

Eleições? O “Falatório” é o que importa: A cobertura jornalística à luz da Fenomenologia¹

Luciana Miranda COSTA²
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Lázaro Cardoso MORAES³
Universidade Federal do Pará

Resumo

Este artigo tem como objetivo analisar a cobertura jornalística sobre as eleições estaduais de 2014 no Brasil, sob o prisma principal da Fenomenologia. Para isso, foram selecionadas as matérias publicadas nos jornais O Liberal e Diário do Pará, na semana que antecedeu às eleições ao governo do Estado, quando disputaram o pleito o então governador Simão Jatene (PSDB) e o ex-prefeito de Ananindeua-PA, Helder Barbalho (PMDB). A partir do método hermenêutico, buscou-se analisar não somente a linguagem utilizada pelos dois jornais ou a produção de sentidos daí decorrente. O objetivo foi implementar uma abordagem mais ampla que contribuiu para compreender a cobertura das eleições e suas nuances e, principalmente, como essas notícias podem ter sido percebidas pelos leitores, numa relação de alteridade, isto é, entre o “ser-eu mesmo” e “ser-outro” no mundo da vivência.

Palavras-chave

Comunicação; Fenomenologia; Eleições no Pará: O Liberal; Diário do Pará.

Introdução

Os jornais no mundo moderno veiculam notícias que trazem no seu bojo uma complexa tecitura de representações sociais que exigem uma interpretação cada vez mais acurada para a compreensão do mundo. A partir de uma abordagem que leve em conta as intersubjetividades, buscaremos neste artigo explicitar, a partir de uma investigação específica, como se dá o processo de comunicação por meio da produção de sentidos sociais, e como a interpretação desses sentidos se torna, em si, uma nova realidade, com o fito de desconstruir os discursos produzidos pela mídia, visto que os meios de comunicação têm hoje importância vital na construção da realidade social.

No nosso entendimento, portanto, não se trata de analisar o processo comunicativo dentro de uma visão metafísica, como se fosse apenas um processo linear

1 Trabalho apresentado no DT 1 – GP Jornalismo Impresso, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Professora do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPGEM) da UFRN e do Programa de Pós-Graduação, Comunicação, Cultura e Amazônia da UFPA. Email: lmirandaeua@hotmail.com

3 Mestre pelo Programa de Pós-Graduação, Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM), da Universidade Federal do Pará. Email: lazaromoraes@gmail.com

de transmissão de informações entre emissor e receptor, mas sob a ótica de um processo intersubjetivo à luz de conceitos buscados na fenomenologia de Heidegger, Schutz e Husserl, que enveredaram por uma abordagem hermenêutica de interpretação da realidade, que leva em conta não somente o que é dito, mas como se diz o que é dito, e, principalmente, o que se deixa de dizer, posto que o próprio não-dito também faz parte desse processo comunicativo.

Para tanto, trabalhamos com base na Fenomenologia para a análise de matérias jornalísticas publicadas nos jornais O Liberal e Diário do Pará⁴, na semana que antecedeu às eleições ao governo do Estado, em 2014, quando disputaram o pleito o então governador Simão Jatene⁵ (Partido da Social Democracia Brasileira –PSDB) e o candidato Helder Barbalho⁶ (Partido do Movimento Democrático do Brasil - PMDB), filho do senador Jader Barbalho (PMDB).

A partir do método hermenêutico, buscou-se analisar não somente a linguagem utilizada pelos dois jornais, no sentido ôntico, mas também ontológico, portanto, para além da simples produção de sentido, numa abordagem mais ampla que contribua para compreender as eleições e suas nuances e, principalmente, como essas notícias podem ter sido percebidas pelos leitores, numa relação de alteridade, ou melhor, entre o “ser-eu mesmo” e “ser-outro” no mundo da vivência, sedimentado pelas tipificações culturais.

Essa perspectiva epistemológica, que serve de referencial para esta pesquisa, considera o processo comunicativo como construção mediada, em que o jornalista, ao produzir um texto, na verdade, codivide o seu *ser-no-mundo* com o *ser-com-outros*, dentro de um processo “despessoalizado”, uma vez que ele reconhece e reproduz

4 O Liberal possui tiragem diária de 22 mil exemplares e, aos domingos, de 35 mil exemplares. Já o Diário do Pará aparece com tiragem diária de 24.192 exemplares na semana e 27.690 nos domingos, de acordo com o site oficial do jornal O Liberal e do site FTPI Negócios em Mídia. Mais informações em: <http://ftpi.com.br/jornal/diario-do-para/> / <https://www.assinaturasoliberal.com.br/institucional/quemsomos>. Acesso em 28 jun.2019.

5 Simão Robson Oliveira Jatene nasceu em 1º de abril de 1949 em Belém. Formado em Economia pela Universidade Federal do Pará (UFPA), participou da fundação do PSDB em 1988. Nos anos 90, foi secretário do governo do Pará durante os governos de Jader Barbalho (PMDB) e Almir Gabriel (PSDB). Exerceu os cargos de secretário-geral do Ministério da Previdência Social e da Reforma Agrária. Em 2002, derrotou a candidata petista Ana Júlia Carepa e se tornou governador do Pará pela primeira vez. Foi novamente governador no período 2011-2018. Mais informações em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/simao-jatene/53ed0513a5fea4093800097.html>. Acesso em 28 jun.2019.

6 Filho dos políticos Jader e Elcione Barbalho (PMDB), Helder Barbalho (PMDB) iniciou a vida política em 2000, aos 21 anos, como vereador no município de Ananindeua (PA), sendo o candidato mais votado do município. Dois anos mais tarde, foi eleito deputado estadual com maior número de votos para o cargo no Estado do Pará, com mais de 68 mil votos. Assumiu em 2005 a Prefeitura de Ananindeua, tornando-se o prefeito mais jovem da história do Estado. Em 2008, foi reeleito com quase 95 mil votos. Helder Barbalho também foi presidente da Federação das Associações de Municípios do Estado do Pará, Ministro da Pesca do governo Dilma Rousseff e Ministro da Integração Nacional no governo do presidente Michel Temer. Atualmente é governador do Pará. Mais informações em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/05/helder-barbalho-pmdb-ministro-da-integracao-nacional-do-governo-temer.html>. Acesso em 28 jun.2019.

tipificações historicamente construídas, que, por outro lado, também serão reconhecidas e reproduzidas pelos seus leitores, num mundo compartilhado. Ressalta-se, no entanto, que as técnicas de elaboração de algumas matérias jornalísticas assemelham-se ao conceito de falatório (*Gerede*), em Heidegger, posto que não buscam a lógica metafísica, da relação causa e efeito, mas tão-somente o falar por falar, o falar-em-comum. Ou seja, o jornalista não manifesta a preocupação do ponto de vista lógico, ou semiótico, de um entendimento comum do seu texto, o que, para o próprio Heidegger, não seria possível alcançar. A comunicação, portanto, seria produto da intersubjetividade, num processo interativo, mediado ou mediatizado.

Linguagem e Hermenêutica

Antes de aplicarmos os conceitos em busca da compreensão de sentidos das matérias jornalísticas que nos propomos analisar, faz-se necessário um entendimento mais amplo sobre a linguagem, sob a ótica fenomenológica. Um dos pontos mais importantes diz respeito à dicotomia sujeito x objeto. Ao contrário da metafísica clássica ocidental, Heidegger (1993) desconstrói a ideia de sujeito, rompendo com a modernidade cartesiana. Quando se fala de linguagem, sob a ótica fenomenológica, não há como escapar do *Dasein*, conceito que Heidegger utiliza para designar um entendimento que rompe com a tradição ontológica do Ser.

Para o filósofo, o modo de ser de um ser (*Dasein*), o ser-aí-no mundo, é sempre uma possibilidade de *vir a ser*, trazendo uma compreensão de si mesmo que ora se oculta, ora se manifesta, trazendo à tona o *logos* na linguagem. Para Heidegger, o próprio *Dasein* se modifica, assume diferentes possibilidades de poder ser dentro de uma facticidade, ou seja, na vida concreta, no mundo cotidiano. Para o filósofo, o sujeito não é simplesmente um “eu”, mas um “ser-aí”, um ser-no-mundo, um ser-com-os-outros. Da mesma forma, Husserl não faz distinção entre sujeito e objeto, mas atenta para uma ligação intencional entre ambos, não havendo, portanto, contraposição. O que ocorre, em certa medida, é que o sujeito contém já em si os objetos, “está em relação com os objetos” (ALES, 2004, p.97).

Quando o homem fala da natureza, que está fora dele, é *ele* quem fala da natureza, ou seja, o objeto sobre o qual fala funde-se com o sujeito, dando origem a uma relação intersubjetiva. É dentro dessa perspectiva que Heidegger afirma que há linguagem porque há o falar (ALES, 2004, p.97). A discursividade, portanto, é

intrínseca ao ato de falar. E o ato de falar pressupõe uma facticidade sobre a qual se fala, sobre a qual o *Dasein* opera o seu desvelar, resultando, portanto, num processo comunicativo em que sujeitos manifestam a sua intersubjetividade, ou seja, o seu *ser-com-outros*.

Para Schutz (2012), em toda linguagem existem termos e conotações que adquirem significados no discurso, dentro de um contexto ou meio social, formado por redes de relações sociais, sistemas de signos e símbolos e de significados em toda a sua diversidade e estratificação, que dão origem a padrões, num sistema de costumes, portanto, de uma facticidade. Dessa forma, visando analisar o processo de produção jornalística em que a facticidade é o campo do falar, ou seja, dos discursos, buscaremos uma compreensão que leve em conta o contexto sócio-histórico da experiência vivida, tanto por quem produz, quanto por quem recebe as notícias veiculadas por esses meios de comunicação.

A hermenêutica, que adotaremos como metodologia, é considerada a “arte da compreensão”. No campo fenomenológico, a hermenêutica não se preocupa com a busca da verdade absoluta, como na tradição metafísica ocidental, mas, como afirma Heidegger, “a hermenêutica trata da verdade daquilo que é dito, tornando aquilo que estava encoberto, escondido, disponível, exposto, lá fora” (SCHMIDT, 2014, p. 84). Ou seja, o significado, como verdade, para Heidegger, é encontrado na experiência vivida, em que o *Dasein* ora se vela, ora se desvela. Essa concepção de verdade é baseada na experiência do *ser-aí no-mundo*, e não mais naquela tradicional ancorada na dicotomia sujeito x objeto. Da mesma forma, pode-se buscar a “verdade” no discurso falado ou escrito, ou seja, a verdade do que se diz, do que se projeta para fora. Diz Heidegger que quanto mais se consegue trazer hermeneuticamente a facticidade para o nosso alcance em conceitos, mais transparente essa possibilidade – de encontro com o *Dasein* – se torna (SCHMIDT, 2014, p.87).

Rede de Tipificações

Schutz (2012, p.93) observa que qualquer pessoa nascida ou criada dentro de um determinado grupo aceita o “esquema estandardizado dos padrões culturais, que lhe é transmitido inteiramente pronto por seus ancestrais ou professores, como um guia não questionado e inquestionável para todas as situações que normalmente ocorrem na vida

social”. O autor (2012) trabalha categorias como sistemas de tipificação e relevâncias para definir os papéis sociais dos indivíduos em determinados grupos culturais, em termos de institucionalizações a serem interiorizadas, nas quais “o indivíduo deve definir sua situação pessoal singular a partir da utilização de padrões institucionalizados para a realização de seus interesses particulares” (SCHUTZ, 2012, p.96).

O sistema de tipificação de objetos desenvolvido por Schutz (2012) refere-se à construção de um conceito geral de tipos, ou seja, daquilo que é típico em determinado objeto, percebido tipicamente como inserido dentro de uma categoria, sem que seja necessário considerar-se o exemplar, onticamente falando, desta categoria.

Na vida social, existe uma rede de tipificações, ou seja, padrões herdados historicamente de nossos antepassados, aceitos socialmente como naturais. É importante observar também que as tipificações não se restringem aos objetos, mas também a esquemas de interpretação, isto é, os modos de processar essas próprias tipificações.

O conhecimento dessas tipificações e de seu uso adequado é um elemento inseparável de herança sociocultural transmitida às crianças nascidas no grupo por seus pais e professores, e pelos pais de seus pais e professores; ele é, portanto, socialmente derivado. A soma total dessas várias tipificações constitui um quadro de referência em termos do qual não apenas o mundo sociocultural, mas também o mundo físico é interpretado, um quadro que, a despeito de suas inconsistências e de sua opacidade inerente, é suficientemente articulado e transparente para ser usado na resolução da maior parte dos problemas práticos. (SCHUTZ, 2012, p. 132-133)

Já o sistema de relevâncias assemelha-se ao fazer jornalístico, na medida em que se refere à demanda por investigação de acordo com os interesses envolvidos. Da mesma forma, os meios de comunicação pautam suas matérias de acordo com seus interesses e/ou do público leitor, dentro de padrões que também poderiam ser considerados como tipificados.

É nosso interesse imediato que motiva todo nosso pensamento, nosso planejamento, nossa ação, e assim estabelece os problemas a serem resolvidos por nosso pensamento e os objetivos a serem alcançados por nossas ações. Ou seja, é nosso interesse que divide o campo não problematizado daquilo que já é conhecido em várias zonas com diferentes relevâncias em relação a tal interesse, cada qual demandando um grau distinto de precisão no conhecimento. (SCHUTZ, 2012, p. 124-125)

O contexto sócio-histórico: jornalismo e política

Retomando nosso *corpus* de análise, é importante observarmos o contexto sócio-histórico que levou os jornais O Liberal e Diário do Pará ao embate discursivo durante as eleições de 2014 para o governo do Estado. Na Amazônia, como em outras regiões brasileiras, ainda reina em certos aspectos o que se denominou de coronelismo⁷ político, por meio do chamado voto de cabresto⁸. São geralmente regiões dominadas por pequenas oligarquias que comandam a cena política durante anos. Não raro, esses grupos políticos são atrelados a conglomerados de mídia que detêm o poder da comunicação, havendo uma relação umbilical entre ambos na proporção dos seus interesses.

O jornal O Liberal foi fundado em 1946 por Joaquim de Magalhães Cardoso Barata, quando foi nomeado pela segunda vez interventor federal no Estado do Pará, durante o governo de Getúlio Vargas. Surgiu como jornal político do Partido Social Democrata (PSD), tendo sido comprado pelo empresário Romulo Maiorana, em 1966.

O Diário do Pará, por sua vez, foi fundado em 1982 pela família do atual senador Jader Barbalho (PMDB), quando este foi candidato ao governo do Estado, em 1982, na primeira eleição direta para governador, ainda no período de transição democrática, no final do regime militar no Brasil (1964-1985).

A história dos dois grupos de comunicação confunde-se com a própria história política do Estado, uma vez que os dois jornais têm sistematicamente adotado posições antagônicas nas sucessivas eleições desde 1982, quando O Liberal apoiou o empresário Oziel Carneiro para o governo, e o Diário do Pará, o seu proprietário, Jader Barbalho. Observa-se, ainda e principalmente, o interesse dos grupos de mídia pela verba

7 O coronelismo e a Guarda Nacional são geralmente apresentados como faces da mesma moeda, em razão da intensidade de suas relações. O fato de pertencer a essa instituição era assim uma forma de legitimação formal do prestígio do coronel, mas não se constituía na origem de seu poder. Nesse sentido, sua extinção em 1918 foi de pouca relevância para o coronelismo como fenômeno sociopolítico, já que, a partir de então, os coronéis tornaram-se chefes de fato e não somente de direito, autoproclamados ou aclamados pela comunidade. (RÊGO, 2008, p.70) Mais informações em: <http://www3.ufrb.edu.br/ebecult/wp-content/uploads/2012/04/O-coronelismo-como-referencia-identitaria-um-estudo-sobre-as-narrativas-de-Wilson-Lins.pdf>.

Acesso em 28 de jun.2019. Sobre o tema ver também: LEAL, Victor Nunes. *Coronelismo, enxada e voto: o município e o regime representativo no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 7. ed., 2012, e JANOTTI, M. de Lourdes Mônaco. *Coronelismo: uma política de compromisso*. São Paulo-SP: Brasiliense, 1981.

8 Sistema tradicional de controle de poder político por meio do abuso de autoridade, compra de votos ou utilização da máquina pública para favorecimento pessoal ou de simpatizantes políticos. Mais informações em: <http://www.infoescola.com/historia-do-brasil/voto-de-cabresto/> Acesso em 28 de jun.2019. Sobre o tema ver também: DANTAS, Ibarê. *Coronelismo e Dominação*. Aracaju, Universidade Federal de Sergipe, PROEX/CECAC / Programa Editorial, 1987 e FAORO, Raymundo. *Os Donos do Poder*. São Paulo- SP: Globo, 2001.

publicitária⁹ dos governos, quantia substancial que ajuda a manter suas estruturas e logística.

Na eleição de 2014, O Liberal apoiou Simão Jatene, enquanto o Diário do Pará apoiou à candidatura de Helder Barbalho, filho do senador Jader Barbalho (PMDB) e ex-prefeito do município de Ananindeua, na Região Metropolitana de Belém. Simão Jatene foi reeleito para seu terceiro mandato como governador do Estado.

Análise Interpretativa: o falatório

A seguir, tendo como exemplo algumas matérias jornalísticas selecionadas do *corpus* de matérias escolhidas, iniciaremos a análise propriamente dita. A reportagem “Jatene pode ser cassado por compra de votos”, publicada no dia 24/10/14, é ilustrativa do conceito de Heidegger sobre o falatório. No primeiro parágrafo, explicita o texto:

Diário do Pará, Cad.Política, p.A4, 24/10/2014.



O vale-tudo combinado com o desespero de causa fez com que os correligionários do candidato à reeleição Simão Jatene perdessem de vez o pudor. Como o esquema institucional de compra de votos através do programa Cheque Moradia foi escancarado pelo DIÁRIO nas últimas semanas, partidários do candidato amarelo partiram para o tudo ou nada: tomaram conta das ruas da capital e do interior do Estado com veículos tomados de dinheiro para a compra explícita de votos. O

9 De acordo com notícia publicada na imprensa com dados atribuídos ao Tribunal Regional Eleitoral (TRE) sobre gastos do governo do Estado do Pará com propaganda, o governo teria gasto R\$ 25,6 milhões em 2011; R\$ 38,3 milhões, em 2012; e R\$ 36,9 milhões, em 2013, totalizando cerca de R\$ 110,8 milhões em três anos. Mais informações em: <http://pjpontes.blogspot.com.br/2014/06/simao-jatene-gasta-r-1101-milhoes-com.html>. Acesso em 28 de jun.2019.

descaramento é tamanho que os aliciadores nem se importam se a ilegalidade está sendo registrada ou não por câmeras ou celulares. (DIÁRIO DO PARÁ, 24/10/ 2014)

Heidegger (1993) observa que a expressão falatório não deve ser tomada no sentido pejorativo, posto que é linguagem e, portanto, guarda em si uma interpretação da compreensão da pre-sença do *ser-aí-no-mundo* na sua cotidianidade. O que é falado no falatório, sem importar o sentido, arrasta consigo círculos cada vez mais amplos, assumindo um caráter autoritário. “Repetindo e passando adiante a fala, potencializa-se a falta de solidez. Nisso se constitui o falatório” (HEIDEGGER, 1993, p.228)

O título da matéria chama atenção, ao afirmar que “Jatene *pode* ser cassado por compra de votos”. O texto diz mais do que realmente diz verbalmente, ou seja, utiliza a flexão verbal “pode” sem que o texto jornalístico informe a qualquer momento se foi feita alguma denúncia formal contra o candidato à Justiça Eleitoral, ou se sequer tenha havido alguma sinalização neste sentido, como um parecer favorável do Ministério Público Eleitoral à cassação do registro ou simplesmente a manifestação do Judiciário sobre o caso. Ao se posicionar favorável à perda do registro, o jornal “fala”, e como se reproduz numa tiragem de milhares de exemplares, alimenta discursivamente essa fala, tornando-a falatório. Vale também destacar a linguagem, com termos “chulos” como “escancara”, “vale-tudo” e “descaramento”, características do falatório vulgar.

O falatório não se restringe apenas à repetição oral da fala, mas se expande no que escreve enquanto o “escritório”. Aqui, a repetição da fala não se funda tanto no ouvir dizer. Ela se alimenta do que se lê. A compreensão mediana do leitor nunca poderá distinguir o que foi haurido e conquistado originariamente do que não passa de mera repetição. E mais ainda: a própria compreensão mediana não tolera tal distinção, pois não necessita dela já que tudo compreende (HEIDEGGER, 1993, p. 228).

Outro argumento discursivo utilizado pelo jornal nesta matéria baseia-se no conceito de tipificação. Em um intertítulo¹⁰ na reportagem, o jornal publica o artigo 41 da Lei Eleitoral, onde fica tipificado, no caso configurado, o suposto crime eleitoral, o que leva o leitor à construção de uma nova “realidade” sobre a facticidade objeto da matéria jornalística. A tipificação também ocorre por meio de elementos visuais, topográficos e eidéticos, considerando-se como a matéria foi construída visualmente,

10 Intertítulo é uma palavra colocada entre dois parágrafos, uma espécie de subtítulo, para chamar atenção para algum fato relevante, porém secundário diante da notícia principal.

com imagens de reprodução de vídeos distorcidas, sugerindo enunciativamente a ocorrência do flagrante, formando assim um sentido social.

O mesmo expediente foi adotado por O Liberal, na edição de 23 de outubro de 2014, também denunciando compra de votos por meio de gravações de vídeo. Com a manchete de capa do jornal “Vídeos flagram compra de votos para Helder. PSDB pede cassação”, os mesmos recursos visuais e sistema de tipificação foram adotados pelo jornal para atingir o candidato adversário. A chamada de capa da matéria é ilustrativa:

Imagens mostram claramente, através de gravações de vídeo, policiais militares negociando compra de votos para o candidato do PMDB, na unidade da Polícia Militar da avenida José Bonifácio, no bairro do Guamá. O advogado Fábio Rodrigues denunciou o crime eleitoral à Secretaria de Segurança Pública e pediu a cassação da candidatura de Helder Barbalho (O LIBERAL, Capa, 23/10/14).

O Liberal, Capa, 23/10/2014.



Analisando-se o fenômeno comunicacional do ponto de vista hermenêutico, na interação intersubjetiva diante de processos cotidianos banalizados, que levam ao *ser-aí-no mundo* numa inter-relação com outros *eu-mesmos*, observa-se que esse tipo de matéria jornalística revela estruturas existenciais que se abrem para o *ser-no-mundo* cotidiano em que “a pre-sença sucumbe ao impessoal e por ele se deixa dominar” (HEIDEGGER, 1993, p. 226). Por essa razão, a interpretação, a investigação, deve também voltar-se para essa facticidade. A notícia jornalística, ao substituir a própria realidade, tomando-lhe o lugar discursivamente, assume um caráter impessoal, num

cenário em que o sujeito não é o ator principal, mas o fato em si noticiado, que assume esse papel, independentemente de suas motivações.

No caso da matéria publicada em *O Liberal*, a gravação tem oito minutos e 22 segundos de duração, feita por uma testemunha anônima, que tem sua identidade preservada pelo jornal por suposta questão de segurança. O que se percebe, no entanto, é que para o público leitor não importa quem é o autor da denúncia, daí o seu caráter de impessoalidade. O que importa é a denúncia em si, que ganha corporeidade, objetivada como crime eleitoral a partir de tipificações sociais, por meio de marcas deixadas no texto, como as imagens de vídeo.

Heidegger (1993) pontua que a compreensão, mesmo diante da impessoalidade, deve ser entendida primordialmente como poder de pre-sença. “Desse modo, as possibilidades de ser que a pre-sença, enquanto impessoal, abriu e se apropriou, devem ser extraídas de uma análise da compreensão e interpretação próprias do impessoal” (HEIDEGGER, 1993, p. 226). Nesse sentido, conclui que o impessoal prescreve a disposição e determina o quê e como se “vê”, adentrando assim no terreno da curiosidade, numa abordagem ontológica, uma vez que o ser é tudo o que se mostra (advento/sobrevento). Esse conceito heideggeriano se encaixa dentro da perspectiva jornalística, uma vez que a “curiosidade liberada ocupa-se em ver, não para compreender o que vê, ou seja, para chegar a ele num ser, mas apenas para ver” (HEIDEGGER, 1993, p.233). E, no caso em questão, o próprio uso de imagens de um suposto crime em flagrante aguça a curiosidade do público, aproximando o falatório da curiosidade, e aquele, desta. É o próprio falatório, diz Heidegger (1993), que rege os caminhos da curiosidade, ditando o que deve ser lido e visto.

Ela (a curiosidade) busca apenas o novo a fim de, por ele renovada, pular para uma outra novidade. Esse ver não cuida em apreender nem em ser e estar na verdade, através do saber, mas sim das possibilidades de abandonar-se ao mundo” (HEIDEGGER, 1993, p.233).

As Pesquisas Eleitorais

Diário do Pará, Capa, 25/10/2014.



As matérias publicadas pelos dois jornais na semana que antecedeu às eleições, com a divulgação de pesquisas eleitorais sobre as intenções de votos dos dois candidatos, apresentaram resultados antagônicos. Cada jornal publicou pesquisa de um determinado instituto dando a vitória ao seu candidato. Nota-se, porém, uma discrepância nos números, inclusive na última pesquisa, publicada no dia das eleições.

O Liberal, Capa, 31/10/2014.



O que se verifica, portanto, é que os números adquirem referencialmente a força de argumentos de verdade nos meios de comunicação, com o intuito de indicar aos eleitores qual candidato, de fato, está à frente nas pesquisas, ou seja, qual deles tem o apoio da maioria dos eleitores e, por consequência, poderia também merecer o voto do eleitor indeciso. As pesquisas eleitorais, em que os números são destacados graficamente, por meio de recursos técnicos visuais nas respectivas edições, servem de referência, mas é o próprio leitor, na sua relação com o texto, quem irá conjecturar, num primeiro estágio de compreensão, sobre a suposta verdade do que é dito, e validar ou não o argumento, na medida em que possa explicá-lo.

Vale ressaltar a foto de uma criança, vestida de anjo, ao lado de outra foto do candidato Simão Jatene (que aparece à frente das pesquisas no jornal), com as mãos em oração, como se agradecesse e glorificasse o resultado.

O Liberal, Capa, 26/10/2014.



Nas pesquisas publicadas no dia da eleição, por exemplo, O Liberal anunciou a vitória de Simão Jatene. O instituto Doxa apontava 53,7% para Jatene e 46,3% para Helder Barbalho, enquanto o Ibope dava empate técnico – 50% a 50%. Na manchete da pesquisa do Ibope, a linguagem referente revela imprecisões, ao afirmar “Ibope: Jatene vira e Helder cai”. Ao invés de chamar para o empate técnico, o jornal preferiu ater-se à comparação de números com a pesquisa anterior, em que Jatene tinha 48% e subiu para 50% e Helder caiu de 52% para 50%. De qualquer forma, o resultado não justificaria o termo “vira” na linguagem referente. Daí porque é o próprio leitor quem fará as devidas conjecturas em busca da compreensão e explicação do fato noticiado.

Diário do Pará, Capa, 26/10/2014.



O Diário do Pará, por sua vez, publicou no mesmo dia pesquisa do instituto Iveiga dando a vitória de Helder Barbalho, com 56,2% contra 43,7% de Jatene. O resultado oficial apontou a vitória de Jatene por 51,92% a 48,08%. Com base nos resultados publicados, percebe-se claramente a intencionalidade da produção de sentidos do material publicado.

Considerações Finais

O que podemos considerar, a partir desta análise, é que o embate discursivo por meio de matérias jornalísticas nos jornais Diário do Pará e O Liberal, acerca das eleições para governador em 2014, revelam a disputa pelo poder político na arena midiática por meio da produção de formas simbólicas. Atentamos prioritariamente para a relação entre os textos produzidos e seus destinatários, os leitores. Ou seja, investigamos como estas matérias adentraram o *espaço temporal* do mundo da vida, na sua cotidianidade, independentemente da preocupação com uma análise metafísica, baseada em argumentos racionais.

A análise hermenêutica, portanto, nos leva a considerar que as matérias publicadas fabricam formas simbólicas com o intuito de produzir sentidos prévios e estrategicamente pensados. Porém, longe da presença de seus autores, os textos publicados muitas vezes fogem à materialidade da intenção na medida em que dependem da interpretação do público-leitor, cada vez mais heterogêneo e diversificado,

com o qual estabelecem uma assimetria, a partir de indivíduos que são movidos por uma intersubjetividade que tem como pano de fundo tipificações e diferentes experiências de vida. Dessa forma, embora se revelem intencionalidades, não se pode assegurar que esses produtos comunicacionais tenham atingido o seu objetivo na medida em que a própria comunicação é um fenômeno que não se esgota em si, num mundo em que a busca pelo caminho é o próprio caminho, em que o simples ato de viver já é em si a plenitude da própria vida.

Referências Bibliográficas

- ALES BELLO, Angela. **Fenomenologia e Ciências Humanas: psicologia, história e religião.** Bauru, SP. EDUSC, 2004.
- HEIDEGGER, Martin. **Ontologia: hermenêutica da facticidade.** Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 2012
- HEIDEGGER, Martin. **Ser e Tempo.** 4ª edição. Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 1993.
- RÊGO, André Heráclio do. **Família e Coronelismo no Brasil: uma história de poder.** São Paulo. A Girafa Editora, 2008.
- SCHMIDT, Lawrence. **Hermenêutica.** Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 2014.
- SCHUTZ, Alfred. **Sobre Fenomenologia e Relações Sociais.** Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 2012.