



Revista FAMECOS: mídia, cultura e
tecnologia

ISSN: 1415-0549

revistadafamecos@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio
Grande do Sul
Brasil

NETO, ANTÔNIO FAUSTO

Lula e a crise de 2008: fragmentos do discurso político-analisador

Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, vol. 18, núm. 2, março-agosto, 2011, pp.
373-407

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Porto Alegre, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495551008005>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Revista

FAMECOS

mídia, cultura e tecnologia

Jornalismo

Lula e a crise de 2008: fragmentos do discurso político-analisador¹

Lula and the crisis of 2008: fragments of political-analiser discourse

ANTÔNIO FAUSTO NETO

Professor no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNISINOS/RS/BR.
<afaustoneto@gmail.com>

RESUMO

Estuda-se discursos do presidente Lula sobre a crise econômica de 2008, descrevendo-se estratégias discursivas através das quais dimensões do discurso econômico são transformadas por operações enunciativas para explicar a crise. O presidente utiliza-se de operadores da linguagem coloquial (metáforas, figuras de linguagem), além de construções discursivas associadas a sua biografia e ao “mundo da vida” de interlocutores mais próximos à sua experiência linguística e cultural. Esta modalidade discursiva visa restaurar algo que os economistas e os mercados falharam, ou “erraram tanto”: a noção de confiança.

PALAVRAS-CHAVE: Lula; Enunciação; Discurso Político.

ABSTRACT

Speeches by President Lula about the economic crisis of 2008 are studied, describing the discursive strategies through which dimensions of economic discourse are transformed by enunciative operations to explain the crisis. The president makes use of operators of colloquial language (metaphors, figures of speech and discursive constructions associated with his biography) and with the “world of life” of partners close to his cultural and linguistic experience. This discursive mode aims to restore something that economists and the markets have failed or far missed: the notion of trust.

KEYWORDS: Lula; Enunciation; Political Discourse.

No auge da crise econômica de 2008, declarações públicas do então presidente Lula se não geraram uma nova crise, promoveram mal-estar na mídia e nos círculos acadêmicos. Jornais estamparam em amplas matérias de páginas internas, com chamada na primeira página, reprimendas ao presidente pela prática de discursos que desrespeitavam as etiquetas e liturgias presidenciais. Comentários acadêmicos lembravam que o modo de falar do presidente em público era mais apropriado para conversas em torno de um churrasco, não sendo compatível com as funções de um alto mandatário. O que originou a reação destes setores aos discursos do ex-presidente, cujo efeito da primeira reprimenda foi acusá-lo no título de uma matéria, de página inteira, de “Presidente língua-solta”? O jornal destaca um discurso de improviso feito por Lula sobre a crise financeira, “comparando o colapso dos mercados a uma ‘diarréia’. Minutos antes, recorreu a um termo chulo para justificar o otimismo que vinha professando diante do nebuloso cenário econômico: ‘Se um de vocês fosse médico e atendesse a um paciente, o que vocês falariam para ele? ‘Olha companheiro, o senhor tem um problema, mas a medicina já avançou, nós vamos dar tal remédio e você vai se recuperar’. Ou você diria: ‘Meu, sifú’ ”².

Atento ao desempenho discursivo presidencial, o jornal lembra que “Lula incorporou em discurso no começo do mês, os termos ‘sifú’ e ‘diarréia’, chamando atenção sobre os descuidos e destempero verbais, os deslizes com as palavras e outras derrapadas linguísticas atribuídas à retórica popularesca do ex-presidente” (ZH, 18/12/2008). Ao mesmo tempo e na mesma matéria, a opinião acadêmica emite seu “parecer” ao lembrar que Lula, apesar de “ser o melhor orador desde Jânio Quadros [...] não pode falar isso numa cerimônia oficial. Se fosse num churrasco, não teria problema”, avalia o cientista político Marco Antonio Villa, da Universidade Federal de São Carlos”. Estas não são as primeiras reações dos setores midiático e intelectual sobre os limites da performance verbal de Lula. Convertido em personagem de programas humorísticos

televisivos, as características de sua *fala* são sempre apresentadas como déficits. Ou seja, discursos são enunciados para lembrar as dificuldades que o presidente teria para *sustentar o discurso*. Assumindo uma rota distinta das “hermenêuticas midiática e acadêmica”, este artigo se propõe a descrever algumas características de alguns discursos proferidos por Lula, durante a crise de 2008, a partir de um “corpus” constituído por falas – lidas e/ou improvisadas – e dirigidas aos “companheiros e companheiras”, através de “operadores discursivos” com os quais Lula desenvolveu uma espécie de analítica sobre a crise econômica de 2008. Tal analítica envolveu várias modalidades de discursos: desde falas formulando diagnóstico sobre a crise, cuja responsabilidade para ele, “tem a ver com a gente de olhos azuis”³, numa alusão a atores-governantes de países desenvolvidos e técnicos de instituições financeiras internacionais. Também, outras operações que envolveram didatismo e formulação analítica cujas marcas aludiam mais sobre a competência da sua atividade discursivas do que, propriamente seus déficits. Esta reflexão não pretende entrar no mérito se as falas de Lula tiveram efeito sobre a crise ou sobre a apreensão das instituições e atores sociais brasileiros, a respeito da crise. Mas propor que, para além da ironia com que foi tratado, ou acusado de ser detentor de um pobre estoque semântico, Lula desenvolveu na crise uma “ação comunicativa” voltada, pelo menos, para duas preocupações: dizer por que os “economistas erraram tanto”. E a segunda, re-instituir por uma via discursiva, problemática tão cara aos círculos do poder e suas relações com os campos sociais: a confiança.

Os discursos do Presidente no divã

Os discursos de presidentes brasileiros, sobretudo mais recentes, estiveram no “divã” dos dispositivos jornalísticos e acadêmicos. Do último presidente do ciclo militar, general Figueiredo, destaca-se a utilização por ele, dos serviços de porta-vozes para

praticar a enunciação de “desmentidos às suas falas”. O presidente transferia para vários porta-vozes, além do oficial, a responsabilidade de produzir afirmações que tratavam desmentir declarações feitas anteriormente por ele, ou por outros porta-vozes. Geralmente, pessoas por ele recebidas em audiências, ocasião em que as elegia para o exercício desta atividade enunciativa. Como funcionava esta estrutura de enunciação? Através de um primeiro porta-voz, o presidente dizia “sim” sobre determinado tema. Mas esta versão era, em seguida, desmentida por um segundo porta-voz, que dizia não e posteriormente corrigida por um terceiro que dizia sim e assim, a cadeia se desdobrava num ciclo alternado de “sim” e de “não”. Resultava desta dinâmica de operações, “mecânica discursiva” dinamizada por uma “fala intermediária” (Flahault, 1979), cuja atividade gerava uma procrastinação interminável sobre a possibilidade de sustentação de uma palavra afirmativa (Fausto Neto, 1988). Se tal discurso é lembrado por seus desmentidos e, especialmente pela mediação de porta-vozes, eleitos dia-a-dia pelo general Figueiredo, o dispositivo discursivo *lulista* mostra o contrário, destacando sua expressiva autonomia face à estrutura de porta-vozes, especialmente dos discursos por eles preparados:

“

Não se assustem porque não tem nenhuma razão para eu ler este discurso aqui. Eu não vou repetir porque o meu não está tão didático. Eu queria discutir com vocês um outro assunto, aproveitando esta oportunidade.⁴

(04/12/2008)

Com os porta-vozes, especialmente os redatores dos seus discursos, muitas vezes pelejava sobre a dificuldade de observância de inevitáveis disciplina e ritualística, solicitada pelos assessores, visando o cumprimento de determinada performance discursiva. Através da autonomia enunciativa, Lula apresenta uma capacidade peculiar para “pilotar” as situações que envolvia o processo de enunciação dos discursos, dando-lhe uma textura própria, envolvendo também a inserção de outros co-enunciatários para além do script e das instruções passadas por assessores.

Os discursos – para não dizer o próprio presidente – tiveram o seu desempenho avaliado de várias formas, especialmente pelos discursos jornalísticos. Suas falas, imagens, sotaque, voz, etc, foram constantemente apropriados por estratégias discursivas tão diversas, por parte das mídias. Lula foi um “objeto dinamizado” por várias operações de semantizações nos diferentes ciclos de sua vida sindical-política. Pontualmente, no contexto das eleições e dos seus dois mandatos presidenciais, há uma história enunciativa construída no âmbito das mídias jornalísticas da qual resulta um “objeto”, amado e/ou odiado por capistas, editores, colunistas, cartunistas, humoristas, chargistas, apresentadores de tevê. Há um riquíssimo e complexo material jornalístico junto ao qual estudos sobre as estratégias discursivas desenvolvidas, apontariam hipóteses muito pertinentes sobre as relações entre a mídia, o campo político e seus atores, como é o caso de Lula. Certamente que, nele veríamos algo mais, para além das noções cultivadas pelo ideário jornalístico, como por exemplo, o da objetividade. Porém, no presente artigo não estamos tratando de uma análise deste “corpus”, mas da “pedagogia discursiva” de Lula. Se o presidente Figueiredo pronunciava a “denegação” pelos repetidos desmentidos, e se FHC pediu que seus “textos fossem esquecidos”, Lula, apesar dos seus *déficits* (retirante nordestino, não alfabetizado, com precários domínios da língua, gramaticalmente correta, operário-migrante, esquerdista e apresentando certos limites no seu aparelho vocal, etc.) insistiu numa atividade de

linguagem voltada para “sustentar o discurso” (Barthes, 2005) diretamente associada às referências de um mercado discursivo – um amplo contingente de “companheiros e companheiras”.

Algumas “estratégias de contato” desenvolvidas por Lula mereceram do presidente Obama comentários de elogios e de afagos: “Eu adoro esse cara! É o político mais popular da Terra. [...] É porque ele é boa-pinta”.⁵ A exemplo de outros presidentes, como José Sarney, que manteve o programa radiofônico “Conversas ao Pé do Rádio” (Pinto, 1988) – Lula também midiatizou sua interação com a sociedade, valendo-se também do rádio e do jornalismo impresso. Para tanto, inaugurou em 2003, o programa de rádio “Café com o Presidente”, que se tornou semanal em 2005. Em 2009, produziu a coluna “O Presidente Responde”, que era distribuída para cerca de 140 jornais cadastrados.⁶ Ainda que submetido aos constrangimentos das rotinas de comunicação inerentes ao cargo de trabalho do seu *staff* midiático, e aos julgamentos daqueles que estavam de “olho na sua língua”, o presidente tinha um papel estratégico e decisivo no processo de produção dos seus discursos “Estes podiam ser compartidos com assessores, mas a versão final de suas falas era por ele mesmo definida: o presidente define os assuntos, recebe subsídios, mas é ele quem libera a redação final. Quase sempre após modificações propostas por ele, pede para checar informações diretamente com os ministros da área.”⁷ Os discursos de Lula trazem ressonâncias de marcas de falas coloquiais em antigas assembleias e outras que mesclam argumentos, “palavras de ordens” e considerações didáticas acerca das situações sobre as quais fala. Construiu um *sui generis* “protocolo de contatos” com a sociedade, aspecto que seria responsável pelos elevados índices de popularidade que manteve até os últimos dias do seu governo. Ainda que não estejamos analisando os discursos jornalísticos sobre Lula, deles nos valemos, conforme indica o título deste artigo, pelo menos, por três motivos: em primeiro lugar porque os discursos presidenciais aqui analisados

obedecem a um complexo processo de circulação e a construção discursiva jornalística sobre eles se constitui em um dos elos do seu processo de midiatização; em segundo lugar porque nos valemos de uma operação enunciativa jornalística – o título e uma matéria jornalística sobre os discursos dos presidentes – para construção deste artigo; e em terceiro lugar, porque as lógicas de mídias estiveram sempre presentes na formulação dos discursos de Lula. Há uma espécie de percepção fina por parte do ex-presidente sobre a midiatização e de seus processos, algo que se manifesta nos modos de acessar as mídias, o senso crítico sobre o trabalho dos “peritos midiáticos” e o domínio de algum aspecto, ou outro, das rotinas e culturas jornalísticas:

“Hoje foi anunciado o PIB, e eu disse ao meu Ministro do Planejamento: você vai dar entrevista? Vai dar entrevista comedida, porque, se der uma entrevista muito eufórica, já vai gente querer aprovar o que a gente não pode. Tem uma coisa que eu sei que inquieta algumas pessoas, que são os gastos públicos.”⁸

(12/03/2008)

Também relata para terceiros, suas relações com a mídia, narrando os ângulos do trabalho de cobertura jornalística sobre o modo de tratar a economia brasileira:

“Vocês poderiam fazer um teste. Peguem alguns articulistas econômicos e vejam o que eles disseram, nesses últimos cinco anos, da economia brasileira. A gente vai constatar que erraram todas. Porque as pessoas gostam de errar, obviamente que, quem erra não tem sorte, não pode ter sorte.”⁹

(12/03/2008, p. 17-18)

Sugere que o povo fiscalize as políticas, via mídia, pois atribui aos contatos com estas as possibilidades pelas quais a sociedade pode se certificar sobre o rumo da crise:

“

Estou convencido disso. Portanto, todos nós temos que nos preparar para comprar tudo o que a gente sonha para o Natal e torcer para que o Ano Novo seja infinitamente melhor. Aliás, eu vi uma declaração do presidente de uma dessas federações do comércio dizendo que o otimismo dele para o Natal é muito maior que no ano passado. Obviamente que o povo está vendido na televisão. É preciso ver como essa crise está sendo vista todo santo dia.¹⁰

(10/10/2008)

Os presidentes diante da história da enunciação

Antes de descrevermos a análise dos discursos presidenciais, teceremos alguns comentários sobre como a dimensão discursiva repercutiu sobre os estilos dos presidentes e vice-versa¹¹.

Os presidentes são lembrados pelos “arquivos”, menos como “pessoas” e mais por outras imagens que sobre eles aparecem, aspectos associados a estilos e hábitos relacionados com as funções que ocupam. Se recuarmos no tempo, lembraremos que o presidente Jânio Quadros destacava-se por suas excentricidades, principalmente os famosos “bilhetes” escritos aos assessores, nos quais, além das “ordens de serviços”, fazia reprimendas sobre o desempenho de suas funções. O presidente Figueiredo, por sua aversão a política, o gosto pela cavalaria e a enunciação dos desmentidos. O

presidente Collor, pelas promessas peremptórias e pelas manifestações autorreferenciais de sua própria imagem, cunhadas em camisetas. O presidente FHC, associado como um homem culto porque falava idiomas. E o presidente Lula é lembrado como alguém que venceu, mesmo que não tenha estudado como os outros e, também, como uma pessoa que não apresentava as melhores aptidões para exercer aquelas funções. E, neste caso, seus *déficits* – os de aspecto instrucionais – sempre eram lembrados e associados à questão discursiva.

Curiosamente, as dificuldades linguísticas criadas pela “língua-solta” do presidente parecem que nunca se constituíram em problemas a requerer a mediação dos seus assessores. Alguns dos seus discursos mostram detalhes dos embates com o seu *staff* sobre as questões a serem tematizadas por eles, especialmente o modo de dizê-las. Estas rotinas presidenciais podem ser comparadas com uma situação distante e atualizada pela linguagem cinematográfica trazida pelo filme “O discurso do rei”¹², que serve como contraste sobre o tema deste artigo. Há uma problemática de fundo que diz respeito às relações do poder com o discurso, especialmente, as condições impostas por este último para que o poder – e seus agentes – se faça enunciar. O discurso é, talvez, o principal dispositivo com que o sujeito lida para contrair vínculos com seus pares. Antes do rádio – dispositivo de que se valeria o rei para falar aos seus súditos – outras condições de enunciação lhes são impostas e que o levam a buscar a mediação de um “perito” (terapeuta de fala), para que este restaure as possibilidades dele poder se expressar. Se lá, o rei era privado de enunciar, por constrangimentos impostos ao seu aparelho linguístico, aqui, Lula “frustra” o apetite dos peritos-assessores preocupados em normatizar suas falas. Apesar de alguns *déficits*, fala abandonando, geralmente, o *script* e, por estas razões, seus discursos são criticados. Justamente, pela impossibilidade de se auto-impor privações ao seu estilo discursivo e que, segundo julgam seus analisadores, seriam necessárias à liturgia do cargo.

Sabe-se que a atividade da linguagem é regulada por operações que transcendem largamente a intenção daqueles que proferem discursos. Faz com que o sujeito não permaneça como o centro da atividade discursiva, uma vez que está submetido às redes e outras complexidades que impõem as condições através das quais uma palavra pode ser sustentada. Há uma tensão vivida por aquele que profere a enunciação: de um lado, por causa dos fatores reguladores inerentes ao próprio aparelho linguístico-discursivo. Estes, de alguma forma, ordenam que o discurso se faça sobre certas condições, oriundas das regras “impostas” pelas gramáticas. Tal circunstância geraria a situação da “língua-presa”. Aquela envolta em regras, subjugada às amarras das gramáticas e dos parâmetros dos rituais e dos ofícios. De outro lado, a existência de um trabalho discursivo e sobre o qual não se tem controle sobre suas regras e operações, e que “visa fazer sair”, “fazer aparecer”, isto é, algo que passa de um a outro plano – do “dizível ao dito”. São espécies de operações desenvolvidas e que estão voltadas para materialização de fenômenos mentais aos quais não temos acesso e sobre os quais somente se pode dar uma representação metalinguística (Culioli, 2010). Estamos falando de um outro modo de funcionamento da linguagem que ultrapassa as delimitações impostas pelas noções de “gramáticas”, cujas expectativas visam, antes de mais nada, estabelecer e/ou definir possíveis sentidos a serem produzidos, bem como fixar também, os limites da interpretação. Discursar, neste caso, se trata de desenvolver uma outra pragmática, “mas não pragmática restrita a certa forma de intercâmbio entre sujeitos racionais, perfeitamente conscientes de seu vocabulário e suas intenções de significar” (Culioli, 2010, p. 30). É algo que ultrapassa a “língua-presa”, segundo operações que gerariam, por consequência, a existência e o funcionamento da “língua-solta”.

A noção de “língua-solta” está associada aquela de língua viva, a língua da rua, que aparece sem amarras, a língua que roça e acossa, que se faz à margem dos

enquadramentos das liturgias e dos rituais. Ela é um tipo de enunciação que se volta para exteriorização de algo e que se revela através das formas não reguladas, que é o trabalho discursivo que busca reconhecimento. O conceito de “língua-solta”, enquanto trabalho, nos fez indagar sobre a natureza do processo de construção do discurso político, por parte de Lula, e nos colocou diante da hipótese segundo a qual a existência e o funcionamento de uma determinada enunciação dependem largamente, de sua história, da história do seu próprio enunciador. Localizamos em um texto escrito nos tempos das primeiras semiologias, algo que chama atenção para a esta particularidade. Diz o autor:

“

A enunciação de um enunciado não saberia ser compreendida se nos limitarmos somente a ela. Para descrever corretamente o processo de enunciação, não é suficiente notar as circunstâncias presentes do ato da palavra; é necessário também re-constituir a história da enunciação. Pois cada enunciado é a consequência de uma série de transformações de uma enunciação primeira; cada enunciação possui, assim, sua história transformacional.

(Todorov, 1970, p. 35)

Tais reflexões nos provocaram pensar algumas dimensões dos discursos de Lula, da perspectiva da história de sua enunciação. Lendo aqueles proferidos sobre a crise econômica de 2008, vemos que trazem marcas de uma complexa história e de trajetória enunciativa que envolvem longa produção discursiva relacionada com a de Lula – da

vida sindical à presidência. Especialmente, as lógicas com as quais geriu as estratégias de comunicação da própria crise:

“

Eu me levantei de manhã e estava lá: ‘por que a crise vai fazer isso, porque o povo não quer comprar, porque o povo está com medo de comprar’. Eu chamei o Ministro Franklin (da Comunicação Social) e falei: ‘Franklin, nós vamos precisar ir para televisão. Eu jamais na minha vida pensei em ir para televisão fazer apologia do consumo. E era daquela juventude que era contra a sociedade consumista. Eu era contra’. Então, eu falei: ‘Bom, eu vou ter que fazer propaganda do consumo, porque as manchetes eram que o trabalhador não queria comprar porque ele estava com medo de perder o emprego e, portanto, ele não ia fazer dívida’. Eu falei: não, eu vou ter que ir. Conversei com alguns empresários, mas liguei só para alguns [...] e fui para televisão dizendo uma frase simples: ‘é verdade que tem uma crise econômica e é verdade que, se você ficar dividida e você ficar devendo, você pode perder o emprego. Agora é verdade também que se pode não comprar, você vai perder o emprego muito mais forte do que se você comprar. Então, compre de forma moderada. Vá à loja, compre aquilo que você precisa comprar, mas compre por que a economia é um roda gigante, e se ela parar, ai sim, este país vai estar em crise.’¹³

O texto acima não se trata de um relato memorialista, pois o presidente o enuncia no próprio momento em que fala em contexto determinado no qual reflete sobre os procedimentos que norteiam a produção dos seus discursos. É um relato no qual se

observa a presença de elementos das lógicas da midiatização e a compreensão que o próprio presidente tem do que representaria o seu acesso a televisão para, conforme ele mesmo diz, “dizer uma frase simples”. Vemos ainda, que seu relato, além de ter um caráter didático, ao elencar os passos enunciativos, mostra que, de alguma forma, o presidente subverte o ritual no qual se apóiam os momentos que antecedem o trabalho propriamente dito de falar ao povo. Ao invés do assessor, de quem se espera o toque de sugestão, como “elemento propositivo”, partem do próprio presidente as tomadas de decisão – a de ir à televisão, onde conclama o povo ao consumo. Detalha como fez para chegar até este momento, em suma, atualiza o discurso, ao enunciá-lo em discurso outro, no momento em que fala para empresários. Ou seja, o presidente faz do momento em que profere o discurso, a revelação do seu processo produtivo discursivo evidenciando o elo entre uma etapa e outra. O pressuposto do ato presidencial está atravessado por lógicas da midiatização, uma vez que só tem sentido para ele falar para muitos, desde que tenha garantias que possa ser, efetivamente, visto e ouvido pela tevê. Suas pelejas com os assessores não permanecem na penumbra. Registros sobre muito deles vem à tona, não pelos assessores, mas pela voz do próprio presidente que os revela noutros contextos de discursos, de natureza pública:

“

Tem uma coisa engraçada: se a pessoa faz a apresentação uma vez e a gente não entende, a gente é burro. Se a pessoa faz a segunda vez e a gente não entende, a gente é meio burro. Mas, na terceira, burro é quem está explicando, porque a gente não entende. Desta vez eu entendi tudo [...]. Não se assustem porque não tem nenhuma razão para eu ler este discurso aqui. Este discurso, no fundo, é o que você, enquanto presidente da ANCINE, fez. Eu não vou repetir porque o meu não está tão didático. Eu penso que em um dia como este, a pessoa menos indicada para falar de audiovisual seria eu. Falar do Fundo setorial, já foi falado. Eu queria discutir com vocês um outro assunto, aproveitando esta oportunidade.¹⁴

O texto citado apresenta três aspectos: o primeiro chama a questão do “método” que o presidente desenvolve para captação de temas geralmente lançados pelos assessores, para que os mesmos viessem, a ser por ele abordados. Mostra que ele não é apenas um agente “ventríloquo” que, ordenado pelo *staf*, diz o que este manda falar. O segundo, destaca a autocompreensão que tem de sua competência para falar de temas sobre os quais os assessores podem abordá-los melhor; e em terceiro lugar, sua “desobediência” para com o roteiro traçado pelo *staf*, especialmente para com os discursos por ele preparado. Como já destacamos, faz valer sua autonomia discursiva e não só abandona o roteiro, mas anuncia que o faz com ele, no contexto da própria cena enunciativa e a qual se constitui o seu principal ator.

Vendendo a confiança

A elaboração discursiva que faz sobre a crise econômica está organizada em torno de um projeto enunciativo que visa explicar a crise, mas, sobretudo, a tarefa de “vender a confiança” enquanto um produto que escapou do mercado, no modo como este lida com a economia dos cidadãos.

Grande parte de discursos pronunciados sobre a crise e sua bolha, por agentes econômicos, acadêmicos, intelectuais e os peritos da mídia, é personificada na existência de um ser abstrato chamado de mercado. Mesmo os analistas mais críticos, como o economista norte americano Paul Krugman, ao discutir porque “os economistas erraram tanto”, atribui sua existência a este complexo personagem. O mercado como a instância cujas responsabilidades devem ser colocadas em questão, nesta crise. Por repetidas vezes, diz que:

“*eles – os economistas – precisam enfrentar a inconveniente realidade de que os mercados financeiros estão muito aquém da perfeição, que eles estão sujeitos a extraordinários delírios e à loucura das multidões. [...] Os economistas foram seduzidos pela visão de um sistema de mercado perfeito e desprovido de atrito. Se a profissão almeja a redenção, ela terá de conciliar-se com uma visão menos deslumbrante – a de uma economia de mercado que apresenta muitas virtudes, mas que também está repleta de falhas e atritos. [...] Pergunta: que tipo de orientação a ciência econômica moderna tem a oferecer diante do nosso apuro atual? Será que podemos confiar nesta orientação?*

(Krugman, 2009)

Há um contraste entre a formulação de Krugman e a de Lula: a primeira é típica de um personagem acadêmico, alguém que se investe de uma figura analisadora, com traços de um discurso refinado aliado ao exuberante conhecimento sobre os mecanismos do econômico e do capitalismo financeiro. De seu lado, Lula ocupa outra “plataforma discursiva” e nela responde a interrogação de Krugman acerca dos erros dos economistas e também, do mercado. Assume a bandeira da restauração da confiança explicando que o restabelecimento desta somente seria possível se a mesma se manifestar através de um discurso que reúna menos de abstrações, ou impessoalidade, e mais referências ao mundo das pessoas. Um discurso que possa ser sustentado por uma pessoa e não por uma entidade abstrata. Assim sendo, o modo de lidar com a questão da confiança se fez através de operações enunciativas muito específicas e que não lhe mantiveram preso a um lugar de um discurso analisador – político e econômico,

mantido à distância do calor e dos termômetros da crise. Instituiu-se como um ator que emerge deste ambiente e cujo capital foi o de falar, mas “de dentro da própria crise”. Para tanto, seu discurso se faz através de vários operadores que se alternam entre a conversa pessoa a pessoa; a exortação sindical; o discurso analisador impregnado de fragmentos de exemplaridade; metáforas sobre a economia familiar camponesa; textos formulados por diplomatas para grandes assembléias internacionais, mas refeitos por associações “livres” do próprio ex-presidente, e também palavras propositivas ou exortativas surgidas no momento em que ele próprio falava. Além disso, vários fragmentos do “mundo da vida” como as conversas de botequim e as elucidações do “chão de fábrica” que lhe conferem, com justeza, ser detentor de uma “língua-solta”.

Lendo os discursos presidenciais

Ao nos propormos a descrever como nos discursos de Lula se engendram operações e operadores pelos quais nomeia a crise, buscamos respostas para perguntas: Como suas estratégias discursivas deram cara e forma ao conceito de confiança? Por outras palavras, em que medida, ao mostrar como faz para atuar como um operador político, falando sobre a economia (leia-se a crise), o discurso de Lula estaria produzindo outra forma de situar a problemática do ator/observador e suas relações entre instituições e atores sociais? Que tipo de resposta, o lugar da política, pela ação do seu operador, oferecia como alternativa àquilo que a ciência econômica não o faria, gerando a crise, ao denegar a noção da “bolha financeira”, sob a alegativa de que o sistema financeiro tinha tudo sob controle?

Nesta análise, levaremos em conta principalmente, os enunciados que aparecem formalizados em textos escritos e que foram preparados (muitos deles deixados de lado e substituídos pelo improviso) para serem proferidos pelo presidente em diferentes fóruns? A análise deixa de fora outras marcas do trabalho enunciativo

como entonações, “estridentes”, pausas, tom, gestualidade, entrevistas coletivas, etc, aspectos que pertenceriam a uma outra dimensão do verbal e do não verbal. Para descrevermos características destes discursos, levaremos em conta operadores que modalizam as falas do presidente. Os operadores recebem as designações como: *Didáticos, Testemunhais, Associativos, Interpelativos, e Programativos*. Mostram a relação do presidente, enquanto ator, com processos de tematização por ele realizados, envolvendo a nomeação e as possíveis soluções para a crise. Desenvolve assim, uma “gramática própria” que emana do “mundo privado” do seu aparelho enunciativo.

a) A crise segundo articulação de operadores

Há várias maneiras de o presidente definir a crise. Recorre a vários mecanismos discursivos para explicar sua origem: os de natureza de modalização afirmativa quando enfatiza que ela “é consequência da crença cega na capacidade de auto-regulação dos mercados e, em grande medida, na falta de controle sobre as atividades de agentes financeiros”¹⁵. Também, quando alia sua performance testemunhal aos seus arroubos interpeladores, ao lembrar ter “linha direta com Bush”, circunstância que o permite a abordá-lo de modo direto, quase que doméstico:

“

*Já falei com o presidente Bush duas vezes e disse que a crise é dele, por favor resolva e não jogue para cima dos países pobres, não. [...] E graças a Deus, o sistema financeiro brasileiro não está metido nisso*¹⁶.

Reitera sua performance testemunhal, ilustrando como fala com informalidade com o presidente eleito dos EUA a quem interpela sobre a crise, e a quem sugere métodos

para sua solução: “Eu me lembro, eu outro dia liguei para o presidente Obama e disse: Obama porque é que não estatizava alguns bancos? Não é uma conversa fácil.”¹⁷

Trata seus interlocutores, de modo familiar, como recurso que visa didatizar seu conhecimento sobre o funcionamento – e agentes – dos mecanismos econômicos, especialmente, a relação do mundo fabril com a crise:

“

*Eu, de vez em quando, vejo os meninos do sindicato querer que baixe os juros toda hora. Estou com olho no juro. Com o olho na criação do emprego, mas estou com olho na inflação também, porque a inflação deste país é uma questão cultural. Daqui a pouco a gente pode estar com a inflação alta e eu não quero nem que juros subam e a inflação aumente. Eu quero as duas coisas baixas, porque quem ganha é quem vive de salário.*¹⁸

Associa o funcionamento do aparelho econômico ao desempenho do ator político ao personificar as ações que estão sendo tomadas para equilibrar políticas de juros e inflação. Ao mesmo tempo, teoriza sobre as causas da inflação, destacando aspectos culturais como sua provocadora, tese esta nem sempre simpática aos economistas. Neste enunciado, faz comparecer marcas de referências de um discurso autorreferencial, na medida em que o funcionamento do cenário e dos mecanismos econômicos seriam explicados em torno da performance de sua própria pessoa.

O presidente explica, com certa didática, as estratégias de políticas econômicas desenvolvidas pelo Governo. Porém, ao situar os modos de fazê-las, prefere no lugar

de elaborações detalhadas, declarações cujas modalizações engajam o ponto de vista e a própria palavra presidencial, algo que se ilustra pelo próprio lugar no qual se coloca:

“

A minha formação econômica é a de um assalariado. Todas as vezes que alguém que vive de salário gasta mais do que ganha, quebra a cara. Portanto, não se assustem, porque eu não fico preocupado de ser chamado de conservador. Não me assusta. Eu quero ser bastante agressivo na política de distribuição de renda neste País, na política social. Na economia eu quero ser cauteloso, para fazer com que as coisas aconteçam paulatinamente, sem que possa subir a pressão rapidamente e a gente quebre. Eu não quero momentos de euforia. Eu quero momentos de responsabilidade de todos nós¹⁹.

A fala presidencial estruturada em torno de modalizações afirmativas tem também um caráter de advertência e, ao mesmo tempo, de exortação aos interlocutores para que os acompanhe na observância do que sua fala preconiza como percurso. Trata-se de uma convocação que o discurso faz menos como proposição e por dimensão explicativa, e mais por uma exortação no sentido de suas convicções virem a ser compartilhadas pelos demais.

A explicação da crise passa também por operadores de testemunhalidade, distintos das falas movidas em torno de operadores exortativos, didáticos, interpelativos, e o mantém no contexto em que suas impressões e sentimentos devam ser tomados como referências. Para tanto, além dos aspectos mencionados, ele recorre também a situações

alegóricas como possibilidade de desenvolver uma operação enunciativa de fundo didático, ao associar à saúde da economia àquele do próprio corpo.

“

Muita gente diz que o presidente Lula não está vendo a crise. Ora, meu Deus do céu, eu sou um tipo de ser humano que quando vou visitar uma pessoa doente num hospital, eu não fico dizendo a ele quantas pessoas morreram daquela doença. Eu fico dizendo das pessoas que se curaram da doença. Porque tem gente que vai a um hospital visitar um doente terminal e dizem: ontem morreram quatro disso. Eu não sou esse tipo de gente. O meu papel é passar serenidade para a sociedade brasileira, a verdade absoluta²⁰.

O recurso às operações pelas quais o presidente recorre a associações de fatos ou realidades é muito frequente neste tipo de discurso presidencial. Subentende-se num primeiro momento, que o presidente estaria falando para grandes massas, com quem busca interlocução. Mas isso nem sempre ocorre, uma vez que faz discursos deste tipo para públicos presenciais, e mais sofisticados. Talvez, esteja de olho nos públicos que vão se contatar com seu discurso através dos processos de midiatização a que serão submetidos. O que ainda chama atenção nesta modalidade de discurso é a combinação da presença de marcas autorreferenciais pelas quais o presidente se coloca no centro da enunciação, ao lado daquelas de caráter indicial, pela qual procura estabelecer contatos com seus interlocutores.

b) O recurso ao “mundo da vida”

Inaugurações, como a de uma fábrica de automóveis, são comemoradas sob égide de um discurso permeado pela recordação, registros que são anunciados em tom testemunhal pelo presidente, ao evocar o mundo rural de sua infância:

“

Agora eu até os sete anos de idade, vivi numa a casa com um desgramado de um candeeiro, fazendo fumacê na minha casa. O que é mais importante deste programa, que eu coloquei na televisão: uma mulher ficava acedendo a luz e apagando toda hora. E ai, o marido perguntou para ela; por que você está apagando a luz? Ela falou: ‘por que eu nunca tinha conseguido ver meu filho dormindo’²¹.

Ao mesmo tempo, descreve a atualização deste registro, submetendo-o às linguagens televisas, mediante programas que midiatizam as ações do seu próprio governo e sobre as quais ele, mesmo se diz protagonista. Trata-se de um duplo ator: aquele que se lembra da infância rural, de uma casa iluminada apenas por raios de um candeeiro. E aquele outro que, através de uma situação comparativa, de midiatização de propaganda governamental, na qual família rural é beneficiada por programa de eletrificação do seu Governo. O presidente é assim um duplo protagonista: na primeira condição, alguém que vive a privação no mundo rural. E, na segunda, aquele que concede àquele mundo os meios para superar a privação. Vale-se, ao apresentar esta dupla circunstância, de registros do mundo da vida e do qual, ele se diz também uma personagem.

Outras lembranças e cenas do mundo da vida são por ele mobilizadas para definir suas estratégias didáticas para falar da crise, mas também dos processos de distribuição de renda, através dos quais os cidadãos de baixa renda passam a ter acesso aos bens de consumo. Alguns de caráter essencial, como os alimentícios.

“

O pobre brasileiro aprendeu a entrar em shopping e comprar o que comer, comprar iogurte, que até outro dia era coisa de rico no Brasil, só criança abastada podia comer iogurte. Eu lembro quando era metalúrgico, passavam as pessoas vendendo iogurte na rua, a minha mulher tinha três filhos, ela comprava um para cada um, não tinha o segundo. E hoje as coisas estão melhorando porque nós acreditamos que distribuir renda é a melhor forma de fazer nosso país crescer²².

Estabelece, a partir das iniciativas econômicas implementadas em favor de populações pobres, comparações entre as atuais condições de vida de cidadãos de classes sociais diferentes. Para tanto, usa uma espécie de “contabilidade alimentar”, enquanto um operador de explicação sobre aquilo que ontem o rico podia e o pobre não tinha acesso. E ao que hoje, ambos podem consumir. Não fica, porém em comparações abstratas: mobiliza operadores de testemunhalidade para falar sobre o tema. Deles lança mão ao recordar a sua própria condição de trabalhador, quando vivencia na própria pele as condições que limitavam o seu acesso a bens como os alimentos.

O recurso a elementos comparativos faz parte de sua didática, especialmente quando descreve as interpretações dadas aos investimentos governamentais, especialmente destinados às populações pobres:

No – Brasil tem uma coisa até aqui que eu queria que vocês compreendessem bem: tudo o que a gente faz para o pobre é gasto; tudo o que a gente faz para os setores mais ricos – que precisamos fazer também – é investimento, o que é uma distorção conceitual muito séria²³.

Elaborações associativas, da longínqua experiência da economia familiar rural, são evocadas para explicar a importância que se deve atribuir ao ato de poupança, nos dias da crise atual. Entre o universo familiar e a economia de um país, o problema é apenas de escala, e segundo seu testemunho, os cuidados que se observa no primeiro são úteis para o segundo:

[...] eu aprendi com a minha mãe analfabeta que ter um dinheirinho na poupança é a salvação da lavoura em momentos de crise. Então, o país está resguardado. E hoje eu fico feliz porque, não sou só eu que falo mais, não²⁴.

c) **Interpelando atores: “qual é a parte de vocês”?**

Há discursos nos quais são ressuscitadas construções do discurso político, de caráter interpelador, bem como as cenas típicas das mesas de negociações nas quais o presidente participava, quando de sua condição de líder sindical. Neste caso, nem sempre os agentes mais diretos aludidos em suas falas se encontram presentes, ali onde ele fala. Entretanto, universos de atores sociais mesmo assim, são lembrados.

A estratégia de negociação divide-se em duas etapas: na primeira, através do uso de operações interpelativas, através das quais o discurso interroga seu universo interlocutor, checando-o ou colocando em discussão seus pontos-de-vista. Na segunda, oferece a saída e argumenta porque a mesma é de interesse da maioria.

“

Aqui, há um probleminha que eu queria dizer para vocês, que foram anos de tentativa de convencer o empresário brasileiro que o consumidor não está preocupado com o valor total de um produto. Ele está preocupado se a mensalidade que ele vai pagar cabe dentro do seu contracheque. Porque normalmente, os empresários, quando tem um problema, aparecem e falam para o governo: reduzam impostos, eu pergunto qual é a parte de vocês? Qual é a parte de vocês? Ora, se um trabalhador não pode comprar um carro em 36 meses, ele pode comprar em 48, ele pode comprar em 80. Então vamos fazer um jogo para que todo mundo ganhe e ninguém perca [...] e o povo possa comprar o seu carro. Resultado: a indústria automobilística está batendo recordes nas vendas de carro²⁵.

O discurso serve como uma instância na qual a enunciação presidencial cuida de que ali se passe, de fato, uma cena de negociação envolvendo atores diferentes. Nela, ele não se mantém como árbitro, mas um operador que trata de questionar os interlocutores; expor os argumentos contrários as posições dos agentes; mostrar suas inconsistências, propor alternativas que possam beneficiar o conjunto de segmentos envolvidos pela questão em debate. Se a alternativa de negociação sindical é útil, pode

também ser deslocada em âmbitos maiores. E, para tanto, nada melhor da mesma ser experimentada no contexto dos discursos presidenciais.

d) Discurso programativo: o retorno da ação

Afirmamos anteriormente, que os discursos presidenciais se inseriam em tecido mais amplo e complexo, no qual se situavam várias lógicas dos diferentes universos, muitas delas que se constituam em elemento de condição de produção de sua atividade enunciativa. Parte deste tecido se constitui em referências do discurso político, principalmente, aqueles operadores de modalização programativa. Conforme vimos em algumas circunstâncias, os discursos presidenciais se valeram de operadores didáticos (mediante o registro de situações exemplares e do recurso às figuras de linguagens); de operadores associativos pelo recurso a aspectos da biografia do ator; e ainda aqueles de natureza testemunhal, que destacavam aspectos da performance protagônica do próprio presidente. Dois outros tipos de operadores fazem parte também das estratégias que tratam de salientar outras dimensões do discurso político: as operações de interpelação dos sujeitos, conforme vimos acima, e outra modalidade na qual o sujeito desenvolve suas modalizações programativas pelas quais convida e exorta os interlocutores à ação. Possivelmente, palavras de ordem exortadas através de um modo menos imperativo.

“

Este momento exige de empresários, trabalhadores e de governos uma atitude dura. Nós não podemos conviver com paraísos fiscais. Nós não poderemos viver com um sistema financeiro que especula papel com mais papel, sem gerar um posto de trabalho, sem produzir um parafuso, um sapato, uma camisa, uma gravata. Então, a hora é a de nós aproveitarmos, como vocês estão aproveitando, e construir uma proposta, fazer o G 20 entender nossas propostas²⁶.

Suas marcas situam a existência de um discurso de fundo programativo no qual enunciador e enunciatários se encontram “fundidos” pela presença de um coletivo de identificação que se manifesta em um “nós inclusivo” – empresários, trabalhadores e governos. O enunciador formula as exigências, denuncia situações, reflete sobre caminhos a serem tomadas, aponta os horizontes e emula os pares a percorrê-los, indicando os possíveis efeitos das ações a serem realizadas.

Enfatiza a necessidade de iniciativas a serem implementadas, algo que não é uma imposição, mas um convite mais enfático a ser observado, inclusive pelos adversários. Além disso, desqualifica interlocutores; avalia os limites e competências de instituições interlocutoras e singulariza por uma afirmação, a singularidade do papel de novos fóruns de diálogo, como é o caso dos países emergentes.

Temos de trazer para a esfera pública decisões antes tomadas por supostos “especialistas”, mas que só serviam a interesses privados. É amplamente reconhecido que o G-7 sozinho não tem mais condições de conduzir os assuntos econômicos do mundo. A contribuição dos países emergentes é também essencial²⁷.

O tom do discurso programativo passa também por lembranças, disfarçando advertências dirigidas aos agentes econômicos:

Os agentes financeiros privados devem observar regras internas de governança corporativa e de transferência de informações relevantes ao mercado e à sociedade, em especial aquelas relacionadas a riscos e ativos²⁸.

Neste caso, posturas são lembradas, expectativas sobre suas ações são anunciadas e se manifestam em enunciados, sob a forma de aconselhamentos.

O discurso programativo reúne também dois tons: um reflexivo-assertivo e um outro de caráter didático:

“

Incorporar os mais fracos e os mais necessitados à economia e às políticas públicas não era apenas algo moralmente correto. Era, também, politicamente indispensável e economicamente acertado. Porque só arrumam a casa, o pai e a mãe que olham para todos, não deixam que os mais fortes esbulhem os mais fracos, nem aceitam que os mais fracos conformem-se com a submissão e com a injustiça. Uma casa só é forte quando é de todos – e nela todos encontram abrigo, oportunidades e esperanças²⁹.

No primeiro caso, denuncia situações e expõe exigências que não figuram em palavras de ordem, mas através de argumentos. No segundo, para sustentar tal construção, vale-se da situação exemplificadora ao fazer relação entre governo e o ambiente doméstico. Seus argumentos mapeiam princípios que são comuns na gestão governamental e da vida doméstica, especialmente os requisitos, enquanto premissas, que fazem com que um e outro funcionem bem: abrigo, oportunidades e esperança.

Notas em conclusão

A análise destes materiais permite reconhecer que Lula se constitui como um “leitor da crise econômica de 2008”, cujo trabalho discursivo ultrapassa as fronteiras do discurso

político e econômico, para se constituir numa heterogeneidade de discursividades. A análise constata que diversas operações enunciativas são realizadas e cujo efeito transforma o agente político, numa espécie de “leitor-ator” que, nesta performance expõe o tema da confiança.

Os discursos e seus entrelaçamentos resultam de uma “gramática” que foi mobilizada pelo discurso político para transformar através de estratégia discursiva acima descrita, uma certa narrativa econômica da crise, apresentada pelos economistas modo abstrato. O discurso político desloca-se de um lugar representacional e, colocando-se em um outro lugar de fala – o de um ator de operações interpretativas muito específicas – vincula a crise ao mundo dos indivíduos, propondo-lhes outras intelebilidades e caminhos da sua superação. Pode-se dizer que os discursos feitos em vários âmbitos, sinalizam o desenvolvimento de um outro tipo de intervenção discursiva do ator. Através dela, sua agenda mescla-se, ou interfere na complexidade de outras agendas; lança-se sobre as rotinas de vários fóruns, introduzindo tematizações convergentes com a crise; trabalha seus contatos com interlocutores através de operações enunciativas que se alternam entre diagnósticos; interpelações; proposições; descrições e situações exemplares de situações, tomando como referência paralelismos e/ou cenas e problemas do mundo da vida. Ou seja, o ator constrói uma atividade discursiva analítico-programativa e dinamiza um “círculo de reflexões” nos fóruns por onde passa, deles “desalojando” uma espécie de discurso constatativo e autoprefetizante. Alguns eixos se destacam no estilo de seus discursos: ascendência sobre os assessores, especialmente sua compreensão sobre a presença e o tempo das mídias; didatização da crise para os “companheiros” mais próximos – a população do país – utilizando-se de operadores de reconhecimento específicos e afins à organização financeira e econômica da vida doméstica; interpelação dos “companheiros” mais distantes – os atores internacionais, conclamando-os a rever

posturas sobre, por exemplo, a auto regulação dos mercados, sugerindo que se traga para a esfera pública as decisões tomadas pelos especialistas de círculos restritos; defesa de suas políticas de inclusão como os gastos com a população, principalmente os setores mais pobres. E o eixo em que reitera conteúdos mais simples, era dirigido à população interna: consumir, mas equilibrando este ato com modos cuidadosos de fazê-lo para assim se garantir o emprego e o salário. O discurso presidencial articula assim elementos de lógicas de vários mundos – político, econômico, midiático e, principalmente a dos atores sociais. Articula-as e dialoga com as mesmas num trabalho discursivo que funciona em um complexo dispositivo de circulação: da sua própria história de vida, passando pelo mundo dos assessores; que se manifesta nas “políticas de contato” que desenvolve junto ao âmbito midiático e se prolonga numa espécie de corpo-a-corpo com interlocutores dos diferentes campos sociais. Marcas deste complexo processo se manifestam nos textos que conectam o presidente às suas “assembleias”, protocolo no qual instaurou de uma forma outra, a problemática da confiança.

Este protocolo estudado nos ensejou uma aproximação com algumas observações formuladas por Luhmann (2005), sobre a questão da confiança. De modo resumido diz que: a) o mundo enfrenta o grave problema da complexidade difícil de manejar, e isto se constitui problema para os sistemas que tratam de manter-se nele; b) que a problemática teórica da confiança, que tem vínculo com riscos e complexidades emergentes, estaria associada à noção de temporalidade; c) e que o problema da redução da complexidade passa mais por processos indutivos, do que por processos dedutivos (Luhmann, 2005).

A crise de 2008 não deixa de ser um acontecimento complexo porque, dentre outras coisas, coloca a nu as consistências das teses autorreferenciais dos mercados, para não dizer, deles mesmos. Trata-se de grave impasse do sistema financeiro,

especialmente dos seus fundamentos autorregulantes, que desencadeiam a instabilidade de mecanismos econômicos por um lado, e os efeitos da desconfiança instaurada, especialmente aqueles de ordem psicossocial. É diante de tal complexidade que o discurso do “leitor-ator” se propõe a refazer este momento de incertezas através de um outro “discurso de ação” e no qual ele está implicado. Neste contexto, o leitor se assume como ator, nele intervém pela atividade da comunicação. Desenvolve operações e engaja-se na tarefa de produzir possibilidades que reduzam as complexidades impostas pela crise. Nestas condições, sua “pragmática discursiva” não se fixou em uma ação de denuncia e de análise. Mas, através de uma outra “pragmática” que trouxe também para sua constituição, outros operadores pertencentes à várias dimensões cognitivas e simbólicas, muitos deles próximos ao mundo da vida, bem como outras narrativas de distintos campos sociais. Os discursos aqui examinados constatam que, de fato, a língua do ator esteve solta. Em frequentes momentos e em diferentes contextos, esteve mobilizada por uma pragmática que não só tomou conta da agenda do sistema político, como permeou outras agendas, explicando a crise, sobrepondo-a com outros temas, como aquele que se reportaria à questão do restabelecimento dos caminhos. É típico em crises deste tipo, que suas implicações sejam associadas à figura do ator, no sentido do que o líder tem a dizer, a fazer ou a apontar como o caminho a ser trilhado por seus seguidores. As ideias de Luhmann, sintetizadas acima, chamam também atenção para a figura do ator e para a importância do seu trabalho discursivo na construção da confiança, especialmente aquilo que se exige da comunicação, para tais fins. Sabe-se, interpretando a sua fala, que todo ator é testado por todos, não somente por um processo causal, mas também pelas implicações simbólicas que se conformam neste processo de interação nas quais se situa o seu trabalho. Ou seja, para que se obtenha a confiança pessoal, é necessário que as ações humanas

sejam perceptíveis como determinadas pessoalmente, pois a confiança se funda na motivação atribuída à conduta. A construção da confiança depende de situações facilmente interpretáveis, e não menos que isso, pelas possibilidades da comunicação (Luhmann, 2005).

Pensamos que, do ponto de vista da comunicação, os materiais aqui analisados sugerem reflexões sobre a relação que os atores estratégicos têm com a produção discursiva, especialmente nos manejos de crise ou daqueles momentos que envolvem riscos e complexidades. A problemática da comunicação deixa de ser uma dimensão apenas auxiliar para se converter numa complexa ação a abrir caminhos. Se a economia prediz, mas erra, a comunicação pode abrir veredas ou arranjar os archotes para iluminar a passagem a ser feita, ao longo de um trajeto. Mas, para tanto é preciso que hajam atores investidos nestes processos, com suas biografias e com histórias fortes de enunciações que mergulhem nas processualidades e nas diferentes lógicas que constituem as discursividades sociais. A confiança resulta da conduta e a sua compreensão é consequência do que é facilmente interpretável, pois as possibilidades da comunicação estão associadas às condições pelas quais são tecidos e fluem os discursos. O material aqui analisado mostra que a “língua-solta” não é um excesso e, consequentemente, uma deformação. Diferentes, das recriminações apontadas, a “língua-solta” é uma virtude. É um dispositivo que somente pode ser engendrado e sustentado por atores que se vejam concernidos pela aventura da experiência enunciativa. Atores, antes de tudo leitores, que se lancem no trabalho de dinamização dos objetos, construindo a travessia da crise mediante discurso que explique a crise com equivalentes simbólicos, como o que foi atribuído a “marolinha”³⁰. Um significante que está mais no trabalho enunciativo do ator, do que, nas palavras taxadas, nos dicionários e nas gramáticas. ●

REFERÊNCIAS

CULIOLI, Antoine. *Escritos Antoine Culoli*: compilado por Sophie Fisher y Eliseo Verón. Buenos Aires: Santiago Arcos editor, 2010.

BARTHES, Roland. *Cómo vivir juntos*: simulaciones novelescas de algunos espacios cotidianos. Buenos Aires: Siglo XX Editores Argentina, 2005.

FAUSTO NETO, Antônio. O porta-voz. Um dia que digo que sim, um dia que digo que não. *Humanidades*, ano V, n. 16, 1988.

FAUSTO NETO, Antônio; RUBIM, Antônio Albino; VERÓN, Eliseo. *Lula presidente*: televisão e política na campanha eleitoral. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

FLAHAUT, François. *A fala intermediária*. Lisboa: Via Editora, 1979.

KRUGMAN, Paul. Artigo. Como puderam os economistas errar tanto? *O Estado de São Paulo*. Disponível em: <<http://blogdofavre.ig.com.br/tag/depressao/>>. Acesso em: 06 set. 2009

LATOUR, Bruno. *Reensamblar lo social*. Uma introducción a la teoria del actor-red. Buenos Aires: Manantial, 2008.

LUHMANN, Niklas. *Introdução á teoria dos Sistemas*. Petrópolis: Vozes, 2009

LUHMANN, Niklas. *La Confianza*. Barcelona: Rubi, 2005.

MILLER, Gérard. *Du père au pire*. La politique et ses symptômes. Paris: Éditions Grasset & Fasquelle, 1988.

MILLER, Gérard. *Le divan des politiques*. Paris: Navarin Seuil, 1989.

PINTO, Célia Regina Jardim. *Com a palavra o senhor presidente José Sarney*: o discurso do plano cruzado. São Paulo: Hucitec, 1988.

SINGER, André. Lulismo. Um movimento informal de políticas públicas. *IHU Online*, São Leopoldo, n. 352, ano X, 29 nov. 2010.

TODOROV, Tzvetan. Freud sur l'énonciation. *Langages*, v. 5, n. 17, p. 34-41, 1970.

VERÓN, Eliseo; La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. In: VERÓN, Eliseo. *El discurso político*. Lenguajes y acontecimientos. Buenos Aires: Hachette, 1987.

VERÓN, Eliseo; SIGAL, Silvia. *Perón o muerte*. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista. Buenos Aires: Eudeba, 2003.

ZERO HORA. Presidente língua-solta. *Zero Hora*, Editoria: Política, Porto Alegre, 14 dez. 2008, p. 8.

NOTAS

¹ Trabalho apresentado no II Pentálogo do CISECO (Centro Internacional de Semiose e Comunicação). Economia e discursividades sociais – Explorações da semiose econômica. Japaratinga, AL, setembro/2010.

² ZERO HORA. Presidente língua-solta. *Zero Hora*, Editoria: Política, Porto Alegre, RS, 14 dez. 2008, p. 8.

³ Observação do presidente Lula durante a visita do premiê britânico Gordon Brown ao Brasil em 26 de março de 2009.

⁴ SILVA, Luiz Inácio Lula. Discurso do presidente. Cerimônia de lançamento das linhas de ação do Fundo Setorial do Audiovisual. Rio de Janeiro. 04/12/2008.

⁵ A declaração feita pelo presidente Obama sobre o presidente Lula na reunião em Londres dos líderes do G20, em abril de 2009, teve grande repercussão na imprensa brasileira do dia 03 de abril: “Esse é o cara”. Para Obama, presidente brasileiro é o político mais popular do planeta”: Jornal *O GLOBO*, Rio de Janeiro; “Eu adoro esse cara! É o político mais popular da Terra. [...] É porque ele é boa-pinta” (capa); “Eu adoro esse cara”, diz Obama para Lula” (página B5): *Folha de São Paulo*; “De Obama, sobre Lula: ‘Esse é o cara’”: *O Estado de S. Paulo*.

⁶ Dados sobre estas estratégias de Comunicação Política podem ser obtidas no site <www.imprensa.planalto.gov.br> ou então, no <<http://cafe.ebc.com.br/apresentacao>>.

⁷ Entrevista concedida pelo então Secretário de Imprensa da Presidência da República, jornalista Nelson Breve.

⁸ SILVA, Luis Inácio Lula da. Discurso do presidente. Mesas de negócios. The Economist Newspaper Group. Blue Tree. Brasília-DF. 12/03/2008. Disponível em: <<http://www.imprensa.planalto.gov.br>>. Acesso em: 12 mar. 2008.

⁹ SILVA, Luis Inácio Lula da. Discurso do presidente. Mesas de negócios. The Economist Newspaper Group. Blue Tree. Brasília-DF. 12/03/2008. Disponível em: <<http://www.imprensa.planalto.gov.br>>. Acesso em: 12 mar. 2008.

¹⁰ SILVA, Luiz Inácio Lula da. Entrevista. Agência Brasil; Terra; UOL; IG; G1; Limão. Disponível em: <<http://www.htmlstaff.org/ver.php?id=22438>>. Acesso em: 01 mar. 2010.

¹¹ Os materiais consultados foram retirados da internet e obtidos junto à própria assessoria de comunicação da Presidência da República.

¹² *The King's Speech*. Inglaterra, 2010, 118 min.

¹³ SILVA, Luis Inácio Lula da. Discurso do presidente. Prêmio “O Brasileiro do Ano 2009” oferecido pela *Revista Istoé* e Editora Três. São Paulo. 07/12/2009. Disponível em: <<http://www.imprensa.planalto.gov.br>>. Acesso em: 07 dez. 2009.

¹⁴ SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso do presidente. Cerimônia de lançamento do Fundo Setorial do Audiovisual, Rio de Janeiro. 04/12/2008. Disponível em: <<http://www.imprensa.planalto.gov.br>>. Acesso em: 04 dez. 2008.

¹⁵ SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso do presidente. Abertura do Encontro do G20. São Paulo. 08/11/2008. Disponível em: <http://g1.globo.com/Notícias/Economia_Negócios/o;MUL854841-9356,00-LEIA+A+A+INTEGRA+DO+DISCURSO+DE+LULA+NO+ENCONTRO+DO+G.html>. Acesso em: 08 nov. 2008.

¹⁶ SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso do presidente. Mesas de negócios. The Economist Newspaper Group. Blue Tree. Brasília-DF. 12/03/2008. Disponível em: <<http://www.imprensa.planalto.gov.br>>. Acesso em: 12 mar. 2008.

¹⁷ SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso do presidente. Encontro com lideranças da Região do ABC: O ABC em diálogo com o Presidente. São Bernardo do Campo, SP. 25/08/2009. Disponível em: <<http://www.imprensa.planalto.gov.br>>. Acesso em: 25 ago. 2009.

¹⁸ SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso do presidente. Encontro com lideranças da Região do ABC: O ABC em diálogo com o Presidente. São Bernardo do Campo, SP. 25/08/2009. Disponível em: <<http://www.imprensa.planalto.gov.br>>. Acesso em: 25 ago. 2009.

¹⁹ SILVA, Luis Inácio Lula da. Discurso do presidente. Mesas de negócios. The Economist Newspaper Group. Blue Tree. Brasília-DF. 12/03/2008. Disponível em: <<http://www.imprensa.planalto.gov.br>>. Acesso em: 12 mar. 2008.

²⁰ SILVA, Luiz Inácio Lula da. Entrevista. Agência Brasil; Terra; UOL; IG; G1; Limão. 10/10/2008. Disponível em: <<http://www.htmlstaff.org/ver.php?id=22438>>. Acesso em: 01 mar. 2010.

²¹ SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso do presidente. Anúncio do novo plano de investimento da Ford para o Brasil. Camaçari, BA. 20/11/2009. Disponível em: <<http://www.imprensa.planalto.gov.br>>. Acesso em: 20 nov. 2009.

²² SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso do presidente. Seminário Empresarial Brasil e Bélgica: Novas Fronteiras de Negócios. Bruxelas, Bélgica. 05/10/2009. Disponível em: <<http://www.imprensa.planalto.gov.br>>. Acesso em: 05 out. 2009.

²³ SILVA, Luis Inácio Lula da. Discurso do presidente. Mesas de negócios. The Economist Newspaper Group. Blue Tree. Brasília-DF. 12/03/2008. Disponível em: <<http://www.imprensa.planalto.gov.br>>. Acesso em: 12 mar. 2008.

²⁴ SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso do presidente. Encontro com lideranças da Região do ABC: O ABC em diálogo com o Presidente. São Bernardo do Campo, SP. 25/08/2009.

²⁵ SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso do presidente. Seminário “Investing in Brazil Summit: Identifying Opportunities in the New Economic Climate”. Londres, Inglaterra. 05/11/2009. Disponível em: <<http://www.imprensa.planalto.gov.br>>. Acesso em: 05 nov. 2009.

²⁶ SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso do presidente. 98^a Conferência Internacional do Trabalho. Genebra, Suíça. 15/06/2009. Disponível em: <<http://www.imprensa.planalto.gov.br>>. Acesso em: 15 jun. 2009.

²⁷ SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso do presidente. Abertura do Encontro do G20. São Paulo. 08/11/2008. Disponível em: <http://g1.globo.com/Notícias/Economia_Negócios/o;MUL854841-9356,00-LEIA+A+INTEGRA+DO+DISCURSO+DE+LULA+NO+ENCONTRO+DO+G.html>. Acesso em: 08 nov. 2008.

²⁸ Idem.

²⁹ SILVA, Luiz Inácio Lula da. Discurso do presidente. Fórum Econômico Mundial. Prêmio: Estadista Global. Davos, Suíça. 29/01/2010. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/politica/2010/01/29/leia-na-integra-discurso-de-lula-lido-por-celso-amorim-em-davos.jhtm>>. Acesso em: 01 mar. 2010.

³⁰ O Novo Dicionário da Língua Portuguesa de Aurélio Buarque de Holanda define “Marola” como (s.) “ondulação na superfície do mar” (p. 1095). Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 1986. O Presidente utilizou a expressão no sentido diminutivo – a marolinha – referindo-se a crise econômica como uma pequena onda.