sido também repórter dos jornais onde figura como candidato, Daniel Solon consegue também através das relações pessoais estabelecer-se com maior visibilidade nos impressos piauienses.

Considerando que o não-dito tem tanto peso como aquilo que é dito diretamente, a ausência de imagens de Wellington Dias no Jornal Diário do Povo, ou a utilização de fotos em que a fisionomia do ex-governador não é percebida com exatidão, também dizem muito sobre o que cada instância midiática pretende evidenciar. A imagem de Wellington Dias, reconhecido pela personalidade carismática que lhe rendeu altos índices de popularidade ao deixar o Governo, por outro lado, é usada abertamente pelo Jornal Meio Norte, e com mais

comedimento pelo Jornal O Dia, revelando assim aspectos de construção imagética dos discursos. A “disputa interna”, ou seja, a discussão de posições dentro das siglas que, naturalmente, não são homogêneas, tem cobertura intensiva da imprensa quando se trata do PT, colocando luz a possíveis conflitos. Se o mesmo ocorre em outras legendas que lançarão pré-candidatos a Prefeitura de Teresina, as discussões não se tornaram públicas por meio de nenhum dos jornais estudados. Enquanto o Diário do Povo traz quase que diariamente em suas colunas de opinião com destaque na capa, fatos e análises relacionadas ao PT em Teresina, o Meio Norte evita trazer a tona o assunto e quando o faz, tenta impor um discurso jornalístico que difere dos fatos políticos visando assim favorecer a imagem do senador petista.

Se o Diário do Povo preocupa-se pouco em noticiar os fatos decorrentes da eleição, não se pode dizer o mesmo sobre o trabalho de se realimentar dos demais jornais para, através de notícias anunciadas pelos concorrentes em suas capas, fazer sua própria leitura política onde o foco opinativo prevalece até mesmo quando os enunciados situam-se fora da zona destinada à opinião na capa do impresso. Mesmo sem lançar pesquisas de intenção de votos, o jornal repercute seus números indiretamente, avaliando “subidas” e “descidas” de candidatos nos levantamentos divulgados por outros jornais.

Privilegiando enunciados em suas capas cujo conteúdo foi obtido de maneira exclusiva, seja por fotografias ou pesquisas de intenção de voto encomendadas, os enunciadores do Meio Norte e O Dia, tentam se personificar como sujeitos jornalísticos isentos e objetivos, ao mesmo tempo em que mostram ao leitor que a condição de “conteúdo exclusivo” coloca o jornal e o próprio leitor como entidades alçadas a um patamar diferente dos demais meios. Com informações que supostamente mais nenhum outro suporte tem, já que foram obtidas após provocação com entrevistas ou levantamentos próprios, os enunciadores jornalísticos do O Dia e do Meio Norte distanciam-se do Diário do Povo, cujo foco são chamadas opinativas, onde as posições dos enunciadores jornalísticos, opinativos e políticos, convergem num mesmo ponto em que o leitor também é convidado a compartilhar. Se o foco do O Dia e do Meio Norte é contar ao enunciatário algo que ele não sabe, no Diário do Povo espera-se que o leitor já venha com um conhecimento prévio do tema, podendo aprofundá-lo em análises políticas.

No O Dia e no Meio Norte, a interpretação dos dados das pesquisas pelos enunciadores jornalísticos marca a oscilação do posicionamento que os jornais propõem aos leitores. Fazendo juízos de valor sobre os números em dados momentos, os enunciadores jornalísticos também evitam em outras situações divulgarem qualquer avaliação, propondo

apenas chamadas que convidam o leitor para saber mais a respeito dos números dentro da edição do jornal. Ficando “em cima do muro”, os jornais buscam se mostrarem neutros aos eleitores, mas não deixam de, nesse caminho, revelarem pistas sobre omissões e posições.

Apesar de apresentarem-se como jornais regionais, com cobertura no interior do Piauí, confirmou-se ainda uma das hipóteses iniciais deste trabalho, de que a eleição municipal em Teresina teve espaço privilegiado em relação aos outros municípios piauienses. Essa percepção permite considerar que todos os jornais pesquisados dirigem-se primordialmente a um eleitor da capital, mais ou menos politizado, mas que acompanha em níveis diferentes o desenrolar do pleito que tem impacto direto sobre suas realidades locais. Ao dar mais espaço e importância aos políticos de Teresina, os enunciadores jornalísticos proporcionam o peso da visibilidade extra a esses candidatos, o que também leva a uma das hipóteses desta pesquisa a respeito das eleições gerais, cujos candidatos são construídos desde já pelos enunciadores jornalísticos através das sugestões de alianças e resultados do pleito municipal.

Ex-governador, senador, prefeito... os cargos são ressaltados em cada edição e dão a credibilidade e a importância institucional que os jornais precisam para justificar tanta publicidade aos candidatos da capital em uma eleição que ocorria simultaneamente em outros 223 municípios. Associado comumente em fotos e enunciados ao governador Wilson Martins, Beto Rego também foi alvo de menos atenção e crítica, o que pode ser relacionado justamente à proteção e apoio da figura do governador.

O pleito de 2012 aparece comumente relacionado às ambições dos candidatos para 2014, quando ocorrem as eleições gerais, e também refletem para os jornais as alianças anteriores. Contradições entre acordos feitos no passado e apostas ao futuro são assumidas indistintamente pelos enunciadores jornalísticos. A leitura histórica, no entanto, tem destaque no Diário do Povo e no Dia, enquanto é silenciada no Meio Norte. O apagamento do passado e a incerteza do futuro permite vislumbrar um enunciador jornalístico no Meio Norte ainda reticente, que cria a imagem de estar observando junto com o leitor o desenrolar dos fatos para, então, guiar o enunciatário por um caminho.

Percebe-se que os enunciadores jornalísticos do Jornal Meio Norte referendam suas posições a respeito dos candidatos a prefeito através dos números das pesquisas de intenção de voto. No âmbito da nossa sociedade discursiva, a alusão à uma cientificidade matemática recobre de legitimidade uma opinião. O dispositivo impresso impõe assim uma imagem do leitor como alguém capaz de aceitar a interpretação que o jornal faz da realidade desde que ela esteja ancorada em pilares verificáveis. Essa característica é ressaltada em títulos onde os números interessam ao jornal, e minimizada em outras situações. Essa oscilação - que por

vezes mostra um mesmo candidato pelo viés positivo de ascensão, ou negativo de queda, no intervalo de dias – revela um enunciador que está amadurecendo uma posição ao longo do pleito, conseguindo equilibrar-se em polos opostos durante a eleição, favorecendo em seus enunciados candidatos opositores.

Um enunciador do Diário do Povo, por outro lado, utiliza-se de maneira recorrente, de comparações e metáforas em seus títulos. Essa estratégia aponta uma relação intersubjetiva com o leitor, pois o reconhecimento dos sentidos propostos não é captado imediatamente, sendo necessário do receptor mais esforço no entendimento da mensagem que o jornal deseja passar em comparação com outros veículos, especialmente o Jornal O Dia, que recobre-se da proteção de intermediar falas de personagens através do discurso direto, mantendo-se assim distante do próprio pleito. No Diário do Povo, cabe ao enunciatário interpretar os discursos aos quais tem acesso, relacionando-os a um repertório próprio, pessoal e social, que permitirá a assimilação de um sentido particular sobre o que lhe é dito. Já o uso constante do discurso indireto por parte de um enunciador jornalístico do Diário do Povo pode ser percebido como uma estratégia de guiar o leitor por uma via de sentidos compartilhada pelo veículo de comunicação. Um enunciador do Diário do Povo, mesmo preservando um caráter denunciante em seus enunciados, reduziu o tom geralmente crítico que é dedicado à membros que integrem a administração pública, como era o caso do então prefeito Elmano Férrer.

A superexposição e a defesa ferrenha de uma candidatura, normalmente vinculadas à ideia de apoio dos meios de comunicação a um candidato, não se confirmaram como estratégia dos impressos piauienses em relação ao candidato do PSDB, vencedor das eleições de 2012 em Teresina. Poucado pelo Diário do Povo, Meio Norte e O Dia, que focaram atenção e críticas à Wellington Dias e Elmano Férrer, principalmente, o candidato eleito no pleito municipal, Firmino Filho, teve a imagem discursiva construída pelos jornais por um viés que confirma a predileção dos jornais pela sua candidatura, com a ressalva desse apoio ter se dado de forma mais velada.

O Dia, Meio Norte e Diário do Povo, participaram do processo político eleitoral em uma perspectiva onde foi renegando o papel de “poder moderador” da imprensa para focarem-se em direcionadores do olhar do enunciatário sob o viés do ideológico. Essas subjetividades foram percebidas através das marcas deixadas pelos impressos em suas estratégias discursivas para manterem o poder de continuar sendo reconhecidos como veículos com a imagem de credibilidade e conhecimento, sendo assim capazes de continuar dizendo ao leitor.

As abordagens e modalidades de enunciação dos jornais Meio Norte, O Dia e Diário do Povo organizam-se sob especificidades que vinculam enunciadores e enunciatários,

ajudando a construir o cenário eleitoral a partir do momento em que interpelam os destinatários e também dialogam entre si, realimentando assuntos e posições. Observa-se que esse processo de agendamento em um círculo fechado também reflete-se em outras esferas da comunicação local, reverberando e solidificando o papel dos jornais. Já a capacidade de produzir uma realidade só é possível para os jornais através de um alinhamento com o emissor. Sem compreender o que lhe é dito, o enunciatário não se reconhece como tal e a proposição de sentidos terá efeito nulo. Testando e solidificando esse canal de comunicação com o leitor com novas e velhas estratégias discursivas, os jornais impressos piauienses revelaram-se como personagens ativos durante o pleito municipal sem, no entanto, atuarem como fiscalizadores da eleição.

Os jornais piauienses usam mecanismos recorrentes ao longo do pleito eleitoral para instaurar as relações de poder uns com os outros e, paralelamente, com os leitores. O silenciamento de temas e personagens políticos, a confrontação das vozes de candidatos dentro de um enunciado com a utilização da ironia e negação, e a construção imagética dos sujeitos políticos visando valorizá-los ou preservá-los são algumas das estratégias em comum utilizadas pelos impressos piauienses para manterem seu espaço de poder falar para o leitor e, principalmente, narrar uma história que os convide ao convencimento.

REFERÊNCIAS

- ACESSO Parnaíba. **Revista 'Exame'**: Piauí é o 6º com menor nº de milionários; veja lista 2012. Disponível em: <http://www.acesoparnaiba.com/2012/01/revista-exame-piaui-e-o-6-com-menor-n.html>. Acesso em: 20 jun, 2013.
- ALBUQUERQUE, A. **Em nome do público**: jornalismo e política nas entrevistas dos presidentiáveis ao Jornal Nacional. E-Compós (Brasília), v. 16, p. 1-23, 2013.
- _____. **A mídia como "Poder Moderador"**: uma perspectiva comparada. In: XVII Encontro Anual da COMPÓS, 2008, São Paulo. Anais da XVII Compós, 2008.
- ALENCAR, J. F. **Partidarismo e ficções jornalísticas**: a imprensa na eleição presidencial de 2010. E-Compós (Brasília), v. 16, 2013.
- ALDÉ, A. ; MENDES, Gabriel Gutierrez ; FIGUEIREDO, Marcus . Tomando partido: Imprensa e política nas eleições de 2006. **Política & Sociedade**, v. 10, p. 20, 2007.
- ARAÚJO, I. **A Reconversão do Olhar**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2000.
- AZEVEDO, F. (2001). **Imprensa e Cobertura Eleitoral**: os jornais paulistas e a eleição municipal de 2000. 10º Encontro Anual da Compós, Brasília.
- BENETTI, M. **Jornalismo e perspectivas de enunciação**: uma abordagem metodológica. Revista Intexto, v 1, n 14. Porto Alegre: UFRGS, 2006.
- BOBBIO, N; MANTEUCI, N; PASQUINO, G. **Dicionário de política**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1986.
- BORELLI, V. **Jornalismo como atividade produtora de sentidos**. in Biblioteca online de Ciências da Comunicação. 2002. <http://www.bocc.ubi.pt/> Acesso em: 15 set. 2013.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 2 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- CAREGNATO, R. C. A.; MUTTI, R. **Pesquisa Qualitativa**: Análise de discurso versus análise de conteúdo, out. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/tce/v15n4/v15n4a17>. Acesso em: 10 nov. 2013.
- CHAIA, V. (2007). **Investigação sobre comunicação política no Brasil**. Revista ponto-e-vírgula, n. 2, pp. 160-177. Disponível em: <http://www.pucsp.br/pontoevirgula/n2/indexn2.htm>. Acesso em: 04 mai. 2013.
- CHAPARRO, M.C. Veracidade, dever maior. In: LOPES, Dirceu F.; SOBRINHO, José C.; PROENÇA, José L. (Orgs.). **Edição em jornalismo impresso**. São Paulo: EDICON, 1998.
- CHARAUDEAU, P. **Linguagem e discurso**: modos de organização. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- CHOMSKY, N. & HERMAN, E.S. **A manipulação do público**: política e poder econômico no uso da mídia. São Paulo: Futura, 2003.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Editora UnB, Brasília, 2001.

FAUSTO NETO, A. **Midiatização, prática social: prática de sentido**. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação (COMPÓS), 15, 2006, Bauru/SP. Anais eletrônicos.

_____. (2007). **Fragmentos de uma “analítica” da midiatização**. Revista Matrize. São Paulo: ECA/USP, ano 1, n 1, 2007, pp. 89-105. Disponível em: http://www.usp.br/matrizes/img/02/Dossie5_fau.pdf. Acesso em: 09 set. 2013.

FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder** – Organização e Tradução: Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

_____. **A Ordem do Discurso**. São Paulo, Edições Loyola, 1996.

_____. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis: Vozes, 2001.

FLAUSINO, M. C. Notícia: conduzindo a compreensão da realidade – cotidiano, imaginário e representações sociais. In: BARROS, Antônio Teixeira de; DUARTE, Jorge Antônio Menna; MARTINEZ, Regina Esteves (Orgs.). **Comunicação: Discursos, Práticas e Tendências**. São Paulo: Rideel; Brasília: UniCEUB, 2001.

GOMES, N. D. **Formas persuasivas de comunicação política: propaganda política e publicidade eleitoral**. Porto Alegre: Edipucrs, 2000.

GOMES, W. **Negociação política e comunicação de massa**. In: Transformações políticas na era da comunicação de massas. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. **Opinião pública política hoje: Uma investigação preliminar**. In: IX Encontro Anual da Compós, 2000, Porto Alegre. IX Encontro Anual da Compós, 2000.

_____. **Sobre a transformação da comunicação e política na era da comunicação de massa**. In: XIII Encontro Anual da Compós, 2004, S. Bernardo do Campo - SP. XIII Encontro Anual da Compós, 2004.

GRANDO, C. P. **Os dispositivos que constituem o dispositivo**. Observatório da Imprensa. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed711-os-dispositivos-que-constituem-o-dispositivo>. Acesso em: 11 jun. 2013.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública** – investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Tradução, Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

_____. O Conceito de Poder de Hannah Arendt. In FREITAG, B; ROUANET, S. P. (orgs). **Habermas** – Sociologia. São Paulo: Ática, 1993.

JORNAL Diário do Povo do PI chega a 24 anos celebrando conquistas. **Portal 180 graus**. Disponível em: <http://180graus.com/noticias/jornal-diario-do-povo-do-pi-chega-a-24-anos-celebrando-conquistas-460603.html>. Acesso em: 20 jun 2013.

LAMOUNIER, M. L. **Espaço público midiático**: uma perspectiva metodológica. 2003. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/index.php/mediacao/article/view/232/229>. Acesso em: 23 set. 2013.

LANDOWSKI, E. **A sociedade refletida**. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

LATTMAN-WELTMAN, F. **A mídia nas eleições presidenciais brasileiras**: uma variável em mutação? *Contracampo (UFF)*, v. 23, p. 116-129, 2011.

LIEDTKE, P. **Governando com a mídia**: o agendamento mútuo entre o Estado e os mass media na política nacional. XVI Encontro da Associação Nacional de Programas de Pósgraduação em Comunicação (Compós), Curitiba, Paraná, 2007

LIMA, N. **Briga no Amadeu vai para o Top Five do CQC**: 'Âncora pede até clemência'. Portal 180 Graus. Disponível em: <http://180graus.com/televisao/briga-no-amadeu-vai-para-o-top-five-do-cqcancora-pede-ate-clemencia>. Acesso em: 07 ago. 2013.

LIMA, V. A. **Sete teses sobre mídia e política no Brasil**, Revista USP — Dossiê Televisão, nº 61, mar-maio 2004, pp. 48-57;

_____. LIMA. **Regulação das comunicações**: história, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011.

LOPES, P.F.C. **O jornalismo na Teoria dos Discursos Sociais**. In: Intercom, 2006, Brasília. Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Estado e Comunicação, 2006. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1786-1.pdf>. Acesso em: 10 out. 2013.

KELLNER, D. **Cultura da Mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.

_____. **Cultura da Mídia e Triunfo do Espetáculo**. In: MORAES, Dênis de (org.) **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauá, 2006.

MACHADO, M. B. **Jornalismo e perspectivas de enunciação**. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 14, 1-11 janeiro/junho 2006.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. Tradução Souza-e-Silva, C. P.; ROCHA, D. São Paulo: Cortez, 2001.

_____. **Gênese dos discursos**. Tradução Sírio Possenti. Curitiba, PR: Criar Edições, 2005.

MATOS, C. **Jornalismo e Política Democrática no Brasil**. Rio de Janeiro: Publifolha, 2008.

MEIRELLES, G. **Nova globalização em nova Sociedade do Espetáculo?** Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed758_nova_globalizacao_em_nova_sociedade_do_espetaculo. Acesso em: 20 de out. 2013.

MIGUEL, L. F. **Os meios de comunicação e a prática política**. Lua Nova, São Paulo, n.55-56, p. 155-184, 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ln/n55-56/a07n5556.pdf>>. Acesso em: 15 de mai. 2013.

MIGUEL, L. F ; F. BIROLI, A. **Meios de comunicação de massa e eleições no Brasil: da influência simples à interação complexa**. Revista USP, v. 90, p. 74-83, 2011. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/34013> . Acesso em: 13 de out. 2013.

_____. **Razão e sentimento**: a comunicação política e a decisão do voto. Paper apresentado no XX Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), (2011). Porto Alegre (RS), 14 a 18 de junho.

_____. **A produção da imparcialidade**: a construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística. Revista Brasileira de Ciências Sociais (Impresso), v. 73, p. 59-76, 2010.

MOUILLAUD, M; PORTO, S. D. (Org.). **O Jornal**: da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997.

NORONHA, E. C. C. **O leitor nas editorias de Política dos jornais de Teresina**: reconhecimento e produção de sentidos. Teresina, 2011. 175 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Federal do Piauí, UFPI, 2011.

PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS. Brasília: **IBGE**, 2012. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populaca/trabalhoerendimento/pnad2012/default.shtm>. Acesso em: 15 de out. 2013.

PINTO, M. J. **Comunicação & Discurso** – Introdução à Análise de Discursos. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

_____. **Retórica e análise de discursos**. In: IX Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação (Compós), 2000. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1387.pdf> Acesso em: 10 set. de 2013.

_____. **Discurso e violência**. Rio de Janeiro, NUPEC - Núcleo de Pesquisa em Estratégias da Comunicação, 2003, ECO/UFRJ. Disponível em: http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/anteriores/especial2003/conteudo_mpinto.htm. Acesso em: 10 set. de 2013.

_____. Discurso, implícitos e ideologia: “As ONGs e a visão arcaica da relação entre o público e o estatal”. In: RIBEIRO, A.P; PINTO, M.J. (Orgs.) **Discursos: estudos da linguagem como prática social**. Rio de Janeiro: Ilustração, 2005. Vol. 1

REBELO, J. **O Discurso do Jornal**. Lisboa: Editorial Noticias. 2000.

RODRIGUES, T. V., T. **EXCLUSIVO**: Veja quem recebe e quanto do Governo do PI. Disponível em: <http://180graus.com/politica/exclusivo-veja-quem-recebe-e-quanto-do-governo-do-pi-195620.html>. Acesso em: 10 out. 2013.

RODRIGUES, A. D. **Estratégias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1990.

RUBIM, A. A. C. **Comunicação e Política**. São Paulo: Hacker. Editores, 2000.

RUBIM, A. A. C. **Novas Configurações das Eleições na Idade Mídia**. Opinião Pública, Campinas, 7: 172-185, nov. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/op/v7n2/16937.pdf> Acesso em: 25 jun. 2013.

_____. **Espectáculo, Política e Mídia**. Paper apresentado no IX Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 4-7 jun 2002. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/rubim-antonio-espetaculo-politica.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2013.

RUBIM, A. A. C; COLLING, L. **Mídia, Cultura e eleições presidenciais no Brasil contemporâneo**. 2005. Disponível em: http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/06/rubim_colling_midiaculturaeleicoes.pdf. Acesso em: 20 mai. 2013.

SILVA, C. D. P. **A Lógica da Competição Política Municipal em Cenários Oligárquicos**. Revista Estudos Políticos, v. 2, p. 67-128, 2011.

SILVA, R. J. G. **Metamorfose das oligarquias: o caso do Piauí**. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.

SOBRAL, E. **Pedala Claudino**. Revista Istoé, ed. 706. Disponível em: http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/54683_PEDALA+CLAUDINO. Acesso em: 08 mai. 2013.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SOUSA, J.P. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. 2 a edição revista e ampliada. Porto.

SZPACENKOPF, M. I.O. **O olhar do poder: a montagem branca e a violência no espetáculo telejornal**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

VAN DIJK, T. A. In: **Cinco perguntas para Van Dijk**. Littera Online. Número 3, 2011. Disponível em: <http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/littera/article/view/448/271>. Acesso em: 10 out. 2013.

_____. **Discurso e poder**. São Paulo: Contexto. 2008.

_____. Semântica do discurso e ideologia, in Emília R. Pedro. (org.), **Análise crítica do discurso**. Lisboa: Caminho, 105-168. 1997.

VASCONCELOS, J.C.S. **Trajectoria do PT no Piauí: da fundação (1980) à reeleição**

do governador Wellington Dias, 2010. 121 f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Universidade Federal do Piauí, UFPI, 2010. Disponível em: http://ufpi.br/subsiteFiles/cienciapolitica/arquivos/files/JOSE_CLAUDIO.pdf. Acesso em: 12 ago. 2013.

THOMPSON, J. B. **A Mídia e a Modernidade**. Uma teoria social da mídia, Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes. 1995.

TRANÇA de Marcela Temer vira hit. **Portal M. de Mulher**. Disponível em: <http://mdemulher.abril.com.br/cabelos/reportagem/penteado/tranca-lateral-marcela-temer-vira-hit-614175.shtml>. Acesso em: 14 de out. 2013.

VERON, E. & RUBIM, A.C. (Orgs.). **Lula presidente**: televisão e política na campanha eleitoral. São Paulo: Hacker, 2003.

WEBER, M. **Economia e Sociedade**: Fundamentos da Sociologia Compreensiva, vol. 1. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1991.

Referências Hemerográficas

JORNAL MEIO NORTE. Teresina. **Primeira página**. 29 de jan. de 2012.

_____. Teresina. **Primeira página**. 02 de fev. de 2012

_____. Teresina. **Primeira página**. 15 de fev. de 2012

_____. Teresina. **Primeira página**. 07 de mar. de 2012

_____. Teresina. **Primeira página**. 23 de mar. de 2012

_____. Teresina. **Primeira página**. 26 de mar. de 2012

_____. Teresina. **Primeira página**. 27 de mar. de 2012.

_____. Teresina. **Primeira página**. 28 de mar. de 2012.

_____. Teresina. **Primeira página**. 29 de mar. de 2012.

_____. Teresina. **Primeira página**. 23 de abr. de 2012.

_____. Teresina. **Primeira página**. 26 de abr. de 2012.

_____. Teresina. **Primeira página**. 28 de mai. de 2012.

_____. Teresina. **Primeira página**. 30 de mai. de 2012.

- _____. Teresina. **Primeira página**. 14 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 20 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 21 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 22 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 23 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 26 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 27 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 29 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 30 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 01 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 03 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 04 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 05 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 06 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 07 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 10 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 11 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 17 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 11 de ago. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 14 de ago. 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 15 de ago. 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 17 de ago. 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 25 de ago. 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 08 out. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página**. 10 de out. de 2012.

- _____. Teresina. **Primeira página.** 16 de out. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 23 de out. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 28 de out. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 29 de out. de 2012.
- JORNAL O DIA. Teresina. **Primeira página.** 02 de jan. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 05 de fev. 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 29 de fev. 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 17 de fev. 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 26 de mar. 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 27 de mar. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 02 de mai. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 20 de mai. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 04 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 20 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 26 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 27 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 28 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 29 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 30 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 01 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 02 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 07 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 06 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 08 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 10 de jul. de 2012.

- _____. Teresina. **Primeira página.** 14 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 15 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 19 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 20 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 22 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 25 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 29 de jul. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 12 de ago. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 01 de ago. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 05 de ago. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 13 de ago. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 19 de ago. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 29 de ago. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 31 de ago. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 15 de set. de 2012
- _____. Teresina. **Primeira página.** 29 de set. de 2012
- _____. Teresina. **Primeira página.** 09 de out. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 10 de out. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 26 de out. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 27 de out. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 29 de out. de 2012.

JORNAL DIÁRIO DO POVO DO PIAUÍ. Teresina. **Primeira página.** 14 de jan. de 2012.

- _____. Teresina. **Primeira página.** 23 de jan. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 28 de jan. de 2012.

- _____. Teresina. **Primeira página.** 03 de fev. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 19 de fev. de 2012
- _____. Teresina. **Primeira página.** 25 de mar. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 27 de mar. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 28 de mar. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 06 de mai. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 14 de mai. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 25 de mai. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 30 de mai. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 22 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 24 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 25 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 26 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 27 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 29 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 30 de jun. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 01 de jul de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 07 de jul de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 08 de jul de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 23 de jul de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 06 de set. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 22 de set. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 10 de out. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 12 de out. de 2012.
- _____. Teresina. **Primeira página.** 28 de out. de 2012.

_____. Teresina. **Primeira página.** 29 de out. de 2012.