

## A POLÍTICA NA ORDEM DO DISCURSO MIDIÁTICO: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES ACERCA DO ENUNCIADO “LULA É O CARA”

Joseane Silva Bittencourt<sup>99</sup>  
(UESB)

Nilton Milanez<sup>100</sup>  
(UESB)

### RESUMO

O presente trabalho objetiva analisar, à luz dos pressupostos teóricos da Análise do Discurso de linha francesa, a produção de sentidos em torno do enunciado “Lula é o cara”, dito pelo presidente dos EUA, Barack Obama, numa conversa informal na reunião do G20, em abril de 2009. Para tanto, retomo as noções de *intedito* e *vontade de verdade* da “Ordem do Discurso”, de Foucault, e a noção de *memória discursiva*, postulada por Courtine, implicada em interpretações do “real” de uma ordem discursiva midiática, conforme propõe Navarro-Barbosa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Discurso; Político; Mídia; Memória.

### INTRODUÇÃO

As transformações pelas quais sofreu o discurso político a partir da década de 80, conforme foram notadas por Courtine (2006), fez surgir uma nova forma de comunicação política, aliada às novas tecnologias audiovisuais. A publicização dos manifestos e programas de governo dos partidos políticos foi suplantada pela publicização do próprio sujeito político, marcada pelo interesse sobre suas falas informais, suas gafes e, até mesmo, sua vida privada. Nesse sentido, analisaremos algumas interpretações sobre a conversa informal do

---

<sup>99</sup> Estudante do curso de Especialização em Linguística, da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Assistente de Coordenação e Pesquisa da Labedisco (Laboratório de Estudos do Discurso e do Corpo), na UESB.

<sup>100</sup> Professor Doutor da UESB, campus Vitória da Conquista, no Departamento de Estudos Linguísticos e Literários, com ênfase em Análise do Discurso. Coordenador do Labedisco (Laboratório de Estudos do Discurso e do Corpo), na UESB.

presidente Barack Obama sobre o seu congênere brasileiro, Lula, durante um almoço de líderes mundiais do G20, em Londres, no dia dois de abril de 2009.

Esta conversa informal entre os líderes políticos foi captada pelos microfones de uma grande empresa de comunicação que “cobria” o evento. A partir do episódio “Lula é o cara”, surgiram análises de inúmeros jornalistas e blogueiros a fim de elucidar tal enunciado: seria mesmo um elogio ou uma brincadeira do presidente americano? Quais sentidos foram produzidos em torno da fala do presidente Obama? Que outros enunciados emergiram por meio desse enunciado? Tomaremos, pois, esse acontecimento e analisaremos, à luz dos postulados foucaultianos, algumas de suas interpretações a fim de identificar as produções de sentido engendradas nessa rede discursiva.

## **MATERIAL E MÉTODOS**

Apresentemos, pois os textos jornalísticos selecionados para a composição do *corpus* do trabalho: o texto 1, produzido pelo jornalista Ricardo Noblat, do O Globo, veiculado em seu próprio blog (<http://oglobo.globo.com/pais/noblat/posts/2009/04/02/obama-diz-que-lula-o-politico-mais-popular-na-terra-174138.asp>), no qual analisaremos apenas os trechos referentes especificamente ao enunciado em questão. O texto 2, de responsabilidade do jornalista da Rede Record, Rodrigo Vianna, publicado em seu blog, *O Escrevinhador* (<http://www.rodrigovianna.com.br/vasto-mundo/para-obama-lula-e-politico-mais-popular-da-terra.html>).

Utilizamos os pressupostos teóricos da Análise do Discurso de linha francesa, postulados por Foucault em *A ordem do discurso*, como o interdito, no qual não somos livre para falar o que quiser, em qualquer lugar ou a qualquer momento; e a vontade de verdade, cujo discurso pode ser tomado como verdadeiro. Usamos também a noção de memória discursiva, pensada por Courtine, que permite que um

enunciado seja repetido, transformado, deslocado e apagado, bem como as questões trazidas por Navarro-Barbosa (2010) acerca da ordem discursiva midiática, na qual a mídia, descrevendo os espaços *logicamente estabilizados*, atua nos espaços *não logicamente estabilizados* (Pêcheux, 1997), se investe de autoridade e credibilidade para interpretar o “real”.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

Analisemos algumas “interpretações do real” (Navarro-Barbosa, 2010) veiculadas na mídia eletrônica a respeito desse acontecimento, a fim de identificar a produção de sentidos que emergiram em torno desse enunciado. Apresentemos o texto 1, do jornalista Ricardo Noblat:

### (1)

(...) O político mais popular da Terra é Obama. (...) Obama quis ser simpático com Lula (...) A gozação, deboche ou brincadeira de Obama com Lula reforça a posição de Lula entre os negociadores da crise. Digo melhor: a posição do Brasil. Isso interessa a Obama porque o Brasil é o mais forte aliado dos Estados Unidos na América Latina.

Nesse trecho é marcado a posição do sujeito que fala, aquele que tem autoridade para dizer algo que pode ser considerado verdadeiro - tanto o enunciado da instituição Presidente dos EUA quanto o enunciado da instituição midiática - fala deve ser revestida de credibilidade para entrar na ordem do discurso. Nesse caso, o presidente americano utilizou da mentira para um bem, que é o que Courtine chama de “mentir verdadeiro” (2006b). Assim, o presidente americano foi “simpático” com seu congênere brasileiro a fim de obter vantagens políticas e diplomáticas. Dessa forma, se o presidente americano é que é “o cara”, o presidente brasileiro deve se resguardar

na sua posição, marcada no texto pelas expressões “a posição do Brasil” e “o mais forte aliado dos EUA” – uma posição subserviente: logo, o submisso não pode ser “o cara”.

Analisemos o texto 2, do jornalista Rodrigo Viana:

**(2)**

Lula não é importante porque o Obama ou a Newsweek (...) reconhecem seu valor.

Ele é importante porque:

- criou mercado interno no Brasil;
- faz uma política externa independente (que não tira os sapatos para os EUA);
- não trata movimento social como questão de polícia;
- e faz política social de verdade - como um social-democrata.

Nesse trecho, o enunciador remete a importância do presidente brasileiro às suas ações governamentais e minimiza o enunciado do presidente americano e da mídia internacional. Ao enumerar os pontos que tornam o presidente do Brasil “o cara”, o enunciador faz referência ao governo FHC, marcada pelo uso dos parênteses, pela utilização do elemento negativo que marca o enunciado dividido, além da expressão “de verdade”, no último ponto, tecendo assim uma rede de memória. Dessa maneira, o presidente Lula seria “o cara” porque soube gerir bem a economia de seu país; suas ações o levaram a estar nessa posição de importância.

## **CONCLUSÕES**

Concluimos que um enunciado pode ser transformado em um acontecimento discursivo e sofrer interpretações diversas pela mídia, que recorre à memória para tecer suas interpretações e investir seu

discurso de credibilidade. No caso do enunciado “Lula é o cara”, emergiram diversos outros enunciados que produzidos sentidos até mesmo contraditórios, mas todos eles investidos de uma vontade de verdade, evidenciada pela ordem discursiva midiática.

## REFERÊNCIAS

COURTINE, Jean-Jacques. **Metamorfoses do Discurso Político. Derivas da fala pública. Trad. de Nilton Milanez e Carlos Piovezani Filho.** São Carlos: Claraluz, 2006a.

\_\_\_\_\_. **O mentir verdadeiro. In: SWIFT, Jonathan; COURTINE, J-J. A arte da mentira política. Trad. Mônica Zoppi-Fontana e Roberto Leiser Baronas.** Campinas: Pontes, 2006b.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso.** São Paulo: Ed. Loyola, 1996.

NAVARRO-BARBOSA, Pedro Luis. **Uma definição da ordem discursiva midiática. In: MILANEZ, Nilton; GASPARG, Nádea Regina (Orgs.). A (des)ordem do Discurso.** São Paulo: Contexto, 2010. p.79-93.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso. Estrutura ou acontecimento.** 5ª edição. Trad. Eni Puccinelli Orlandi. Campinas: Pontes, 2008.

NOBLAT, Ricardo. **Obama diz que Lula é o político mais popular na terra.** Acesso em setembro de 2009. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/pais/noblat/posts/2009/04/02/obama-diz-que-lula-o-politico-mais-popular-na-terra-174138.asp>

VIANNA, Rodrigo. **Para Obama, Lula é político mais popular da terra.** Acesso em setembro de 2009. Disponível no Blog *O escrevinhador*: <http://www.rodrigovianna.com.br/vasto-mundo/para-obama-lula-e-politico-mais-popular-da-terra.html>

