

## **AGIR E TRANSFORMAR ATRAVÉS DO DISCURSO: LULA NO CONTEXTO DO NOVO CAPITALISMO**

### **ACTING AND TRANSFORMING THROUGH THE SPEECH: LULA IN THE CONTEXT OF THE NEW CAPITALISM**

*Aline do Nascimento DUARTE\**

**Resumo:** Através da teoria social do discurso, procura-se mostrar que o discurso é um modo de ação que transforma a sociedade e é por ela transformado. Está ocorrendo uma transformação social rápida e muito profunda na era do novo capitalismo que pode ser ilustrada pela competência discursiva de Lula, que apresenta mais estratégias de convencimento em detrimento de um discurso que apenas se molda pela modalidade padrão da língua.

**Abstract:** Through the social discourse theory, we try to show that the speech is a way of action that transforms the society and is transformed by it. It's happening a fast social and a very deep transformation in the age of new capitalism that can be illustrated by Lula's discursive competence, which presents more convincing strategies instead of a speech that only shapes by the standard mode of language.

**Palavras-Chave:** discurso político; teoria social; competência comunicativa.

**Keywords:** political discourse; social theory; communicative competence.

### **Das palavras iniciais**

Partindo da concepção tridimensional do discurso proposta por Fairclough (2001), este artigo pretende mostrar como o discurso desencadeia práticas sociais, na medida em que muda a sociedade e é, ao mesmo tempo, mudada por ele. Para tanto, far-se-á uma análise sobre a competência discursiva do Presidente Luiz Inácio da Silva, tendo como suporte teórico a Análise do Discurso Crítica, além da Sociolinguística Interacional, no que tange a competência comunicativa, proposta por Dell Hymes (1972).

Fairclough, ao propor a teoria social do discurso, quer fazer entender que o uso da linguagem é uma prática social, um modo de ação historicamente situado, constituído socialmente e de identidades

---

\* Mestre em Linguística pela Universidade de Brasília, Brasília-DF, Brasil, em 2008. Contato: alinenasduarte@gmail.com.

sociais, relações sociais e sistemas de conhecimento e crença. Desta forma, há uma relação dialética entre o discurso e a sociedade: “o discurso é moldado pela estrutura social, mas é também constitutivo da estrutura social” (RAMALHO & RESENDE, 2006, p. 26-27).

Sobre o uso do termo *discurso*, Fairclough (2001, p. 90-91) diz:

Ao usar o termo ‘discurso’, proponho considerar o uso de linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais. Isso tem várias implicações. Primeiro, implica ser o discurso um modo de ação, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros, como também um modo de representação. [...] Segundo, implica uma relação dialética entre o discurso e a estrutura social, existindo mais geralmente tal relação entre a prática social e a estrutura social: a última é tanto uma condição como um efeito da primeira. Por outro lado, o discurso é moldado e restringido pela estrutura social no sentido mais amplo e em todos os níveis: pela classe e por outras relações sociais em um nível societário, pelas relações específicas em instituições particulares, como o direito ou a educação, por sistemas de classificação, por várias normas e convenções, tanto de natureza discursiva como não-discursiva, e assim por diante.

O discurso é, assim, analisado, na Análise do Discurso Crítica (ADC), segundo três dimensões: o texto, a prática discursiva e a prática social. Na prática linguística (texto), há quatro categorias a serem analisadas: vocabulário, gramática, coesão e estrutura textual; a prática discursiva envolve os processos de produção, distribuição e consumo de textos, a intertextualidade, a força dos enunciados e da coerência; a prática social, por sua vez, refere-se às categorias de ideologia (sentidos, pressuposições, metáforas) e de hegemonia (orientações econômicas, políticas, culturais e ideológicas). Vale ressaltar que tal divisão não implica separar as dimensões de análise citadas, haja vista que elas se apresentam intimamente interligadas.

Trata-se de um método de análise “que privilegia a articulação entre práticas sociais na análise, que representa, sobretudo, um movimento do discurso para as práticas sociodiscursivas” (RAMALHO & RESENDE, 2006, p.146). Isto implica que o discurso se aprende através da prática social e, ao mesmo tempo, as

desencadeia. Sendo assim, a referida concepção de discurso é inovadora ao propor examinar em profundidade não apenas o papel da linguagem na reprodução das práticas sociais e das ideologias, mas também seu papel fundamental na transformação social (cf. MAGALHÃES, 2001, p. 11). Então, a ADC analisa o discurso tendo como foco, além dos mecanismos de reprodução, as mudanças discursiva e social.

Saliente-se, desta forma, a importância da teoria social no que se refere à pesquisa linguística, como bem comenta Silva (2003, p. 57), uma vez que possibilita o enfoque da gramática na arquitetura do texto. Tal enfoque é associado a uma postura crítica de práticas linguísticas que podem levar a mudanças discursivas e sociais. Saliente-se que a combinação entre a análise linguística e a teoria social se fundamenta no sentido sócio-histórico do discurso conjugado com o sentido de interação, dimensões que fazem da língua um contrato social.

Desta feita, a ADC centra-se em uma perspectiva científica de crítica social que tem como objetivo prover base científica para um questionamento crítico da vida social em termos políticos e morais, ou seja, em termos de justiça social e de poder (cf. FAIRCLOUGH, 2003).

### **A modernidade líquida**

Percebe-se, ao tomar o discurso como modo de ação sobre a sociedade, que é por ela moldado, que, neste contexto de “modernidade líquida” (cf. BAUMAN, 2001), está havendo uma profunda transformação na sociedade. Bauman (2001, p.37) evidencia que “[...] ser moderno significa estar sempre à frente de si mesmo, num Estado de constante transgressão (...); também significa ter uma identidade que só existe como projeto não-realizado”.

Desta forma, estamos em uma época em que a globalização e as novas tecnologias trazem tantas possibilidades a seguir e tantos são os riscos a se correr. É a sociedade do “cada um por si”, em que vencer na vida se torna a ordem do dia.

Essas características da modernidade<sup>2</sup> líquida (tardia, leve) são refletidas pela ADC. Além disso, elas são alimentadas por teorias de Giddens, segundo o qual modernidade tardia é a presente fase de desenvolvimento das instituições modernas, marcada pela radicalização dos traços básicos da modernidade: separação de tempo e espaço, mecanismos de desencaixe e reflexividade institucional (GIDDENS, 1991).

Segundo Giddens (2002, p.25), a reflexividade institucional, característica da modernidade tardia, ou a modernização reflexiva nos termos de Giddens, Beck, Lash, (1997), é considerada “a terceira maior influência sobre o dinamismo das instituições modernas”, além da separação entre espaço/tempo e dos mecanismos de desencaixe<sup>3</sup> que a derivam, haja vista que as sociedades modernas mantêm uma dependência de modos de se interagir, nos quais estão separadas temporal e espacialmente (GIDDENS, 2002, p. 26).

Sobre a reflexividade da vida social, Ramalho & Resende (2006, p.31) dizem que “refere-se à revisão intensa, por parte dos atores sociais, da maioria dos aspectos da atividade social, à luz de novos conhecimentos<sup>4</sup> gerados pelos sistemas especialistas”. As autoras dizem ainda que Chouliaraki e Fairclough (1999) consideram que a reflexividade, inerente à ação humana, foi “externalizada” na modernidade.

Vale acrescentar ainda a discussão de Ramalho e Resende (2006, p.32-33), sobre o conceito de reflexividade:

É com base no conceito de reflexividade que Giddens vê as identidades como uma construção reflexiva, em que as pessoas operam escolhas de estilos de vida, ao contrário das sociedades tradicionais, em que as possibilidades de escolha são pré-

---

<sup>2</sup> Segundo Giddens (1991, p.11), “modernidade refere-se a estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII e que ulteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência”.

<sup>3</sup> “Deslocamento das relações sociais de contextos locais de interação e sua reestruturação através de extensões indefinidas de tempo-espaço” (GIDDENS, 1991, p.29).

<sup>4</sup> A maioria desses conhecimentos está disponível na mídia como formas simbólicas e que são desencaixadas de lugares de origem e recontextualizadas em vários outros contextos.

determinadas pela tradição. O problema imediato da teoria de Giddens é que ele se concentra nos aspectos ‘positivos’ da nova ordem. Nesse sentido, Giddens privilegia as ‘oportunidades’ geradas pela globalização, ainda que essas oportunidades sejam para uma minoria, em detrimento de uma maioria para quem restam os ‘riscos’.

Comungamos com a assertiva das autoras supracitadas que a autorreflexividade só é pertinente em algumas parcelas da população. Se considerarmos o cenário brasileiro, podemos perceber que uma pouca minoria tem acesso às inúmeras escolhas colocadas pelo contexto globalizado do novo capitalismo. Não nos esqueçamos que aqueles que sempre estiveram à margem da sociedade, como o homem do campo, o imigrante nordestino, o negro, para citar apenas alguns exemplos, não têm ainda tantas possibilidades de escolhas, para eles há mais riscos a seguir: o homem do campo que sai da zona rural para a cidade dificilmente consegue ter sucesso; o nordestino é geralmente marcado por um grande preconceito social.

Desta forma, o conceito de reflexividade de Giddens não atende a toda população mundial, pois a maioria vive sob o peso do risco, cuja noção teve origem no período moderno em decorrência da compreensão de que resultados inesperados podem ser consequência de nossas próprias atividades ou escolhas, ao invés de tratar de significados ocultos da natureza (GIDDENS, 1997, p.107).

### **As transformações no setor da política**

“Os meios de comunicação constroem discursivamente uma espetacularização dos acontecimentos” (GREGOLIN, 2003, p.10) e, para compreender isto se faz necessário compreender as práticas sociais que a criam. Para este trabalho, deter-nos-emos nas práticas sociais que envolvem a política, espaço em que várias transformações nas práticas discursivas podem ser observadas.

Segundo Courtine (2003, p.21), nas sociedades ocidentais, o discurso político está em crise. E tal constatação é extraída dos meios de comunicação de massa, principalmente da televisão, lugar onde ocorre uma modificação profunda da eloquência política. Observemos o que o autor nos diz sobre isso:

O descrédito dos enunciados políticos se desenvolveu na França a partir dos anos 70 com a crítica antitotalitária das ‘línguas de madeira’ e se estendeu durante os anos 80 a toda forma longa e monológica da fala pública. Opõe-se a esse tipo de fala, entretanto, uma outra política da fala: aquelas formas breves, das fórmulas, das pequenas frases. Uma fala política cambiável, fluida, imediata, que se prende ao instante antes de se inscrever na memória, privilegiando antes a astúcia verbal do que a estratégia discursiva. Fala dialógica, feita de jogos de linguagem, de trocas conversacionais: a fala pública conhece uma profunda transformação enunciativa, que a torna uma fala breve, interativa, descontínua, fragmentada. Um discurso no qual ressurgiria enfim o indivíduo falante, enquanto o aparelho político se apagaria: as vozes não seriam mais anônimas, cada um falaria em seu nome.

Há, assim, segundo o mesmo autor, uma submissão do discurso político a uma dupla exigência. Por um lado, uma injunção à verdade: ele é então o “falar verdadeiro”, por outro, um imperativo de simplicidade: ele é o “falar francamente”, língua cotidiana das ideias políticas.

Jean-Jacques Courtine (2003) focaliza os debates políticos<sup>5</sup> na televisão e mostra as transformações das falas políticas: é a espetacularização da política que exige uma nova fala pública, **cambiável, fluida, imediata**. Desta forma, há um afastamento daquele debate político que aprofunda propostas de governo, estilo extremamente adequado à televisão com sua valoração das performances exuberantes que faz com que a aparição de políticos se transforme em um espetáculo para o grande público (GREGOLIN, 2003, p.13-14).

Instaura-se, então, uma distância próxima e uma proximidade longínqua entre político e telespectador. Segundo Gregolin (2003, p.13), “políticos oscilam entre heróis de novelas e mercadorias à venda”. Em outras palavras, em meio às tecnologias audiovisuais de comunicação política, há uma relação de proximidade longínqua. Longínqua por ser o processo de produção da imagem invisível (encenação do político rigorosamente controlada) para quem a

---

<sup>5</sup> Sobre isso Bolívar Lamounier (Revista *Época*, 6/11/06, p. 37-38), cientista político, fala que “o espectador diz que quer ouvir propostas, mas se os candidatos comessem a discutir a sério os programas de governo ele desligaria a televisão.”

contempla. Além disso, tal imagem não passa de uma aparência que o eleitor tenta examinar o mais próximo possível. Desta forma, a política televisiva não passa de uma simples aparência, puro espetáculo, uma vez que acaba se assemelhando às campanhas publicitárias.

Poder-se-ia dizer, então, que está havendo, assim como em outros setores, uma transformação da Política para política como mercado e o cidadão como consumidor. Lembre-se do slogan da campanha/2006 do presidente Lula: “Não troco o certo pelo duvidoso”. Ora o verbo *trocar* neste enunciado nada mais carrega o sentido de *troca de mercadoria*: o produto que o consumidor/ eleitor tem a disposição há quatro anos é de confiança, para que fazer troca por algo duvidoso?

Isto evidencia um dos traços da linguagem do novo capitalismo, em que ocorre um processo de mercantilização do discurso público.

Antes, porém, de prosseguir essa discussão, vale fazer mais algumas considerações sobre a Análise Crítica do Discurso. Segundo Fairclough (2001b, p.35),

Por análise ‘crítica’ do discurso quero dizer análise do discurso que visa a explorar sistematicamente relações frequentemente opacas de causalidades e determinação entre (a) práticas discursivas, eventos e textos, e (b) estruturas sociais e culturais, relações e processos mais amplos; a investigar como essas práticas, eventos e textos surgem de relações e lutas de poder, sendo formados ideologicamente por estas; e a explorar como a opacidade dessas relações entre o discurso e a sociedade é ela própria um fator que assegura o poder e a hegemonia.

Desta forma, as transformações no discurso público, político, seriam para a ADC o foco de análise primeira, pois preocupar-se com a mudança tem uma orientação dupla: de um lado, em direção da especificidade dos eventos discursivos particulares, de outro, em direção às ordens do discurso em um prazo mais longo (cf. FAIRCLOUGH, 2001b, p. 38).

A mercantilização do discurso político ilustra essa discussão de Fairclough, bem como o processo de “informalização” pela qual passa tal discurso, que o autor acima chama de “conversacionalização” do discurso público.

## O discurso lulista

Antes de começarmos a fazer algumas considerações sobre o discurso do Presidente Lula, lembremo-nos de sua saga rumo à presidência da República do Brasil: imigrante nordestino, torneiro mecânico, sindicalista, político fundador do PT e presidente da República.

Desde que Lula ganhou as eleições em 2002, o então presidente foi sendo alvo de muitas críticas, principalmente de puristas da língua, que constantemente o criticavam por falar, por exemplo, “menas” em detrimento de “menos”, como em “Lembra quando eu falava ‘menas’ laranjas?” [virando-se para o escritor e compositor Chico Buarque de Hollanda] (exemplo retirado da revista *Língua Portuguesa*, ano 1, nº4).

É bem verdade que Lula vem se esforçando para falar o português padrão, mas a questão é que, mesmo passando por transformações em seu discurso, ele ainda consegue ser aceito pela massa da população, que é de fato a maior parcela em detrimento de uma minoria da elite da sociedade. Tanto é verdade que conseguiu dar uma virada no segundo turno nas eleições do ano de 2006 e ganhar a reeleição.

Lula é um exemplo muito pertinente quando estamos aqui discutindo uma perspectiva crítica de análise. Já discutimos que a linguagem é um modo de ação e, que a Análise do Discurso Crítica se centra nas práticas sociais. Se pensamos, então, em linguagem como prática social, estamos querendo fazer entender que o discurso molda a sociedade e é moldado por ela. É essa a proposta de Fairclough: estudar o discurso também em uma perspectiva de mudança social.

Lula não foi aceito quando concorreu à presidência com Fernando Collor de Melo, tampouco conseguiu derrotar Fernando Henrique Cardoso, o primeiro destacável pela sua ótima aparência; o segundo, um sociólogo formado. Ambos, detentores da norma linguística de prestígio: o português padrão. Mas, em 2002, ao concorrer com o candidato do PSDB José Serra, conseguiu ganhar as eleições com milhares de votos. E, em 2006, mesmo com os escândalos que ocorreram em seu governo desde 2005, conseguiu se reeleger.

Isto nos leva a fazer várias considerações.

Primeiro, o presidente se elegeu apesar de não dominar a norma purista da língua portuguesa. Segundo, mesmo tendo tido várias transformações em sua linguagem, como por exemplo, deixar de usar “menas”, ele ainda usa uma linguagem muito próxima da do modelo da oralidade. Terceiro, Lula tem muito carisma e deixa transparecer seu lado humanista com os mais necessitados, visto que ele também veio das camadas populares.

Tais constatações nos levam a crer que os candidatos que antes ganhavam as eleições com seus rebuscados discursos não convencem mais. Em outras palavras, saber argumentar com vistas à persuasão não significa necessariamente dominar a variedade padrão da língua. Isto depende da consciência política que o presidenciável tem. Dessa forma, depois de vários anos tentando conquistar o povo brasileiro, ele finalmente conseguiu ter seu discurso legitimado.

Cabe aqui fazer um diálogo entre a análise crítica e alguns dos pressupostos teóricos da Sociolinguística interacional, cujo precursor John Gumperz (1988) considera que o pressuposto básico para que ocorra uma comunicação efetiva, é que haja “competência comunicativa” (cf. HYMES,1972). Esta se refere à capacidade que o indivíduo tem de conduzir os atos conversacionais, bem como a de adaptar-se às diversas situações de fala, principalmente em interações públicas e formais. Além disso, tal competência implica a assimilação do repertório da comunidade, entre elas, a norma padrão, no intuito de estar mais qualificado para responder as demandas sociais que privilegiam esta norma de prestígio. Neste sentido, o domínio desta, além das outras, é requisito básico para o processo de desenvolvimento, como é o caso do Brasil, a maior parte da população não tem acesso a tal variedade de prestígio, devido ao não acesso à educação formal. Este fato impede o desenvolvimento de uma competência comunicativa que integre a norma padrão, visto que as desigualdades sociais e as condições em que as classes pobres vivem não favorecem tal desenvolvimento.

Desta feita, a competência discursiva de Lula tem desempenhado um papel ainda mais convincente. Ele tem usado a língua de forma a mudar a concepção de que para chegar ao poder você precisa apenas dominar a norma padrão. Observe-se um discurso do presidente feito em campanha à reeleição em que podemos perceber

como sua variedade linguística está muito próxima da modalidade oral da língua:

A gente poderia pegar a História e iríamos perceber que, numa mesa de 12, um traiu Jesus Cristo. Aí poderia pegar a reunião dos inconfidentes, um traiu Tiradentes. E nem por isso Cristo seria menos importante, nem por isso Tiradentes deixou de ver acontecer a Independência pela qual ele foi esquartejado, sua carne salgada e pendurada nos postes. [Sobre os escândalos em sua campanha à reeleição. Durante discurso em Sorocaba, São Paulo] (Revista Época, 23/10/06, p. 22)

Nesse trecho, poderemos perceber marcas de oralidade, tais como *a gente*, em detrimento de *nós*; *numa mesa*, em detrimento de *em uma mesa*. Além disso, observe-se o uso do verbo *pegar*. Este verbo, partindo da perspectiva da Linguística Sistêmica Funcional de Halliday, implica um processo material, visto que *pegar* delinea uma propriedade concreta. No entanto, quando Lula utiliza *pegar a História*, ao invés de *retomar a História*, ele torna seu discurso mais informal.

Desta forma, esses aspectos aludidos evidenciam o processo de “informalização” pela qual passa o discurso da era do novo capitalismo, discutido por Fairclough. Além disso, tais elementos constroem um sujeito discursivo que convence mais, visto que é entendido pelas massas populares. Cabe aqui salientar que o sujeito Lula, aquele proveniente das camadas mais baixas da sociedade é diferente do sujeito Lula construído no e pelo discurso (sujeito discursivo).

#### *Outras considerações sobre o discurso do Presidente Lula*

A importância do discurso na vida social transita entre a regulação e a transformação, pois no evento discursivo, normas são modificadas, questionadas ou confirmadas – em ações transformadoras ou reprodutivas. Textos como elementos de eventos sociais têm efeitos causais – acarretam mudanças em nosso conhecimento, em nossas crenças, atitudes, valores e assim por diante (FAIRCLOUGH, 2003a, em RAMALHO & RESENDE, 2006, p. 46)

Lula, entendido como um agente social, que atua na sociedade através de seus discursos, que na maioria das vezes são improvisados e detêm um estilo peculiar, foi modificando a imagem do homem político/ presidente. Pois sua imagem de homem das camadas populares, cuja linguagem se aproxima muito da maioria da população brasileira, foi cada vez mais sendo aceita pelas massas. É interessante observar que, mesmo tendo se tornado mais bem vestido nos últimos anos, sua imagem ainda preserva um traço de sua popularidade. Observe o trecho retirado da Revista *Época* (6 nov, 2006, p. 41):

Em 2004, numa conversa em Vitória com o governador Paulo Hartung e da dona Marisa sobre ternos e gravatas, o ministro Márcio Thomaz Bastos, outro que gosta de andar bem alinhado, elogiou as roupas do presidente, mas fez um reparo. “Agora só falta tirar a barba”, afirmou. “O que é isso, Márcio? Tenho uma reeleição pela frente”, disse Lula.

Ao falar “O que é isso, Márcio? Tenho uma reeleição pela frente”, Lula revela que sua barba o identifica como homem da camada popular, tornando-o mais informal além de preservar uma imagem de muita luta até chegar ao poder. O uso da barba também o diferencia, visto que candidatos como Collor, Fernando Henrique, José Serra e Alckmim não se apropriam desta aparência. A barba seria, então, um dos procedimentos de manutenção de sua popularidade, uma vez que contribui para enraizar sua identidade de homem que veio do povo, uma imagem que começou a ser construída desde sua época como líder sindicalista.

É pertinente destacar que a popularidade de Lula não se deve apenas a sua linguagem acessível e a sua aparência. Tal popularidade foi, claro, complementada e consolidada por várias medidas sociais adotadas pelo seu governo, como a campanha “Fome Zero”. Tais medidas contribuíram, por exemplo, para que a população de baixa renda tivesse acesso à carne em suas refeições. Mas, apesar da importância dessas medidas sociais implementadas durante o governo Lula, o foco deste trabalho é observar como o então presidente se constituiu no e pelo discurso.

O exotismo de Lula é altamente positivo. Tornou-se presidente de um país de 170 milhões de habitantes, tendo iniciado a vida como retirante nordestino. É um fenômeno de ascensão inédito no Brasil e

muito raro em qualquer país. Nisso está toda a carga de acertos e erros que os fascínios costumam produzir.

Nos exemplos abaixo, percebemos que o presidente se vale de metáforas, discurso messiânico, a até de paternalismo para conseguir convencer seu eleitorado:

### *Metáforas*

"Tem jogador que pega a bola, não olha pro lado, dá uma bicuda e não marca o gol. Tem outro que olha pro lado, vê um companheiro livre, passa a bola e marca o gol. Nós não temos tempo para dar bicuda." [Feira Nacional do Doce, em Pelotas, no dia 17 de junho, ao pedir paciência e repisar o tema de que seu governo, ao contrário dos outros, não tem direito a cometer erros]

Ramalho e Resende (2006, p. 86) explicam que “nosso sistema conceptual é metafórico por natureza”. Isto quer dizer que os conceitos estruturadores do pensamento estruturam também o modo de percebermos o mundo e de nos relacionarmos com outras pessoas de acordo com nossa experiência física e cultural.

Desta forma, através das metáforas compreendemos uma coisa em termos de outra. O discurso de Lula supracitado evidencia sua maneira de compreender seu governo: governo como jogo de futebol. Através de sua narrativa sobre o jogo, ele tenta pedir paciência e que parem de insistir no tema sobre a crise de seu governo, uma vez que este tem também direito de cometer erros.

Segundo Fairclough (2001, p.241), “as metáforas estruturam o modo como pensamos e o modo como agimos, e *nosso sistema de conhecimento e crença, de uma forma penetrante e fundamental*” (grifos nossos). Sendo assim, quando Lula se apropria de metáforas inspiradas na paixão nacional, o futebol, comparando sua equipe de governo a um time de futebol e se comparando a um treinador que aplica cartão vermelho ou amarelo a uma atitude censurável, ele consegue atingir a esfera emocional do povo brasileiro. Além disso, ele consegue se fazer entender e, conseqüentemente, convencer as massas.

Segundo Filho (Revista *discutindo* Língua Portuguesa, ano 1, nº4, p.37),

Para o deputado Geddel Vieira Lima (PMDB-BA), até há pouco da ala oposicionista de seu partido, ‘Lula, melhor que ninguém, fala uma linguagem que a população entende’. E exemplifica: ‘Quando conta uma história da mãe que acendia e apagava a luz elétrica de noite era primeira vez que via o corpo de seu filho adormecido, é uma coisa que vai direto nas pessoas’ (Folha de S. Paulo, 02/07/2006)

Desta forma, as metáforas agem como argumentos de convencimento e fala mais às massas. Assim, o sujeito Lula construído no e pelo discurso consegue convencer seus eleitores por meio de argumentos que estruturam a realidade da imensa população da massa brasileira.

### *Discurso messiânico*

A gente poderia pegar a História e iríamos perceber que, numa mesa de 12, um traiu Jesus Cristo. Aí poderia pegar a reunião dos infiéis, um traiu Tiradentes. E nem por isso Cristo seria menos importante, nem por isso Tiradentes deixou de ver acontecer a Independência pela qual ele foi esquartejado, sua carne salgada e pendurada nos postes.

[Sobre os escândalos em sua campanha à reeleição. Durante discurso em Sorocaba, São Paulo]

Pode-se dizer que esse exemplo também evidencia o gosto do presidente pelas metáforas, quando se compara a Jesus Cristo e Tiradentes traídos. Apropriou-se do estilo messiânico para falar sobre traição que sofrera pelos petistas. Lula se apossa do discurso messiânico, tentando se colocar como vítima, visto que ele foi traído como o personagem bíblico (Jesus) e o histórico (Tiradentes). Assim, ele quer que o vejam sob a lupa destes personagens.

Outra questão a ser considerada é que Lula tem um vocabulário religioso muito presente, como *Deus o abençoe*, *Se Deus quiser*, realçando sua origem de família nordestina.

### *Paternalismo*

"Eu olho para vocês e me vejo olhando para os meus filhos. Prefiro dizer uma verdade dura para o meu povo a mentir

descaradamente”. [Na Feira Nacional do Doce, em Pelotas, no dia 17 de junho, ao apresentar-se, em tom paternal, como um político diferente dos demais, que, segundo o presidente, costumam mentir].

Neste trecho, o presidente se mostra como o pai do povo, aquele homem honesto que não caminha para o lado da mentira. Apesar de ele ser político, ele é muito mais que isso: é pai. E, no dizer dele, é isto que o difere dos demais políticos que mentem descaradamente para a população.

É relevante mencionar o que Aquino & Leitão (Revista *Época*, 6/11/06, p. 40) falam sobre a personalidade de Lula: “O sociólogo Hélio Jaguaribe afirma, a respeito do culto à personalidade: ‘Lula é o mito do Presidente-obreiro, filho de catadores de cana. Isso lhe assegura, independentemente do que faça ou deixe de fazer, a condição de herói popular, dentro e fora do Brasil’”.

### **Considerações finais**

Feitas todas essas observações, pode-se dizer que, se o então Presidente Luiz Inácio da Silva ganhou as eleições de 2002 e foi reeleito em 2006, mesmo conservando toda a informalidade de seu discurso, as marcas de oralidade não são tão estigmatizadas como o eram antes.

Desta forma, pode-se comprovar, através da teoria social do discurso, que o discurso é um modo de ação que transforma a sociedade e é por ela transformado. Está ocorrendo uma transformação social rápida e muito profunda na era do capitalismo contemporâneo, no sentido de que se busca uma consolidação da nova ordem social, em que haja fuidez e mudança.

Buscou-se mostrar, desta maneira que a Análise do Discurso Crítica, com o auxílio da Sociolinguística Interacional, tem critérios precisos para entrar na percepção do discurso enquanto prática social. Além disso, tentou-se apresentar argumentos sobre como a competência discursiva de Lula apresenta mais estratégias de convencimento, em detrimento de um discurso que apenas se molda pela modalidade padrão da língua, evidenciando, assim, que saber argumentar, mesmo em um discurso muito próximo da modalidade oral da língua, é saber utilizar todos os recursos disponíveis para convencer.

## Referências

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Tradução, Plínio Dentzien: Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

CHOULIARAKI, Lilie.; FAIRCLOUGH, Norman. *Discourse in Late Modernity: Rethinking critical discourse analysis*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999.

COURTINE, Jean-Jacques. Os deslizamentos do espetáculo político. In: GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.). *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003, p. 21-34 (coleção Olhares Oblíquos)

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Ed. UnB, 2001.

\_\_\_\_\_. A análise crítica do discurso e a mercantilização do discurso público: as universidades. In: MAGALHÃES, Célia Maria (Org.). *Reflexões sobre a análise crítica do discurso*. Belo Horizonte: Faculdade de Letras, UFMG, 2001b, p.31-82.

\_\_\_\_\_. *Analizando discursos: análise textual para pesquisa social* (2003). Cood. Tradução Josênia Antunes Vieira. (cópia cedida pela Prof<sup>a</sup> Josênia Antunes Vieira)

GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Unesp, 1991.

\_\_\_\_\_. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

\_\_\_\_\_; BECK, Ulrich.; LASH, Scott. (Org.). *Mordenização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. São Paulo: Unesp, 1997.

GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.). Apresentação. In: *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003, p. 9-17 (coleção Olhares Oblíquos)

GUMPERZ, John. *Discourse strategies: Studies in Interactional Sociolinguistics I*. Cambridge: Cambridge University Press, 1988.

HYMES, Dell. On communicative competence. In: J. B. Pride e J. Holmes (eds.). *Sociolinguistics*. Harmonsworth: Peguin, 1972.

MAGALHÃES, Izabel. Prefácio. In: FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Ed. UnB, 2000, p. 11-14.

RAMALHO, Viviane & RESENDE, Viviane de Melo. *Análise do discurso crítica*. São Paulo: Contexto, 2006.

SILVA, Denise Elena Garcia da. Gramática e contexto na perspectiva funcional do discurso. In\_ LARA, Gláucia Muniz Proença;

MENEGAZZO, Maria Adélia; SILVA, Denise Eelena Garcia da. (Org.). *Estudos de Linguagem: inter-relações e perspectivas*. Campo Grande: Ed. UFMS, 2003, p. 55-70.

*Recebido em 09 de outubro de 2010*

*Aceito em 02 de fevereiro de 2011*