

Elementos Folkcomunicacionais no Discurso do ex-Presidente Lula: Um Registro Histórico do Brasil Ovacionado nas Páginas de *The Economist*

Pedro Paulo Procópio de Oliveira Santos¹

Recebido em: 22/04/2021

Aceito em: 02/06/2021

RESUMO

O presente estudo visa a discutir um registro histórico do Brasil, com base em um olhar elogioso e mesmo eufórico, a seu respeito no jornal britânico *The Economist* durante o segundo mandato do ex-Presidente Lula. O veículo é considerado por economistas e especialistas do mercado financeiro de todo o mundo como a bíblia do liberalismo mundial; com essa “marca” *The Economist* vai do pânico com a iminente vitória do ex-líder sindical em 2002 ao entusiasmo com a postura do ex-Chefe de Estado da maior potência econômica latino-americana em menos de uma década! Este *paper*, com alicerce teórico envolto pela análise de discurso e por importantes aspectos folkcomunicacionais, faz um retorno a um passado histórico recente, no entanto, extremamente distante da realidade brasileira atual, na qual a crise permeia diversos setores e a linguagem *folk*, leve, pacífica deu lugar ao discurso do “negacionismo” face a demandas sociais de ordem emergencial, como é o caso da fome, do emprego, da saúde pública. Por fim, o que foi “marolinha” na economia do Governo Lula, se transformando em elogios e exemplo para todo o planeta, parece hoje um longínquo registro histórico. É o referido registro que ora se apresenta, envolvendo o discurso como o eixo central da imagem *folk* de um ex-presidente brasileiro que trouxe elogios e euforia ao seu país.

PALAVRAS-CHAVE

Brasil; Folkcomunicação; Lula; The Economist.

¹ Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) com estágio de pós-doutoramento pela mesma universidade; docente da Faculdade DAMAS e da Faculdade Pernambucana de Saúde. Correio eletrônico: profpedroprocopio@gmail.com.

Folkcommunication Elements in the Speech of former President Lula: A Historical Record of Brazil Ovated in the Pages of *The Economist*

ABSTRACT

The present study aims to discuss a historical record of Brazil, based on a complimentary and even euphoric look, about it in the British newspaper The Economist during the second term of former President Lula. The vehicle is regarded by economists and financial market experts from around the world as the bible of world liberalism; with this "brand" The Economist goes from panic with the imminent victory of the former union leader in 2002 to enthusiasm for the former Head of State of Latin America's greatest economic power house in less than a decade! This paper, with theoretical foundation surrounded by discourse analysis and important folkcommunicational aspects, makes a return to a recent historical past, however, extremely distant from the current Brazilian reality, in which the crisis permeates various sectors and the folk language, light, peaceful gave way to the discourse of "denialism" in the face of social demands of emergency order, as is the case of hunger , employment, public health. Finally, what was "marolinha" in the economy of the Lula Government, turning into praise and example for the whole planet, today seems a distant historical record. It is the aforementioned record that now presents itself, involving the speech as the central axis of the folk image of a former Brazilian president who brought praise and euphoria to his country.

KEY-WORDS

Brazil; Folkcommunication; Lula; The Economist.

Elementos Folkcomunicacionais en el discurso del ex presidente Lula: un registro histórico de Brasil ovacionado en las páginas de *The Economist*

RESUMEN

El presente estudio pretende discutir un registro histórico de Brasil, basado en una mirada complementaria e incluso eufórica, al respecto en el diario británico The Economist durante el segundo mandato del expresidente Lula. El vehículo es considerado por economistas y expertos en mercados financieros de todo el mundo como la biblia del liberalismo mundial; con esta "marca" The Economist pasa del rey del pánico con la inminente victoria del ex líder sindical en 2002 al entusiasmo por la antigua casa de poder económico del ex Jefe de Estado de América Latina en menos de una década. Este trabajo, con fundamento teórico rodeado de análisis del discurso y aspectos folclóricos importantes, hace un retorno a un pasado histórico reciente, sin embargo, extremadamente distante de la realidad brasileña actual, en la que la crisis impregna diversos sectores y el lenguaje popular, ligero, pacífico dio paso al discurso del "negacionismo" frente a las demandas sociales del orden de emergencia, como es el caso del hambre , empleo, salud pública. Finalmente, lo que fue "marolinha" en la economía del

Governo de Lula, convirtiéndose en elogios y ejemplo para todo el planeta, hoy parece un registro histórico lejano. Es el mencionado registro que ahora se presenta, que involucra el discurso como eje central de la imagen popular de un ex presidente brasileño que trajo elogios y euforia a su país.

PALABRAS-CLAVE

Brasil; Folkcomunicación; Lula; The Economist.

Introdução

The Economist coloca o ministro da Fazenda do Governo Lula, Guido Mantega em um espaço privilegiado. O então ministro assume um lugar de referência e credibilidade devido às ações implantadas por ele na segunda administração do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

As políticas ministeriais teriam finalmente conduzido o país a um dos patamares mais importantes buscados pelos Estados capitalistas: o de grau de investimento. A avaliação foi feita por duas das mais respeitadas agências de notação do mundo: *Moody's* e *Standard & Poor's*. Não fosse o bastante, o ex-presidente Lula, anteriormente chamado de preguiçoso e sortudo, se transformara em um homem não só íntegro, mas progressista.

O discurso repleto de elogios e euforia sobre o segundo mandato de Lula tem uma relação direta com aspectos econômicos e com a política liberal assumida pelo ex-presidente, que parecia pôr em prática o que *The Economist* aconselhava em seus textos.

A onda de elogios que toma parte da segunda gestão de Luiz Inácio Lula da Silva em nada lembra a linguagem do jornal sobre o país no início de 2007. As matérias concentravam-se nas dúvidas em relação à competência da equipe econômica em enfrentar a crise financeira global e lançavam novos desafios ao então presidente.

Para o ex-presidente Lula, o desespero do planeta em torno da caótica economia, que abalava mesmo os Estados Unidos e outros países ricos, não passaria de uma “marolinha” em terras brasileiras. Ele foi muito criticado por ter feito essa analogia, traço típico do seu discurso, já retratado por *The Economist* em outros momentos, como um aspecto um tanto folclórico de sua fala², o que decidiu-se chamar de discurso folkcomunicacional.

² Para maiores informações ler o verbete sobre folkcomunicação política escrito por este autor na enciclopédia de comunicação.

Apesar das críticas e do receio dos investidores, além da imprensa especializada em economia, Lula estava certo. O Brasil foi o último país a vivenciar o período de recessão e o primeiro a retomar o crescimento. Essa foi uma das principais causas responsáveis pelo otimismo – confiança e, acima de tudo, pelos elogios e pela euforia que marcaram o discurso sobre o segundo mandato de Luiz Inácio Lula da Silva em seus dois últimos anos no poder, além, óbvio, do patamar de grau de investimento conquistado pelo país.

Os elogios, claro, estavam mais concentrados na questão econômica devido à especialidade de *The Economist* nesse campo jornalístico, contudo, a euforia da publicação abarcava diferentes questões, as quais de alguma forma desaguavam nos aspectos liberais.

Uma vez que o país tinha saído das dificuldades financeiras que outras nações continuavam a enfrentar e seguia os preceitos do liberalismo, o periódico não apenas retoma a confiança adquirida já no primeiro mandato de Luiz Inácio Lula da Silva, através do cumprimento de acordos e do pagamento da dívida externa, mas enfatiza em seu discurso que o avanço brasileiro estava acima do esperado pelo próprio jornal.

A euforia de *The Economist* em relação ao Brasil ultrapassa aspectos econômicos, atingindo ainda a condução democrática da política do país, que passa a ser comparado em nível de superioridade com os demais BRICs³ e com nações latino-americanas, além de servir como modelo a outros Estados no discurso do periódico.

Mesmo a exportação de *commodities* e os avanços na agricultura, geralmente vistos como algo menos importante que outros setores da indústria, recebem elogios e são chamados de bênçãos. Há também euforia acerca da descoberta das novas reservas de petróleo do país e mesmo sobre a condução de determinadas políticas sociais, inicialmente, vistas com ceticismo por *The Economist*, mas a partir daquele instante eram consideradas responsáveis pelo aumento do consumo doméstico, o que impulsionava a economia brasileira. É uma análise discursiva dessa euforia que discutimos a partir de então.

³ Termo criado pelo banco de investimentos Goldman Sachs, que representa as iniciais de Brasil, Rússia, Índia e China, países que segundo a instituição formam o pelotão de frente das novas economias emergentes mundiais.

Uma Análise Discursiva da Euforia

A euforia e os elogios que descrevemos são analisados a partir de um corpus formado por quatro matérias impressas do jornal *The Economist*, publicadas entre setembro de 2009 e dezembro de 2010 (vide tabela 1).

A nossa análise se concentra nas estratégias discursivas responsáveis – através de sua incursão no texto – em formar ideologicamente o discurso, de modo que ele atenda os anseios buscados pelo sujeito do discurso. As estratégias discursivas que operam no discurso, com base em Andrade (2011) e Van Dijk (2008), são as seguintes: adjetivação, analogia, ênfase, intertextualidade, nomeação, título e subtítulo, além de textos não verbais.

Tabela 1 – Elogios e euforia; set. 2009 – dez./2010

Data	Título original da notícia	Tradução nossa ⁴	Resumo do assunto
14.09.2009	<i>Late in, first out</i>	Demorou a entrar e foi o primeiro a sair	Mostra o crescimento do consumo interno no Brasil e destaca que esse fator seria um dos grandes responsáveis por ter feito o país sentir pouco a crise econômica mundial, tendo sido a última nação a ter dificuldades e a primeira a livrar-se delas.
12.11.2009	<i>Brazil takes off</i>	O Brasil decola	Faz elogios ao Brasil e ao ex-presidente Lula; compara o país a outras nações do BRIC de forma positiva, além de enfatizar a rápida recuperação brasileira em meio à crise econômica mundial.
09.09.2010	<i>It's only natural</i>	Isto é apenas natural	Estabelece comparações entre o Brasil e outros países latino-americanos, enfatizando a força brasileira devido às <i>commodities</i> que deveriam ser vistas como bênção, e não maldição. Enfatiza ainda a importância do etanol e novas descobertas de fontes de petróleo no país.
02.12.2010	<i>The democratic routine</i>	A rotina democrática	Considera o Brasil o país de maior influência na América Latina; aponta uma série de pesquisas sobre temas ligados principalmente à economia e à política latino-americana, além de elogiar a performance financeira do país.

Fonte: www.economist.com

⁴ Também é do próprio autor a tradução de todos os trechos estudados das matérias selecionadas para o desenvolvimento desta tese.

Adjetivação

Essa é uma das categorias discursivas mais importantes neste enquadramento porque quando elogiamos algo ou estamos eufóricos em relação a um determinado assunto, os adjetivos permeiam o nosso discurso. Isso ocorre com *The Economist* no momento em que o Brasil vence os desafios que o jornal lhe havia imposto e responde suas principais dúvidas a respeito do seu potencial de crescimento.

Os adjetivos utilizados como estratégias discursivas do jornal abrangem diferentes aspectos entre os anos de 2009 e 2010, acima de tudo, surpreendem pelo tom partidário e eufórico. Dessa forma, o Brasil se transforma no primeiro a sair da crise e é forte, como defendido pela matéria *Late in, first out*. Brasil é o *primeiro* país latino-americano a emergir da recessão⁵. A *rápida* repercussão econômica é atribuída à *força* da demanda doméstica(...).⁶

Brazil takes off adjetiva o país entre outras coisas como confiável: (...) *treats foreign investors with respect* – trata os investidores estrangeiros com respeito. Além disso, o Brasil seria *modelo* a ser seguido por outras nações: (...) O mundo em desenvolvimento tem muito mais a aprender com o Brasil do que com a China⁷.

Além dos aspectos econômicos, a política brasileira passa a receber elogios, contrariando a série de denúncias e dúvidas levantadas anteriormente por *The Economist*. A imprensa do país também estaria numa posição confortável, estabelecendo uma favorável conexão entre mídia e poder. (...) O país estabeleceu *fortes* instituições políticas. Uma imprensa *livre* desmascara a corrupção (...)⁸.

Não fosse o bastante, a ascensão econômica brasileira é *admirável* também pela conduta *democrática* do país. Sua decolagem é ainda mais *admirável* porque foi conquistada através da reforma *democrática* e do consenso⁹.

A agricultura do país também é alvo de elogios porque serve como importante vetor da economia: O Brasil agora não é apenas o *maior exportador* de café, açúcar, suco de laranja

⁵ Texto original em inglês: *Brazil is the first Latin American country to emerge from recession.*

⁶ Texto original em inglês: *The quick economic rebound is attributable to the strength of domestic demand(...).*

⁷ Texto original em inglês: (...) *the developing world has much more to learn from Brazil than from china.*

⁸ Texto original em inglês: *The country has established some strong political institutions. A free and vigorous press uncovers corruption*

⁹ Texto original em inglês: *Its take-off is all the more admirable because it has been achieved through reform and democratic consensus-building.*

e tabaco, mas também de etanol, carne bovina e frango¹⁰. A *inovação* brasileira deveria ser implantada em toda a América Latina: “Infelizmente há pouco dessa *inovação* na economia de outras partes da América Latina.”¹¹

A política de apoio à indústria nacional também é elogiada por *The Economist*. Percebemos nesse elogio um claro vínculo com a ideologia liberal já que o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) é chamado de *gigante* e oferece subsídios atraentes. Desde que Lula chegou ao poder a política industrial se tornou mais *explícita*.

O Brasil nunca abandonou totalmente a política industrial. Os Juros sobre empréstimos concedidos pelo *gigante* Banco Nacional de Desenvolvimento Social, o BNDES, é definido a menos da metade das taxas de mercado, envolvendo um subsídio seletivo. Desde que Luiz Inácio Lula da Silva foi eleito presidente em 2003, a política industrial tornou-se mais *acentuada* e *explícita*¹².

The democratic routine considera o Brasil o país que exerce maior influência no continente, ultrapassando inclusive os Estados Unidos: “O Brasil é visto como mais *influenciador* do que os Estados Unidos em grande parte da região”¹³.

Além da influência continental, a economia e o presidente são elogiados: “A *forte performance econômica* do Brasil e a *popularidade* do seu *extrovertido* presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, são refletidos num senso compartilhado de progresso.”¹⁴

Analogia

A analogia utilizada em *Brazil takes off* dificilmente serviria como exemplo de elogio para o país em um primeiro e descuidado olhar, entretanto, uma análise mais cuidadosa nos faz inferir que o estereótipo empregado sobre a economia brasileira de tempos atrás e os

¹⁰ Texto original em inglês: *Brazil is now the world's biggest exporter not only of coffee, sugar, orange juice and tobacco but also of ethanol, beef and chicken.*

¹¹ Texto original em inglês: *Unfortunately there is little of this kind of innovation in other parts of Latin America's economies.*

¹² Texto original em inglês: *Brazil never wholly abandoned industrial policy. Interest on loans made by its giant national development bank, the BNDES, is set at less than half market rates, involving a selective subsidy. Since Luiz Inácio Lula da Silva was elected president in 2003, industrial policy has become more pronounced and explicit.*

¹³ Texto original em inglês: *Brazil is seen as more influential than the United States across much of the region.*

¹⁴ Texto original em inglês: *Brazil's strong economic performance and the popularity of its outgoing president, Luiz Inácio Lula da Silva, is reflected in a widely shared sense of progress.*

dados abordados sobre a fase atual aumentam o sentimento de euforia no discurso sobre o momento vivido pelo governo Lula.

Esse estereótipo pejorativo faz referência ao traje de banho da mulher brasileira, considerado pequeno demais, além do talento (exposto em tom jocoso) “apenas” para o carnaval e o futebol, “atividades de uma cultura inferior”.

Afinal, o “B” de BRIC merecia pertencer ao Brasil? *The Economist* garante: “Agora esse ceticismo está fora de contexto.” Antes, porém, o discurso era muito próximo ao que próprio veículo sugere que se pensava a respeito do Brasil no momento em que surgiram as dúvidas sobre a inclusão do país no seletivo grupo:

Brasil? Um país com um índice de crescimento tão minúsculo quanto os seus trajes de banho, um lugar que reza se houver qualquer crise financeira ao seu redor, um lugar com potencial que era lendário como o talento para o futebol e o carnaval, não parecia pertencer a esses titãs emergentes¹⁵.

Enfatização

Essa é uma categoria discursiva que se destaca nas matérias presentes nesta categorização. A ênfase, assim como a adjetivação, é um recurso ideológico, discursivo que o sujeito do discurso utiliza a fim de influenciar o interlocutor.

A ênfase é recorrente em todas as matérias analisadas neste enquadramento e de algum modo ratificam elogios e demonstram euforia em torno do crescimento econômico brasileiro, do desenvolvimento de áreas específicas do país, entre outros.

Um dos exemplos de enfatização que mais chama a atenção é colocado por *The Economist* a respeito do crescimento econômico do país em 2009, que teria ultrapassado mesmo as projeções dos especialistas. Isso ocorre em *Late in – first out*: “O resultado do segundo trimestre foi um tanto mais forte do que a *Economist Intelligence Unit* esperava.”¹⁶

A mesma matéria enfatiza em um só parágrafo o quão branda havia sido a crise financeira para o Brasil, a diversidade de parceiros comerciais do país e mesmo a solidez do

¹⁵ Texto original em inglês: *Brazil? A country with a growth rate as skimpy as its swimsuits, prey to any financial crisis that was around, a place of chronic political instability, whose infinite capacity to squander its obvious potential was as legendary as its talent for football and carnivals, did not seem to belong with those emerging titans.*

¹⁶ Texto original em inglês: *The second-quarter result was somewhat stronger than the Economist Intelligence Unit had been expecting.*

sistema financeiro nacional. “A suavidade da recessão do Brasil, que é especialmente notável, considerando a elevada base de comparação, também reflete o alto grau de diversificação da economia e dos parceiros comerciais, bem como a solidez do sistema financeiro.”¹⁷

Nova ênfase recai sobre a força do mercado consumidor interno do Brasil, o que teria ajudado o país a não sucumbir em meio à crise econômica global: “(...)mesmo que as exportações tenham caído significativamente em relação ao ano anterior, elas representam apenas 13% do PIB share muito menor do que na China, Japão e Alemanha (onde as exportações atingem cerca de 40% do PIB). Conseqüentemente, o impacto da desaceleração da demanda global tem sido mais suave para o Brasil.”

O Brasil vence desafios, cresce e recebe elogios também na matéria Brazil Takes off, que termina seu discurso sobre o país em tom enfático de elogio e quiçá euforia: “Sua decolagem é ainda mais admirável porque foi conseguida através de uma reforma democrática e de consenso.”¹⁸

As relações entre economia e discurso acerca do Brasil emergente entre 2009 e 2010 são permeadas de elogios e euforia até quando o tema é a agricultura. It's only natural exemplifica o nosso pensamento. O setor primário foi tradicionalmente visto como um vetor econômico de segunda categoria pelos liberais, eufóricos normalmente com os setores de comunicação, construção civil, finanças, indústria tecnologia, entretanto, *The Economist*, que já chamara o desenvolvimento das commodities brasileira de bênção, afirma: “O Brasil detém o mais impressionante recorde de inovação na agricultura.”

Além do campo, os combustíveis brasileiros também impressionam o jornal, que enfatiza no discurso a sua euforia em relação às novas possibilidades que se abrem ao Brasil através desse segmento, além da firmeza com a qual o Estado geria suas reservas de petróleo: “As novas regras brasileiras dão enorme poder à Petrobras, mas também a colocam sob uma

¹⁷ Texto original em inglês: *The mildness of Brazil's recession—which is especially notable considering the high base of comparison—also reflects the high degree of diversification of the economy and trading partners, as well as the solidity of the financial system.*

¹⁸ Texto original em inglês: *Its take-off is all the more admirable because it has been achieved through reform and democratic consensus-building.*

gigantesca tensão (...).¹⁹ Ou ainda: “A indústria do etanol detém um impressionante recorde de inovação(...).”²⁰

Intertextualidade

Neste enquadramento de elogios e euforia há um grande espaço para atores sociais que emprestam credibilidade às matérias do jornal. O campo jornalístico normalmente se utiliza dessa estratégia discursiva, já que usualmente cita especialistas ou autoridades, como uma forma de reforçar a ideologia do sujeito do discurso, além de comprovar a habilidade em tratar de conteúdos diversos.

Ao contrário do enquadramento anterior, no qual a opinião de indivíduos da oposição se sobressaia a comentários feitos por membros do governo, nos deparamos com um espaço notável para o quadro governamental.

O então ministro da Fazenda, Guido Mantega, é um dos exemplos dessa mudança de atores envolvidos nessa estratégia discursiva e sua linguagem corrobora com os elogios e a euforia que intitulam esta categoria. Consideramos ainda que o silenciamento dos atores sociais de oposição pode também ser considerado um traço ideológico produzido por esta estratégia discursiva. Perceba o fragmento da matéria *Late in, first out*:

(...) o ministro da Fazenda, Guido Mantega, destaca o fato de que o Brasil foi uma das últimas grandes economias em entrar em recessão em 2008, e um dos mais rápidos para se recuperar. Esta é a prova, diz ele, dos fortes fundamentos macroeconômicos do Brasil e eficaz das políticas fiscal e monetária²¹.

The Economist faz “uso” de Guido Mantega, em uma importante teia de intertextualidade, também para apontar previsões a respeito do crescimento econômico brasileiro. A lentidão no avanço da economia brasileira que esteve presente na forma de severas críticas no discurso do jornal quando Lula iniciou o segundo mandato, desaparece, dando espaço às expectativas do ministro. “Ele espera que a recuperação acelere no terceiro

¹⁹ Texto original em inglês: *Brazil's new rules give Petrobras enormous power but also place it under huge strain (...)*.

²⁰ Texto original em inglês: *The ethanol industry has an impressive record of innovation (...)*

²¹ Texto original em inglês: *(...) the finance minister, Guido Mantega, highlights the fact that Brazil was one of the last major economies to fall into recession in 2008, and one of the quickest to bounce back. This is testament, he says, to Brazil's strong macroeconomic fundamentals and effective fiscal and monetary policies.*

e quarto trimestres, enquanto o PIB encolheu 1,5% ano a ano no primeiro semestre de 2009, ele espera um crescimento de 3,5% no segundo. Isso traria crescimento do ano inteiro para 1%”²².

Além do ministro brasileiro, o veículo recorre ao *Economist Intelligent Unit*²³ e afirma que o prognóstico de Mantega estava certo, ao contrário do esperado pela própria instituição ligada ao periódico.

Um dos elementos mais importantes de toda esta pesquisa é a referência ao discurso das agências de notação presente nesta matéria. Através da intertextualidade, *The Economist* toma por empréstimo a avaliação que duas das mais relevantes instituições do setor fizeram sobre o Brasil.

Há um vínculo ideológico e uma estrutura de interesses entre o jornal e essas instituições porque como entidades responsáveis por avaliar o grau de solvência, ou não, de Estados e corporações, elas estão diretamente ligadas a órgãos como o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial. O discurso dessas organizações, portanto, mexe com o mercado, assim como, o conteúdo divulgado por *The Economist*.

Defendemos que o jornal precisa desse olhar não só especializado, mas acima de tudo, chancelado pelas instâncias máximas da economia global, a fim de atrair ainda maior atenção e credibilidade às suas páginas; e as agências precisam da visibilidade que a publicação lhes dá, o que aumenta ainda mais o seu poder de influência. Agora, por intermédio do discurso.

De fato, vários bancos e agências de notação têm apontado para uma maior resistência do Brasil a choques externos como a razão para manter a sua notação de crédito relativamente positiva. *Standard & Poor's* e *Fitch* ambos atribuem uma classificação de grau de investimento à dívida soberana do Brasil, e *Moody's* está considerando a possibilidade de elevar a sua classificação para o mesmo²⁴.

Nesta matéria, como já destacado, o jornal optou ideologicamente por silenciar o discurso da oposição. Guido Mantega ocupa o lugar não só do governo brasileiro, mas do

²² Texto original em inglês: *He expects the recovery to speed up in the third and fourth quarters; whereas GDP shrank by 1.5% year on year in the first half of 2009, he expects it to grow by 3.5% in the second. This would bring full-year growth to 1%.*

²³ Empresa pertencente ao *The Economist Group*; é responsável por pesquisas e suporte na área financeira.

²⁴ Texto original em inglês: *Indeed, various banks and credit-risk agencies have pointed to Brazil's resilience to external shocks as the reason to maintain its relatively positive credit ratings. Standard & Poor's and Fitch Ratings both assign an investment-grade rating to Brazil's sovereign debt, and Moody's is considering to upgrade its rating to the same.*

especialista que pode expor as suas ideias, e sem receber críticas, mas elogios, afinal, para o veículo, o ministro tinha conseguido implantar políticas fiscais com um bom custo benefício. “De acordo com Mantega, têm custo equivalente a 1-1,5% do PIB, contra 13% do PIB para a China e 6,7% do PIB para os EUA.”²⁵

Em *Brazil takes off* os elogios ao país fazem referência ao banco de investimentos Goldman Sachs (o responsável pela criação do termo BRIC) e demonstram que a instituição bancária estava errada, já que o Brasil crescerá em velocidade maior do que a sugerida pela organização.

The Economist vê o crescimento na produção agrícola e de commodities de modo geral no Brasil como uma bênção. Elogios e euforia fazem parte do discurso a respeito do país em relação a esse avanço. O veículo considera o que vem ocorrendo no campo uma revolução verde e intertextualiza seu discurso por intermédio do então diretor da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), Pedro Antônio Pereira. “(...) Nos últimos 30 anos a terra apenas mais 20% da terra tem se tornado de uso agrícola, mas a produção aumentou 150%, afirma Pedro Antonio Pereira, diretor da Embrapa.”²⁶

Ao invés de ceticismo ou crítica sobre o avanço de um setor primário da economia, *The Economist* após utilizar-se da intertextualidade, reforça os elogios devido à tecnologia empregada no Brasil. Inicialmente, o diretor da Embrapa informa que o objetivo da entidade é tornar o país o maior exportador de alimentos do mundo até 2025, ultrapassando os Estados Unidos. O veículo ratifica: “Em São Carlos, no estado de São Paulo, a Embrapa tem o único laboratório do mundo a implantar a nanotecnologia na agricultura, criando variedades de plantas que absorvem o fertilizante mais eficientemente.”²⁷

Nomeação

Como já visto, a escolha das palavras, além da criatividade do sujeito do discurso, demonstra seus fundamentos ideológicos. No caso de *The Economist*, a estreita relação com o

²⁵ Texto original em inglês: *According to Mr Mantega, they have cost the equivalent of 1-1.5% of GDP, as opposed to 13% of GDP for China and 6.7% of GDP for the US.*

²⁶ Texto original em inglês: *(..) over the past 30 years only 20% more land has come into agricultural use but production has risen by 150%, says Pedro Antonio Pereira, Embrapa’s director.*

²⁷ Texto original em inglês: *In São Carlos, in São Paulo state, Embrapa has the world’s only laboratory deploying nanotechnology for agriculture, creating plant varieties that absorb fertiliser more efficiently.*

liberalismo norteia suas estratégias discursivas a respeito de variados assuntos que vão de agricultura à democracia.

Quando o jornal fala sobre o Brasil em momentos anteriores ao do equilíbrio monetário, creditado pelo próprio veículo aos governos FHC e Lula, o país vivia um clima político de *instabilidade* – consideramos que a escolha desse termo, e não de outro transmite uma carga de significados que corrobora com a incerteza do veículo em relação ao Estado brasileiro de anos atrás.

Quando as políticas monetárias seguem princípios liberais, para *The Economist*, o investidor estrangeiro é tratado com *respeito*, como colocado em *Brazil takes off*. O termo *respeito* assume uma significação contundente e que ajuda a transformar o *ethos* do país frente a suas relações de mercado.

Em *The democratic routine* o veículo usou a palavra *liderança* para discutir a relação do Brasil com os pares latino-americanos, do mesmo modo que respeito, liderança é algo positivo, diferentemente de *domínio*, que pode conduzir à uma visão estereotipada de imperialismo.

It's only natural utiliza o termo *bênção*, comum ao campo religioso, para descrever o que considera um pujante vetor da economia brasileira: as *commodities*. Entendemos que a terminologia empregada reforça o formato elogioso da matéria acerca da agricultura, além das reservas de combustível do país.

Ao defender a importância das *commodities* para o crescimento brasileiro, o jornal utiliza a expressão *volatilidade* para refletir sobre as variações de preços dessas mercadorias, consideramos *volatilidade* um termo brando, que poderia ser substituído por insegurança, instabilidade, incerteza, dentre outros, que carregam um teor negativo certamente mais acentuado.

Textos não verbais

Vivemos mais do que nunca em uma sociedade imagética em que os signos não verbais ocupam espaço notável nos diferentes meios desde o impresso até o digital. Asseguramos, portanto, a relevância de duas imagens que corroboram com os elogios e a euforia presentes nas matérias discutidas neste enquadramento.

Em *Brazil takes off*, o texto não verbal oferece reforço a construção de sentido presente no título e serve como ancoragem precisa ao texto verbal. Além de transmitir velocidade, que era de acordo com o jornal, o novo traço da economia brasileira, a imagem associa o leitor imediatamente ao Brasil, através da figura do Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, um dos símbolos icônicos mais associados ao país no mundo inteiro.

Destaque ainda para a grande massa de nuvens negras que parecia impedir a “decolagem econômica” do país. Elas seriam, para *The Economist*, o resultado da ineficácia do país em seguir, ao menos inicialmente, os ensinamentos liberais. “Coisa do passado.”

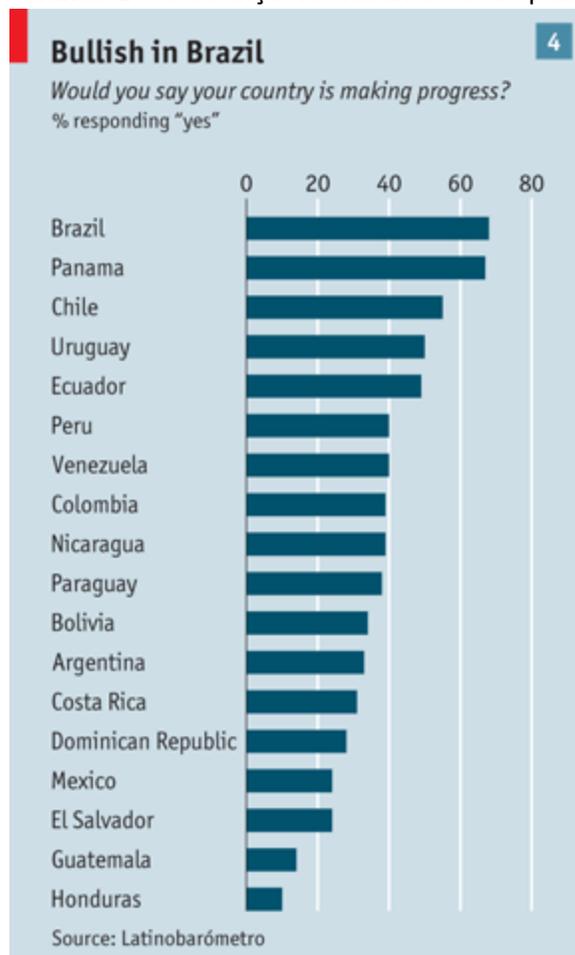
Figura 1 – O Brasil decola



Fonte: *Rex Features/The Economist*

O gráfico 1 direciona o seu discurso imagético para o papel de liderança do Brasil em termos econômicos na América Latina e reitera o avanço econômico brasileiro e a confiança do povo no governo Lula.

Gráfico 1 – Confiança no crescimento do país



Fontes: The Economist/ The Economist Intelligence Unit

Título e subtítulo

Elementos privilegiados em termos espaciais e que, portanto, exercem historicamente um alto grau de influência sobre o consumidor da notícia. Em três das quatro matérias presentes nesta categoria percebemos uma recorrência de manifestações discursivas elogiosas e mesmo eufóricas a respeito do Brasil, em que o subtítulo ratifica a mensagem positiva transmitida pelo título.

Brazil takes off (o Brasil decola) além do discurso elogioso, o título está interligado a um subtítulo revelador e mesmo eufórico, o que reforça a construção de sentidos que permeia o restante do texto, além do texto não verbal (estudado a seguir). *Now the risk for*

*Latin America's big success story is hubris*²⁸ - agora pensar sobre risco em relação a grande história de sucesso latino-americana é arrogância.

O subtítulo ajuda a desconstruir os momentos em que a incerteza e mesmo o pavor eram recorrentes no discurso sobre o Brasil. Paradoxalmente a postura discursiva do jornal a respeito do país poderia ser tida como arrogante no início do segundo mandato de Lula, contudo, as novas estratégias discursivas buscadas pelo veículo atingem um grau de partidarismo.

Late in, first out – último a entrar, primeiro a sair – o destaque recai igualmente no elogio à eficiência do Governo Lula, anteriormente criticado pelo prognóstico otimista sobre a crise, se transforma em um exemplo de liderança para a América Latina, como o subtítulo aponta em discurso eufórico: *Brazil is the first Latin American country to emerge from recession* – o Brasil é o primeiro país latino-americano a emergir da recessão.

The democratic routine – A rotina democrática inicia demonstrando um aspecto central à condução de uma economia de mercado, como *The Economist* defende desde a sua fundação: a democracia. O subtítulo direciona novos elogios que estariam presentes em toda a matéria sobre o Brasil emergente do final de 2010, portanto, nos momentos finais da gestão do ex presidente Lula: *Resilience in the crisis and a robust recovery have brought a sunnier mood* - resistência em meio à crise e uma recuperação robusta trouxeram um ânimo mais leve.

Lula lá e Considerações Finais: Um pouco do discurso *Folk* que conquistou a bíblia do liberalismo mundial

Antes da euforia ora exposta, pouco a pouco que *The Economist* vinha iniciando um processo “lento e gradual” percurso discursivo que foi do medo ao entusiasmo com o governo do ex-Presidente Lula. Momento notável em torno do olhar esperançoso do veículo é *A test of faith in Lula*. O texto traz um discurso de apoio ao então presidente, mesmo que ele viesse recebendo críticas devido ao baixo crescimento econômico do país, se comparado ao governo anterior. Chama atenção logo de início a comparação feita entre o carisma de Luiz Inácio Lula

²⁸ Optamos por traduzir já ao lado por se tratar de um texto curto e – dessa forma – tornamos a leitura mais agradável e ágil.

da Silva e o de outros Chefes de Estado, além da imagem do PT comparada à de outros partidos.

MAIS do que a maioria dos presidentes, o presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva é sustentado pela fé popular. Os brasileiros creem que ele vai melhorar a vida dos pobres e que o seu Partido dos Trabalhadores (PT) é mais sério do que os outros, cuja regra é a corrupção²⁹.

No discurso empregado por *A time to talk, a time to do* o papel do Brasil perante à AL é comparado ao de um líder, por isso, o jornal levanta novos desafios para o país. Caso o Governo Lula vença as dificuldades expostas por *The Economist*, a esperança poderá ultrapassar o mercado financeiro e servir de exemplo aos demais países latino-americanos. Liberalismo como primeira condição, é isso que entoa o discurso:

Se ele tiver sucesso, os benefícios irão se espalhar para além do Brasil. Muitos de seus vizinhos estão em apuros. A Argentina está falida, e oscila à beira do Uruguai, Venezuela e agora Bolívia estão divididos por conflitos, enquanto a Colômbia foi atacada pelo terrorismo financiado pelo narco-tráfico. A região precisa urgentemente de um exemplo positivo de continuidade democrática, combinada com uma ampla agenda de reformas sociais e econômicas, em que os pobres podem ver a esperança de uma vida melhor à frente. Lula pode incorporar isso ao seu governo não apenas em seus discursos, mas através de leis³⁰.

Enfatização

O trecho a seguir extraído de *Lula's burden of hope*, além de estabelecer analogias (já discutidas), enfatiza os aspectos que sustentam este enquadramento, cuja base é composta pelo discurso que expõe dúvidas, desafios e esperança sobre o Brasil emergente governado pela primeira vez por Luiz Inácio Lula da Silva:

"ESPERANÇA e história" são duas palavras que os brasileiros costumam usar com frequência ao falar de seu novo presidente, Luiz Inácio Lula da Silva[...] Lula se comprometeu a entrar em guerra contra a fome e o desemprego, sem prejudicar as finanças frágeis do Brasil. Agora, depois de uma transição suave do poder por Fernando Henrique Cardoso, o

²⁹ Texto original em inglês: *MORE than most presidents, Brazil's Luiz Inácio Lula da Silva is sustained by popular faith. Brazilians assume that he will better the lot of the poor and that his Workers' Party (PT) is nobler than the corrupt norm.*

³⁰ Texto original em inglês: *If he succeeds, the benefits will spread beyond Brazil. Many of its neighbours are in deep trouble. Argentina is bankrupt, and Uruguay teeters on the brink; Venezuela and now Bolivia are riven by conflict, while Colombia is assailed by drug-financed terrorism. The region desperately needs a positive example of democratic continuity, combined with a broad agenda of social and economic reform, in which the poor can see hope of a better life ahead. If Lula is to embody that, it will not just be by speeches but in laws.*

presidente nos últimos oito anos, ele deve começar a viver de acordo com este pesado fardo das expectativas³¹.

A esperança é grafada com letra maiúscula no afã de chamar ainda mais atenção do consumidor da notícia, que através do discurso adotado nesta matéria, faz a leitura de que esperança sem atitudes coerentes acerca das obrigações econômicas do país seria um dos ingredientes do temor dos investidores, responsável por fuga de capitais e “falência” do modelo Lulista de gestão.

Em *Lula's messages for two worlds* a ênfase recai inicialmente na popularidade do novo presidente diante de um público que não agrada o jornal: os socialistas de Porto Alegre: “[...]uma multidão exuberante de 75.000 pessoas no Fórum Social Mundial, um encontro mundial da esquerda radical.”. Na sequência, entretanto, *The Economist* também enfatiza os elogios feitos ao ex-presidente pelos capitalistas de Davos: [...] seu discurso foi recebido com entusiasmo pelos empresários e banqueiros [...].

Em *A time to talk and a time to do* – a enfatização ocorre em relação à necessidade de reformas: “Sem a reforma das finanças públicas, como o Sr. da Silva está descobrindo, o Brasil não só é obrigado a sofrer com as taxas de juros altíssimas, mas deve colocar no mercado excedentes orçamentários enormes a fim de arcar com as suas dívidas.”³²

Intertextualidade

O discurso de *Lula's burden of hope* aponta para a esperança de melhorias na gestão Lula, especialmente devido a parcerias com partidos de centro e à distribuição de cargos de interesse ao mercado, para profissionais experimentados em finanças e ideologicamente ligados ao liberalismo. É a fala desses atores que recebe espaço privilegiado no conteúdo

³¹ Texto original em inglês: “HOPE” and “history” are two words Brazilians often use in talking of their new president, Luiz Inácio Lula da Silva, who took office on January 1st. He has already made history by becoming the first left-winger to be elected to the office, by a landslide in October; it is a sign of how much Brazil's democracy has matured that nobody is surprised that not a peep has come from the armed forces, who ruled from 1964 to 1985. The hope is that Lula, as he is universally known, who was born poor and came to politics via the factory floor and the picket line, will restore Brazil's economic fortunes in a way that lifts up the poorest in a notoriously unequal society. In an emotional inauguration that drew 100,000 supporters to Brasilia, Lula promised to wage war on hunger and unemployment without upsetting Brazil's fragile finances. Now, after a smooth handover of power by Fernando Henrique Cardoso, the president for the past eight years, he must start to live up to this heavy burden of expectations.

³² Texto original em inglês: Without reform in the public finances, as Mr da Silva is discovering, Brazil is not only forced to suffer sky-high interest rates but must crank out huge budget surpluses in order to service its debts.

deste enquadramento; uma clara tentativa de influenciar o leitor sobre questões de interesse do sujeito do discurso. Assim, a esperança ia pouco a pouco obtendo maior espaço no discurso de *The Economist* sobre o Governo Lula.

O ministro das Relações Exteriores, Celso Amorim, diplomata de carreira, é um ex-embaixador na Organização Mundial do Comércio. O ministro da Indústria e Comércio, Luiz Fernando Furlan, chefe de uma grande indústria frigorífica, vem de um setor que tem mais a ganhar do que temer com o livre comércio. Sua abordagem para as negociações sobre a Área de Livre Comércio das Américas é susceptível de ser assertivo, mas não hostil. Se o governo desviar da ortodoxia do seu antecessor, será em áreas como a política industrial, onde alguns dos nomeados de Lula estão interessados em ativismo³³.

Picking losers mais parece um arauto de esperança acerca dos primeiros passos do Governo Lula. O presidente estava há apenas uma semana no cargo e o discurso se apoiava em aspectos inimagináveis se comparados a textos analisados em 2002, cuja orientação voltava-se a questões como incerteza e pânico.

Defendemos que uma das principais razões pelas quais identificamos essa transição é o espaço destinado à fala do próprio ex-presidente, que aparece como uma “garantia” acerca da própria visão otimista do jornal.

Além do cumprimento de metas, o que pode soar prematuro, o discurso defende o equilíbrio e mesmo a sabedoria do governante em tentar trazer para o seu lado também os partidos que perderam as eleições.

Outro aspecto é igualmente decisivo para entendermos a mudança no discurso a respeito de Lula e do seu governo: a sua credibilidade em defender o equilíbrio de interesses dos ricos e dos desassistidos. Com poucos dias no poder, ele já era apontado como o responsável por ter a condição de melhorar a vida dos pobres e, como a própria matéria sugere, beneficiar o mercado financeiro, o que podia parecer absurdo.

³³ Texto original em inglês: *The new government seems likely to adopt a pragmatic stance on trade policy, despite the PT's traditional support for protectionism. The foreign minister, Celso Amorim, a career diplomat, is a former ambassador to the World Trade Organisation. The industry and trade minister, Luiz Fernando Furlan, head of a big meat producer, comes from an industry that has more to gain than to fear from freer trade. Their approach to the talks on the Free-Trade Area of the Americas is likely to be assertive but not hostile. If the government deviates from its predecessor's orthodoxy, it will be in areas such as industrial policy, where some of Lula's appointees are keen on activism.*

O discurso do próprio Lula já havia trazido demonstrações acerca do desejo de implantar políticas capazes não apenas de diminuir o fosso social, mas de beneficiar os mais abastados.

Queremos que os bancos ganhem dinheiro, que os empresários ganhem dinheiro, que os empresários ganhem dinheiro que todo mundo ganhe dinheiro, porque se não ganharam, quem vai perder é o povo. Nós precisamos que as empresas cresçam, que gerem empregos, que as nossas fazendas produzam, que gerem empregos³⁴.

O então presidente já demonstrou também a sua preocupação sobre as relações entre a economia, a política e a persuasão, o que entendemos como discurso: “A economia não depende da vontade apenas de uma pessoa, depende de um conjunto de acertos que a pessoa fizer e de um conjunto de pessoas que estiverem convencidas daqueles acertos³⁵.”

Há uma consonância ideológica entre o ex-presidente Lula e *The Economist*, amparada pelo poder de persuasão do então presidente e pela condução da política econômica brasileira, como prometido durante a campanha eleitoral e cumprida no primeiro mandato. É por isso que o discurso dos investidores recebe espaço privilegiado, servindo como chancela às considerações do próprio veículo acerca da honradez do então presidente.

Há sete semanas na presidência, Luiz Inácio Lula da Silva ainda parece uma presença confortável como líder do Brasil. No ano passado, durante a campanha eleitoral, os investidores estavam tão em pânico em relação a ele, que faltou pouco para a América Latina sofrer um colapso financeiro. Quando o Sr. da Silva aceitou um acordo com o FMI, eles voltaram a respirar, e desde que assumiu o cargo, eles foram agraciados com o enxugamento nos gastos, para tentar resolver as finanças do país, e duas elevações nas das taxas de juros, para ajudar a controlar a inflação³⁶.

³⁴ Discurso realizado em 26/03/08 no Recife-PE. Assinatura de ordem de início de obras do PAC no estado de Pernambuco. Ver mais em: Kamel, Ali. *Dicionário Lula: um presidente exposto por suas próprias palavras*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

³⁵ Discurso realizado em 28/03/06 em Brasília-DF. Posse do novo ministro da Fazenda, Guido Mantega. Ver mais em: Kamel, Ali. *Dicionário Lula: um presidente exposto por suas próprias palavras*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

³⁶ Texto original em inglês: Seven weeks into his presidency, Luiz Inácio Lula da Silva still seems a comfortable presence as leader of Brazil. Last year, during the election campaign, investors were so panicked by him that they took Latin America's biggest economy close to financial meltdown. When Mr da Silva accepted an accord with the IMF, they breathed again; and since he took office they have been cheered by a spending squeeze, to try to settle the country's finances, and two rises in interest rates, to help control inflation.

Orlandi (2008) acredita que através da interpretação deslocamos a noção de ideologia de uma formulação sociológica para uma formulação discursiva. É o que buscamos quando estudamos o discurso que *The Economist* assume sobre o Governo Lula, não apenas nos instantes de críticas ou dúvidas, mas mesmo quando há avaliações positivas que representam esperança. Afinal, como Orlandi (2008) atesta não se pode não significar ou fazer significar, já que todo discurso é levado a dizer o que “isto” quer dizer.

Com base ainda no citado autor, interpretamos os números que descrevem a queda na economia do país em 2003 mais como uma estratégia usual do campo do jornalismo econômico do que como um discurso que macula a imagem do Brasil. Nossa interpretação se justifica pela continuidade ideológica do texto.

Lula e sua equipe econômica prometeram que a política fiscal apertada e monetária de seu primeiro ano de mandato levaria à retomada do crescimento e mais empregos no segundo. A dor é palpável o suficiente: no ano anterior em janeiro, o salário médio caiu 6,2% em termos reais, enquanto o desemprego nas grandes cidades aumentou de 11,2%, para 11,7%. O consumo das famílias caiu 3,3%, um recorde em 2003, enquanto os pagamentos de juros sobre a dívida pública frearam quase 10% do PIB³⁷.

Em sua continuidade o discurso se aproxima do seu interlocutor, em tese, de mesma postura ideológica, além de uma visão empoderada do emissor, que constrói o *ethos* de profundo conhecedor da realidade econômica global, o que possibilita aos seus artigos influenciar na tomada de decisão dos seus leitores e mesmo desafiar o governo brasileiro.

Então quando é que os ganhos vêm? Os críticos veem a política macroeconômica do governo como perversa. Taxas de juros reais estão entre as maiores de qualquer grande economia, mesmo após a queda de dez pontos do ano passado na taxa de referência do Banco Central. Seus lamentos são cada vez mais estridentes, em parte porque o Banco Central tem se mantido estável (menos 16,5%) nos últimos dois meses. Antônio Delfim Netto, um deputado aliado ao governo, deu o aviso que a obsessão do banco de bater sua meta de inflação (de 5,5%) poderia condenar a economia a um crescimento medíocre este ano³⁸.

³⁷ Texto original em inglês: *Lula and his economic team promised that the tight fiscal and monetary policies of their first year in office would lead to renewed growth and more jobs in the second. The pain is tangible enough: in the year to January, average wages fell 6.2% in real terms, while unemployment in the big cities rose to 11.7%, from 11.2%. Household consumption fell a record 3.3% in 2003, while interest payments on the public debt snaffled almost 10% of GDP.*

³⁸ Texto original em inglês: *So when will the gains come? Critics see the government's macroeconomic policy as perverse. Real interest rates are among the highest of any large economy, even after last year's ten-point decline in the central bank's benchmark rate. Their laments are growing more shrill, partly because the*

Por fim, foi a linguagem permeada por atitudes equilibradas nas diferentes searas envolvidas por uma aura da simplicidade do homem retirante, operário e líder sindical, que deixa o espaço de oprimido para ocupar o lugar de Chefe de Estado de uma das maiores economias do planeta, que efetivamente promoveu elogios ao Brasil na bíblia do liberalismo mundial: *The Economist*.

“Vocês tão chorando por quê? Até eu terminar o mandato dá pra dar canetada que só a ‘misera’!”³⁹ Fica o registro acadêmico desse momento da história recente do país, dessa linguagem *folk* que percorreu o mundo em tom conciliador e que ajudou a encher a “pança” de milhões de compatriotas, como dito pelo próprio líder, por meio de diferentes programas contra a fome. Por fim, em meio ao atual contexto socioeconômico os elogios e euforia parecem vaga lembrança em meio ao crescimento exponencial da miséria dos tempos pandêmicos e de mudanças na visão defendida pelo contemporâneo modelo de Governo Federal; que a referida vaga lembrança seja ao menos dotada de esperança!

Referências

- BOURNE, Richard. **Lula do Brasil: a história real do Nordeste ao Planalto**. São Paulo: Geração Editorial, 2009.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. São Paulo: Contexto, 2008.
- COURTINE, Jean-Jacques. **Metamorfoses do discurso político**. São Carlos, SP: Claraluz, 2006.
- DALPIAZ, Jamile. Imprensa e ideologia: a cobertura do governo brasileiro pelos jornais britânicos. **Comunicação e Educação**, São Paulo, v.I, n. 2, p. 65-76, 2008.

central bank has held this steady (at 16.5%) for the past two months. Antônio Delfim Netto, a congressman friendly to the government, gave warning that the bank's obsession with hitting its inflation target (of 5.5%) could condemn the economy to mediocre growth this year.

³⁹ Último discurso público do então Presidente Lula em dezembro de 2010 antes de concluir o segundo mandato no Recife Antigo, área histórica e central da capital pernambucana. A expressão dita por ele “que só a misera!” significa “um monte” e dizia respeito à série de medidas que ainda seria capaz de tomar em benefício popular até o efetivo término do mandato.

FAUSTO NETO, Antônio; VERÓN, Eliseo (Org). **Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral**. São Paulo: Hacker; São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.

GNERRE, Maurizio. **Linguagem, escrita e poder**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

GUIZZO, J. **Lula Luís Inácio da Silva entrevistas e discursos**. Guarulhos: O Repórter de Guarulhos, 1981.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo Econômico**. São Paulo: Edusp, 2000.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas: Pontes, 1997.

MELO, José Marques de; FERNANDES, Guilherme Moreira (orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação**. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

PARANÁ, Denise. **Lula o filho do Brasil**. 3. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2008.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso**. 3. ed. Campinas: Pontes, 2002.

PROCÓPIO, Pedro; GOMES, Isaltina. **Newsweek um outro olhar sobre o Brasil**. In XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR: 2009.

PROCÓPIO, Pedro. **O Brasil Emergente nas Páginas de The Economist: Relações Entre Economia e Discurso no Governo Lula**. Recife: Bagaço, 2012.

SANTOS, Pedro Paulo Procópio de Oliveira. **O reforço na construção da identidade cultural do povo baiano através da campanha publicitária - para a tv – promovida pelo Governo do Estado em 2002**. Trabalho de conclusão de curso (Especialização) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2003.

SCOLESE, Eduardo; NOSSA, Leonencio. **Viagens com o Presidente**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

TREIN, Sérgio. As figuras retóricas utilizadas na estrutura linguageira do Presidente Lula. In: LOPES, Fernanda; SACRAMENTO, Igor (Orgs.). **Retórica e Mídia**. Florianópolis: Insular, 2009.

VAN DIJK, Teun. **Cognição, discurso e interação**. São Paulo: Contexto, 2008.