

**“É melhor dar esmola do que reduzir impostos”
Análise do discurso subjetivo na imprensa brasileira**

Santiago Naliato GARCIA¹

Resumo

Este trabalho pretende investigar a possível contextualização dos discursos políticos a partir de elementos proferidos em seu próprio ato enunciativo. Para tal, foi realizado um estudo de caso com referência de uma veiculação de abrangência nacional de um dos grandes veículos de comunicação do Brasil. O presente artigo busca explorar o discurso presidencial do então presidente Lula a partir de uma análise do discurso fundamentada teoricamente. Também são realizadas reflexões sobre a função básica da mídia e suas possibilidades de agendamento e de alocação do discurso enunciativo em sua emissão noticiosa. O objeto analisado é uma matéria publicada no caderno Dinheiro, da Folha de São Paulo, em 2009. Será feita uma exposição teórica e a contextualização da matéria. Também são articulados os conceitos dos autores citados ao longo do texto cuja produção científica fora utilizada para embasar a análise da subjetividade.

Palavras-chave: Análise do Discurso. Análise Textual. Texto Político.

Abstract

This paper aims to investigate a possible political speeches contextualization delivered from enunciative act in its own elements. To this end, a case study was performed referring to a placement nationwide for a major media outlets in Brazil. This article seeks to explore the presidential speech of President Lula based on a discourse analysis theoretically founded. Observations on the basic function of the media are held and also its possibilities for agenda and allocation of enunciative speech in its news' issue. The object analyzed was published in the newspaper Folha de São Paulo business section in 2009. Theoretical exposure and contextualization of the matter will be taken. The author's concepts are also explained along the text whose scientific output was used to support its subjectivity analysis.

Keywords: Discourse Analysis. Textual Analysis. Political Text.

¹ Mestre em Produção de Sentido na Comunicação Midiática pela FAAC-UNESP. Professor do Centro Universitário de Votuporanga-SP – UNIFEV – nos cursos de Comunicação Social - Jornalismo e Publicidade e Propaganda. E-mail: santiagarcia@gmail.com.

Introdução

Em ano eleitoral (2014), torna-se conveniente a articulação de uma análise sobre o discurso político deferido em outros tempos no cenário brasileiro. O presente trabalho toma referências anteriores no discurso político para refletir sobre tal prática. Este artigo visa a analisar a matéria veiculada pelo jornal A Folha de São Paulo, no dia 24 de junho de 2009, no caderno (editoria) Dinheiro, uma vez que o assunto abordado ao longo da construção jornalística é passível de uma leitura subjetiva.

A contextualização é importante. Não apenas serão declarados nas próximas linhas termos essenciais como *Discurso, Sujeito, Enunciação e Subjetividade*, como também se faz necessário um adendo histórico do período em questão, bem como dos sujeitos envolvidos na matéria em questão. Assim, será possível ao longos das explicações dos termos acima correlacionar alguns fatores e observações que, eventualmente, façam-se necessárias.

Figura 1: Fac-símile do recorte do jornal, objeto utilizado para análise no presente trabalho



O texto chamou a atenção por representar não apenas um modelo para possível análise, mas por conter correlações que são passíveis de contextualização. Nele o então presidente do Brasil, Luís Inácio Lula da Silva, o popular Lula, fala sobre projetos sociais que o governo do PT tem popularizado, na ocasião fala-se do Bolsa Família. Refere-se, ainda, sobre algumas decisões econômicas, no caso a redução do IPI – Imposto sobre Produto Industrializado – que também tomou com a crise mundial, iniciada em setembro de 2008, no mercado norte americano. Ambos os temas fazem fusão na medida em que o ex-presidente constrói um argumento no qual uma medida poderia ser suplantada pela outra, que, em sua visão, seria “melhor”, tal como o título: “Lula diz que dar dinheiro a pobre é melhor que desonerar”.

A importância atribuída para a análise desta notícia correlaciona-se com o fato de Lula ter os projetos sociais como referências para as campanhas políticas. Na ocasião da publicação (2009) estava-se a um ano da próxima eleição para presidente. Tinha-se, então, a

ministra-chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff, como nome forte para suceder Lula nas eleições do seu partido. Tal momento de crise mundial, juntamente com projetos sociais e a corrida para as próximas eleições ofereceram um cenário no qual o discurso subjetivo tendia a surgir de forma gradual e constante, uma vez que a informação objetiva tenderia a ser caracterizada como eleitoreira naquele momento. Não cabe aqui a análise política da prática subjetiva, mas uma análise da linguagem e da sua carga semântica. Sendo assim, foca-se a leitura sobre o discurso citado presente na matéria assinada pelo jornalista Raphael Gomide.

O discurso proposto

O texto é construído sob um discurso oficial. Tal discurso tem como locutor Lula e foi enunciado pela Folha de São Paulo, em texto de Gomide. Por discurso, tem-se a construção social de um dizer individual com influências coletivas que poderá ser analisado considerando seu contexto histórico-social. É uma materialização das ideias produzida pelo seu locutor que reflete uma visão de mundo vinculada, necessariamente, ao seu autor e a realidade na qual está inserido. A análise deste discurso é a observação das construções ideológicas presentes no texto.

O discurso, ou a *prática discursiva*, tem em Foucault o fato relacional da língua:

Não a podemos confundir com a operação expressiva pela qual um indivíduo formula uma ideia, um desejo, uma imagem; nem com a atividade racional que pode ser acionada num sistema de inferência; nem com a "competência" de um sujeito falante quando constrói frases gramaticais; é um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram, numa dada época, e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou linguística, as condições de exercício da função enunciativa (FOUCAULT, 1969, p. 147-148)².

Mas a quem se atribui a constituição de tal prática discursiva? Se o homem desenvolveu, ao longo de séculos, a capacidade da fala, é através dela, pela utilização da linguagem e por ela, que o homem se constitui como **sujeito**. Conferida por contraste, somente empregamos o *eu* quando nos dirigimos a alguém, a um *tu*. Desta forma, a linguagem é possível na medida em que o locutor se apresenta como *sujeito*, remetendo a ele mesmo como *eu* no seu discurso. O *eu* se refere ao ato de discurso individual no qual é pronunciado, e

² FOLCAULT, Michel. L'Archéologie du Savoir, Gallimard, Paris, 1969. Disponível em: <<http://www.udc.es/dep/lx/cac/sopirrait/sr065.htm>>. Acesso em: 15/06/09.

lhe designa o *locutor*.

Para que a língua seja utilizada com a sua linguagem, o locutor não apenas se apropria dos signos linguísticos como tem seus signos apropriados por outro discurso. É a enunciação. Neste ponto é preciso fazer uma distinção entre o que é o autor de um texto e o sujeito enunciador. Autor é o indivíduo que transpõe os pensamentos e as ideias do ser pensante para um conjunto de palavras, materializando, assim, aquilo que era intangível para o mundo tangível. É uma produção física, material. Tal produção é o que chamamos de enunciação, o ato de pensar, pormenorizar e materializar. Com base em Pinto (1999), o sujeito enunciador nasce desse processo, entretanto, não deve ser confundido com o sujeito locutor, que é justamente aquele que narra, nos textos narrativos, ou aquele que emite, em textos orais, representados no processo pelo pronome “eu”, caracterizando, assim, uma personagem entre outras personagens que agem e falam no texto.

Enunciação no texto jornalístico

A identificação do sujeito enunciador, através do sujeito locutor, segue uma ordem, na maioria das vezes, natural, e se faz durante a locução. Grande parte dos casos, trata-se do mesmo indivíduo, como é o caso das conversas cotidianas. Acontece deles serem diferentes em casos nos quais o enunciador é citado por um determinado locutor, sendo este outro indivíduo. Sobretudo em trabalhos científicos e em matérias jornalísticas, o uso de uma enunciação por uma outra pessoa que não o enunciador é comum. Em ambos os casos, é preciso certo cuidado para definir o que é enunciação, uma vez que, de acordo com Benveniste (1988), a condição da enunciação configura-se enquanto ato de produzir um enunciado, e não o texto do enunciado, classificado por ele como o objeto decorrente do ato de enunciar.

Neste cenário, grande parte do processo é realizado. O processo enunciativo segue alguns princípios, entre eles, aquilo que Benveniste (1988) chama de realização vocal da língua. Nela, sons emitidos e percebidos precedem sempre de atos individuais, surpreendidos sempre de uma produção nativa, no interior da fala. Procura-se recorrer a sujeitos diferentes e multiplicando os registros para obter uma “imagem média de sons”, distintos ou ligados, como forma de eliminar ou atenuar traços individuais da enunciação fônica. Entretanto, há

diversidades de situações nas quais a enunciação é produzida em que os mesmos sons não são jamais reproduzidos exatamente. O autor afirma que a noção de identidade, aqui, não é senão aproximativa mesmo quando a experiência é repetida em detalhes. Tal análise nos permite contextualizar o enunciado de acordo com objetivações muitas vezes ocultadas no discurso formal como forma de endereçar determinada intencionalidade naquilo que se torna objeto, ou seja, no texto enunciado.

O esquema a seguir, simplificado, ilustra bem o processo enunciativo:

Ideias (antes da enunciação) → *Língua* (possibilidade da língua) → *Enunciação* (materialização das ideias em algum suporte, no nosso caso, o discurso ideológico pela fala) → Ao enunciar, identifica-se o *Locutor* (no nosso caso, Lula) → *Palavras, Fonemas* (forma sonora que é irradiada ao ouvinte) → *Ouvinte* (este suscita outra enunciação de retorno)

Relacionando a teoria de Benveniste com a prática discursiva de Lula, pode-se afirmar que o ex-presidente se apropriou do aparelho formal da língua e enuncia sua posição de locutor por meio de índices específicos e procedimentos acessórios. No processo, ao falar à nação, Lula implanta o *eu* discursivo (aquele que enuncia) e implanta um *outro* diante de si (toda a nação).

Subjetividade no processo enunciativo e análise do texto

Com a aparição do *eu* discursivo e do *outro* diante ao *eu*, está estabelecida uma relação discursiva em que se figura o discurso retórico e político, mediante a figura que Luís Inácio Lula da Silva representa: o ilustríssimo senhor presidente da república, e sobre a qual toda a enunciação será proferida, pelo discurso do respectivo presidente, então sujeito, e não do cidadão Lula.

Brandão (1998) cita que, para Pêcheux (1975), o sujeito é constituído no discurso; e, para Althusser (1974), sentido e sujeito são constituídos, simultaneamente, por meio da interpelação ideológica. Como resultante, o sentido da palavra é determinado pelas posições ideológicas colocadas em jogo no processo sócio-histórico e que palavras, expressões e proposições são produzidas. Para Pêcheux (1975), tais elementos mudam de sentido segundo posições sustentadas pelos que a empregam. Neste sentido, toda e qualquer subjetividade fica

fundamentada por elementos subjetivos aplicados na linguagem. Tal discurso fica mascarado por formações ideológicas que inscrevem, na realidade, a carga semântica que constitui a origem e essência do discurso.

Para Benveniste (1988), a linguagem é a possibilidade da subjetividade por conter sempre as formas linguísticas apropriadas a sua expressão. Adotaremos o conceito de subjetividade explorado pelo autor, no qual é definida pela capacidade do locutor para se propor como sujeito. Este mecanismo de enunciação supõe um peculiar aspecto: a conversão individual da língua em discurso, e, como tal, é preciso analisar como o “sentido” se forma em “palavras” e em que medida se pode distinguir entre as duas noções e em que termos poderíamos descrever suas interações. Nesse sentido, a análise do texto que propomos segue a lógica do sentido retórico empregado no discurso pronunciado. Analisaremos e contextualizaremos o discurso com o período histórico em questão, correlacionando o texto de acordo com os elementos constitutivos na matéria jornalística veiculada pela Folha de São Paulo na quarta-feira, 24 de junho de 2009.

O título da matéria é: - *“Lula diz que dar dinheiro a pobre é melhor do que desonerar”*. Entretanto, *a priori*, o que chama a atenção foi uma referência citada em texto de Fausto Neto (2003, p.123) na qual o autor argumenta que, ao “deslocar” a política para determinados “gêneros”, as mídias:

[...]produzem duas operações distintas: 'desligam' a política de sua função persuasivo argumentativa, e asseguram a audibilidade e visibilidade da política via seu deslocamento. Tais estratégias tornam, assim, a política 'refém' das condições de produção de sentido definidas pelas mídias. (FAUSTO NETO, 2003, p. 123).

A análise trata de um texto cujo conteúdo está atrelado ao atual cenário político, uma vez que seu conteúdo aborda um dos carros-chefes da propaganda política do ex-presidente Lula e também da atual presidente da república, Dilma Rousseff, mas que está inserido, sob a responsabilidade do Jornal Folha de São Paulo, em uma outra editoria, a “Dinheiro”. Desta forma, é possível entrever uma questão crucial: a subjetividade pode ser também articulada ou moldada pelo enunciador do discurso jornalístico e não apenas pelo locutor do discurso citado? A resposta, o próprio Fausto Neto (2003) nos dá na medida em que afirma ser o veículo³ que controla as condições de produção de visibilidade política, pelo seu processo de

³ em seu estudo a TV, mas é possível ser relacionado por semelhança prática também ao meio impresso pelos paralelos comunicacionais envolvidos na questão da produção/veiculação da informação pela mídia.

“assujeitamento” às condições impostas pela mídia, e também via distintas operações discursivas para controlar o próprio processo de enunciação do discurso político no momento em que se apresenta.

Assim, com o fato da notícia não estar na página de “Política” e sim na editoria “Dinheiro”, a subjetividade do discurso já se configura pela transposição de um texto/discurso que pode relacionar-se a interesses eleitorais para um contexto no qual ele pode ilustrar apenas um reflexo de medidas políticas e econômica adotadas pelo seu governo. A manutenção da matéria na editoria política poderia ser compreendida como propaganda política se acaso estivesse em um local de visibilidade política e não econômica.

Retomando o título do início da análise: - *“Lula diz que dar dinheiro a pobre é melhor do que desonerar”*. O subtítulo que acompanha o título é: - *“Presidente, porém, não disse se irá suspender a redução do IPI sobre veículos”*. Logo abaixo, um segundo subtítulo: - *“Para Lula, o governo deveria parar de desonerar produtos e dar dinheiro diretamente aos pobres com o objetivo de estimular a economia”*. Nesses três elementos (título, subtítulo e segundo subtítulo), temos a presença dos dêiticos, com o início de sua série representativa *eu, tu, aqui, agora*, cujas palavras o designam, dentro do enunciado, os elementos da enunciação (locutor, alocutário, o lugar e o tempo da enunciação). Assim, o *eu* é caracterizado pelo locutor idealizador da matéria, Raphael Gomide. Não aparece o dêitico *eu* na matéria, no jornalismo o *eu* fica camuflado no uso da terceira pessoa. Fica caracterizado que o enunciador do discurso citante e não da matéria foi então presidente Lula e o alocutário são os leitores do jornal. O lugar e o tempo da enunciação ficam claros já no primeiro parágrafo que diz: - *“O presidente Luiz Inácio Lula da Silva defendeu, ontem, no Rio (de Janeiro), a substituição da política de desoneração de impostos de produtos industriais, praticada pelo próprio governo, pela transferência direta aos pobres, como mecanismo de estímulo à economia”*.

Além da dêixis, é preciso uma análise contextual para a compreensão da subjetividade aferida pelo enunciador. O porquê dessa desoneração de impostos dá-se no contexto: desde setembro de 2008, o mundo todo sofreu alguma consequência da quebra do mercado imobiliário norte americano. Inúmeras empresas faliram e arrastaram credores de todos os lugares do planeta. O mercado brasileiro também sentiu essa onda de choque, especialmente indústrias multinacionais, como fábricas de automóveis e grupos bancários. Em maior ou menor grau, todos foram atingidos. Como medida para manter as vendas, mesmo com as

especulações sobre a crise, o governo adotou a redução de alguns impostos, como o IPI – Imposto sobre produtos Industrializados. Com isso, produtos como carros, fogões e geladeiras tiveram leve queda nos preços, cada qual de acordo com tabela de desconto dado pelo governo. Entretanto, mesmo havendo empresas trabalhando ainda com estoques, elas se apropriaram do momento “crise” para realizarem demissões ou justificar eventuais empréstimos. O governo agiu como pôde, e uma das principais medidas foi a “desoneração” de impostos. O outro pilar da notícia em questão são os chamados Programas Sociais, como o Bolsa Família. Tais programas, ao contrário do que se popularizou, datam de governos anteriores ao governo PT, da atual presidente. Entretanto, foi ampliado em gestão do PT e largamente utilizado por Lula em seu discurso político.

Na sequência do texto noticioso, o discurso do presidente enaltece, ao mesmo tempo, um presidente bom com as empresas e melhor ainda para com a população pobre. Na enunciação: - *“Em discurso (...), Lula disse que sua gestão já desonerou o equivalente a R\$100 bilhões em impostos. Para ele, porém, o repasse do montante à população pobre seria uma medida mais eficiente”*. Nota-se o uso do *ele*, questionado por Cervoni (1989) se este pode ser considerado um dêitico. Para considerá-lo como tal, o autor afirma que é preciso ampliar o quadro enunciativo, sendo necessário compreendê-lo como o objeto de fala. De acordo com o autor, é essa a perspectiva adotada por Berrendonner (op. Cit): seu “fantasma da verdade” é, do mesmo modo que os seres designados por eu e tu, “um argumento dêitico que se refere a um participante do processo de comunicação”. No trecho é possível identificar aquilo que Culioli (1976) chama de Operação de Modalização. Modalidade acontece na medida em que se nota a existência de uma marca que revele um julgamento do enunciador, como em “poder”, “dever”, chamados de auxiliares de modalidade ou simplesmente “modais”. Advérbios também podem ter valor modal, como em “provavelmente” em relação a “dever”. No caso da última frase, “seria” se aproxima de “poderia”.

No terceiro parágrafo, tem-se um trecho que pode ter sido fornecido pelo enunciador do discurso citante, mas a falta de elementos que o caracterize como tal abre a possibilidade de ter sido uma informação captada pelo locutor: - *“Tal mecanismo já é adotado pelo governo por meio do Bolsa Família, que destina de R\$62 a R\$182 mensais a famílias de menor renda e com crianças em idade escolar”*.

As informações vêm reforçar o discurso oficial do ex-presidente Lula, o de que seu

governo tem trabalhado para o pobre. Um dos objetivos do projeto é o de manter as crianças na escola. Com o Bolsa Família, os responsáveis pelas crianças em idade escolar têm com o que se manterem para que as crianças não seja usadas para o trabalho.

Seguindo com a análise, no próximo enunciado, Lula deixa claro a sua ambiguidade de posições políticas: - *“O presidente reclamou ainda que a redução de impostos não se reflete no preço final. 'Tenho tido reuniões no Ministério da Fazenda e dito que, em vez de ficar desonerando o tanto que está desonerando, é melhor pegar esse dinheiro e dar ao pobre. Se os pobres tiverem dinheiro e forem comprar, vocês [empresários] terão de produzir. A gente desonera e vocês não repassam para o custo dos produtos', disse. Segue matéria: “Pelos dados da Fazenda, só com os recentes programas de desoneração de veículos, eletrodomésticos da linha branca e artigos da construção civil, o governo já perdeu R\$ 1,6 bilhão em arrecadação. Todos os programas foram lançados para dinamizar a economia. 'Perdi R\$ 40 bilhões [com o fim da CPMF] para cuidar de saúde e não vi ninguém reduzir 0,38% da CPMF nos [preços dos] produtos. A gente queria levar médico e dentista para cuidar da criança na escola. Se deixar R\$ 40 bilhões na mão do Lula, ele vai ganhar as eleições. Ganhei e vamos ganhar de novo!’”.*

Ao não refletir no preço final, a redução de impostos sugere que o preço comercializado, mesmo com a redução, não é satisfatório. Tal viés traz duas suposições: a primeira é de que se baixou o preço na produção, mas não se baixou nas vendas, ou seja, o empresário gasta menos para produzir, mas mantém a taxa de lucro antes comercializada. A segunda é de que, se as empresas estão ganhando com isso, o governo – e o indivíduo político Lula – não o estão. Para reverter essa dupla perda, de impostos e de propaganda política, o governo estuda parar com a desoneração e reverter o montante perdido para os pobres. Fica explícito, no final do parágrafo, a intenção de Lula: - *“Se deixar 40 bilhões na mão do Lula, ele vai ganhar as eleições. Ganhei e vamos ganhar de novo”.* Ou seja, tal montante que fica no âmbito econômico, no giro de capital, não é revertido na questão que o presidente julga imediata.

Para Kerbrat, (1980) trata-se da forma da manifestação subjetiva de uso pessoal, ou seja, existem termos que possuem denotação mais estável do que outros e construções de enunciados que explicitam isso em maior ou em menor grau. Assim, não haveria a dicotomia subjetividade/objetividade, mas sim uma forma gradual, variando no discurso de acordo com

a quantidade e a intencionalidade dos termos axiológicos (aqueles que possuem juízo de valor ou afetivos). Desta forma, no trecho acima, Lula legitimou uma valorização axiológica do termo “dar ao pobre”, ou praticar esmola, claramente negativa em sua conotação, deixando claro o sentido de alimentar uma fonte de pessoas que aprovelem sua atitude em dar esmolas, eufemismo mais apropriado para “pegar esse dinheiro e dar aos pobres” (praticar esmola).

Ainda segundo Kebrat (1980), somente com o recurso de recorrer a informações prévias e do contexto no qual o termo se insere será possível definir a conotação ou não de um termo como o utilizado. Os termos axiológicos possuem relação com a modalidade e permite ao enunciador tomar posições sem necessariamente retratar seu juízo de valor. Mas a utilização do adjetivo afetivo-axiológico enuncia juízo de valor e comprometimento emocional do enunciador ao objeto denotado, tornando evidente a relação entre eles. Há, ainda, uma intertextualização visível em dois momentos: no primeiro, - *“tenho tido reuniões no Ministério da Fazenda e dito que”*, o presidente expõe a público que o tema é também debatido em outras esferas de poder. No segundo momento, o repórter afirma que - *“Pelos dados da Fazenda...”*, ou seja, para contextualizar as locuções do ex-presidente, ele se apropriou de dados externos ao contexto em questão.

No penúltimo parágrafo da análise: - *“Apesar das críticas, o presidente não revelou se vai suspender as desonerações, inclusive a do IPI sobre veículos, cujo término está previsto para o fim deste mês. Lula disse que a pessoa com poucos recursos não poupa. 'Imagine R\$ 100 bilhões na mão do pobre. Cada R\$ 1 que der na mão do pobre, ele volta automaticamente para o comércio, para o consumo, nem que seja para tomar uma canjebrina [cachaça]. Não vai para o banco nem para derivativos.’”*

O contrasenso entre os objetivos das ações sociais, estimuladas por ele, e a sua real aplicação, sustentada pelo discurso oficial do próprio Lula, fica evidente ao equiparar os objetivos do Bolsa Família e seu discurso. O Programa Bolsa Família foi criado para apoiar as famílias mais pobres e garantir a elas o direito à alimentação e o acesso à educação e à saúde. O programa visa⁴ a inclusão social dessa faixa da população brasileira, por meio da transferência de renda e da garantia de acesso a serviços essenciais. Em todo o Brasil, mais de 11 milhões de famílias são atendidas pelo Bolsa Família. O contraponto desse objetivo é o

⁴ Disponível em: <http://www.caixa.gov.br/Voce/Social/Transferencia/bolsa_familia/index.asp>. Acesso em: 20/06/2009.

destino ao qual o governo defere o dinheiro do contribuinte, nas palavras de Lula: “nem que seja para tomar uma canjebrina [cachaça]”. Tal discrepância entre objetivos indicia um discurso marcado pela subjetividade.

Finalizando a análise, é dito no último trecho da matéria que: -“*Ao mesmo tempo em que ponderava sobre a desoneração, Lula disse que a medida obteve resultados positivos. Nesta crise agora, quando desoneramos o IPI da linha branca e da indústria automobilística, vemos a recuperação da indústria automobilística e de geladeiras, fogões e máquinas de lavar, e de construção civil. Essas coisas acontecem de forma positiva quando se tem uma crise como esta e se reduz impostos para fazer vender.*”

Aqui, o próprio enunciador da matéria reflete sobre a ambiguidade do discurso citado de Lula. Ao marcar com “*ao mesmo tempo em que ponderava sobre... e Lula disse que...*”, o enunciador determina uma relação pouco lógica entre argumentação e conteúdo do presidente, desqualificando assim os argumentos anteriores.

Para Gomes (2000), esta relação entre enunciador e enunciado é uma relação de diferimento, ou seja, entre o dizer e o dito não há separação temporal uma vez que o dizer se mostra no dito e não pode haver dito sem o dizer. Nesse contexto, por todo o texto, foi possível observar a presença de shifters de Escuta, descritos por Gomes (2000), que são marcantes na estrutura do jornalismo. São exemplos de shifters palavras como “Lula disse”, “o presidente reclamou”, “Lula não revelou”, todos encontrados nos textos. O texto reforça o que a autora chama de Ausência de signo do leitor, segundo o qual não se vê os signos do leitor, excluindo-o sistematicamente das notícias centrais, inserindo o jornalismo num campo em que o resultado do dizer se torna informação incontestável, uma vez que não se permite réplica, mas a mera absorção da informação. A impessoalidade da qual a autora ainda trabalha em seu livro aponta que existem sintagmas que delatam a falsidade desse distanciamento, aparentado pela utilização do verbo na terceira pessoa. Tal falsidade pode ser observável na contextualização da notícia e na utilização de elementos linguísticos que denunciam tal aporte de valor.

Considerações finais

A utilização de vários autores para o exame minucioso do texto aqui proposto foi necessária à medida que foram se estruturando as relações discursivas. Desta forma,

concluimos que o texto trata de uma notícia cujo contexto está subjetivado e enraizado em um discurso ambíguo, que quer “jogar”, no jargão político, com questões eleitorais, mas também com o aporte econômico, numa espécie de *lobby* para com os grandes empresários do setor industrial. O ex-presidente, em seu discurso, além de se referir ao brasileiro cuja situação econômica é frágil, chamando-o, conotativamente de pobre, diz ainda que “dar esmolas” (dar dinheiro ao pobre) é melhor do que “reduzir impostos” (desonerar). Tal esmola, no contexto, seria destinada aos projetos sociais, entre os quais o Bolsa Família. Apesar de não citado, este é um dos programas com perfil de transferência direta de dinheiro ao cidadão.

Articulando o discurso de Lula em editoria Dinheiro, o jornal A Folha de São Paulo mantém e reforça o discurso eleitoral fora de época ao não tratar o discurso do presidente de maneira crítica. Mesmo quando parece colocar o discurso de Lula em uma espécie de contra senso, no penúltimo parágrafo (“*Apesar das críticas, o presidente não revelou se vai suspender as desonerações*”), o veículo impresso desarticula eventuais questões ligadas ao discurso eleitoral por detrás da fala presidencial. Tal problemática deveria ser explorada em benefício das reflexões individuais sobre a conduta do líder máximo de Estado. Assim, ponderamos sobre a responsabilidade do jornalismo brasileiro em desarticular um discurso subjetivo grave com intenções que podem ser secundárias.

Referências

- ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado**. Lisboa: Presença, 1974.
- BENVENISTE, Émile. **Problemas da Linguística Geral I**. Campinas, Pontes Editores, 1988.
- _____. **Problemas da Linguística Geral II**. Campinas, Pontes Editores, 1989.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Subjetividade, argumentação, polifonia**. São Paulo: Editora da UNESP, 1998.
- CERVONI, Jean. **A enunciação**. São Paulo: Ática, 1989.
- CULIOLI, Antoine. **Transcription du séminaire de D.E.A de M. A. Culioli – 1975-1976**. Paris: Université de Paris VII, D.L.R., 1976
- _____. **Notes du séminaire de D.E.A. - 1983-1984**. Paris: Poitiers, 1985.
- _____. **Pour une linguistique de l'énonciation**. Paris: Ophrys, 1990.
- FAUSTO NETO, Antônio Fausto; Verón, Eliseo (orgs). *In: Lula presidente: televisão e*

política na campanha eleitoral: São Paulo: Hacker; São Leopoldo: Unisinos, 2003.

FOLCAULT, Michel. **L'Archéologie du Savoir**, Gallimard, Paris, 1969.

FUCHS, Catherine. “**O sujeito na teoria enunciativa de A. Culioli: algumas referências**”. Cadernos de Estudos Linguísticos, Campinas, SP, n. 7, p. 77-85, 1984.

_____. **As problemáticas enunciativas: esboço de uma apresentação histórica e crítica**. Revista Alfa, São Paulo, n. 29, p. 111-129, 1985.

GOMES, Mayra Rodrigues. **Jornalismo e ciência da linguagem**. São Paulo: Edusp, 2000.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. **L'Énonciation: de la subjectivité dans le langage**. Paris: Armand Colin, 1980.

MAINGUENEAU, Dominique. **A análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Campinas, Editora da Unicamp, 1975.

PÊCHEUX, M. **Les vérités de la palice**. Paris, 1975.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**. São Paulo: Hackers, 1999.