



**UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA**  
**GILSON LUIZ PIBER DA SILVA**

**CAFÉ COM O PRESIDENTE:  
UM OLHAR SEMÂNTICO-PRAGMÁTICO SOBRE O PAC NO PROGRAMA DE  
RÁDIO DE LULA**

**Palhoça – SC – Brasil**

**2009**

**GILSON LUIZ PIBER DA SILVA**

**CAFÉ COM O PRESIDENTE:  
UM OLHAR SEMÂNTICO-PRAGMÁTICO SOBRE O PAC NO PROGRAMA DE  
RÁDIO DE LULA**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciências da Linguagem.

Orientador: Prof. Dr. Fábio de Carvalho Messa.

Palhoça

2009

**GILSON LUIZ PIBER DA SILVA**

**CAFÉ COM O PRESIDENTE:  
UM OLHAR SEMÂNTICO-PRAGMÁTICO SOBRE O PAC NO PROGRAMA DE  
RÁDIO DE LULA**

Esta dissertação foi julgada adequada à obtenção do título de Mestre em Ciências da Linguagem e aprovada em sua forma final pelo Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Palhoça, 8 de julho de 2009.

---

Professor e orientador Fábio de Carvalho Messa, Doutor  
Universidade do Sul de Santa Catarina

---

Professor Ricardo Leandro de Medeiros, Doutor  
Faculdade Estácio de Sá - SC

---

Professora Solange Maria Leda Gallo, Doutora  
Universidade do Sul de Santa Catarina

Dedico este trabalho a todos que acreditaram no meu sonho de virar Mestre, em especial a minha esposa, Marise, e meu filho, Guilherme, pelo amor, companheirismo e compreensão.

## AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Wilson e Celvina, pelo amor, educação e incentivo.

Aos meus irmãos, Odacir, Leonor e Wilson Marcelo, pela amizade, constante apoio e parceria.

Aos meus sogros, Valter (in memoriam) e Therezinha, pela confiança e força.

Aos meus cunhados (as), Glenir, Marli, Mônica e Claudiomiro, pela amizade e apoio.

Às minhas sobrinhas e demais parentes, pelo incentivo.

À tia Ieda, tio Hugo, Everson e Lilian, pelo constante abrigo, apoio e amizade.

A todos os dirigentes, colegas e amigos da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), em especial da equipe da Coordenadoria de Comunicação Social.

A todos os dirigentes, colegas e amigos do Centro Universitário Franciscano (Unifra), em especial os professores, colaboradores e alunos do curso de Jornalismo.

A todos os dirigentes, docentes e funcionários da Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), em especial os professores e colaboradores do Mestrado em Ciências da Linguagem.

Ao meu orientador, Fábio de Carvalho Messa, pela amizade, ensinamentos, confiança e paciência.

A todos os colegas da turma de 2007 do Mestrado em Ciências da Linguagem da Unisul, em especial os da Pedra Branca - principalmente Lis, Catia, Thiago e José Américo -, pela amizade, coleguismo, apoio e respeito.

Ao amigo, professor e radialista Sergio Carvalho, pelos ensinamentos e conselhos.

O rádio é o jornal de quem não sabe ler;  
é o mestre de quem não pode ir à escola;  
é o divertimento gratuito do pobre;  
é o animador de novas esperanças;  
o consolador do enfermo;  
o guia dos sãos, desde que o realizem  
com espírito altruísta e elevado.  
(Edgard Roquette-Pinto)

## RESUMO

A pesquisa busca apontar os lugares de fala do presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, enquanto dirigente máximo do país, no programa de rádio *Café com o Presidente*. São analisados trechos de cinco edições selecionadas, que foram ao ar em 2007 e abordaram as ações do governo federal em torno do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC). O presidente Lula é o protagonista do programa, que tem o formato de entrevista radiofônica. Com base em pressupostos de teorias semântico-pragmáticas do discurso, o trabalho dispõe de comentários parafrásticos de trechos da fala do presidente, bem como descreve as estratégias enunciativas utilizadas por Lula.

Palavras-chave: Semântico-Pragmática. Discurso Político. Radiojornalismo.

## **RESUMEN**

La investigación tiene por objeto establecer los puestos del Presidente habla de Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva como el máximo líder del país, el programa de radio Café con el Presidente. Analizamos porciones seleccionadas de cinco ediciones, que fueron al aire en 2007 y examinó las acciones del gobierno federal en el Programa de Aceleración de Crecimiento (PAC). El Presidente Lula es el protagonista del programa, que tiene el formato de entrevistas de radio. Sobre la base de hipótesis de teorías semántico-pragmático del discurso, el trabajo ha paraphrastic comentarios extracto del discurso del Presidente, y describe las estrategias utilizadas por enunciativa Lula.

Palabras clave: Semántico-Pragmático. Discurso político. Radiojornalismo.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>O RÁDIO NO BRASIL .....</b>	<b>13</b>
<b>3</b>	<b>LINGUAGEM E RÁDIO .....</b>	<b>17</b>
3.1	LINGUAGEM E DIALOGISMO .....	18
3.2	A ENTREVISTA RADIOFÔNICA .....	19
3.3	O PROGRAMA CAFÉ COM O PRESIDENTE .....	21
3.3.1	Quando o assunto é o PAC .....	23
<b>4</b>	<b>SEMÂNTICA, PRAGMÁTICA E DISCURSO.....</b>	<b>25</b>
4.1	PESSOAS DO DISCURSO .....	27
4.2	NEGAÇÃO E PRESSUPOSIÇÃO .....	29
4.3	DISCURSO E ARGUMENTAÇÃO.....	33
4.3.1	A enunciação e o discurso.....	36
4.3.2	Fatores pragmáticos.....	38
4.3.3	Os tipos de paráfrase .....	40
<b>5</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>42</b>
<b>6</b>	<b>ANÁLISE.....</b>	<b>43</b>
6.1	ESTRATÉGIAS ENUNCIATIVAS.....	43
6.1.1	Negação em resposta a afirmações externas.....	43
6.1.2	Afirmção em resposta a negações externas.....	44
6.1.3	Afirmção e negação (e vice-versa) em resposta a comentários externos .....	45
6.2	COMENTÁRIOS PARAFRÁSTICOS.....	46
<b>7</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>56</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>59</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>63</b>
	<b>ANEXO A – Texto do Programa Café com o Presidente – 29.01.2007 .....</b>	<b>64</b>
	<b>ANEXO B – Texto do Programa Café com o Presidente – 27.08.2007.....</b>	<b>67</b>
	<b>ANEXO C – Texto do Programa Café com o Presidente – 10.09.2007 .....</b>	<b>70</b>

<b>ANEXO D – Texto do Programa Café com o Presidente – 24.09.2007 .....</b>	<b>73</b>
<b>ANEXO E – Texto do Programa Café com o Presidente – 31.12.2007.....</b>	<b>76</b>
<b>ANEXO F – CD com o áudio dos cinco programas analisados.....</b>	<b>79</b>
<b>ANEXO G – Entrevista com Helenise Brant .....</b>	<b>80</b>
<b>ANEXO H – CD com o balanço sete do PAC .....</b>	<b>83</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O rádio, como veículo de comunicação de massa, integra o cotidiano dos brasileiros há praticamente 87 anos. A informação, o entretenimento e a formação da opinião pública estão entre as funções do rádio, que é tido como um companheiro dos ouvintes. Analisar o conteúdo divulgado via rádio, com enfoque nas Ciências da Linguagem, é o desafio a que nos propomos. O caminho é percorrido quando abordamos as questões semânticas e pragmáticas.

O estudo tem, como objetivo principal, apontar os lugares de fala ocupados pelo presidente da República Federativa do Brasil, Luis Inácio Lula da Silva, que utiliza o rádio para se comunicar com o povo brasileiro por meio do programa *Café com o Presidente*. Determinar os aspectos semântico-pragmáticos do discurso de Lula e verificar as estratégias enunciativas usadas pelo presidente durante o programa estão entre os objetivos específicos do trabalho.

A pesquisa justifica-se por alguns aspectos. Entre eles está o fato de Luiz Inácio Lula da Silva integrar o Partido dos Trabalhadores (PT) e ser o primeiro presidente de esquerda eleito, reeleito após a volta da eleição direta para o cargo no país. Desde a sua primeira eleição, em 2002, o debate social e midiático é intenso sobre os rumos que o país tomaria tendo um metalúrgico e líder sindical como dirigente máximo.

A delimitação do corpus foi estabelecida ao eleger o tema Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) nas cinco edições selecionadas do *Café com o Presidente* em 2007. O PAC projetava, inicialmente, investimentos no país, por parte do governo federal, na ordem de R\$ 503,9 bilhões, no período de 2007 a 2010. No dia 3 de junho de 2009, o Comitê do PAC apresentou o sétimo balanço, com as ações realizadas em 2007, 2008 e até abril deste ano. Com a posterior inclusão de novas ações, o montante para o período subiu para R\$ 646 bilhões. Mais R\$ 502,2 bilhões foram adicionados ao programa para investimentos no país após 2010. Da soma de R\$ 1,14 trilhão, o eixo de Logística terá R\$ 132,2 bilhões, o de Energia, R\$ 759 bilhões e o Social e Urbano, R\$ 257 bilhões. A meta do governo federal é “acelerar o crescimento do Brasil” nas áreas de infra-estrutura energética, social e urbana, e de logística. O PAC é o principal programa da segunda gestão de Lula na presidência da República.

A opção pela mídia rádio no estudo leva em conta a simpatia pessoal e profissional deste jornalista-pesquisador, que atua há 14 anos no radiojornalismo, com passagem em emissoras de Santa Maria e Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. Essa experiência de atuação

no rádio proporcionou que, a partir de 2005, o jornalista-pesquisador passasse a integrar o corpo docente do Centro Universitário Franciscano (Unifra), em Santa Maria (RS), no curso de Comunicação Social – Jornalismo - ministrando as disciplinas de Radiojornalismo I e II, Oficina de Produção Radiofônica e Projeto Experimental em Rádio, bem como coordenando o Núcleo de Produção Radiofônica. Isso fez com que a busca pela atualização profissional e a qualificação docente aumentasse, sempre com o objetivo de discutir, analisar, aprender e gerar novos saberes sobre a mídia rádio além da técnica simplesmente.

A escolha para análise do *Café com o Presidente*, o programa de rádio do presidente Lula, é uma proposta ainda recente na pesquisa em Comunicação Social e nas Ciências da Linguagem no país. O trabalho apresenta inicialmente dados sobre a história e as fases do rádio no Brasil. Depois, faz uma síntese dos aspectos da linguagem radiofônica, seguida de reflexões sobre o dialogismo e a entrevista. E, por fim, apresenta uma transcrição comentada de trechos do programa *Café com o Presidente*, que abordam o PAC.

A Semântica, a Pragmática e o Discurso ganham um capítulo especial, pois servem para pavimentar o caminho teórico da análise dos cinco programas selecionados em que o PAC é tematizado. Os comentários analíticos e as considerações finais trazem o olhar deste jornalista-pesquisador a respeito dos lugares de fala ocupados pelo presidente Lula nas edições selecionadas do *Café com o Presidente*, que reflete sobre aspectos semântico-pragmáticos como as estratégias enunciativas.

## 2 O RÁDIO NO BRASIL

Alguns documentos indicam que o rádio, no Brasil, nasceu em Recife (PE), no dia 6 de abril de 1919. Nesta data, com um transmissor importado da França, foi inaugurada a Rádio Clube de Pernambuco por Oscar Moreira Pinto. Porém, a data oficial da primeira transmissão radiofônica no país é 7 de setembro de 1922, dia em que foi comemorado o Centenário da Independência do Brasil. Com 80 transmissores espalhados pela cidade do Rio de Janeiro, os cariocas ouviram o discurso do então presidente Epitácio Pessoa. A emissora instalada pela Westinghouse tinha um transmissor de 500 watts, que estava localizado no alto do Corcovado.

As transmissões perduraram por mais alguns dias, mas faltou planejamento para a continuidade. A instalação definitiva da radiodifusão no país ocorreu um ano depois, no dia 20 de abril de 1923. Nesse contexto que a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro acabou fundada por Roquette Pinto e Henry Morize, sendo a primeira emissora constituída como empresa. Porém, as transmissões regulares só ocorreram a partir do dia 1º de abril daquele ano, quando a emissora iniciou oficialmente suas atividades.

Mas o rádio nascia como meio de elite, não de massa, e se dirigia a quem tivesse poder aquisitivo para mandar buscar no exterior os aparelhos receptores, então muito caros. Também a programação não estava voltada para atingir aos objetivos a que se propunham seus fundadores: “Levar a cada canto um pouco de educação, de ensino e de alegria”. Nasceu como um empreendimento de intelectuais e cientistas e suas finalidades eram basicamente culturais, educativas e altruísticas. (ORTRIWANO, 1985, p.14)

A programação básica tinha ópera, recitais de poesia, concertos e palestras. As emissoras, que começaram a espalhar-se pelo território brasileiro ao longo da década de 20, dependiam das doações de entidades privadas ou públicas e das mensalidades dos que possuíam um aparelho em casa para sua manutenção.

Dois fatores transformaram a situação do rádio no Brasil a partir da década de 30. O primeiro deles foi a introdução do rádio de válvulas, substituindo o de Galena, o que contribuiu para baratear os custos de produção do aparelho. O segundo foi a mudança da legislação, através do Decreto número 21.111, de 1º de março de 1932, que regulamentou o Decreto número 20.047, de maio de 1931, permitindo a inserção da publicidade no rádio. A introdução dos anúncios publicitários fez com que o rádio perdesse, aos poucos, seu caráter educativo e elitista. Foi o primeiro diploma legal sobre a radiodifusão no país.

Dessa forma, o rádio começou a se consolidar e passou a ter uma programação mais popular, direcionada às massas. De acordo com Ortriwano (1985), músicas populares, programas humorísticos e os “reclames” publicitários passaram a dominar a programação e, com o crescimento do comércio e da indústria motivados pela Revolução de 1930, os interesses mercantis começaram a ser impostos.

Os empresários começaram a perceber que o rádio era muito mais eficiente para divulgar seus produtos do que os veículos impressos, inclusive devido ao grande número de analfabetos. Para o rádio, surgem, então, novas funções, diretamente ligadas ao desenvolvimento político e econômico do país. (ORTRIWANO, 1985, p.16)

Getúlio Vargas foi o primeiro presidente brasileiro a usar o rádio para divulgar as atividades governamentais. Conforme Ferraretto (2001), o ex-presidente utilizou-o para disseminar o seu projeto de integração nacional, para fazer a divulgação da imagem e dos produtos brasileiros no exterior e, em especial, para se fazer ouvido pelos brasileiros de todas as regiões.

Segundo Ortriwano (1985), Vargas descobriu o potencial que o rádio possuía para a área política. Assim, passou a veicular, via rádio, propagandas e todo o material produzido pelo Departamento Oficial de Propaganda (DOP), responsável por uma seção de rádio que mais tarde transformou-se na conhecida *Hora do Brasil*. Em 1934, o DOP deu origem ao Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, surgindo então *A Voz do Brasil*. Mais tarde, o Decreto número 1.915, de 27 de dezembro de 1939, criou o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), um órgão ligado à Presidência da República e que exercia um papel de censura, sendo responsável pela fiscalização das programações das emissoras e pela produção do programa *A Voz do Brasil*.

Nos anos 40, ocorre a chamada “época de ouro do rádio brasileiro”. As emissoras começam a concorrer entre si e a lutar pela conquista de mais ouvintes e patrocinadores. As radionovelas, os musicais, os programas de auditório e as transmissões esportivas ganham espaço. Em 28 de agosto de 1941, às 12h45min, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro coloca no ar o Repórter Esso, um noticioso que marcou o radiojornalismo nacional. Foi o embrião do desenvolvimento de um texto e de uma forma específicos para o rádio: frases curtas, ordem direta, tempo do texto era medido, a notícia entrava na hora certa e era apresentada com nuances dos locutores, conferindo um colorido ao fato narrado.

O rádio sofre, nas décadas de 50 e 60, o impacto da chegada televisão e tem a morte decretada. Transforma-se em um "vitrolão" (roda discos em sua programação) e passa a investir em utilidade pública. Ocorre o desenvolvimento do radiojornalismo e de uma mobilidade maior do rádio. Ele sai do estúdio e vai às ruas. A disseminação do transistor, desenvolvido em 1947, torna o rádio portátil e os equipamentos de externas também ganham com isso.

Nas décadas de 70, 80 e 90, o rádio parte para o incremento do jornalismo, da prestação de serviços, da segmentação e do desenvolvimento das FMs. Ocorre a consolidação do radiojornalismo nas AMs. São desenvolvidas diversas programações diferenciadas. O modelo talk and news, muita fala (entrevista) e notícias 24 horas ao dia, se consolida em várias emissoras. A Central Brasileira de Notícias (CBN) surge também nessa época com um projeto de cobertura nacional.

O desenvolvimento do rádio na Internet abre novos caminhos e formas de acompanhar e adaptar-se ao impacto provocado pelas novas tecnologias. Estabelece-se uma convergência das mídias. A Internet se apropria de imagens, do texto impresso, do modo de escrever do rádio e do próprio áudio, reacomodando as mídias. O rádio rumou para a segmentação, com agilidade na cobertura jornalística.

Na fase atual, surge o rádio digital como alternativa para a comunicação que permite que as transmissões por FM tenham qualidade de CD e as transmissões por AM tenham qualidade semelhante às FMs tradicionais. Inicialmente, o modelo norte-americano de transmissão IBOC (In Band On Channel) era o mais propício a ser adotado. Porém, também são feitos testes com o modelo europeu DRM (Digital Radio Mondiale). Ainda não existe uma definição. Por enquanto, as empresas realizam transmissões em analógico e digital para observar vantagens e problemas destas alternativas. Segundo estimativas da Associação das Emissoras de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo, toda a malha de receptores de rádio será atualizada para o formato digital em dez anos. Ou seja, durante este período, ocorrerá o simulcasting (processo simultâneo) para que todas as pessoas possam ter condições de adquirir um aparelho de rádio digital. Este novo formato de transmissão também traz diversas possibilidades para as emissoras. Por ser um meio digital, a transmissão de rádio poderá também incluir, além do som, vídeos e imagens.

O alcance pelo público, que antes era excluído, mostra que o veículo era um meio eficiente, pois instigava o consumo e dava tanto resultado que foi, e continua sendo, um canal utilizado pela política. De acordo com Ortriwano (1985), o rádio é o mais eficaz instrumento ideológico dos grupos em vigência no poder. Isto porque consegue alcançar as massas de uma

maneira como nenhum outro veículo. Foi por isso que a política fez questão de tê-lo como aliado.

Sandra de Deus (2002) destaca que, nos anos 80, o presidente José Sarney (1985-1989) adotou o programa “Conversas ao Pé do Rádio” onde prestava contas, respondia perguntas, dava recados e pedia sugestões. O presidente Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) também teve o seu programa de rádio, onde abordava os mais diferentes assuntos no “Palavra do Presidente”. O programa tinha três minutos de duração e era gerado pela então estatal Radiobrás, hoje transformada em Empresa Brasil de Comunicação (EBC).

Foi durante o primeiro mandato como presidente da República Federativa do Brasil, entre 2003 e 2006, que Luiz Inácio Lula da Silva resolveu ter, também, o seu próprio programa de rádio: “Já fazia algum tempo que eu estava querendo ter um programa de rádio que me permitisse conversar os assuntos importantes do Brasil com o povo brasileiro e esse programa vem em boa hora”, afirmou Lula, durante a primeira edição do *Café com o Presidente*, em 17 de novembro de 2003.

### 3 LINGUAGEM E RÁDIO

A linguagem radiofônica, na ótica de Ferraretto (2000), engloba o uso da voz humana, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, que atuam isoladamente ou combinados entre si de diversas formas. Cada um destes elementos contribui, com características próprias, para o todo da mensagem:

- 1) voz humana: som ou conjunto de sons emitidos pelo aparelho fonador, fala.
- 2) música: arte e ciência de combinar os sons de modo agradável ao ouvido, composição musical.
- 3) efeitos sonoros: produto ou resultado de algo que produz ou reforça o som, que emite som intenso, harmonioso, melodioso.
- 4) silêncio: estado de quem se cala, ausência de ruído, sossego, sigilo.

Os três últimos – música, efeitos sonoros e silêncio – instigam em grande parte o inconsciente do ouvinte, enquanto o discurso oral visa ao consciente.

A trilha sonora pode acentuar ou reduzir determinados aspectos dramáticos contidos na voz do comunicador, ressaltados, por vezes, pelo silêncio. Neste quadro, o efeito compensa a ausência da imagem, reproduzindo sons próprios de elementos que servem como pano de fundo, de um trovão em meio a uma tempestade aos trinos dos pássaros para representar o início de uma manhã de primavera.

A ausência de contato visual leva a uma série de alternativas sonoras para a codificação da mensagem. Resulta daí que a base para recepção seja o sentido da audição como, em nível menor – por não ser o único elemento presente -, a fala é a base da transmissão.

A maior ou menor quantidade de recursos técnicos influenciará ainda na diminuição ou no aumento da eficácia de processo comunicativo, não só na transmissão em si, mas também no entendimento da mensagem.

A instantaneidade do rádio como veículo de comunicação, determinada em parte significativa pela estrutura tecnológica de emissão e recepção, impõe poderoso condicionante à mensagem.

Desta forma, McLeish (1999) e Barbosa Filho (2003) consideram que a linguagem no rádio deve ser direta, objetiva (relatar de maneira clara e correta os fatos), simples (sem rodeios), clara (leva a compreensão imediata), envolvente, agradável, acolhedora, entusiasmada (vibrante), informal, nítida, rica, repetitiva (com originalidade), forte, concisa,

correta e invocativa (que se aproxima do ouvinte). Tudo para promover que um maior número de ouvintes tenha acesso às informações transmitidas.

### 3.1 LINGUAGEM E DIALOGISMO

Segundo Bakhtin (1998), a língua, em sua totalidade concreta, viva, em seu uso real, tem a propriedade de ser dialógica. Essas relações dialógicas não se circunscrevem ao quadro estreito do diálogo face a face, que é apenas uma forma composicional, em que elas ocorrem. Ao contrário, todos os enunciados no processo de comunicação, independentemente de sua dimensão, são dialógicos. Neles, existe uma dialogização interna da palavra, que é perpassada sempre pela palavra do outro, é sempre e inevitavelmente também a palavra do outro. Isso quer dizer que o enunciador, para construir um discurso, leva em conta o discurso de outrem, que está presente no seu. Por isso, todo discurso é inevitavelmente ocupado, atravessado, pelo discurso alheio. O dialogismo consiste nas relações de sentido que se estabelecem entre dois enunciados.

A orientação dialógica é naturalmente um fenômeno próprio a todo discurso. Trata-se da orientação natural de qualquer discurso vivo. Em todos os seus caminhos até o objeto, em todas as direções, o discurso se encontra com o discurso de outrem e não pode deixar de participar, com ele, de uma interação viva e tensa. Apenas o Adão mítico que chegou com a primeira palavra num mundo virgem, ainda não desacreditado, somente este Adão podia realmente evitar por completo esta mútua orientação dialógica do discurso alheio para o objeto. Para o discurso humano, concreto e histórico, isso não é possível: só em certa medida e convencionalmente é que pode dela se afastar. (BAKHTIN, 1998, p.88)

As unidades da língua são os sons, as palavras e as orações, enquanto os enunciados são as unidades reais de comunicação. As primeiras são repetíveis. No entanto, os enunciados são irrepetíveis, uma vez que são acontecimentos únicos, cada vez tendo um acento, uma apreciação, uma entonação próprios.

O primeiro conceito de dialogismo diz respeito, pois, ao modo de funcionamento real da linguagem: todos os enunciados constituem-se a partir de outros. Numa formação social determinada, operam o presente, ou seja, os múltiplos enunciados em circulação sobre todos

os temas; o passado, isto é, os enunciados legados pela tradição de que a atualidade é depositária, e o futuro, os enunciados que falam dos objetivos e das utopias dessa contemporaneidade. Nela, atuam forças centrípetas e centrífugas: aqueles atuam no sentido de uma centralização enunciativa do plurilinguismo da realidade; estas buscam erodir, principalmente pela derrisão e pelo riso, essa tendência centralizadora.

Com os conceitos de forças centrípetas e forças centrífugas, Bakhtin desvela o fato de que a circulação das vozes numa formação social está submetida ao poder. Não há neutralidade no jogo das vozes. Estão em causa todas as relações de poder, desde as do dia-a-dia até aquelas do exercício do poder do Estado.

Segundo Chauí (1995, p. 142):

A linguagem é um instrumento do pensamento para exprimir conceitos e símbolos, para transmitir e comunicar idéias abstratas e valores. A palavra, (...) é uma representação de um pensamento, de uma idéia ou de valores, sendo produzida pelo sujeito pensante que usa sons e letras com essa finalidade. O pensamento puro seria silencioso ou mudo e formaria, para manifestar-se, as palavras. Duas provas poderiam confirmar essa concepção de linguagem: o fato de que o pensamento procura e inventa palavras; e o fato de que podemos aprender outras línguas, porque o sentido de duas palavras diferentes em duas línguas diferentes é o mesmo e o tal sentido é a idéia formada pelo pensamento para representar ou indicar coisas.

O pensamento, a palavra e a linguagem oral encaminham para um diálogo que, no rádio, transforma-se em entrevista. É o que trataremos a seguir.

### 3.2 A ENTREVISTA RADIOFÔNICA

Para Medina (1995), a entrevista pode ser apenas uma eficaz técnica para obter respostas pré-pautadas por um questionário. Mas certamente não será um braço da comunicação humana, se encarada como simples técnica. Um leitor, ouvinte ou telespectador sente quando determinada entrevista passa emoção, autenticidade, no discurso enunciado tanto pelo entrevistado quanto no encaminhamento das perguntas pelo entrevistador. Ocorre, com limpidez, o fenômeno da identificação, ou seja, os três envolvidos (fonte de informação-

repórter-receptor) se interligam numa única vivência. A experiência de vida, o conceito, a dúvida ou o juízo de valor do entrevistado transforma-se numa pequena ou grande história que decola do indivíduo que narra para se consubstanciar em muitas interpretações.

Desenvolver a técnica da entrevista nas suas virtudes dialógicas não significa uma atitude idealista. No cotidiano do homem contemporâneo, há espaço para o diálogo possível. Sua maior ou menor comunicação está diretamente relacionada com a humanização do contato interativo: quando, em um desses raros momentos, ambos – entrevistado e entrevistador – saem “alterados” do encontro, a técnica foi ultrapassada pela intimidade entre o EU e o TU.

A entrevista, nas suas diferentes aplicações, enfatiza Medina, é uma técnica de interação social, de interpretação informativa, quebrando assim isolamentos grupais, individuais, sociais; pode também servir à pluralização de vozes e à distribuição democrática da informação, constituindo-se sempre em um meio cujo fim é o inter-relacionamento humano.

Como registra Peter E. Mayeux, as primeiras entrevistas telefônicas foram levadas ao ar nos Estados Unidos, durante a década de 20. Já Juan Gargurevich lembra como origem remota desta técnica de obtenção de informações os diálogos propostos por Platão na Grécia Antiga como forma de difundir os seus princípios filosóficos. À base de perguntas e respostas desenvolvia-se o processo de conhecimento.

Ferraretto (2000) acrescenta que, como toda a forma de obtenção do conhecimento, a entrevista presta-se a uma análise com base epistemológica. Há uma dupla relação entre sujeito e objeto. Primeiro, estabelece-se um processo de busca por conhecimento entre o entrevistador e a informação ou opinião. Ao mesmo tempo (ao vivo) ou conforme a situação (gravação), como é o caso do *Café com o Presidente*, o público torna-se o sujeito em um outro plano epistemológico.

Sobre a entrevista no rádio, Ferraretto diz (2000, p. 270):

“A entrevista implica um contato entre duas pessoas que, no caso do radiojornalismo, são representadas pelo repórter ou apresentador, de um lado, e por uma pessoa possuidora de informações e opiniões relevantes para o público, de outro. Acrescenta-se, ainda, a possibilidade de terceiros acompanharem esse diálogo.”

Prado (1985) atribui importância à entrevista, ressaltando a facilidade de adaptação deste formato jornalístico no rádio e assinalando as suas características específicas.

A concepção de entrevista, para Prado (1985, p.47), é a seguinte:

[...] a entrevista é formalmente um diálogo que representa uma das fórmulas mais atraentes da comunicação humana. Produz-se uma interação mútua entre o entrevistado e o entrevistador, fruto do diálogo. Esta interação- natural na comunicação humana em nível oral – exerce um efeito de aproximação no ouvinte, que se sente incluído no clima coloquial, ainda que não possa participar [...].

O programa *Café com o Presidente* tem esse formato jornalístico no rádio e contempla as afirmações de Medina, Ferraretto e Prado. Nos programas selecionados, o jornalista Luiz Fara Monteiro faz as perguntas ao presidente Lula que, por sua vez, as responde. As declarações de Lula têm importância, no momento em que ele é a figura máxima do Poder Executivo nacional e suas respostas são relevantes em maior ou menor grau para a população brasileira.

### 3.3 O PROGRAMA CAFÉ COM O PRESIDENTE

*Café com o Presidente*, o programa de rádio do presidente da República Federativa do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, é produzido pela Diretoria de Serviços da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). A supervisão é da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

Durante seis minutos, atualmente, o jornalista Luciano Seixas conversa com o presidente Lula sobre ações, projetos do governo e outros temas de interesse nacional. A produção informa que o objetivo do programa é contribuir para o esclarecimento do cidadão brasileiro.

O *Café com o Presidente* é transmitido às segundas-feiras, via satélite, no mesmo canal de distribuição de A Voz do Brasil. As transmissões ocorrem em quatro horários: às 6h, 7h, 8h30min e 13h. O programa também pode ser acessado na Internet, no endereço [www.radiobras.gov.br](http://www.radiobras.gov.br).

O programa *Café com o Presidente* entrou no ar em 17 de novembro de 2003, com edições quinzenais, de seis minutos, produzidas pela empresa Toda Onda Comunicação Ltda. Em janeiro de 2005, a produção do programa passou a ser feita pela Radiobrás, que já era responsável por sua veiculação e distribuição. Em dezembro de 2007, a produção foi

assumida, nas mesmas condições, pela Diretoria de Serviços da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), criada pela Medida Provisória 398.

A equipe responsável pela produção do *Café com o Presidente* é formada, atualmente, por José Ageu e Marco Antonio, na operação de áudio; Leleco Santos, na sonoplastia; Patrícia Duarte, na produção e edição; e Anelise Borges, na produção e edição final. A supervisão editorial é da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

Um levantamento feito pela Radiobrás, em 2005, estima que aproximadamente 1.300 rádios retransmitem voluntariamente o programa, na íntegra ou em partes, toda segunda-feira. Além disso, o *Café com o Presidente* é citado frequentemente no noticiário de agências na internet, de emissoras de televisão e de jornais impressos.

De acordo com Lima (2006):

Uma avaliação positiva do *Café com o Presidente* pode ser feita considerando o número de emissoras que o retransmitem e a repercussão que tem entre as agências de notícias online, os portais de internet e os veículos de referência nacional, tanto da mídia eletrônica quanto da impressa. Mas o verdadeiro sucesso do programa é a relação "direta" que o presidente estabelece com o ouvinte, uma certa "intimidade distante" que só o rádio permite (sem a alta definição da TV). Ademais, o rádio é o veículo mais popular do país e está presente não só em praticamente a totalidade dos domicílios, mas nos meios de transporte e, individualmente, acompanhando ouvintes no exercício das mais diferentes tarefas diárias.

A atual gerente-executiva da Diretoria de Serviços da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), Helenise Brant, chefiou a equipe de produção do *Café com o Presidente* até outubro de 2007. Com a nova função, a gerência vai cuidar de todos os serviços prestados ao governo federal e a outras instituições. Um destes serviços é a produção, edição e veiculação do *Café com o Presidente*.

Segundo ela, em entrevista concedida por correio eletrônico (VER ANEXO), a pauta do programa é discutida a cada edição entre a equipe de produção do programa e a Secretaria de Comunicação Social do Governo, que é responsável pela supervisão editorial do programa. Helenise observa que qualquer pessoa pode sugerir pautas para o programa. “Recebemos, inclusive, sugestão de ouvintes. O presidente Lula também sugere, mas não é a rotina. Em geral, ele é informado na sexta ou no sábado sobre o tema do programa, mas não recebe as perguntas previamente”, relata. Ela explica que, na hora da gravação, a produção oferece ao presidente uma pequena apuração sobre o assunto, números e dados técnicos aos quais ele pode recorrer se sentir necessidade.

Helenise explica que o *Café com o Presidente* não tem um roteiro prévio. “O apresentador faz as perguntas e o presidente responde como em qualquer entrevista”. Conforme ela, não há controle das rádios que retransmitem o programa. “Disponibilizamos o sinal aberto no satélite e na internet para que as emissoras possam captar. Temos uma amostragem feita por telefone em 2005, quando foram ouvidas 1.000 emissoras”. Destas, comenta Helenise, “cerca de 30% informaram que veiculam o *Café com o Presidente*, na íntegra ou editado, toda semana, e 10% informaram que veiculam eventualmente”.

### 3.3.1 Quando o assunto é o PAC

Para desenvolver a pesquisa *Café com o Presidente: um olhar semântico-pragmático sobre o PAC no programa de rádio de Lula*, foram selecionados cinco programas levados ao ar em 2007, com ênfase nas ações do governo federal para alavancar o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC).

No lançamento do PAC, em 2007, o governo federal previa investir R\$ 503,9 bilhões até 2010. Com a posterior inclusão de novas ações, o montante para o período subiu para R\$ 646 bilhões. No dia 3 de junho de 2009, o Comitê Gestor do PAC apresentou o 7º Balanço (VER ANEXO) das ações realizadas em 2007, 2008 e até abril deste ano.

O 7º Balanço do PAC indica que, pelo critério de valor, o percentual de obras concluídas é de 15% e das que andam com bom ritmo, de 79%. Já as ações que precisam de atenção representam 4%, enquanto as que preocupam equivalem a 2%. Das 2.446 ações monitoradas, 14% foram concluídas e 77% estão com execução adequada. Em ritmo que merece atenção, encontram-se 7% e, em situação que preocupa, 2%. Estes números não incluem as ações de Habitação e Saneamento, que têm monitoramento em separado.

Em relação ao estágio, em valor, 63% das ações estão em obras. Em licitação estão 5% e na fase de projeto ou licenciamento situam-se 15%. Em quantidade, o estágio das ações apresenta-se assim: 15% concluídas e 62% em obras; 12% em licitação e 11% em projeto ou licenciamento.

Os 335 empreendimentos do PAC concluídos até abril significam investimento de R\$ 62,9 bilhões. São 133 obras no setor de Logística, equivalentes a R\$ 10,2 bilhões. Entre elas 4,4 mil km de rodovias, 356 km de ferrovias, 91 embarcações, cinco aeroportos, três hidrovias

e um terminal portuário.

No setor de Energia são 186 empreendimentos concluídos, correspondendo a R\$ 50,2 bilhões. Destacam-se 3,8 mil MW novos de energia elétrica; 5,2 mil km de linhas de transmissão; 1,4 mil km de gasodutos; cinco refinarias modernizadas; e 56 usinas de combustíveis renováveis.

No eixo Social e Urbano foram concluídos 16 empreendimentos, totalizando R\$ 2,5 bilhões. Foi atingida a meta original do programa Luz para Todos em 13 estados e entregues obras que aumentam a oferta de água em Tocantins, Alagoas e Ceará.

Na ótica governamental, o PAC é um novo modelo de planejamento, gestão e realização do investimento público. Articula projetos de infraestrutura públicos e privados e medidas institucionais para aumentar o ritmo de crescimento da economia. Define prioridades e metas, monitora a execução dos empreendimentos e presta contas a cada quadrimestre. Modernizar a infraestrutura, melhorar o ambiente de negócios, estimular o crédito e o financiamento, aperfeiçoar a gestão pública e elevar a qualidade de vida da população são alguns dos objetivos do PAC. Além disso, suas ações e obras geram empregos que garantem renda e consumo para milhares de trabalhadores e suas famílias. Ao lado de programas sociais, como o Bolsa Família, e da futura exploração do petróleo da camada pré-sal, o PAC é visto como um instrumento estratégico de inclusão social e de promoção do desenvolvimento.

O número de ações monitoradas pelo Comitê Gestor do PAC aumentou de 2.198, em setembro, para 2.378 em dezembro de 2008 e para 2.446 ações monitoradas, em abril de 2009, devido a inclusões e desmembramentos. Não estão incluídas as ações de habitação e saneamento.

Os investimentos visam a aumentar a capacidade de gerar energia elétrica em 40%. Outro objetivo é aumentar a cobertura de esgoto, beneficiando 7,3 milhões de domicílios e 25,4 milhões de pessoas.

#### 4 SEMÂNTICA, PRAGMÁTICA E DISCURSO

O relacionamento do homem tanto com a natureza quanto com os seus semelhantes é mediatizado por símbolos; em outras palavras, as relações homem-natureza e homem-homem se estruturam simbolicamente. Ora, ao passo que o relacionamento entre o homem e a linguagem como representação do mundo é tratado à luz da Semântica, a interação social do homem na e pela linguagem constitui objeto de estudo da Pragmática. (KOCH, 1984, p.19)

De acordo com Van Dijk (1992), a semântica faz parte de uma teoria semiótica mais ampla sobre o comportamento significativo e simbólico. O tipo de interpretação pela qual significados são atribuídos a expressões é geralmente chamada “intensional”. Além dessas interpretações intensionais, temos também as interpretações extensionais, as quais dependem (são uma função) das interpretações intensionais: expressões com um dado significado podem referir ou denotar algum objeto ou propriedade “no mundo”.

Para sermos capazes de interpretar um discurso, isto é, atribuir-lhe significado e referência, segundo Van Dijk, precisamos também de uma avaliação substancial do conhecimento do mundo e este conhecimento pode ser só parcialmente especificado no interior da lingüística ou da gramática, precisamente, no léxico. Ele observa que uma teoria pragmática especificará se tais fatos são parte de um mundo possível dado ou não, se um ato desses será ou deveria ser produzido, levando-se em conta o ato de fala realizado, quando o discurso é usado e proferido em algum contexto social específico.

Um discurso não é apenas um conjunto de sentenças, mas uma seqüência ordenada, com condicionamentos convencionais sobre as estruturas de fato, por exemplo, episódios. Há regras e estratégias para ordenar as sentenças e expressar relações de espaço, de tempo e de condição entre proposições e fatos. A coerência deve sempre ser definida em termos de proposições completas e de fatos por elas denotados, e que é relativa ao conhecimento do mundo que o falante e ou ouvinte têm.

Para cada sentença do discurso, tanto quanto para o discurso como um todo, deve ser indicado ao ouvinte, tanto no nível semântico quanto no nível da estrutura de superfície, como cada sentença se relaciona com as sentenças anteriores e, possivelmente, com as posteriores, como a informação de cada sentença se vincula à informação de outras sentenças, e que informação é pressuposta (pelo falante ou escritor) da parte do ouvinte ou do leitor, a respeito do contexto e do mundo. Assim, em cada ponto do discurso, deve haver, pelo menos, uma nova informação.

Na avaliação de Chaparro (2007), o tripé das vertentes básicas que a Semiologia criou e desenvolveu é composto pela Pragmática, a Sintática e a Semântica. Na síntese de Van Dijk, a Pragmática é o ramo da ciência que se dedica à “análise das funções dos enunciados lingüísticos e de suas características nos processos sociais”. Por sua vez, Lamiquiz a considera “o fenômeno das relações dos elementos discursivos com os usuários, produtor e interpretador do enunciado”.

Para Chaparro, independente das duas definições, as propriedades pragmáticas da mensagem dependem das experiências anteriores de emissor e receptor, e de suas circunstâncias atuais. Ele observa que “o jornalismo tem na Pragmática o canal de conexão com o saber e a erudição da Lingüística que, ao lado da Sociologia, pode ser considerada a ciência-mãe da Comunicação”.

Chaparro acrescenta que “um mergulho a essas raízes ajudará a dar consistência científica ao entendimento e ao desenvolvimento do jornalismo enquanto narração da atualidade para alimentar processos sociais”. Ele observa que, enquanto processo social de comunicação, o jornalismo situa-se no campo da Pragmática. E na Pragmática, mais do que na Semântica, deverá encontrar fundamentações teóricas essenciais, para ser pensado, realizado, compreendido e aperfeiçoado.

O termo pragmática, etimologicamente, origina-se do grego *pragmatikós*, relativo aos atos que devem ser feitos. Como ciência, deriva do Pragmatismo, doutrina filosófica criada por Charles Sanders Peirce (1839-1914), também considerado o pai da Semiologia ou Semiótica.

De acordo com Cançado (2005), “Semântica é o estudo do significado das línguas”. A habilidade lingüística é baseada em um conhecimento específico que o falante tem sobre a língua e a linguagem. Tal conhecimento da língua passa pela gramática, um sistema de regras e/ou princípios que governam o uso dos signos da língua.

O falante possui diferentes tipos de conhecimento em sua gramática: o vocabulário adquirido, como pronunciar as palavras, como construir as sentenças e como entender o significado das palavras e das sentenças.

A descrição lingüística tem diferentes níveis de análise: o léxico, como conjunto de palavras de uma língua; a fonologia, que estuda os sons de uma língua e como se combinam para formar as palavras; a morfologia, que estuda a construção das palavras; a sintaxe, que estuda como as palavras podem ser combinadas em sentenças; e a semântica, que estuda o significado das palavras e das sentenças.

O semanticista busca descrever o conhecimento semântico que o falante tem da sua língua. A semântica não pode ser estudada somente como a interpretação de um sistema abstrato, mas também tem que ser estudada como um sistema que interage com outros sistemas, no processo da comunicação e expressão dos pensamentos humanos.

#### 4.1 PESSOAS DO DISCURSO

Segundo Fiorin (2006), os seres humanos agem em determinadas esferas de atividades, entre elas as da política. Essas esferas de atividades implicam a utilização da linguagem na forma de enunciados. Não se produzem enunciados fora das esferas de ação, o que significa que eles são determinados pelas condições específicas e pelas finalidades de cada esfera. Essas esferas de ação ocasionam o aparecimento de certos tipos de enunciados, que se estabilizam precariamente e que mudam em função de alterações nessas esferas de atividades. Só se age na interação, só se diz no agir e o agir motiva certos tipos de enunciados, o que quer dizer que cada esfera de utilização da língua elabora tipos relativamente estáveis de enunciados.

Existem três pessoas gramaticais ou pessoas do discurso:

1ª pessoa: a pessoa que fala (locutor ou emissor);

2ª pessoa: a pessoa com quem se fala (ouvinte ou receptor);

3ª pessoa: a pessoa de quem se fala (assunto ou mensagem).

Nos cinco programas em análise (VER ANEXOS), o jornalista Luiz Fara Monteiro e o presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, atuam como a primeira pessoa do discurso, pois são os locutores. O jornalista conduz o *Café com o Presidente*, fazendo a abertura e o encerramento do programa, bem como as perguntas ao presidente Lula, que, por sua vez, as responde com o objetivo de esclarecer os ouvintes, colocados na 2ª pessoa. O

assunto, na posição de 3ª pessoa, restringe-se às ações desenvolvidas pelo governo federal por meio do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC).

Conforme Maingueneau (1989), os fenômenos enunciativos em que o locutor profere falas pelas quais não se responsabiliza não dizem respeito apenas à rejeição. A distância assim estabelecida também pode marcar a adesão, como foi visto a propósito da citação de autoridade, onde o “locutor” se apaga diante de um “Locutor superlativo que garante a validade da enunciação. Geralmente, tratam-se de enunciados já conhecidos por uma coletividade, que gozam o privilégio da intangibilidade: por essência, não podem ser resumidos nem reformulados, constituem a própria Palavra, captada em sua fonte.

Por meio do discurso do presidente Lula, ou seja, dotado de uma ação verbal de intencionalidade, o dirigente tenta influir sobre o comportamento do ouvinte do programa ou fazer com que compartilhe de suas opiniões a respeito do PAC.

Koch (1996) destaca que o ato de argumentar, isto é, de orientar o discurso no sentido de determinadas conclusões, constitui o ato lingüístico fundamental, pois a todo e qualquer discurso subjaz uma ideologia. É o caso de Lula no programa *Café com o Presidente*. O dirigente utiliza-se do rádio para chegar à população brasileira e tentar validar as ações da sua administração, assim como valorizar o PAC como proposta do governo do PT e dos aliados.

Segundo Koch, foi com o surgimento da Pragmática que o estudo do discurso e, em decorrência, o da argumentação ou retórica - passou a ocupar um lugar central nas pesquisas sobre a linguagem. Os filósofos analíticos de Oxford, particularmente Austin, e também Searle, nos Estados Unidos, entre outros, dedicaram-se ao estudo dos atos de linguagem – aquilo que se faz quando se fala – postulando a existência de atos ilocucionários, que encerram a “força” com que os enunciados são produzidos, e de atos perlocucionários, que dizem respeito aos efeitos visados pelo uso da linguagem, entre os quais os de convencer e de persuadir.

Perelman (1970) ressalta que a argumentação visa a provocar ou a incrementar a “adesão dos espíritos” às teses apresentadas ao seu assentimento, caracterizando-se, portanto, como um ato de persuasão. Enquanto o ato de convencer se dirige unicamente à razão, através de um raciocínio estritamente lógico e por meio de provas objetivas, sendo, assim, capaz de atingir um “auditório universal”, possuindo caráter puramente demonstrativo e atemporal (as

conclusões decorrem naturalmente das premissas, como ocorre no raciocínio matemático), o ato de persuadir, por sua vez, procura atingir a vontade, o sentimento do (s) interlocutor (es), por meio de argumentos plausíveis ou verossímeis e tem caráter ideológico, subjetivo, temporal, dirigindo-se, pois, a um “auditório particular”: o primeiro conduz a certezas, ao passo que o segundo leva a inferências que podem levar esse auditório – ou parte dele – à adesão aos argumentos apresentados.

Se a frase é uma unidade sintático-semântica, o discurso constitui uma unidade pragmática, atividade capaz de produzir efeitos, reações, ou, como diz Benveniste (1974), “a língua assumida como exercício pelo indivíduo”. Ao produzir um discurso, o homem se apropria da língua, não só com o fim de veicular mensagens, mas, principalmente, com o objetivo de atuar, de interagir socialmente, instituindo-se como EU e constituindo, ao mesmo tempo, como interlocutor, o outro, que é por sua vez constitutivo do próprio EU, por meio do jogo de representações e de imagens recíprocas que entre eles se estabelecem.

O discurso, para ser bem estruturado, deve conter, implícitos ou explícitos, todos os elementos necessários a sua compreensão, deve obedecer às condições de progresso e coerência, para, por si só, produzir comunicação: em outras palavras, deve constituir um texto. No caso do *Café com o Presidente*, esse texto, em se tratando da linguagem verbal, tem-se o discurso, atividade comunicativa de um locutor, numa situação de comunicação determinada, englobado não só o conjunto de enunciados por ele produzidos em tal situação – ou os seus e os de seu interlocutor, no caso do diálogo – como também o evento de sua enunciação.

## 4.2 NEGAÇÃO E PRESSUPOSIÇÃO

Pressuposição é o ato ou efeito de pressupor algo, supor de antemão, presumir. Ao discutir a questão da referência das proposições, Frege (1892) estabelece o seu valor de verdade. Desse modo, substituindo-se uma parte de uma proposição por uma expressão que

possua o mesmo valor de verdade, toda proposição manterá o mesmo valor de verdade, isto é, a mesma referência.

De acordo com Moura (2000), as pressuposições funcionam no fluxo conversacional e dentro de um certo contexto. Ele observa que as máximas conversacionais são princípios que regem a comunicação cooperativa. Elas são: a máxima da relevância, a máxima da qualidade, a máxima da quantidade e a máxima do modo.

Também entre os lingüistas existem aqueles que consideram a pressuposição como uma relação semântica existente entre sentenças, traçando a distinção entre pressuposição e asserção em termos de conteúdo ou das condições de verdade das proposições: uma proposição “P” pressupõe “Q” se e somente se “Q” deve ser necessariamente verdadeiro para que “P” tenha qualquer valor de verdade. Sendo falsa a pressuposição, a asserção carecerá de valor de verdade.

Entre os que entendem a pressuposição como condição de emprego dos enunciados, há, portanto, os que consideram este emprego como emprego lógico. É o caso de Frege, Russell (1905) e Strawson (1950). Outros admitem que o fenômeno da pressuposição não se fundamenta no emprego lógico.

Para Collingwood (1940), da escola de Oxford, a pressuposição dos enunciados constitui um caso particular de um fenômeno mais geral que abrange toda a atividade humana: já que todo ato é orientado para determinado fim, ao praticá-lo, estamos admitindo que seja apto a levar a esse fim, ou seja, não há impossibilidade “a priori” de ele ser realizado com êxito. Ora, quando se fala das pressuposições de um enunciado, trata-se das condições requeridas para que ele possa atingir os resultados pretendidos.

Collingwood conclui que o enunciado possui pressupostos enquanto ato, ou melhor, enquanto objeto de um ato – e não enquanto ato propriamente lingüístico. Portanto, eles não podem ser considerados elementos do seu conteúdo, pois outros atos, não lingüísticos, também são afetados por pressupostos.

Para Strawson (1964), uma frase que pretenda informar uma determinada propriedade possuída por um objeto e que a ele se refira por meio de uma descrição, só poderá desempenhar seu papel se o ouvinte tiver os conhecimentos necessários para se reportar da descrição à coisa descrita, um dos quais deverá ser necessariamente a idéia de que existe um

referente que corresponde à descrição. São, pois, pressupostos de um enunciado os conhecimentos que se devem presumir no ouvinte para que o enunciado possa cumprir sua função informativa.

Austin (1962) dá um passo adiante, ao demonstrar que não só os enunciados assertivos possuem pressupostos, generalizando o fenômeno para outros atos de linguagem, como a interrogação, a ameaça, a ordem, a promessa: dá, assim, à asserção o estatuto de um ato de linguagem entre vários outros. As condições objetivas de Austin encontram seu paralelo nas pressuposições: se forem falsas, o ato não se realizará.

Fillmore (1970) propõe que se analise a situação de comunicação verbal sob dois aspectos: o ilocucionário (ou explícito) e o pressuposicional (o implícito). Os aspectos pressuposicionais seriam as condições que devem ser satisfeitas para que um ato ilocucionário preciso seja efetivamente realizado ao se pronunciarem certas frases. Fillmore conclui que a teoria lingüística necessita de uma análise dos atos de linguagem que leve em consideração tanto os aspectos pressuposicionais como os ilocucionários da comunicação verbal, o que possibilitará aos lingüistas construir um sistema de regras por meio das quais, dada uma descrição gramatical complexa de qualquer frase, seja possível detectar o conjunto das pressuposições que devem ser satisfeitas para toda e qualquer enunciação de boa fé da mesma.

Stalnaker (1973) define a pressuposição como uma disposição lingüística do falante. Defende a posição de que a pressuposição deve ser analisada do ponto de vista pragmático, em termos das situações em que o enunciado é produzido – as atitudes e intenções do falante e de sua audiência -, de modo que as pressuposições seriam algo como a crença em que o falante se esteia. É, porém, de opinião que, ao contrário do que comumente se costuma afirmar, são as pessoas e não sentenças, proposições ou atos de linguagem que têm ou fazem pressuposições.

Ducrot (1978), por sua vez, classifica as conceituações de pressuposição em dois grandes grupos:

a) **lógicas** – as que tomam por base o critério da negação, que permitem ligar a noção de pressuposição às de “verdade” e “falsidade” e, daí, à relação lógica de inferência. Por vezes, recorrem a uma lógica de três valores: V (verdadeiro); F (falso); nem V nem F.

b) **pragmáticas** – b1) as que consideram as pressuposições como condições de emprego, como é o caso dos filósofos analíticos de Oxford. Essa conceituação apresenta duas dificuldades: primeiro, como saber o que o destinatário conhece, para declarar que se trata de uma enunciação normal ou não?; segundo, como somente as frases (e não os enunciados) têm condições de emprego, só se poderia falar, no caso, em pressuposição de frases, embora haja exemplos em que um enunciado pressupõe X, mesmo quando a frase que ele realiza não o pressupõe. b2) as que entendem a pressuposição como um ato ilocucionário realizado no momento em que ele é enunciado: pressupor um conteúdo X é apresentá-lo como devendo ser mantido através do discurso ulterior, embora não devendo constituir o seu tema, o seu ponto de partida. Estabelecendo o quadro dentro do qual o discurso deverá se desenvolver, o pressuposto faz parte integrante do seu sentido.

Vogt (1977) salienta que a pressuposição lingüística pode ser considerada como constitutiva de uma “espécie de tópico, de lugar da argumentação”, mas um lugar privilegiado, uma vez que, guardando a natureza do implícito, ela se apresenta com a força de uma imposição explícita, criando para o alocutário obrigações cuja necessidade parece justificar-se pelo próprio direito de falar. Deste modo, a pressuposição poderia ser vista como uma espécie de presunção de adesão do(s) interlocutor(es), por parte do falante.

Em Ducrot (1978), encontra-se, ainda, uma tipologia dos pressupostos:

a) **gerais** - que não têm nenhuma relação com a estrutura interna das frases (ex.: há um código comum ao locutor e o interlocutor, um pode ouvir o que o outro diz, os pressupostos de ordem cultural, etc.);

b) **ilocucionários** – quando a efetivação de um ato ilocucionário particular pressupõe que a situação de discurso torne possível e razoável cumpri-lo (corresponde às “condições de felicidade”, de Austin);

c) **da língua** – ligados à existência, na frase, de morfemas bem determinados;

c1 – **existenciais** – quando aparece um grupo nominal precedido de artigo definido (por exemplo: o rei da França), havendo, porém, morfemas ou construções específicas que podem impedir a sua formação;

c2 – **verbais** – a) quando o verbo descreve a sucessão de estados, como **continuar, perder, manter, deixar (de)**, etc., o primeiro deles é pressuposto; b) verbos **factivos**, que têm a propriedade de levar a pressupor a verdade da completiva – **saber, ignorar, perceber, lamentar**, etc. (casos em que, às vezes, há necessidade de certos ajustamentos sintáticos na completiva);

c3 – **de construção** – a) por vezes, a maneira como a frase é construída é responsável pela pressuposição. Ex.: **Foi... que**, em “Foi Pedro que veio”; b) muitas **conjunções de subordinação**, como **antes que, depois que** fazem aparecer como pressuposta a verdade da proposição que introduzem;

c4 – **adverbiais** – introduzidos por morfemas como **mesmo, ainda, já, pelo menos, etc.**

De todo o exposto, conclui-se que a pressuposição exerce um papel específico em todo e qualquer discurso, sendo, no nível fundamental da língua, um dos fatores constitutivos do sentido dos enunciados. Já o uso retórico da pressuposição – justamente para anunciar aquilo que, aparentemente, funciona como pressuposto, é um recurso retórico de segundo nível, ou seja, faz parte da retórica ou pragmática aplicada, constituindo-se em uma manobra argumentativa de grande eficácia.

#### 4.3 DISCURSO E ARGUMENTAÇÃO

Conforme Osakabe (1999), o discurso tem sua semântica garantida situacionalmente, isto é, no processo de relação que se estabelece entre as suas pessoas e a situação. Isto quer dizer que o quadro das significações de um, discurso depende do quadro situacional em que se insere. Com isso não se pretende negar a existência de um significado próprio do discurso, mas simplesmente indicar que uma análise interpretativa não pode prescindir das significações que emanam das relações entre os protagonistas do discurso e a situação. Isto porque é dessas relações, acrescidas àquelas, que se estabelecem entre os

interlocutores, que se definem algumas significações básicas ligadas à pragmática discursiva; logo, às significações ligadas aos atos de linguagem.

O mesmo autor entende que não se decide jamais a priori se um discurso visa edificar ou persuadir sem que se levem em conta as características fundamentais da situação e das relações entre os interlocutores. Assim parece que o quadro das perlocuções que caracterizam a própria intenção pragmática do discurso não pode ser definido arbitrariamente.

Na ótica de Osakabe, a distinção entre um ato de persuadir e um ato de convencer só pode ser feita se pensada numa distinção de contextos e não apenas numa distinção entre os meios de conduzir o ouvinte à aceitação de determinada posição. Da mesma forma, se se admite que, embora, um discurso possa cumprir inúmeros atos de linguagem, ele seleciona determinado ato de base que o caracteriza, tem-se, por exemplo, que regras de comportamento social, portanto convencionais, vão exigir que um discurso de natureza político-militante, ao contrário do discurso político de natureza teórica, realize um ato de persuasão e não um ato de convicção.

A argumentação sociológica e o apelo emotivo, de um lado, e o ouvinte intelectualizado e o povo brasileiro, de outro, definem bem os móveis que orientam a prática de, no primeiro caso, um ato de convencer e, no segundo caso, um ato de persuasão.

Na formulação de Searle (1972), tem-se que:

- argumentando, eu posso persuadir ou convencer;
- advertindo sobre algo, eu posso chocar ou inquietar;
- pedindo alguma coisa, posso conduzir (meu interlocutor) a fazer o que peça;
- se forneço uma informação, posso convencer (esclarecer, edificar, inspirar, fazer tomar consciência).

Discursos informativos, tais como o jornalístico ou o científico, nem sempre se definem como puramente informativos e quase sempre existem em função de determinada finalidade prática a ser atingida. Em todo caso, tendo em vista esses casos mais especiais e sua existência incontestável, é possível incorporá-los no quadro básico de atos perlocucionários, que teria então a seguinte configuração:

- persuadir e convencer

discursos pragmáticos

- informar

discursos não-pragmáticos

- impressionar

Não se pode pensar o discurso como realização de um único ato de linguagem, mas que pode ser caracterizado pela dominância de um ato sobre outros. Assim, todo locutor ao enunciar seu discurso se enquadra, independentemente de uma imagem objetiva daquilo que o ouvinte possa saber sobre o referente, na exigência básica de que no mínimo este último é passível de ter um conhecimento distinto do seu.

A resposta prévia a qualquer discurso, e que forneceria informações suficientemente operatórias para a descoberta de sua estruturação nesse aspecto, parece residir na distinção genérica entre dois atos perlocucionários expressos pelas ações “persuadir” e “convencer”, de um lado, e na caracterização de um ato ilocucionário, expresso pelo verbo “argumentar”.

O ato de argumentar constitui uma espécie de operação que visa fazer com que o ouvinte não apenas se inteire da imagem que o locutor faz do referente, mas principalmente que o ouvinte aceite essa imagem. Sob esse aspecto, esse ato não se confunde com o ato de informar, na medida em que interessa ao seu agente mais o engajamento do ouvinte em relação à sua imagem sobre o referente do que a transmissão de determinada mensagem.

De acordo com Osakabe, ao incursionar-se no terreno das condições de produção, tem-se que essas condições podem ser determinadas segundo três critérios complementares: em primeiro lugar, o critério das imagens pressupostas, que o locutor faz do ouvinte e vice-versa; em segundo lugar, o critério da imagem que o locutor faz do referente e da imagem que pressupõe que o ouvinte faz desse mesmo referente; em terceiro lugar, o critério da intenção do ato que o locutor visa praticar sobre o ouvinte e do ato que pratica para a obtenção daquele resultado.

Nos meios de comunicação jornalísticos, a estratégia de controle do conhecimento exerce-se por meio da seleção restritiva de assuntos e, mais geralmente, por meio de reconstruções específicas das realidades sociais e políticas (Hall et. al., 1980; Tuchman, 1978; Van Dijk, 1987b, 1987c). Esse processo é dirigido por um sistema de valores e de ideologias profissionais sobre as notícias e sobre o que deve ou não ser notícia, algo que costuma direcionar o foco e o interesse para vários dos participantes da elite: atores, grupos, classes, instituições, países e regiões (Galtung e Ruge, 1965). O acesso e a cobertura privilegiados (sejam negativos ou positivos) a respeito de protagonistas das notícias é um fator importante da reprodução do poder social a qual é medida pelos meios de comunicação de massa (Brown et. al., 1982).

No seu programa de rádio, o presidente Lula usa um veículo de comunicação de massa para fazer chegar o seu discurso ao grande público. Citando Van Dijk (2008, p. 51), “as

estratégias adotadas consistem no fornecimento institucional e organizacional de informações (favoráveis)”, neste caso, por meio de entrevistas radiofônicas. Os hábitos jornalísticos dão-se de tal forma que essas pré-formulações possuem mais chances de serem reproduzidas do que outros tipos de fonte de discurso (Collines et. al., 1986; Gans, 1979; Tuchman, 1978; Van Dijk, 1987b).

De acordo com van Dijk (2008, p. 231), o discurso político somente pode ser descrito e explicado de forma adequada quando detalhamos a interface sociocognitiva que a relaciona às representações políticas socialmente compartilhadas que controlam as ações, os processos e os sistemas políticos.

Para Lasswell (1982, p. 11):

“Distinguimos as várias funções da linguagem segundo as intenções de quem a usa e os efeitos que alcança. Quando o objetivo consiste em influenciar o poder – e efetivamente há algum impacto sobre este – estamos diante da função política da linguagem. Essa concepção abrange dois casos marginais, dos quais o primeiro consiste no efeito não-intencional sobre o poder, e o segundo na total ausência do efeito desejado. Talvez seja interessante notar que as intenções e os efeitos políticos não excluem necessariamente objetivos e conseqüências econômicas ou de outra natureza”.

Lasswell destaca que, “quando falamos de ciência da política, estamos nos referindo à ciência do poder”. Ele afirma que “poder é a capacidade de tomar decisões” e que “a decisão é uma escolha sancionada, que implica severas privações a quem a transgredir”. Assim, “daí ser a linguagem da política a linguagem do poder, a linguagem da decisão, que registra e modifica decisões. É o grito de guerra, o veredito e a sentença, são as normas, os decretos e regulamentos, o juramento de posse, as notícias controversas, os comentários e debates”.

A análise da semântica política, conforme Lasswell, “suscita duas preocupações: uma delas com o “teor” do que é dito e a outra com o “estilo” em que é dito.

#### **4.3.1 A enunciação e o discurso**

De acordo com Maingueneau (1998, p.52), a enunciação é classicamente definida, após Benveniste, como “a colocação em funcionamento da língua por um ato individual de

utilização” (1974, p. 80)”. Ela opõe-se, assim, ao enunciado como o ato distingue-se de seu produto. Na perspectiva da análise do discurso, é preciso distanciar-se de certos pressupostos que arriscam ao associarem-se a essa definição:

- a) A enunciação não deve ser concebida como a apropriação, por um indivíduo, do sistema da língua: o sujeito só acede à enunciação através das limitações múltiplas dos gêneros de discurso.
- b) A enunciação não repousa sobre um único enunciador: a interação é preponderante. Como o lembra Benveniste (1974, p.85), “o monólogo deve ser posto, apesar da aparência, como uma variedade do diálogo, estrutura fundamental”.
- c) O indivíduo que fala não é necessariamente a instância que se encarrega da enunciação. Isso leva Drucot a definir a enunciação, independentemente do autor da palavra, como “o acontecimento constituído pela aparição de um enunciado” (1984, p. 179).

Uma das contribuições fundamentais da reflexão sobre a enunciação linguística foi a de pôr em evidência a dimensão reflexiva da atividade linguística: o enunciado apenas se refere ao mundo, refletindo o ato de enunciação que o encerra. Assim, as pessoas e o tempo do enunciado são assinalados com relação a essa situação de enunciação; enquanto o enunciado possui o valor ilocutório que ele “mostra” através de sua enunciação. A enunciação constitui o pivô da relação entre a língua e o mundo: permite representar no enunciado os fatos, mas constitui em si um fato, um acontecimento único, definido no tempo e no espaço.

Desta forma, é possível admitir que o trinômio enunciador-enunciação-enunciado é insolúvel. Não existe um termo sem o outro. Conforme Maingueneau (1998, p 54), enunciado designa o produto do ato da enunciação. Esse termo, bastante polissêmico, só toma sentido no interior de diversas oposições. A expressão *enunciado* aparece como sinônimo de discurso ou texto, sendo a enunciação considerada um acontecimento contextualizado e multideterminado. Tal posição é possível, já que, como explicam Charaudeau & Maingueneau (2004, p.197), “nas ciências da linguagem, os termos enunciado, texto, discurso dividem tradicionalmente o campo da designação das produções verbais”.

Para Rodrigues (2002), o discurso midiático é por vezes unilateral. “Um enunciador dirige a palavra a um público relativamente indiferenciado e ausente que não tem a possibilidade de tomar efetivamente a palavra, pelo menos no decurso da relação discursiva midiática (Rodrigues, 2002, p. 228)”.

Desta maneira, acredita-se que o sujeito enunciador, que atua no contexto da comunicação social e de massas, pode ser tomado como representante de um grupo, de uma instância institucional e ideológica. O presidente Lula é o representante máximo do governo brasileiro, a liderança maior do Partido dos Trabalhadores e, pelo programa de rádio *Café com o Presidente*, utiliza o espaço para divulgar e propagandear as ações da sua gestão e, no caso específico, as atividades do PAC.

### 4.3.2 Fatores pragmáticos

De acordo com Koch e Travaglia (2003, p. 74):

“O estabelecimento da coerência depende em muito de fatores pragmáticos, já que a compreensão do texto depende em grande parte desses fatores: tipos de atos de fala, contexto da situação, interação e interlocução, força ilocucionária, intenção comunicativa, características e crenças do produtor e receptor do texto etc. têm a ver com a influência do pragmático na coerência”.

Van Dijk (1981) diz que, ao lado da macroestrutura semântica de um texto, que dá sua coerência semântica, temos uma macroestrutura pragmática, que dá a sua coerência pragmática. Essa macroestrutura pragmática seria um macroato de fala ao qual se subordinariam, hierarquicamente, todos os atos de fala realizados por subpartes e frases do texto. Esse macroato é obtido através de macrorregras (generalização, apagamento e construção) do mesmo tipo daquelas que dão origem à macroproposição semântica e seria também um construto fundamental para o processamento do texto tanto na produção como na compreensão.

Van Dijk deixa claro que o processo de compreensão do texto não se estabelece sem levar em conta a interação e as crenças, desejos, querereres, preferências, normas e valores dos interlocutores. Estuda, ainda, a relação entre os atos de fala e “frames”, concluindo que a

verificação do preenchimento ou não das condições necessárias para que o ato de fala seja apropriado deve ser feita pelo nosso conhecimento de mundo e sua organização em “frames”. Isto serve para nos mostrar como os elementos ou fatores atuantes no processo de produção e compreensão dos textos e, portanto, de sua coerência, atuam de forma interligada. Para evidenciar essa interligação, Koch e Travaglia destacam os elementos do texto que Marcuschi (1983) e Fávero e Koch (1985), chamam de “contextualizadores”. Esses elementos seriam de dois tipos: a) contextualizadores propriamente ditos, que ajudam a ancorar o texto na situação comunicativa: assinatura, local, data e elementos gráficos; b) perspectivais, que contribuem para fazer avançar expectativas a respeito do texto: título, início do texto, autor, estilo de época, corrente científica, filosófica, religiosa a que pertence. Elementos como assinatura, indicação de local, data e autor mostram a relação do lingüístico com fatores pragmáticos do contexto de situação.

Koch e Travaglia enfatizam “que o contexto de situação se reflete não só no campo pragmático, como quer Van Dijk, mas também no semântico”. Os autores observam que, no oral, pelos menos num certo sentido, a coerência depende muito mais do contexto situacional do que no escrito, porque no oral os elementos da situação cooperam no estabelecimento das relações entre elementos do texto em mais alto grau do que no escrito, sobretudo por haver muitas entidades evocadas situacionalmente e por ser decisiva a influência da situação no cálculo do sentido.

Grosz (1981) propõe o conceito de focalização, considerado um aspecto importante na produção e compreensão de um texto, conforme Koch e Travaglia (2003, p.82): “A focalização tem relação direta com a questão do conhecimento de mundo e do conhecimento partilhado”. Segundo Grosz, falante e ouvinte, no diálogo, focalizam sua atenção em pequena parte do que sabem e acreditam, e a enfatizam. Assim, certas entidades – objetos e relações – são centrais para o diálogo e não só isto, mas também elas são usadas e vistas através de certas perspectivas que afetam tanto o que o falante diz como quanto o ouvinte interpreta.

Para Grosz, há um relacionamento em dois sentidos entre a língua e a focalização: o que é dito influencia a focalização e vice-versa. Todavia, as pistas que o falante fornece ao ouvinte sobre o que está focalizando podem ser lingüísticas ou de conhecimento partilhado lingüístico e não-lingüístico. O ouvinte depende das crenças compartilhadas sobre o que está sendo focalizado para interpretar as palavras num sentido apropriado. Os falantes agem como se estivessem focalizados semelhantemente, quer estejam ou não (princípio de cooperação), e tendem a estabelecer um campo comum. Caso não estejam focalizados semelhantemente, as

diferenças de focalização causam problemas de compreensão que só são detectados se ocorrerem problemas maiores de compatibilidade.

A focalização, destaca Grosz, não só torna a comunicação mais eficiente, como, na verdade, a torna possível. Evidentemente, tudo isto afeta a capacidade e a possibilidade do ouvinte de estabelecer a coerência de um texto, interpretando convenientemente.

### 4.3.3 Os tipos de paráfrase

Chamamos de paráfrase a relação de sinonímia entre sentenças. Para Margotti (2003), do ponto de vista linguístico, a paráfrase é um fenômeno que se fundamenta na semelhança de significação das palavras ou das construções sintáticas, mas essas semelhanças nunca são completas.

Fuchs (1982), por sua vez, reconhece os seguintes tipos de paráfrase:

- a) o locutivo, dependente da função metalinguística;
- b) o referencial, ligado à identidade entre as referências;
- c) o pragmático, subordinado aos atos de fala, especificamente aos valores ilocutórios e perlocutórios;
- d) o simbólico, ligado aos gêneros textuais e às figuras de linguagem.

No caso específico desta pesquisa, vamos nos ater ao tipo pragmático de paráfrase. Conforme Duarte (2003), “neste plano, a paráfrase se baseia nas intenções do locutor, seu comprometimento com o ato de fala (valores ilocutórios) e nos efeitos sobre o receptor (valores perlocucionários)”.

O autor ressalta que:

O desenvolvimento adequado desse tipo de paráfrase depende da devida elaboração de uma teoria dos atos de fala, do reconhecimento de que, para além da referência, do espaço e do tempo, há também os participantes mediados pela linguagem, a qual não é considerada como uma estrutura independente daqueles que a produzem e a interpretam. (DUARTE, 2003, p. 247)

Um ato locucionário, observa Duarte, diz respeito ao fato de se dizer alguma coisa, de se estabelecer uma predicação sobre um estado de coisas. Um ato ilocucionário é aquele que praticamos ao dizer alguma coisa: é o que fazemos ao dizer o que dizemos. Por fim, o ato perlocucionário concerne ao efeito sobre o ouvinte, quando da enunciação de uma frase, seja este efeito intencional ou não.

Já as noções de valor ilocucionário e de potencial ilocucionário assumem, de acordo com Duarte, grande relevo na teoria dos atos de fala. O primeiro é respeitante ao tipo de ato de fala que praticamos ao enunciar a frase (o ato de declarar, prometer etc.). O segundo, por seu turno, é relativo ao leque de atos ilocucionários que podemos praticar ao proferir uma frase, o conjunto dos inúmeros valores ilocucionários que uma frase pode exprimir.

## 5 METODOLOGIA

Para a execução desta pesquisa, foi necessária uma revisão bibliográfica, a qual subsidiou o embasamento teórico, em Ferraretto e Ortriwano, em estudos de radiojornalismo; Koch, em semântica argumentativa; Maingueneau, em análise do discurso; Bakhtin e Fiorin, no dialogismo; Chaparro, em pragmática do discurso jornalístico; e Van Dijk, em semântica do discurso, entre outros autores.

Os cinco programas *Café com o Presidente*, que abordaram a temática do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) ao longo de 2007, em texto impresso e áudio, foram retirados do site da extinta Radiobrás, hoje transformada em EBC, disponíveis na internet. Os cinco programas escolhidos, anexados em texto impresso e áudio, foram disponibilizados para as emissoras de rádio e demais interessados nos dias 29 de janeiro, 27 de agosto, 10 e 24 de setembro e 31 de dezembro de 2007.

Os programas em que a temática do PAC foi abordada acabaram selecionados pelo jornalista-pesquisador em virtude da expectativa gerada pelo governo federal quanto a investimentos em obras e melhorias no Brasil, beneficiando a população. Lula vê no PAC o principal programa da sua segunda gestão, que vai até 2010, como presidente da República. Com o PAC, o governo quer acelerar o crescimento do país para gerar mais emprego e renda, além de reduzir as desigualdades regionais. Até 2010, o governo federal pretende investir R\$ 646 bilhões na infraestrutura do País, sendo que o volume de recursos sairá do orçamento geral da União, de estímulo ao crédito e ao financiamento, da desoneração de impostos, do aperfeiçoamento da legislação, entre outras medidas fiscais.

O procedimento de análise constitui-se na eleição de trechos dos cinco programas selecionados, expostos como declarações (citações). Cada declaração é classificada em tipos de estratégias enunciativas, que correspondem aos intertítulos, que agregam alguns exemplos. A análise consiste em comentários parafrásticos, que apontam algumas peculiaridades semântico-pragmáticas do discurso de Lula no contexto do programa radiofônico.

## 6 ANÁLISE

Para apontar os lugares de fala de Lula no programa de rádio *Café com o Presidente*, enquanto dirigente máximo do país, classificam-se os enunciados conforme os tipos de estratégias enunciativas. Observam-se, também, marcas semântico-pragmáticas no discurso, partindo para o exercício parafrástico comentado sobre trechos das cinco edições levadas ao ar em 2007, que abordaram as ações do governo em torno do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC).

### 6.1 ESTRATÉGIAS ENUNCIATIVAS

A comunicação midiática, conforme Duarte e Castro (2008), é uma forma de interação mediada. Compreende as instâncias de produção e de reconhecimento, com seus respectivos sujeitos e entornos. Neste sentido, estariam aí presentes os meios técnicos de produção, circulação e consumo dos produtos midiáticos, os próprios produtos, e as diferentes linguagens que eles convocam para a sua expressão.

Duarte e Castro (2008) definem as estratégias como a explicitação das metas a serem atingidas com a produção de um produto midiático, no nosso caso, o programa de rádio *Café com o Presidente*. As estratégias discursivas, por sua vez, são construídas no interior do programa, com o objetivo de interferir no interlocutor. Serão tratadas aqui as estratégias enunciativas usadas pelo presidente Lula para atingir o público ouvinte, procurando entender as relações entre o “enunciador Lula” e o “enunciatário ouvinte”.

Às falas do presidente Lula, nas cinco edições analisadas do programa de rádio, associam-se três tipos de estratégias enunciativas, assim categorizadas:

- a) Negação em resposta a afirmações externas;
- b) Afirmação em resposta a negações externas; e
- c) Negação e afirmação (e vice-versa) em resposta a comentários externos.

#### 6.1.1 Negação em resposta a afirmações externas

Numa estratégia enunciativa de negação em resposta a afirmações externas, o presidente Lula nega fatos contrários ao PAC diante de afirmações feitas por outros enunciadores, principalmente aqueles contrários ao seu governo e ao próprio Programa de Aceleração do Crescimento. Vejamos algumas falas de Lula retiradas dos programas selecionados:

**“Nós não inventamos obras, ou seja, as obras que estamos colocando como prioridade são demandas históricas deste país.” (Programa de 29/01/07)**

O presidente Lula nega que a sua gestão inventa as obras do PAC, rebatendo algo dito por integrantes da oposição e de outros segmentos que não apoiam a sua gestão e o próprio PAC.

**“Veja, não é pouco... Nós temos, para este ano, R\$ 14,771 milhões, ou seja, desse, apenas quase 10% já foram pagos, na verdade, mas já foram empenhados muito mais.” (Programa de 24/09/07)**

A crítica feita ao governo, de que os valores investidos nas obras no PAC estão aquém das necessidades, é rebatida por Lula. O presidente cita o montante previsto para aplicação no programa em 2007 e até reconhece que “apenas quase 10% já foram pagos”, mas ressalta que uma quantia maior já foi empenhada para aplicação nas obras.

### **6.1.2 Afirmação em resposta a negações externas**

Numa estratégia enunciativa de afirmação em resposta a negações externas, o presidente Lula destaca fatos positivos e benéficos ao PAC diante de negativas feitas por outros enunciadores. Foram selecionadas as seguintes falas de Lula:

**“ ...nós queremos mostrar seriedade, porque criamos o conselho gestor, que vai dirigir esse programa de investimento, para que não se perca na demanda diária da política brasileira.” (Programa de 29/01/07)**

Lula afirma que a criação do conselho gestor dá seriedade ao PAC, numa resposta àqueles que não acreditam na implementação do programa a médio e longo prazo.

**“Quem assiste a uma sessão de apresentação do PAC, vai perceber que aquilo é uma coisa extremamente séria, extremamente responsável.” (Programa de 29/01/07)**

O presidente busca validar o PAC como programa, quando enfatiza as sessões de apresentação e fala em “coisa extremamente séria, extremamente responsável”. Reforça a atuação do governo e volta a pregar seriedade e responsabilidade, duas fortes marcas do discurso político para persuadir o ouvinte a acreditar no projeto.

**“Eu digo sempre, nos atos em que participo, que tem determinados tipos de políticos que historicamente não gostam de fazer saneamento básico...” (Programa de 27/08/07)**

No Brasil, existe a máxima de que obras de saneamento básico não rendem votos. Lula faz questão de enfatizar o ditado, outra marca do discurso político, e critica os antecessores por não terem realizado investimentos na área, algo que o seu governo, com o PAC, está viabilizando.

**“Significa que o PAC está andando dentro daquilo que nós tínhamos programado, ou seja, é um acompanhamento sistemático...” (Programa de 24/09/07)**

O andamento das obras do PAC, segundo Lula, está dentro do planejamento do seu governo. A afirmação rebate as críticas dos setores contrários à gestão, que desconsideram o programa e salientam a lentidão das obras.

### **6.1.3 Afirmação e negação (e vice-versa) em resposta a comentários externos**

Em estratégia enunciativa de afirmação e negação (e vice-versa) em resposta a comentários externos, o presidente Lula, ao mesmo tempo, destaca fatos positivos e benéficos ao PAC, bem como responde a comentários negativos feitos por outros enunciadores. Foram selecionadas as seguintes falas de Lula:

**“Se houve tempo em que o Brasil não estava tão arrumado e eles fizeram investimento, agora há muito mais motivos para que eles façam investimentos no Brasil.” (Programa de 29/01/07)**

O presidente Lula retoma a crítica aos seus antecessores, tenta passar a imagem de que

o Brasil da era Lula está “mais arrumado” e pronto para receber investimentos de outros países.

**“...o PAC na verdade é uma desafio, não apenas para o governo, mas um desafio para a participação da iniciativa privada junto com o governo na construção da infraestrutura que falta para o país.” (Programa de 24/09/07)**

Ao falar do desafio governamental de “tocar” as obras do PAC, o presidente convoca a iniciativa privada a participar do programa. Lula ainda enfatiza a necessidade de obras de infraestrutura para o Brasil avançar.

**“...para que a gente possa garantir que o Brasil vai ter um longo ciclo de crescimento para recuperar as duas décadas e meia que nós não crescemos.” (Programa de 31/12/07)**

O PAC, para Lula, é sinônimo de crescimento do Brasil a longo prazo. O presidente, como político e gestor público, volta a criticar os governos anteriores e até fala em 25 anos de “atraso”.

Sintaticamente, essas estratégias enunciativas podem ser identificadas pela ocorrência de silepses de pessoa, em que o enunciador utiliza por conveniência, ou seja, quando prefere afirmar-se em 1ª pessoa do singular (eu) e quando prefere delegar-se em 1ª pessoa do plural (nós), para dar esse tom de totalidade, coletividade. A palavra silepse vem do grego e significa “ato de compreender”, “compreensão”. É uma figura de construção. Trata-se da concordância que acontece não com o que está explícito na frase, mas com o que está mentalmente subentendido, com o que está oculto. É, portanto, uma concordância ideológica, que ocorre com a ideia que o falante quer transmitir. É também chamada de concordância irregular.

## 6.2 COMENTÁRIOS PARAFRÁSTICOS

Nos comentários parafrásticos a seguir, levando em contas trechos das falas do presidente Lula nos cinco programas selecionados, vamos nos ater ao tipo pragmático de paráfrase. Neste caso, segundo Duarte (2003), “a paráfrase se baseia nas intenções do locutor,



Além de falar aos ouvintes, o presidente Lula menciona o nome do entrevistador, em forma vocativa – o jornalista Luiz Fara Monteiro – para chamar a atenção ao que vai anunciar, priorizando, previsivelmente, o recurso fático da linguagem, dando um caráter de proximidade e intimidade com o entrevistador. O próprio nome do programa – Café com o Presidente – já denota essa relação, de diálogo natural, despojado de formalidades. O presidente Lula usa a palavra ‘coisa’ que, conforme o Dicionário Aurélio (1977), significa “o que existe ou pode existir”; “objeto inanimado”; “acontecimento”; “ocorrência”; “assunto”; “matéria”. No rádio, a palavra ‘coisa’ é aceita como utilização de uma linguagem simples, usual e corriqueira que o meio adota para facilitar o entendimento do ouvinte. As ‘três coisas importantes’, na ótica de Lula, são “na área econômica, que vão permitir mais flexibilidade para investimentos”, “mudanças legislativas para tentar destravar o país” e “a decisão de investimentos em infraestrutura”.

O presidente admite que o sucesso do PAC depende do bom andamento da economia, da participação e colaboração de senadores e deputados nas votações de projetos que envolvam o programa e do firme propósito de o governo assegurar a aplicação dos recursos nas obras previstas. O PAC, como proposta de governo, é valorizado quando o presidente fala em ‘estudo profundo’, ‘foram alguns meses de trabalho’, ‘coisa extremamente séria’ e ‘extremamente responsável’. Ao mesmo tempo, a sentença reforça que o pensamento contrário a tudo isso já fora cogitado, ou seja, que o programa era tido como algo irreal, demagógico, difícil de ser cumprido, mais uma sigla codificada para gerar uma falsa expectativa na população. O presidente utiliza essas afirmações como mecanismo de defesa. Ao dizer “nós não inventamos obras” e “as obras que estamos colocando como prioridade são demandas históricas do país”, Lula volta a valorizar a sua administração e, de quebra, faz uma crítica a governos anteriores. O dialogismo está implicado, com a ocorrência de relações de sentido e poder. O advérbio de negação presente no enunciado implica que já houve rumores de que obras eram inventadas em sua gestão, ou seja, a negativa já pressupõe uma afirmação coletiva anterior. Então, há um pressuposto adverbial afirmativo nas asserções negativas de Lula.

- “Habitualmente, no Brasil, o governo anunciava dinheiro para saneamento básico e esse dinheiro nunca saía porque não tinha projetos executivos, porque não tinha acordos entre governos e municípios, não tinha um critério objetivo de fazer com que o dinheiro chegasse e acontecesse a obra. Nós então estabelecemos, do dia 22 de janeiro até agora, na última sexta-feira no Rio Grande do Sul, a assinatura de protocolos entre o governo

do estado e os prefeitos, a começar das cidades da região metropolitana de todo o país e das cidades até 150 mil habitantes. E fizemos esse protocolo para que a gente tenha o compromisso e esse pacto dos entes federativos para fazer as coisas acontecerem. Então, é um dinheiro que vai resolver o problema do abastecimento de água, esgotamento sanitário, urbanização de favelas e remoção das palafitas, remoção das pessoas que moram em córregos, das pessoas que moram em encostas de morros, ou seja, eu trabalho com a idéia de que agora, até fevereiro do próximo ano, tenhamos todas as licitações e tenhamos todo o processo de obras em andamento, que é para melhorar a vida da sociedade brasileira. **(Programa de 27/08/2007)**

No trecho acima, o presidente Lula faz novas críticas a governos anteriores, pela falta de “projetos executivos”, de “acordos entre governos e municípios” e de “critério objetivo” para investimentos em saneamento básico no Brasil. Essa crítica vem implicada em expressões como ‘habitualmente’ e na forma verbal ‘anunciava’, no imperfeito do indicativo. Outra vez, Lula enfatiza a importância do PAC. Ele destaca a assinatura de protocolos em cidades da região metropolitana de todo o país e daquelas com até 150 mil habitantes. O presidente ressalta o ‘compromisso’ assumido pelo seu governo, por meio dos protocolos assinados, e o “pacto dos entes federativos para fazer as coisas acontecerem”. Os pronomes “nós” – “estabelecemos” e “fizemos esse protocolo” – e “eu” – “trabalho com a ideia” – novamente ganham destaque.

A expressão “...para que a gente tenha o compromisso” denota uma decisão assumida por Lula enquanto cidadão e presidente da República. Lula volta a propagandar as ações governamentais e adota o discurso característico dos políticos, de prometer: “Então, é um dinheiro que vai resolver o problema do abastecimento de água, esgotamento sanitário, urbanização de favelas e remoção das palafitas, remoção das pessoas que moram em córregos, das pessoas que moram em encostas de morros... É para melhorar a vida da sociedade brasileira”.

- “Veja, são R\$ 40 bilhões divididos entre os 27 estados, envolve na verdade 394 municípios e vai atender o equivalente a 15 milhões de famílias, ou seja, 60 milhões de pessoas. O grande problema do Brasil era que o Brasil tem uma cultura pequena de investimento em saneamento básico. Eu digo sempre, nos atos em que participo, que tem determinados tipos de políticos que historicamente não gostam de fazer saneamento básico porque você vai enterrar uma manilha e, portanto, você não pode fazer propaganda depois, não pode colocar uma placa comemorativa em cima de uma manilha. Mas o resultado de uma política dessa é que a gente vai poder ver no Brasil diminuir a mortalidade infantil, a gente vai poder ver no Brasil as crianças brincando na rua sem ter esgoto a céu aberto, a gente vai poder ver as pessoas abrindo uma torneira e tirando água potável para beber, para lavar roupa, para tomar banho. Esse é o benefício que nós queremos fazer. O que é importante, Luiz, é que tenha uma política combinada, ou seja, aonde nós formos trabalhar essa política de saneamento básico, junto tem que entrar o posto médico, junto tem que entrar escola, junto tem que se pensar na área de lazer, junto tem que

entrar a política de segurança. Tudo isso é um jogo feito com vários ministérios participando para que a gente possa fazer uma melhoria substancial na vida do povo que mora em situações mais degradantes no Brasil.” (Programa de 27/08/2007)

O presidente Lula realça dados relativos ao PAC: R\$ 40 bilhões, 27 estados, 394 municípios, 15 milhões de famílias, 60 milhões de pessoas. Adota essa estratégia de apresentação de números para impressionar os ouvintes e mensurar o investimento a ser feito pelo seu governo. Fala que “o grande problema do Brasil era que o Brasil tem uma cultura pequena de investimento em saneamento básico”. Lula mistura o passado do verbo “era” com o presente do verbo “tem”, afetando a concordância da sua fala. Novamente, o presidente critica seus antecessores: “Tem determinados tipos de políticos que historicamente não gostam de fazer saneamento básico, porque você vai enterrar uma manilha e, portanto, você não pode fazer propaganda depois, não pode colocar uma placa comemorativa em cima de uma manilha”.

Na sequência, o presidente valoriza o PAC e o “resultado de uma política dessa” adotada pela sua administração. A expressão “a gente vai poder ver no Brasil” vem acompanhada de “diminuir a mortalidade infantil”, “crianças brincando na rua sem ter esgoto a céu aberto” e “as pessoas abrindo uma torneira e tirando água potável para beber, para lavar roupa, para tomar banho”. Lula fala em “política combinada” e “de saneamento básico” e adota a expressão “junto tem que entrar...o posto médico...escola...tem que se pensar na área de lazer...a política de segurança”. Essa estrutura repetitiva se assemelha à estrutura de refrão poético, manobra lingüística previsível no discurso político. No país pentacampeão do mundo com a Seleção Brasileira de futebol não poderia faltar, conforme Lula, “um jogo feito com vários ministérios participando para que a gente possa fazer uma melhoria substancial na vida do povo que mora em situações mais degradantes no Brasil”.

- “Depois que nós visitarmos esses quatro países aqui, nós vamos passar na Espanha para discutir com os empresários a possibilidade de investimentos no PAC [*o Programa de Aceleração do Crescimento*]. Mas a visita aos países nórdicos é uma dívida que o Brasil tem, é a primeira vez que tem uma visita de chefe de Estado à Finlândia, Suécia, Dinamarca e Noruega. Esses países são grandes investidores no Brasil. Todos eles têm empresas no Brasil, todos eles investem bastante no Brasil. Nós temos uma balança comercial de aproximadamente US\$ 1 bilhão com todos eles, com a Suécia tem um pouco mais, chega a R\$ 1,5 bilhão as nossas trocas comerciais, e nós

queremos discutir com eles duas coisas fundamentais: primeiro, estreitar a relação do Brasil com esses países. Segundo, convencê-los a participar do PAC, ou seja, mostrar as grandes obras de infra-estrutura para despertar interesse neles de participar conosco.” **(Programa de 10/09/2007)**

É dada ênfase, pelo próprio presidente Lula, à visita que ele fará a cinco países europeus: Finlândia, Suécia, Dinamarca, Noruega e Espanha para tratar com empresários da possibilidade de investimento externo no PAC. Nos quatro primeiros, tidos como países nórdicos, Lula destaca que é a primeira visita feita por um chefe de Estado brasileiro àquelas nações. Tenta se projetar como estadista e justifica a viagem com base na balança comercial e no estreitamento de relações entre os países.

- “Veja, os números apresentados pela coordenação geral mostram que praticamente 80% das obras do PAC estão no ritmo adequado. Ou seja, isso era apenas 52% em abril. Apenas 9,7% das ações do programa foram classificadas como preocupantes, ou seja, aquela que tem uma ação na justiça, aquela que tem uma ação no Tribunal de Contas, aquela que ainda não conseguiu licenciamento prévio. E nós estamos monitorando até agosto 2014 ações em andamento, ou seja, é quase que 500 ações a mais do que a gente vinha acompanhando em maio do mesmo ano. Significa o quê, Luiz? Significa que o PAC está andando dentro daquilo que nós tínhamos programado, ou seja, é um acompanhamento sistemático, um acompanhamento envolvendo a imprensa, envolvendo a sociedade para que o PAC comece, a partir do ano que vem, a funcionar 100% a todo o vapor. Porque você veja, nós, quando decidimos um projeto, esse projeto, muitas vezes, precisa do licenciamento prévio, depois desse processo entra a licitação, depois, no processo de licitação, começa, muitas vezes, uma empresa recorrer da decisão da Justiça, ou seja, tudo isso está sendo resolvido agora. Algumas obras já estão andando muito bem, outras obras vão começar a andar, e a minha expectativa é que, inclusive, todo o dinheiro que nós colocamos para saneamento básico, que são praticamente R\$ 40 bilhões em quatro anos, as obras comecem, quase todas, em fevereiro. Eu tenho conversado com governadores e com prefeitos, e eles estão muito otimistas com relação ao andamento das licitações que estão fazendo nos municípios.” **(Programa de 24/09/2007)**

O presidente Lula faz um balanço preliminar positivo do andamento do PAC. Conta que “praticamente 80% das obras do PAC estão no ritmo adequado” e compara os números atuais com abril do mesmo ano, quando “era apenas 52%”. Salienta que “apenas 9,7% das ações do programa foram classificadas como preocupantes, ou seja, aquela que tem uma ação na justiça...no Tribunal de Contas, aquela que ainda não conseguiu licenciamento prévio.” Novamente surgem as estruturas repetitivas, próprias de refrão musical. Segundo Lula, “...o

PAC está andando dentro daquilo que nós tínhamos programado, ou seja, é um acompanhamento sistemático, um acompanhamento envolvendo a imprensa, envolvendo a sociedade para que o PAC comece, a partir do ano que vem (2008), a funcionar 100% a todo o vapor.”

Convém atentar para o uso da expressão reiterativa ‘ou seja’, que deveria, a propósito, servir como mecanismo parafrástico, transformando o enunciado A em enunciado B, explicando-o de outra forma, mais clara, mas isso não acontece, de fato, no discurso de Lula. A expressão em instância oral, radiofônica, só serve mesmo como muleta argumentativa, pois não há do outro lado um enunciado que efetivamente a reitere. O uso da expressão ‘ou seja’ ocorre por simples vício de linguagem. Vale ressaltar, também, que é no uso da expressão reiterativa ‘ou seja’ que Lula, muitas vezes, muda de pessoa do discurso, isto é, passa de primeira do plural para primeira do singular. Então, a transição, nesse caso, não é sintática, mas sim discursiva. Ele reitera o ‘nós’ para o ‘eu’. Enfim, para Lula, o PAC gera notícia e envolve vários segmentos sociais.

- “Veja, não é pouco, Luiz, se você levar em conta o seguinte: você vai liberando de acordo com o andamento da obra. Nós temos, para este ano, R\$ 14,771 bilhões, ou seja, desse, apenas quase 10% já foram pagos, na verdade, mas já foram empenhados muito mais. E você vai pagando na medida em que você vai executando as obras. Eu acho que nós vamos chegar ao final do ano com uma participação muito maior de pagamento e acho que vamos entrar o próximo ano com o PAC a todo o vapor.” **(Programa de 24/09/2007)**

Quando o questionamento do entrevistador é sobre a aplicação de recursos no PAC previstos no Orçamento Federal, o presidente Lula tangencia: “Você vai liberando de acordo com o andamento da obra”. O dirigente admite que, dos cerca de R\$ 15 bilhões disponíveis, “apenas quase 10% já foram pagos (R\$ 1,5 bilhão), na verdade, mas já foram empenhados muito mais”. Lula faz uma previsão otimista, apostando numa “participação muito maior de pagamento” até o fim de 2007. “Vamos entrar o próximo ano (2008) com o PAC a todo o vapor”, projeta o presidente.

- “...o PAC na verdade é um desafio, não apenas para o governo, mas um desafio para a participação da iniciativa privada junto com o governo na construção da infra-estrutura que falta para o país. Eu, particularmente, estou convencido de que o crescimento do PIB, estou convencido de que o aumento

do salário, estou convencido de que a queda do desemprego, o crescimento do consumo das famílias brasileiras, ou seja, são coisas extremamente importantes, e elas estão intimamente ligadas ao PAC, sobretudo quando a gente analisa o crescimento da construção civil, que havia 20 anos estava paralisado.” **(Programa de 24/09/2007)**

Novamente se percebe mais uma tentativa de redefinir o PAC. Desta vez, utiliza a expressão ‘na verdade’ (própria da oralidade, que também não tem pertinência semântica), como se trouxesse em suma uma definição mais precisa. Mas não é o que ocorre. Apesar de considerar o PAC “um desafio...para o governo...para a participação da iniciativa privada junto com o governo na construção da infra-estrutura que falta para o país”, Lula adota a expressão “estou convencido de que o crescimento do PIB...o aumento do salário...a queda do desemprego, o crescimento do consumo das famílias brasileira...são coisas extremamente importantes...estão intimamente ligadas ao PAC”.

Então, apenas parece que o gestor vai tentar redefinir o que é o PAC, mas sintetiza-a como ‘um desafio’. O presidente volta a ressaltar as ações praticadas pelo seu governo e as liga ao PAC. É conveniente frisar que a expressão ‘eu particularmente’, além de redundante, não procede, pois se o ‘eu’ não pensar particularmente, não pensaria genericamente.

- “Luiz, eu acredito que nós tivemos 2007 um dos melhores anos dos últimos tempos no Brasil, por algumas razões. Primeiro, o povo brasileiro está acreditando cada vez mais de que o Brasil é um país que encontrou o seu caminho. Segundo, a economia está indo bem. Os salários estão crescendo, o emprego está crescendo. E é tudo que as pessoas desejam: tranquilidade para viver com muita dignidade. E nós conseguimos não só ter um 2007 muito bom, Luiz, como nós estamos com uma visão muito otimista com relação a 2008. Porque a economia continua crescendo, nós achamos que muitos investimentos estão para acontecer agora, sobretudo as obras do PAC [Programa de Aceleração do Crescimento], ou seja, que elas agora, entre fevereiro, março e abril, quase todas as obras vão começar a gerar emprego, ou seja, vão começar a produzir alguns efeitos que nós queremos, para melhorar a vida do povo, para gerar emprego e gerar distribuição de renda. Então, eu estou muito feliz. Eu estou feliz, estou satisfeito com as coisas que estão acontecendo, sabendo que a gente não pode achar que está tudo bem, ou seja, nós temos que fazer mais, temos que trabalhar mais, temos que ter muito mais garra, ter muito mais otimismo para que a gente possa garantir que o Brasil vai ter um longo ciclo de crescimento para recuperar as duas décadas e meia que nós não crescemos.” **(Programa de 31/12/2007)**

Ao enumerar “algumas razões”, como “o povo brasileiro está acreditando cada vez mais de que o Brasil é um país que encontrou o seu caminho”, “a economia está indo bem”, “os salários estão crescendo”, “o emprego está crescendo”, o presidente Lula considera que

“nós tivemos (governo e povo brasileiro) 2007 um dos melhores anos dos últimos tempos no Brasil”. Esse tipo de construção por enumeração é uma das tantas possíveis para desenvolver um discurso convincente. Sobre 2008, destaca que “nós estamos com uma visão muito otimista...nós achamos que muitos investimentos estão para acontecer agora, sobretudo as obras do PAC...quase todas as obras vão começar a gerar emprego...vão começar a produzir alguns efeitos que nós queremos, para melhorar a vida do povo, para gerar emprego e gerar distribuição de renda.”

O pronome “eu” volta a aparecer na fala do presidente: “Eu estou muito feliz...estou satisfeito com as coisas que estão acontecendo.” Lula ainda faz um alerta: “A gente não pode achar que está tudo bem...nós temos que fazer mais...trabalhar mais...ter muito mais garra...ter muito mais otimismo. O crescimento econômico do país é lembrado pelo presidente: “...que a gente possa garantir que o Brasil vai ter um longo ciclo de crescimento para recuperar as duas décadas e meia que nós não crescemos”.

- “...as coisas estão funcionando corretamente. Tudo que era problema nós fomos resolvendo, montamos um grupo gestor coordenado pela ministra Dilma [Rousseff], junto com o ministro Guido [Mantega] e junto com o ministro Paulo Bernardo. E, portanto, as coisas estão funcionando. Ou seja, eu penso que nós vamos ter um 2008, eu diria, melhor do que 2007, com mais emprego, com mais crescimento na economia. E aí nós temos que começar a preparar já 2009, ou seja, a gente não pode ficar achando que o Brasil não tem mais problema, está crescendo, o mundo está acreditando no Brasil. Tudo isso é verdade, mas nós podemos fazer muito mais e o Brasil precisa que nós façamos muito mais. E nós estamos colhendo aquilo que nós plantamos. Graças a Deus plantamos uma boa semente, estamos colhendo uma boa lavoura.” (**Programa de 31/12/2007**)

Quando Lula fala sobre “...as coisas estão funcionando corretamente”, ele se refere ao planejamento feito pelo governo para o PAC. Cita “o grupo gestor” sob a coordenação da ministra-chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff, que naquela época dava os primeiros passos para ser a preferida de Lula na corrida presidencial de 2010, juntamente com os ministros Guido Mantega, da Fazenda, e Paulo Bernardo, do Planejamento, Orçamento e Gestão. Outra vez, o presidente volta a prever um 2008 exitoso: “Eu diria, melhor do que 2007, com mais emprego, com mais crescimento na economia”. No entanto, surgem contradições na fala de Lula. Inicialmente, ele diz que “tudo que era problema nós fomos resolvendo”.

Depois, ao falar que “...aí nós temos que começar a preparar já 2009, ou seja, a gente não pode ficar achando que o Brasil não tem mais problema”, Lula revela outro pensamento, mais próximo da realidade e distante do otimismo exagerado. “Nós podemos fazer muito mais e o Brasil precisa que nós façamos muito mais”. A religiosidade do presidente entra em cena,

com a adoção de um pensamento bíblico: “Graças a Deus plantamos uma boa semente, estamos colhendo uma boa lavoura.”

- “Eu quero agradecer a cada mulher, a cada homem, a cada criança do nosso querido Brasil pela compreensão, pelo apoio e dizer que a única razão pela qual a gente briga para ganhar a Presidência da República é para a gente poder executar algumas coisas que a gente a vida inteira acreditou. Eu acreditei que era possível melhorar o Brasil, eu acreditei que era possível diminuir a pobreza, da mesma forma que eu acredito que é possível melhorar substancialmente a educação nesse país e tenho três anos e meio para fazer. Ou seja, é como eu digo sempre: o bloco está na rua e vamos agora fazer as coisas acontecerem. Feliz ano novo a todo povo brasileiro e que Deus continue colocando a mão em cima do nosso querido país, em cima do nosso querido povo.” **(Programa de 31/12/2007)**

Na última edição do programa Café com o Presidente em 2007, Lula ainda faz uma saudação ao povo brasileiro por meio do rádio. Agradece “a cada mulher, a cada homem, a cada criança do nosso querido Brasil pela compreensão, pelo apoio” e diz “que a única razão pela qual a gente (ele) briga para ganhar a Presidência da República é para a gente (ele) poder executar algumas coisas que a gente (ele) a vida inteira acreditou. A expressão “eu acreditei que era possível”, no final do primeiro ano do segundo mandato de Lula como presidente, resume o seu desabafo frente àqueles que não acreditavam na sua reeleição e nas propostas para “melhorar o Brasil”, “diminuir a pobreza” e “melhorar substancialmente a educação”. Novamente o dialogismo aparece com força, já que o discurso de Lula apresenta a ocorrência de relações de sentido e poder.

O presidente entra no clima festivo de final de ano (2007), mas não esquece de 2008: “O bloco está na rua e vamos agora fazer as coisas acontecerem. Feliz ano novo a todo povo brasileiro e que Deus continue colocando a mão em cima do nosso querido país, em cima do nosso querido povo.” Figurativamente, refere-se ao governo (e ao pacote) como um bloco de carnaval que está em desfile, agregando mais adeptos, puxando a economia. Apela, previsivelmente, para a entidade divina, apenas para fechar o discurso e o programa, cativar os ouvintes.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa *Café com o Presidente: um olhar semântico-pragmático sobre o PAC no do programa de rádio de Lula* buscou apontar os lugares de fala ocupados pelo dirigente máximo do país em cinco edições do programa de rádio *Café com o Presidente*, selecionadas em 2007, e que abordavam as ações do PAC como temática principal. Determinar os aspectos semântico-pragmáticos do discurso de Lula e verificar as estratégias enunciativas usadas pelo presidente durante o programa também estiveram entre os objetivos específicos do trabalho.

O presidente Lula utilizou-se do rádio como veículo de comunicação de massa para divulgar e propagandear as ações do seu governo e, no caso específico em análise, o PAC. Valeu-se do mesmo método usado por três ex-presidentes do Brasil: Getúlio Vargas, na década de 30; José Sarney, na metade dos anos 80; e Fernando Henrique Cardoso, na década de 90. Conforme Ortriwano (1985), o rádio é o mais eficaz instrumento ideológico dos grupos em vigência no poder. Isto porque consegue alcançar as massas de uma maneira como nenhum outro veículo. Foi por isso que a política fez questão de tê-lo como aliado.

Em linguagem simples, direta e objetiva, três características marcantes do veículo rádio, o presidente Lula propagou a mensagem governamental aos ouvintes do *Café com o Presidente*, espalhados por todo o território nacional. A estratégia da EBC, de conceder a Lula um programa de rádio, é acertada. A origem humilde do presidente, que deixou o nordeste para tentar melhorar de vida no sudeste, e a carreira de líder sindical dos metalúrgicos na região do Grande ABC, em São Paulo, moldaram um discurso que facilita a relação com os seus interlocutores. Lula só chegou à presidência da República do Brasil após disputar quatro eleições diretas.

No rádio, o pensamento, a palavra e a linguagem oral encaminham o processo de comunicação para um diálogo, que se transforma em entrevista, com perguntas e respostas. Durante as edições analisadas do programa de rádio *Café com o Presidente*, o jornalista Luiz Fara Monteiro atuou como entrevistador. Ele apareceu ora como a primeira pessoa do discurso (locutor/emissor), ora como a segunda pessoa (ouvinte/receptor). O presidente Lula, no papel de entrevistado, participou do diálogo nas três posições, como locutor/emissor, ouvinte/receptor e assunto/mensagem. Quando foi questionado por Monteiro, o presidente foi a pessoa com quem se fala (ouvinte/receptor). Ao responder os questionamentos feitos pelo jornalista, Lula foi a pessoa que fala (locutor/emissor). Ocupou, ainda, o lugar de pessoa de quem se fala (assunto/mensagem), já que é o presidente do país (Eu) e está também

posicionado como governo (Nós). Os ouvintes (receptores) do programa posicionaram-se na segunda pessoa do discurso. Já o PAC, enquanto tema abordado, ficou como terceira pessoa (assunto/mensagem) no processo discursivo.

O dialogismo esteve implicado no programa de rádio de Lula, em ocorrências de relações de sentido e poder. O enunciador Lula recorre ao *Café com o Presidente* para fazer política, relatar os feitos da sua administração e responder as críticas recebidas de setores que fazem oposição ao seu governo. O discurso se materializa, quando disposto no contexto radiofônico. Na enunciação, divulgam-se os recursos financeiros que serão empregados nas obras do PAC. No discurso de Lula ocorre a paráfrase do tipo pragmático, quando reforça as suas intenções de locutor e seu comprometimento com o ato de fala (valores ilocutórios) e nos efeitos sobre o interlocutor (valores perlocucionários). Há estratégias enunciativas de afirmação a negações externas, negação a afirmações externas, e afirmação e negação (e vice-versa) a comentários externos no discurso do presidente durante o programa de rádio.

Durante as cinco edições analisadas do programa, Lula ocupou os lugares de fala como presidente, governo e povo. O pronome 'eu' na primeira pessoa do singular identifica o Lula presidente, dirigente máximo do país, figura proeminente da nação e chefe de estado. Já o pronome 'nós' na primeira pessoa do plural dá a dimensão do Lula governo, de administração conjunta e coletiva do país com aqueles que fazem parte da sua gestão, como ministros e ocupantes de outros postos. O Lula povo é visto quando o presidente se coloca como um brasileiro comum, que trabalha para pagar as contas e sustentar a família, tem direitos e deveres, faz planos e sonha com uma vida melhor para si e o país.

A contradição do discurso político também atingiu Lula, que valorizou as ações do PAC e criticou seus antecessores na presidência da República. O que é bom, foi divulgado, enquanto que os problemas enfrentados pelo governo ficaram no plano secundário ou foram abordados superficialmente.

De qualquer forma, o *Café com o Presidente* permite que Lula disponha de um canal abrangente para chegar ao povo brasileiro que habita os lugares mais distantes do país, via rádio, característica que confirma a força deste veículo de comunicação de massa. O programa serve para divulgar as ações governamentais, populariza a gestão de Lula e vira pauta em outros veículos, como a TV, os sites de notícias na Internet, os jornais e as revistas.

Principal programa da segunda gestão de Lula (2007-2010), o PAC recebe críticas dos opositores ao governo, que enxergam a iniciativa como eleitoreira. Os defensores da administração Lula, por sua vez, rechaçam o cunho eleitoreiro dado ao PAC e dizem que, se o governo faz algo para o povo, é porque planejou e teve vontade política. De concreto, as ações

do PAC, desde o seu início em 2007, projetam a ministra-chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff, como pré-candidata à presidência da República na eleição de 2010 pelo PT, partido da situação. Ela até recebeu o apelido de “Mãe do PAC”, numa clara alusão como principal gestora do programa. Dilma é a candidata de Lula, que a bancou mesmo diante de resistências no seio petista.

O êxito do atual governo na implementação das obras do PAC pode auxiliar a ministra Dilma na campanha eleitoral de 2010 para a presidência da República. De 2007 até abril de 2009, de acordo com o 7º Balanço do PAC e pelo critério de valor, o percentual de obras concluídas é de 15% e das que andam com bom ritmo, de 79%. Já as ações que precisam de atenção representam 4%, enquanto as que preocupam equivalem a 2%. Das 2.446 ações monitoradas, 14% foram concluídas e 77% estão com execução adequada. Em ritmo que merece atenção, encontram-se 7% e, em situação que preocupa, 2%. Estes números não incluem as ações de Habitação e Saneamento, que têm monitoramento em separado.

Em relação ao estágio, em valor, 63% das ações estão em obras. Em licitação estão 5% e na fase de projeto ou licenciamento situam-se 15%. Em quantidade, o estágio das ações apresenta-se assim: 15% concluídas e 62% em obras; 12% em licitação e 11% em projeto ou licenciamento.

Os 335 empreendimentos do PAC concluídos até abril de 2009 significam investimento de R\$ 62,9 bilhões. São 133 obras no setor de Logística, equivalentes a R\$ 10,2 bilhões. No setor de Energia são 186 empreendimentos concluídos, correspondendo a R\$ 50,2 bilhões. No eixo Social e Urbano foram concluídos 16 empreendimentos, totalizando R\$ 2,5 bilhões. O orçamento do PAC cresceu de R\$ 503,9 bilhões, no seu lançamento em 2007, para R\$ 646 bilhões.

O *Café com o Presidente*, programa de rádio de Lula, e as ações em torno do PAC abrem perspectiva para pesquisas futuras nas áreas das Ciências da Linguagem e da Comunicação Social. Rádio e política também permanecem unidos e fortes na mesma proposta.

## REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 8 ed. São Paulo: Hucitec, 1997.
- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.
- CAPUTO, Stela Guedes. **Sobre entrevistas: teoria, prática e experiências**. Petrópolis: Vozes, 2006.
- CANÇADO, Márcia. **Manual de semântica: noções básicas e exercícios**. Belo Horizonte: UFMG, 2005.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. 3. ed. rev. São Paulo: Summus, 2007.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. Trad. Angela S. M. Corrêa. 1. ed., 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2007.
- CHARAUDEAU, Patrick; & MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. Coordenação da tradução: Fabiana Komesu. 2ª Edição. São Paulo: Contexto, 2006.
- DUARTE, Paulo Mosânio Teixeira. **Elementos para o estudo da paráfrase**. In: Revista Letras, Curitiba, n. 59, p. 241-259, jan./jun. 2003. Editora UFPR
- DUARTE, Elizabeth Bastos; e CASTRO, Maria Lília Dias de. **Mídia e Consumo Cultural**. Disciplina ministrada em forma de Curso/Módulos, no Mestrado em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, anotações dos dias 26, 27 e 28/08/2008; e 16, 17 e 18/09/2008.
- DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 1987.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.
- FIORIN, José Luiz. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2006.

FUCHS, Catherine. **La paraphrase**. Paris: Press Universitaires de France, 1982.

GUIMARÃES, Eduardo. **Texto e argumentação**. Campinas: Pontes, 1987.

\_\_\_\_\_. (Org.). **História e sentido na linguagem**. Campinas: Pontes, 1989.

\_\_\_\_\_. **Os limites do sentido: um estudo histórico e enunciativo da linguagem**. Campinas: Pontes, 1995.

KOCH, Ingedore Grunfeld. Villaça. **Argumentação e linguagem**. São Paulo: Cortez, 1984.

HIPPOLITO, Lucia. **Por dentro do governo Lula**. Futura, 2005.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.

LASSWELL, Harold Dwight. **A linguagem da política**. Lúcia Dauster Vivacqua e Silva e Sônia de Castro Neves (Tradução). 2. ed. Brasília: Editora da UnB, 1982.

LIMA, Venício A. de. **A importância do rádio na campanha de Lula**. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=386IMQ001>>. Acesso em: 29 abr. 2008.

\_\_\_\_\_. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. Perseu Abramo, 2006.

\_\_\_\_\_. **Mídia: teoria e política**. Perseu Abramo, 2001.

McLEISH, Robert. **Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 1999.

MAINGUENEAU, Dominique. **Termos-chaves do discurso**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

\_\_\_\_\_. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes/Unicamp, 1989.

MARGOTTI, Felício Wessling. **Sinonímia e paráfrase: algumas considerações a partir de dados do Atlas lingüístico-Etnográfico da Região Sul – ALERS**. In: Revista Linguagem em (Dis)curso, volume 3, número 2, jan./jul. 2003.

MARQUES, Mario Osório. **Escrever é preciso: o princípio da pesquisa**. Ijuí: Unijuí, 2001.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo político**. São Paulo: Contexto, 2005.

MÁXIMO, Willian Côrrea. **Aspectos semântico-pragmáticos da enunciação radiofônica**. 2006. 199f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem) – Curso de Pós-graduação em Ciências da Linguagem, Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, 2006.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Entrevista, o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 1988.

MEDITSCH, Eduardo (org.). **Teorias do rádio**. Florianópolis: Insular, 2005.

\_\_\_\_\_. **O rádio na era da informação – teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular, 2001.

MELO, José Marques de. **Teoria do jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Mil Palavras. 2000.

MOURA, Heronides Maurílio de Melo. **Significação e contexto: uma introdução a questões de semântica e pragmática**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2000.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

OSAKABE, Haqira. **Argumentação e discurso político**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso - uma crítica à afirmação do óbvio**. Campinas: Unicamp, 1988.

RADIOBRÁS. Disponível em <<http://www.radiobras.gov.br>>. Acesso em: 10 jun. 2008.

RAUEN, Fábio José. **Roteiros de pesquisa**. Rio do Sul: Nova Era, 2006.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de lingüística geral**. 12. ed. São Paulo: Cultrix, 1975.

VAN DIJK, Teun A. **Discurso e poder**. Hoffnagel, Judith, e Falcone, Karina (org.). São Paulo: Contexto, 2008.

\_\_\_\_\_. **La noticia como discurso – Comprensión, estructura y producción de la información**. Barcelona/Buenos Aires: Paidós, 1990.

VOGT, Carlos. **Linguagem, pragmática e ideologia**. São Paulo: Hucitec, 1989.

.

**ANEXOS**

## ANEXO A – Texto do Programa Café com o Presidente – 29.01.2007

### **Lula diz que obras do PAC são demanda histórica do país**

**Apresentador:** Bom dia, amigos em todo o Brasil. Estamos de volta e vai começar mais uma edição do programa Café com o Presidente, o programa de rádio do presidente Lula. Bom dia, presidente.

**Presidente Lula:** Bom dia, Luiz.

**Apresentador:** Presidente, ficamos com o programa interrompido desde junho. O senhor estava com saudade de conversar com a população pelo rádio?

**Presidente Lula:** Primeiro, Luiz, eu acho que foram sete meses em que o nosso programa não foi ao ar. Primeiro, por causa do período eleitoral; segundo, porque começou, depois das eleições, o fim de ano, e nós não retomamos. Eu acho importante este programa voltar ao ar toda segunda-feira para que a gente possa voltar a contar as novidades para o povo brasileiro. Afinal de contas, eu penso que uma grande parcela da população brasileira ainda tem suas informações via rádio. Eu quero dar os parabéns a todos vocês do programa Café com o Presidente e dizer que estarei pronto e apto para, toda segunda-feira, voltar ao ar.

**Apresentador:** Presidente, faz uma semana que o senhor lançou o PAC, que é o Programa de Aceleração do Crescimento, uma promessa sua da virada do ano de que o Brasil iria crescer com maior velocidade a partir de agora. Resume para a gente o que tem de importante nesse programa e como vai funcionar.

**Presidente Lula:** O PAC, o que é? É um compromisso do governo brasileiro com as principais obras de infra-estrutura do país nos próximos quatro anos. No PAC, o que é importante? É que nós definimos investir quase R\$ 504 bilhões. Nós decidimos investir em habitação, saneamento básico, que nunca foram investidos neste país. Ao mesmo tempo, nós queremos mostrar seriedade, porque criamos o conselho gestor, que vai dirigir esse programa de investimento, para que não se perca na demanda diária da política brasileira.

**Apresentador:** Que outras medidas a população vai sentir em relação a esse PAC, medidas efetivas que a população vai sentir em curto prazo em relação ao PAC?

**Presidente Lula:** Nós tomamos medidas porque o PAC, Luiz, tem três coisas importantes: mudanças em algumas coisas na área econômica que vão permitir mais flexibilidade para investimentos, que passa pela desoneração; outra coisa importante são mudanças legislativas para tentar destravar o país de coisas que, às vezes, demoram meses para acontecer; a outra é a decisão de investimento em infra-estrutura, ou seja, o que nós temos de prioridade na parte de gasoduto, na parte de energia elétrica, na parte de rodovias, na parte de portos e aeroportos, na parte de hidrovias. Então, nós fizemos algum estudo profundo, foram alguns meses de trabalho. Quem assiste a uma sessão de apresentação do PAC, vai perceber que aquilo é uma coisa extremamente séria, extremamente responsável. Nós não inventamos obras, ou seja, as obras que estamos colocando como prioridade são demandas históricas deste país. Portanto, eu estou otimista, Luiz.

**Apresentador:** Este é o Café com o Presidente, o programa de rádio do presidente Lula. Presidente, depois do lançamento do PAC, dia 25, o senhor foi para Davos, na Suíça, onde aconteceu o Fórum Econômico Mundial. Lá foram retomadas as discussões sobre a Rodada de Doha, que trata de novas regras para o comércio mundial e são importantes principalmente para os países em desenvolvimento. O senhor acha que o resultado foi satisfatório?

**Presidente Lula:** Primeiro, estou mais otimista com a Rodada de Doha, estou mais otimista, porque há uma vontade política de que essas coisas aconteçam. Todo mundo sabe que se não acontecer um acordo sobre o comércio agora, a OMC vai perder credibilidade, ou seja, as pessoas vão se perguntar para que ela existe. Como entrou pela primeira vez na discussão da Rodada de Doha a palavra desenvolvimento - isso é importante porque não adianta os países ricos acharem que vão ajudar os países pobres dando um pouquinho de dinheiro. Não, é muito melhor a gente investir em projetos de desenvolvimento nos países mais pobres. Eu participei de uma reunião e lá fiz questão de dizer que a decisão agora é eminentemente política, não mais econômica. É uma decisão em que os presidentes e os primeiros-ministros, as pessoas que têm responsabilidade de tomar a decisão, vão ter que dizer se querem ou não querem. Não é mais um problema dos negociadores, porque eu disse ao Tony Blair que, em algum momento, nós vamos precisar ter cinco minutos de estadistas dentro de nós e vamos tomar

uma decisão. Uma decisão que possa significar apontar para os países mais pobres do mundo uma esperança de que o Século 21 vai dar a eles a oportunidade de se desenvolver. O Brasil, além de apresentar essas propostas, tem no biodiesel e no álcool grandes programas que podem ajudar os países pobres a se desenvolver. Basta que, para isso, os países ricos comecem a utilizar o etanol como combustível, utilizar o biodiesel, até porque todos nós somos assinantes do Protocolo de Quioto, menos os Estados Unidos. Se nós quisermos despoluir o planeta, nós vamos ter que utilizar combustíveis menos poluentes. Estou otimista, acho que nós temos que fechar isso até abril. Mas estou convencido de que estamos avançando bem. Por esses dias, vou ligar para os presidentes que estão mais envolvidos nessa história da Rodada de Doha, vamos ver se a gente assume a responsabilidade. Estou convencido de que se nós não fizermos acordo de comércio, que permita aos países pobres ter acesso aos mercados agrícolas dos países ricos, vamos viver mais um século vendo os países mais pobres continuarem mais pobres.

**Apresentador:** OK, presidente. Foi um prazer o retorno do programa. Obrigado pela sua entrevista e um bom dia.

**Presidente Lula:** Obrigado a você, Luiz, e até a próxima segunda-feira.

**Apresentador:** Obrigado a você, em todo o Brasil, que acompanhou esta edição do Café com o Presidente, o programa de rádio do presidente Lula. Acesse [www.radiobras.gov.br](http://www.radiobras.gov.br). Até o próximo programa.

**ANEXO B – Texto do Programa Café com o Presidente – 27.08.2007****Lula espera que até fevereiro licitações de obras do PAC estejam concluídas**

**Apresentador:** Olá, você, em todo o Brasil. Começa o programa de rádio do presidente Lula. Tudo bem, presidente?

**Presidente:** Tudo bem, Luiz.

**Apresentador:** Presidente, o senhor encerrou na última sexta-feira, a assinatura de protocolos de cooperação na área de saneamento e urbanização. É dinheiro do Programa de Aceleração do Crescimento que chega para melhorar a infra-estrutura das cidades. Essas obras vão acontecer em todo o país?

**Presidente:** Luiz, na verdade o processo foi extraordinário, e eu acho que nós temos que valorizar o aprendizado que todos nós tivemos. Habitualmente, no Brasil, o governo anunciava dinheiro para saneamento básico e esse dinheiro nunca saía porque não tinha projetos executivos, porque não tinha acordos entre governos e municípios, não tinha um critério objetivo de fazer com que o dinheiro chegasse e acontecesse a obra. Nós então estabelecemos, do dia 22 de janeiro até agora, na última sexta-feira no Rio Grande do Sul, a assinatura de protocolos entre o governo do estado e os prefeitos, a começar das cidades da região metropolitana de todo o país e das cidades até 150 mil habitantes. E fizemos esse protocolo para que a gente tenha o compromisso e esse pacto dos entes federativos para fazer as coisas acontecerem. Então, é um dinheiro que vai resolver o problema do abastecimento de água, esgotamento sanitário, urbanização de favelas e remoção das palafitas, remoção das pessoas que moram em córregos, das pessoas que moram em encostas de morros, ou seja, eu trabalho com a idéia de que agora, até fevereiro do próximo ano, tenhamos todas as licitações e tenhamos todo o processo de obras em andamento, que é para melhorar a vida da sociedade brasileira.

**Apresentador:** Todos os estados vão ser contemplados pelo PAC do Saneamento. Agora, presidente, quanto esses estados vão receber de verba do programa?

**Presidente:** Veja, são R\$ 40 bilhões divididos entre os 27 estados, envolve na verdade 394 municípios e vai atender o equivalente a 15 milhões de famílias, ou seja, 60 milhões de pessoas. O grande problema do Brasil era que o Brasil tem uma cultura pequena de investimento em saneamento básico. Eu digo sempre, nos atos em que participo, que tem determinados tipos de políticos que historicamente não gostam de fazer saneamento básico porque você vai enterrar uma manilha e, portanto, você não pode fazer propaganda depois, não pode colocar uma placa comemorativa em cima de uma manilha. Mas o resultado de uma política dessa é que a gente vai poder ver no Brasil diminuir a mortalidade infantil, a gente vai poder ver no Brasil as crianças brincando na rua sem ter esgoto a céu aberto, a gente vai poder ver as pessoas abrindo uma torneira e tirando água potável para beber, para lavar roupa, para tomar banho. Esse é o benefício que nós queremos fazer. O que é importante, Luiz, é que tenha uma política combinada, ou seja, aonde nós formos trabalhar essa política de saneamento básico, junto tem que entrar o posto médico, junto tem que entrar escola, junto tem que se pensar na área de lazer, junto tem que entrar a política de segurança. Tudo isso é um jogo feito com vários ministérios participando para que a gente possa fazer uma melhoria substancial na vida do povo que mora em situações mais degradantes no Brasil.

**Apresentador:** Você está ouvindo o *Café com Presidente*. Hoje falamos sobre o PAC do saneamento. Presidente, como a Funasa, Fundação Nacional de Saúde, está envolvida nesse programa?

**Presidente:** Esse é outro programa importante que nós vamos anunciar no dia 19 de setembro de manhã. O PAC Funasa tem R\$ 4 bilhões para investimento, R\$ 280 milhões serão investidos para levar esgotamento sanitário e água tratada a 90% das comunidades indígenas, depois nós vamos ter R\$ 180 milhões para levar esgotamento sanitário e água potável também nos quilombos já legalizados e depois nós vamos ter mais de R\$ 3 bilhões que vão atender às cidades de até 50 mil habitantes e vamos priorizar as cidades por índice de mortalidade infantil, vamos priorizar as cidades do Norte por malária e as cidades do Nordeste e também a Região Sul do país que tenham doença de Chagas. Tudo isso faz parte de um grande projeto do PAC.

**Apresentador:** Presidente, o senhor comentou da sua juventude difícil, que morava em lugares onde não havia saneamento, e esse programa atende a cerca de 15 milhões de famílias, cerca de 60 milhões de pessoas. O que muda na vida dessas comunidades?

**Presidente:** Olha, muda muito. Eu, quando conto meu exemplo, conto para levantar a auto-estima das pessoas. Para que as pessoas saibam que alguém que passou o que eles estão passando chegou a presidente da República. E só cheguei porque não fraquejei, só cheguei porque trabalhei, acreditei, lutei e cheguei. Então, o que eu digo para as pessoas: não há razão nenhuma para a gente desanimar. O que nós precisamos é estar organizados, cobrar, cada vez mais, do governo municipal, do governo estadual, do governo federal e que a gente vai construindo a coisa juntos. Eu vivi muitas enchentes, não foram poucas na minha vida e acho que tudo isso serviu de aprendizado para mim. Serviu de aprendizado e eu tento passar para as pessoas. E por isso eu tenho essa vontade, essa determinação de enfrentar, de uma vez por todas, a questão do saneamento básico no Brasil.

**Apresentador:** Presidente, muito obrigado e até semana que vem.

**Presidente:** Obrigado a você, Luiz, e até a próxima semana.

**Apresentador:** O programa *Café com Presidente* está disponível na internet, em [www.radiobras.gov.br](http://www.radiobras.gov.br) Um abraço para você e até a semana que vem com mais um.

## ANEXO C – Texto do Programa Café com o Presidente – 10.09.2007

### **Brasil quer convencer países nórdicos a participar do PAC, afirma Lula**

**Apresentador:** Olá, você, em todo o Brasil. Eu sou Luiz Fara Monteiro, falamos direto de Helsinque, na Finlândia, onde o presidente Lula faz uma visita de Estado pela primeira vez nesse país. Tudo bem, presidente?

**Presidente:** Tudo bem, Luiz.

**Apresentador:** Quinze horas de viagem, como é que está a disposição para divulgar o Brasil no exterior, nos países nórdicos, nos países escandinavos?

**Presidente:** Luiz, eu penso que o cansaço da viagem não pode atrapalhar as pretensões nem do Brasil e muito menos do presidente do Brasil em tentar aperfeiçoar os negócios com os países nórdicos. Você sabe que nós temos uma parceria importante com a Finlândia, com a Suécia, com a Noruega e com a Dinamarca. Depois que nós visitarmos esses quatro países aqui, nós vamos passar na Espanha para discutir com os empresários a possibilidade de investimentos no PAC [*o Programa de Aceleração do Crescimento*]. Mas a visita aos países nórdicos é uma dívida que o Brasil tem, é a primeira vez que tem uma visita de chefe de Estado à Finlândia, Suécia, Dinamarca e Noruega. Esses países são grandes investidores no Brasil. Todos eles têm empresas no Brasil, todos eles investem bastante no Brasil. Nós temos uma balança comercial de aproximadamente US\$ 1 bilhão com todos eles, com a Suécia tem um pouco mais, chega a R\$ 1,5 bilhão as nossas trocas comerciais, e nós queremos discutir com eles duas coisas fundamentais: primeiro, estreitar a relação do Brasil com esses países. Segundo, convencê-los a participar do PAC, ou seja, mostrar as grandes obras de infraestrutura para despertar interesse neles de participar conosco. E depois discutir com eles a questão do biodiesel, porque o mundo, na medida em que tenha que cumprir o Protocolo de Quioto, na medida em que todos nós temos responsabilidade de despoluir o planeta, ou seja, evitar que haja muitas emissões de CO<sub>2</sub>, todos nós precisamos então aprimorar o nosso conhecimento tecnológico em combustíveis e o Brasil, graças a Deus, tem a tecnologia do etanol e tem a tecnologia do biocombustível. E nós queremos então discutir com esses países a possibilidade de parcerias com o Brasil.

**Apresentador:** Esses países também, presidente, têm forte produção de petróleo, alguns com negócios com a nossa Petrobras. Não vai ser difícil tentar divulgar essa tecnologia dos biocombustíveis aqui?

**Presidente:** Não. Não, até porque, veja, o Brasil já tem o exemplo mais forte, que nós já misturamos 25% de etanol na nossa gasolina há muito tempo. Nós temos agora o carro *flexfuel*. E o que nós queremos? Nós queremos, primeiro, fazer parceria entre as empresas de petróleo deles, sobretudo da Noruega, a Statoil, fazer parcerias com a Petrobras. Portanto, nós temos possibilidade de fazer parcerias também na área de petróleo, porque a Petrobras é uma empresa importante, a Petrobras pode fazer parceria com as empresas desses países e tentar pesquisar petróleo em outros mares, não precisa ser apenas no território brasileiro. E é isso que nós precisamos vender para eles. E os nossos empresários podem aproveitar essas viagens para fazer negócios. Eu sou um homem que acredito piamente nisso, você sabe que desde o começo do mandato eu tenho dito: quem quiser vender não pode ficar sentado numa cadeira esperando que passe um visitante para comprar. Não, nós é que temos que sair para o mundo e fazer divulgação das nossas coisas. Divulgar o Brasil como ele é, divulgar as coisas boas que o Brasil tem, divulgar as oportunidades que o Brasil tem, é isso que vai despertar interesse nessas empresas a produzirem no Brasil.

**Apresentador:** Você está ouvindo o *Café com o Presidente*, falamos sobre a viagem do presidente Lula aos países escandinavos. Presidente, no início do seu mandato também o senhor dizia que o Brasil deveria procurar novos mercados, além daqueles tradicionais, como Estados Unidos e União Européia. O comércio com a Finlândia aumentou em 120%, com a Suécia aumentou em 180%, com a Dinamarca o comércio também cresceu 40%. Qual a importância desse setor de serviços para os trabalhadores não só aqui nesses países como também no Brasil?

**Presidente:** Essas empresas são especialistas em vender serviços. E o Brasil precisa se modernizar, ou seja, o Brasil, para crescer, ele precisa cada vez mais oferecer no setor de serviços empresas mais modernas, gente mais preparada, e eu penso que é importante atrair essas empresas para fazer investimentos no Brasil. Mas não é apenas no setor de serviços, você pega a empresa mais famosa da Suécia no Brasil, que todo mundo conhece, é a Scania, que produz caminhões. A Noruega produz navio, produz plataforma, tem uma grande base de estaleiros. A Finlândia, todo mundo conhece a Nokia, mas sobretudo a Finlândia é um dos maiores produtores de papel e celulose. Então nós queremos trocar idéias, queremos aprender

as coisas boas que eles fazem, queremos ensinar para eles aquilo que nós fazemos. O Brasil tem um mercado extraordinário, o mercado interno brasileiro está crescendo, a massa salarial está crescendo, a economia está estabilizada, as pessoas estão percebendo que no Brasil a casa está arrumada. Se houve tempo em que o Brasil não estava tão arrumado e eles fizeram investimento, agora há muito mais motivos para que eles façam investimentos no Brasil.

**Apresentador:** Obrigado, presidente, até a semana que vem.

**Presidente:** Obrigado você, Luiz e obrigado aos nossos ouvintes.

**Apresentador:** Foi mais uma edição do *Café com o Presidente*, dessa vez direto de Helsinque, na Finlândia. Até semana que vem, um abraço para você e uma ótima semana.

**ANEXO D – Texto do Programa Café com o Presidente – 24.09.2007**

**Para Lula, números do PAC são mais do que positivos e influem no sucesso da economia**

**Apresentador:** Olá você em todo o Brasil. Eu sou Luiz Fara Monteiro, e começa o programa de rádio do presidente Lula. Tudo bem, presidente?

**Presidente:** Tudo bem, Luiz.

**Apresentador:** Falamos aqui direto do estúdio da Radiobrás em Brasília. O presidente Lula está em São Bernardo do Campo. Presidente, na semana passada, foi divulgado o segundo balanço do PAC, o Programa de Aceleração do Crescimento. Dá para dizer que o resultado é positivo, presidente?

**Presidente:** Luiz, eu acredito que os números são mais do que positivos. Veja, os números apresentados pela coordenação geral mostram que praticamente 80% das obras do PAC estão no ritmo adequado. Ou seja, isso era apenas 52% em abril. Apenas 9,7% das ações do programa foram classificadas como preocupantes, ou seja, aquela que tem uma ação na justiça, aquela que tem uma ação no Tribunal de Contas, aquela que ainda não conseguiu licenciamento prévio. E nós estamos monitorando até agosto 2014 ações em andamento, ou seja, é quase que 500 ações a mais do que a gente vinha acompanhando em maio do mesmo ano. Significa o quê, Luiz? Significa que o PAC está andando dentro daquilo que nós tínhamos programado, ou seja, é um acompanhamento sistemático, um acompanhamento envolvendo a imprensa, envolvendo a sociedade para que o PAC comece, a partir do ano que vem, a funcionar 100% a todo o vapor. Porque você veja, nós, quando decidimos um projeto, esse projeto, muitas vezes, precisa do licenciamento prévio, depois desse processo entra a licitação, depois, no processo de licitação, começa, muitas vezes, uma empresa recorrer da decisão da Justiça, ou seja, tudo isso está sendo resolvido agora. Algumas obras já estão andando muito bem, outras obras vão começar a andar, e a minha expectativa é que, inclusive, todo o dinheiro que nós colocamos para saneamento básico, que são praticamente R\$ 40

bilhões em quatro anos, as obras comecem, quase todas, em fevereiro. Eu tenho conversado com governadores e com prefeitos, e eles estão muito otimistas com relação ao andamento das licitações que estão fazendo nos municípios.

**Apresentador:** Presidente, por falar em dinheiro, sobre a aplicação do que está previsto no Orçamento, o que foi liberado até agora não é pouco, não?

**Presidente:** Veja, não é pouco, Luiz, se você levar em conta o seguinte: você vai liberando de acordo com o andamento da obra. Nós temos, para este ano, R\$ 14,771 bilhões, ou seja, desse, apenas quase 10% já foram pagos, na verdade, mas já foram empenhados muito mais. E você vai pagando na medida em que você vai executando as obras. Eu acho que nós vamos chegar ao final do ano com uma participação muito maior de pagamento e acho que vamos entrar o próximo ano com o PAC a todo o vapor.

**Apresentador:** Você está ouvindo o *Café com o Presidente*. Esta semana falamos sobre o Programa de Aceleração do Crescimento e sobre a viagem do presidente Lula aos Estados Unidos. Esses bons números do PAC, presidente, de alguma forma estão relacionados com o atual quadro da economia brasileira?

**Presidente:** Eu acredito que sim, Luiz, porque, veja, na medida em que a economia está estabilizada, na medida em que a indústria cresce, na medida em que o comércio cresce, na medida em que a massa salarial cresce, e a inflação fica controlada, ou seja, o PAC na verdade é um desafio, não apenas para o governo, mas um desafio para a participação da iniciativa privada junto com o governo na construção da infra-estrutura que falta para o país. Eu, particularmente, estou convencido de que o crescimento do PIB, estou convencido de que o aumento do salário, estou convencido de que a queda do desemprego, o crescimento do consumo das famílias brasileiras, ou seja, são coisas extremamente importantes, e elas estão intimamente ligadas ao PAC, sobretudo quando a gente analisa o crescimento da construção civil, que havia 20 anos estava paralisado. Ou seja, se você pegar as estatísticas da construção civil brasileira, ela ficou paralisada praticamente 20 anos, ou seja, sem crescer nada, só mandando trabalhadores embora. De dois anos para cá, ela começou a se recuperar, nós fizemos uma série de mudanças nas leis para facilitar o funcionamento da construção civil, e hoje eu posso te dizer que estou feliz com o que está acontecendo e o que pode acontecer na economia brasileira.

**Apresentador:** Presidente, mudando de assunto. O senhor participa amanhã em Nova Iorque da reunião da ONU, a Organização das Nações Unidas, que este ano vai discutir a mudança climática. Que dados o Brasil vai levar para essa reunião?

**Presidente:** Olha, primeiro, nós temos bons dados para mostrar nesse encontro. Ou seja, o plano de ação para prevenção e controle do desmatamento. Entre agosto de 2005 e julho de 2006, a taxa de desmatamento na Amazônia caiu 25%. A área desmatada no país baixou de 27 mil quilômetros quadrados em 2004, para 14 mil quilômetros em 2006. Só para você ter idéia, Luiz, esse desmatamento evitou a emissão de 410 milhões de toneladas de CO<sup>2</sup>, evitou a destruição de 600 milhões de árvores e de mais de 20 mil aves e 750 mil primatas. Ou seja, numa demonstração de que nós estamos evoluindo de forma vigorosa para combater, cada vez mais, o desmatamento e para manter a preservação da nossa floresta, da nossa fauna. Eu estou convencido de que o Brasil tem o que dizer em qualquer debate no mundo.

**Apresentador:** Ok, presidente, obrigado e até segunda-feira que vem.

**Presidente:** Luiz, um grande abraço, e até a próxima segunda-feira.

**Apresentador:** Um abraço para você em todo o Brasil. O *Café com Presidente* volta na próxima semana. Até lá.

**ANEXO E – Texto do Programa Café com o Presidente – 31.12.2007****Obras do PAC vão começar a gerar emprego entre fevereiro e abril, afirma Lula**

**Apresentador:** Olá, você, em todo o Brasil. Começa agora o programa de rádio do presidente Lula. Tudo bem, presidente?

**Presidente:** Tudo bem, Luiz.

**Apresentador:** Presidente, chegou o final do ano e esse foi um ano bom para os brasileiros? Qual é a avaliação que o senhor faz sobre 2007?

**Presidente:** Luiz, eu acredito que nós tivemos 2007 um dos melhores anos dos últimos tempos no Brasil, por algumas razões. Primeiro, o povo brasileiro está acreditando cada vez mais de que o Brasil é um país que encontrou o seu caminho. Segundo, a economia está indo bem. Os salários estão crescendo, o emprego está crescendo. E é tudo que as pessoas desejam: tranquilidade para viver com muita dignidade. E nós conseguimos não só ter um 2007 muito bom, Luiz, como nós estamos com uma visão muito otimista com relação a 2008. Porque a economia continua crescendo, nós achamos que muitos investimentos estão para acontecer agora, sobretudo as obras do PAC [Programa de Aceleração do Crescimento], ou seja, que elas agora, entre fevereiro, março e abril, quase todas as obras vão começar a gerar emprego, ou seja, vão começar a produzir alguns efeitos que nós queremos, para melhorar a vida do povo, para gerar emprego e gerar distribuição de renda. Então, eu estou muito feliz. Eu estou feliz, estou satisfeito com as coisas que estão acontecendo, sabendo que a gente não pode achar que está tudo bem, ou seja, nós temos que fazer mais, temos que trabalhar mais, temos que ter muito mais garra, ter muito mais otimismo para que a gente possa garantir que o Brasil vai ter um longo ciclo de crescimento para recuperar as duas décadas e meia que nós não crescemos.

**Apresentador:** Existe uma previsão, presidente, de R\$ 13 bilhões para as obras do PAC agora em 2008, previsão de criação de mais de 2 milhões de empregos. São dados que deixam o senhor otimista para esse ano novo?

**Presidente:** Muito, muito otimista. Ou seja, as coisas estão funcionando corretamente. Tudo que era problema nós fomos resolvendo, montamos um grupo gestor coordenado pela ministra Dilma [Rousseff], junto com o ministro Guido [Mantega] e junto com o ministro Paulo Bernardo. E, portanto, as coisas estão funcionando. Ou seja, eu penso que nós vamos ter um 2008, eu diria, melhor do que 2007, com mais emprego, com mais crescimento na economia. E aí nós temos que começar a preparar já 2009, ou seja, a gente não pode ficar achando que o Brasil não tem mais problema, está crescendo, o mundo está acreditando no Brasil. Tudo isso é verdade, mas nós podemos fazer muito mais e o Brasil precisa que nós façamos muito mais. E nós estamos colhendo aquilo que nós plantamos. Graças a Deus plantamos uma boa semente, estamos colhendo uma boa lavoura.

**Apresentador:** Você está ouvindo o Café com o Presidente, o programa de rádio do presidente Lula. Agora, presidente, o ano de 2007 teve destaque também na área do meio ambiente. Por que é importante dar tanta atenção a esse setor?

**Presidente:** Porque, Luiz, cada vez mais o povo está tomando consciência de que nós precisamos cuidar do mundo que nós vivemos. O Brasil, nos últimos três anos, está conseguindo diminuir o desmatamento em 60%, o que é uma coisa extraordinária. E nós precisamos ser mais duros. Ou seja, eu já pedi para a ministra Marina [Silva] mapear quais são as cidades que têm mais desmatamento para a gente convocar os prefeitos aqui, convocar os governadores e fazer um acordo, eu diria um compromisso, de que nós temos a obrigação de evitar o desmatamento. Mas, mais importante de tudo isso, Luiz, é que, além de a gente estar diminuindo o desmatamento, o Brasil hoje é o país que tem maior conhecimento tecnológico na área de biocombustíveis, seja o etanol ou seja o biodiesel, que aliás é importante lembrar que a partir do dia 1º, sabe, todo óleo diesel brasileiro terá 2% de biodiesel. Nós ainda temos muita gente que não presta atenção na questão ambiental, mas é da responsabilidade de todos. Ou seja, se tem lixo na rua é porque alguém jogou. Se alguém jogou, é irresponsável. Ou seja, se as pessoas desmatam desnecessariamente, ou seja, sem discutir, sem discutir o manejo da própria floresta, a pessoa está sendo irresponsável. Mas eu, Luiz, estou satisfeito. Acho que as coisas estão andando, a questão ambiental nós estamos cuidando. Agora, o ministro Celso

Amorim, a ministra Marina [Silva] foram a Bali, na Indonésia, em que nós apresentamos uma proposta, reiteramos a proposta de Nairobi, que nós tínhamos apresentado. Ou seja, os países ricos, que são os que mais poluem o planeta, precisam assumir a responsabilidade de pagar pela preservação que os países mais pobres estão fazendo.

**Apresentador:** Sua mensagem para o povo brasileiro para 2008.

**Presidente:** Olha, agradecer ao povo brasileiro. Eu quero agradecer a cada mulher, a cada homem, a cada criança do nosso querido Brasil pela compreensão, pelo apoio e dizer que a única razão pela qual a gente briga para ganhar a Presidência da República é para a gente poder executar algumas coisas que a gente a vida inteira acreditou. Eu acreditei que era possível melhorar o Brasil, eu acreditei que era possível diminuir a pobreza, da mesma forma que eu acredito que é possível melhorar substancialmente a educação nesse país e tenho três anos e meio para fazer. Ou seja, é como eu digo sempre: o bloco está na rua e vamos agora fazer as coisas acontecerem. Feliz ano novo a todo povo brasileiro e que Deus continue colocando a mão em cima do nosso querido país, em cima do nosso querido povo.

**Apresentador:** Obrigado, presidente, e até semana que vem.

**Presidente:** Obrigado a você, Luiz.

**Apresentador:** O Café com o Presidente volta na próxima segunda-feira. Um abraço para você, em todo o país, e um feliz ano novo.

**ANEXO F – CD com o áudio dos cinco programas analisados**

**ANEXO G – Entrevista com Helenise Brant**

ENC: Dados do Café com o Presidente

Terça-feira, 18 de Março de 2008 10:38

De: "Helenise Brant" <helenise@radiobras.gov.br>

Exibir informações de contato

Para: "'gilsonpiber@yahoo.com.br'" <gilsonpiber@yahoo.com.br>

Gilson,

Abaixo, as respostas às suas perguntas.

abraço

Helenise Brant

-----Mensagem original-----

De: Gilson Luiz Piber da Silva [<mailto:gilsonpiber@yahoo.com.br>]

Enviada em: terça-feira, 18 de março de 2008 03:46

Para: Helenise Brant

Assunto: Dados do Café com o Presidente

Cara Helenise,

Volto a contatá-la na busca de mais informações e esclarecimentos sobre o Café com o Presidente. Estou concluindo as disciplinas do Mestrado em Ciências da Linguagem, da Unisul (SC), campus da Grande Florianópolis, e parto para a montagem definitiva do projeto, a qualificação e a defesa.

Vocês divulgam no site que a estréia do programa ocorreu no dia 15 de dezembro de 2003, mas pelo que apurei temos dois programas antes, em 01/12 e 17/11. Como é isso? O que vale?

Resposta: de onde você tirou informação sobre estes dois programas. Não temos conhecimento deles. Por favor, confira suas anotações ou nos informe a fonte da informação

para que possamos te ajudar.

Como é feita a pauta do programa? Quais os passos da equipe até a finalização do programa?

O presidente Lula sugere temas e fica sabendo das perguntas antes

da gravação do programa?

A pauta do programa é discutida a cada edição entre a equipe de produção do programa e a Secretaria de Comunicação social do Governo, que é responsável pela supervisão editorial do programa. Qualquer pessoa pode sugerir pautas para o programa. Recebemos, inclusive, sugestão de ouvintes. O presidente Lula também sugere, mas não

é a rotina. Em geral ele é informado na sexta ou no sábado sobre o tema do programa, mas não recebe as perguntas previamente. Na hora da gravação a produção oferece ao presidente uma pequena apuração sobre o assunto, números e dados técnicos aos quais ele pode recorrer se sentir necessidade. O Café com o Presidente não tem um roteiro prévio. O apresentador faz as perguntas e o presidente responde como em qualquer entrevista.

Há como conseguir a relação completa das emissoras que retransmitem o Café com o Presidente?

Não temos controle das rádios que retransmitem o programa. Disponibilizamos o sinal aberto no satélite e na internet para que as emissoras utilizem possam captar. Temos uma amostragem feita por telefone em 2005, quando foram ouvidas 1.000 emissoras. Desta, cerca de 30% informaram que veiculam o Café com o Presidente na íntegra ou editado toda semana. 10% informaram que veiculam eventualmente. Com base nesta amostragem, estimamos que cerca de 1.300 emissoras de todo o país veiculam o programa no todo ou editado.

Existem dados sobre a audiência do programa? Alguma pesquisa foi feita para saber como os ouvintes recebem o programa?

Não houve pesquisa.

RES: Retorno - Café com o Presidente

Terça-feira, 18 de Março de 2008 11:55

De: "Helenise Brant" <helenise@radiobras.gov.br>

Para: "Gilson Luiz Piber da Silva" <gilsonpiber@yahoo.com.br>

Gilson,

De fato o Café com o Presidente começou em 17 de novembro de 2003. O primeiro programa foi gravado no sábado, dia 15 de novembro e foi ao ar na segunda, 17. A data está errada no texto de apresentação. Obrigada por nos alertar.

eu deixei a chefia do Café com o Presidente em outubro de 2007, quando assumi a diretoria de jornalismo da Radiobrás. Agora, com a criação da EBC e extinção da Radiobrás passarei à função de gerente-executiva da Diretoria de Serviços da EBC. Esta gerência vai cuidar de todos os serviços prestados ao governo federal e a outras instituições. Um destes serviços é a produção, edição e veiculação do Café com o Presidente.

-----Mensagem original-----

De: Gilson Luiz Piber da Silva [mailto:gilsonpiber@yahoo.com.br]

Enviada em: terça-feira, 18 de março de 2008 10:53

Para: Helenise Brant

Assunto: Retorno - Café com o Presidente

Cara Helenise,

Obrigado pelas informações. Sobre os programas citados - dias 17/11 e 01/12 de 2003 - eles integram a pasta do Café com o Presidente no referido ano, mês dezembro. Levam os títulos de "Economia brasileira voltou a crescer" (17/11) e "2004 será um ano muito melhor" (01/12). Outra coisa, a atual ficha técnica do programa traz o seguinte sobre a equipe: Operação de áudio: José Ageu e Marco Antônio. Sonoplastia: Leleco Santos. Produção e Edição final: Anelise Borges. Supervisão editorial: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. Na ficha anterior, a edição final ficava com você. E agora? Qual a sua função?

Abraço e muito obrigado pelo apoio. Fraternal abraço, Gilson Piber

**ANEXO H – CD com o balanço sete do PAC**