



Bolsa Família na Comunicação Governamental: uma análise do discurso político de Lula¹

Annie Martins AFONSO²

Mariana DOMAKOSKI³

Tháise MEDONÇA⁴

Luciana PANKE⁵

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

O trabalho apresenta o resultado da pesquisa desenvolvida na Iniciação Científica, entre 2007 e 2008, sobre os discursos do presidente da República Federativa do Brasil – Luís Inácio Lula da Silva – com ênfase no Programa Bolsa Família, lançado em outubro de 2003. O trabalho pautou-se em pesquisas quantitativas, qualitativas e bibliográficas nas áreas de Comunicação Pública e Governamental e Teoria da Argumentação. O objetivo principal é verificar de que maneira as técnicas argumentativas foram utilizadas pelo Presidente.

PALAVRAS-CHAVE: Argumentação, Discurso Político, Programa Bolsa-Família; Comunicação.

1. Introdução

O programa Bolsa Família, criado em 2003, iniciou a unificação de quatro programas de transferência de renda do governo federal: Bolsa-Escola, Bolsa-Alimentação, Auxílio-Gás e Cartão-Alimentação. Segundo dados da Presidência da República, é um programa de transferência direta de renda com condições, que beneficia famílias em situação de pobreza (com renda mensal por pessoa de R\$ 60,01 a R\$ 120,00) e de extrema pobreza (com renda mensal por pessoa de até R\$ 60,00), de acordo com a Lei 10.836, de 09 de janeiro de 2004 e o Decreto nº 5.749, de 11 de abril de 2006. O Programa Bolsa Família integra o Programa Fome Zero, que visa assegurar

¹ Trabalho apresentado na Sessão Comunicação Organizacional, Relações Públicas e Propaganda, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação - 4º ano do curso de Comunicação Social - Relações Públicas, UFPR, IC Voluntária e-mail: anniemartins10@gmail.com

³ Estudante de Graduação - 3º ano do curso de Comunicação Social – Jornalismo. Bolsista UFPR/TN, e-mail: skroch.mariana@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação - 3º ano do curso de Comunicação Social – Jornalismo, UFPR, IC Voluntária e-mail: thaise.jm@googlemail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora Doutora do curso de Comunicação Social – UFPR, Trabalho desenvolvido junto ao grupo de pesquisa MEDUC Mídia Linguagem e Educação (www.meduc-ufpr.org) e-mail: panke@ufpr.br



o direito humano à alimentação adequada, promovendo a segurança alimentar e nutricional e contribuindo para a erradicação da extrema pobreza.⁶

Assim, mesmo criticado por adversários sob o prisma do assistencialismo, tornou-se um tema de destaque nos discursos presidenciais. Com isso, a pesquisa observou os pronunciamentos do Presidente e buscou as relações estabelecidas entre o Programa e a argumentação do governo. Afinal, o Programa apresentou-se como uma resposta de uma das principais frentes na campanha eleitoral de 2002: o combate à fome. Portanto, o trabalho teve como objetivo analisar os discursos realizados pelo presidente Lula sobre o Programa Bolsa Família, indicando as técnicas argumentativas e o contexto em que elas se inserem.

Esta pesquisa justifica-se pela motivação em ressaltar a prática discursiva para angariar e fundamentar novas opiniões de um auditório. A contribuição motiva-se, também, pela expectativa de que a comunicação estratégica, pautada por técnicas argumentativas específicas, pode consolidar a imagem de um governo e a identidade de um governante.

A metodologia utilizada para este estudo é fundamentada em pesquisa bibliográfica nas áreas de Comunicação Pública e Governamental (Brandão, Matos - 2007, Rubim, 2000), e Teoria da Argumentação (Perelman, 1996) e na pesquisa exploratória nos pronunciamentos do Presidente durante o primeiro mandato. Após a fundamentação teórica, selecionamos os pronunciamentos que abordavam a temática da fome, com uma busca quantitativa e lexical pelas expressões *fome*, *fome zero* e *bolsa família*. Depois, passamos a buscar os que se referiam, especificamente, ao Programa Bolsa Família. Com os discursos selecionados, passou-se à fase qualitativa, por meio da análise crítica das técnicas argumentativas utilizadas no discurso do presidente e do contexto social, econômico e político em que estes discursos estavam inseridos. Na descrição da pesquisa, apresentaremos os principais resultados do corpus, exemplificando com três discursos por ano. Os pronunciamentos selecionados pertencem a três categorias, criadas a partir da verificação dos usos argumentativos direcionados a públicos específicos. Com isso chegou-se a seguinte classificação: discursos direcionados a lideranças internacionais, à população brasileira em geral e lideranças nacionais.

⁶ Fonte: site da Presidência da República: Portal Programa Bolsa Família. Acesso em: 28 junho 2008.



2. Embasamento teórico

De acordo com Brandão (2007), a comunicação governamental no Brasil foi de natureza pública, ou seja, fundamentada na divulgação das ações do governo e utilizando-se da propaganda como veiculação na grande mídia. Atualmente, a Comunicação Governamental sofreu transformações e buscou um caminho voltado para a comunicação pública, na qual as mensagens têm uma nova configuração e devem veicular sobre os direitos e deveres dos cidadãos e das instituições públicas. Para Matos (2007, p. 49) a Comunicação Pública é “o processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade, um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país”.

De acordo com Brandão (2007, p. 11), “(...) é a partir do Governo Lula que o conceito de comunicação pública com o sentido de informação para a cidadania começa a ser citado com frequência e acaba ganhando status”. Em setembro de 2003, foram apresentadas, pelo Ministro Luiz Gushiken, as propostas para uma Política Nacional de Comunicação, que possuiu como premissa a comunicação como fator fundamental para a vitalidade do Governo Lula. No entanto, após o primeiro mandato, percebeu-se a distância da prática política e das intenções dos princípios da Política de Comunicação, ressalta Brandão (2007, p.12), a qual “misturava educação cívica, propaganda política, marketing político e um moralismo filosófico que se manifesta na percepção da comunicação como instrumento pedagógico de idéias políticas”.

Entretanto, faz-se necessário um reconhecimento da Comunicação Governamental, que, pela primeira vez após a era militar, manifestou-se com pretensões de ir além da propaganda e do marketing político, resgatando parte de uma consciência cívica brasileira ainda desgastada. Segundo Rubim (2000, p.106), precisamos enfatizar a importância da democracia política e social na contemporaneidade, mas, para que isso se torne possível, é necessário um conjunto de direitos que viabilize “a proteção do cidadão em uma sociedade na qual a exposição pública pode ser uma dádiva ou um perigo (...)”.

Tanto o perigo quanto a dádiva da exposição pública estão explícitos nos discursos analisados do Presidente Lula em seu primeiro mandato. Eles estão pautados por técnicas argumentativas, que segundo Perelman (1996), objetivam provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se apresentam a sua concordância. A argumentação é uma ação que pretende modificar um estado de algo preexistente.



De acordo com Perelman (1996), as técnicas argumentativas dividem-se em três categorias: os *Argumentos Quase-lógicos*, os *Argumentos Baseados na Estrutura do Real* e o *Fundamento pelo Caso Particular*. A primeira é baseada em raciocínios matemáticos ou de fundamento lógico, tais como: *Contradição e Incompatibilidade*, *Ridículo*, *Identidade*, *Tautologia*, *Análise*, *Reciprocidade*, *Transitividade*, *Inclusão da Parte no Todo*, *Divisão do Todo em Partes*, *Comparação*, *Sacrifício* e *Probabilidades*. A segunda é suscetível à interpretação e relaciona-se com os conhecimentos empíricos do orador e do auditório. Ela é baseada em ligações de sucessão (*Vínculo Causal*, *Fins e Meios*, *Desperdício*, *Direção* e *Superação*), e de coexistência (*Pessoa e seus Atos*, *Autoridade*, *Grupo e seus Membros* e *Ligação Simbólica*), que são simbólicas e hierárquicas, pois buscam nos fatos empíricos a sustentação necessária para a defesa da tese. A terceira categoria, fundamentada no *Caso Particular*, utiliza-se de exemplos, ilustrações ou modelos que possam aproximar o discurso da realidade vivenciada pelo público-alvo.

3. Resultados

3.1 O ano de 2003

No primeiro ano de mandato, foram lançados dois programas importantes para a consolidação do Governo Lula: o Programa Fome Zero (em janeiro) e o Programa Bolsa Família (outubro). Dos 278 discursos proferidos pelo Presidente Lula, seis deles citaram diretamente o Programa Bolsa Família e 46 referiram-se ao Programa Fome Zero, enfatizando o problema da fome no Brasil e a urgência em resolvê-lo.

O contexto nacional compunha de muitas expectativas a respeito do presidente eleito. Era a primeira vez que o Partido dos Trabalhadores representado pela figura popular de Luís Inácio Lula da Silva⁷, finalmente chegava ao poder. A mídia brasileira e a imprensa internacional noticiaram a vitória de Lula como um grande acontecimento.

3.1.1 Auditório internacional

Foram proferidos 12 discursos direcionados ao auditório internacional no ano de 2003, e todos trataram do problema da fome no país, mas nenhum deles mencionou o Programa Bolsa Família.

⁷ Fonte: Folha on-line. Coluna Pensata de Hélio Schwartsman, em 31 de outubro de 2002. Acesso em 28 de junho de 2008.



3.1.2 Apoio Popular

Dos seis discursos realizados que falam diretamente do Bolsa Família, apenas dois são voltados ao auditório popular, que se traduz em 33% dos discursos. O pronunciamento selecionado para exemplificar as características da argumentação voltada ao auditório formado por segmentos populares da sociedade refere-se ao realizado em Lagoa Seca-PB, em 30 de outubro de 2003, durante o ato público comemorativo do Programa Um Milhão de Cisternas Rurais. O conteúdo enfatiza a importância dos projetos criados pelo governo para atender aos mais pobres, e o valor que os mesmos têm para o combate à fome e à miséria. “E continuem confiando que vamos fazer aquilo que nós assumimos o compromisso de que íamos fazer. As cisternas são apenas um começo. A Bolsa Família é um segundo começo”. (Lula, 30 de outubro de 2003)

As crianças que passam fome, as famílias fragilizadas, a dignidade do ser humano, são as expressões que realizam as *ligações simbólicas* feitas por Lula, para atribuição de valores em seu discurso e conseqüentemente em sua figura como presidente. A técnica de *probabilidades* aparece quando se fala do compromisso assumido até o final do mandato em atender a todas as famílias brasileiras de baixa renda, por meio do Bolsa Família. E para finalizar seu discurso para angariar apoio popular, a técnica *identidade* é o elemento chave para justificar suas propostas como presidente, tendo em vista que Lula conta parte do que passou durante a infância, estabelecendo uma identificação imediata com seu público.

Eu digo, sempre, que não tenho o pescoço grande porque quando eu tinha sete anos de idade já ia para um açude carregar lata d'água na cabeça, para poder beber. A cisterna já é uma revolução, porque a água já está melhor tratada, as pessoas podem tratar a água e as crianças podem beber água boa. (LULA, Luís Inácio. 30 de outubro de 2003)

3.1.3 Apoio das lideranças

Dos seis discursos que citaram o Programa Bolsa Família no ano de 2003, quatro deles foram direcionados ao apoio das lideranças, que se traduz em 66% dos discursos. O pronunciamento selecionado foi realizado o lançamento do Programa Bolsa Família, no Palácio do Planalto, em 20/10/2003. O conteúdo procurou valorizar a importância das mudanças propostas pelo Programa. O presidente iniciou seu discurso realizando 34 cumprimentos e alguns agradecimentos, em sua maior parte seguidos de palavras e expressões como *meus companheiros, meus queridos amigos, meu amigo, minha amiga*. A técnica de *Identidade* tem como objetivo provocar simpatia, identificação com o



auditório. O *Fundamento pelo Caso Particular* e a técnica da *Transitividade* também contribuíram para esta identificação, quando Lula fez homenagens a algumas autoridades, revelando sua persistência em resolver os problemas do país. O presidente finaliza seu discurso utilizando as técnicas de *Superação e Direção*.

(...) quero terminar dizendo: a luta contra a fome, a guerra contra a fome, esta, sim, é uma guerra que vale a pena todos nós participarmos, porque ela não prevê matar ninguém. Pelo contrário, prevê recuperar milhões e milhões de vidas que estão sucumbindo pela miséria. (Lula, 20 de outubro de 2003)

3.2 O ano de 2004

Dos 298 discursos proferidos pelo presidente Lula durante o ano de 2004, 44 deles citaram diretamente o programa Bolsa Família. Em outros 18 pronunciamentos ele utilizou apenas o programa Fome Zero, do qual o Bolsa Família faz parte, para construir seu discurso e em 44 ele falou sobre o problema da fome. Com o término do primeiro ano de mandato, 2004 iniciou com a divulgação dos primeiros dados formais sobre a abrangência do programa. Ressalta-se que era um ano de eleições municipais, interferindo na presença do Presidente em eventos populares, devido à lei eleitoral que proíbe inaugurações de obras.

Já nos discursos de janeiro, o presidente divulgou que 3 milhões e 600 mil famílias eram beneficiadas pelo programa. Nesses pronunciamentos, as técnicas da *Direção* e da *Superação* ganharam força argumentativa. Em especial, esta última ficou evidente quando os dados sugeriram que o governo havia superado o anterior no que tange as políticas sociais. A unificação dos programas serviu como principal argumento de *Superação*, visto que o cadastro único permitiu o aumento do valor médio destinado às famílias carentes.

3.2.1 Auditório internacional

Dos 44 pronunciamentos em que Lula mencionou o Programa Bolsa Família, nove foram proferidos em território estrangeiro, totalizando mais de 20% do *corpus*. Pode-se compreender, a partir desta informação, que o público internacional se constituiu como um importante auditório dos argumentos sobre o tema. Os pronunciamentos foram realizados no México, Índia, Suíça, China, Estados Unidos e Chile, e, apesar de os argumentos utilizados serem formalmente semelhantes aos adotados no Brasil, eles se diferenciaram de acordo com cada país e contexto dos encontros: visita a países subdesenvolvidos, encontro com líderes internacionais ou encontro com investidores.



Para ilustrar esta construção discursiva voltada ao auditório internacional, selecionou-se o pronunciamento realizado na solenidade de abertura do Encontro “Brasil-Índia – Desenvolvimento Sustentável: Perspectivas e Possibilidades”. Lula fez referência direta ao programa três vezes e em outras cinco falou sobre o Fome Zero. A técnica argumentativa mais utilizada foi a de *Superação* (três vezes durante o discurso).

Uma característica importante deste discurso é o vínculo estabelecido pelo orador entre o combate à fome e o desenvolvimento econômico, materializado pelo argumento *Vínculo Causal*. Nesse sentido, o presidente argumentou com base nas premissas comuns naquele auditório: o subdesenvolvimento e a necessidade de superação da fome. Lula destacou como provável resultado dessas políticas um favorecimento de nível internacional.

Nossa presença na cena internacional dependerá fundamentalmente de nossa capacidade de vencer a exclusão social, a fome e o desemprego. Dependerá, igualmente, dos meios que dispusermos para alcançar tais objetivos. Refirme-me tanto às políticas que aplicamos internamente, quanto à nossa ação internacional (Lula, 27 de janeiro de 2004).

No trecho acima, fica evidente a utilização da técnica argumentativa citada, visto que o Presidente valorizou uma suposta relação entre as políticas públicas de combate à fome, implementadas por Brasil e Índia, e o destaque político que ambos os países receberiam internacionalmente. Tal argumento coloca o Brasil na posição de exemplo para a Índia e o mundo e busca motivar os líderes do país a copiá-lo. Neste sentido, os argumentos baseados na técnica da *Superação* funcionam como um exemplo das vitórias do Brasil no campo das políticas públicas de combate à fome e reafirmam a posição do país como potencial líder dos países pobres.

Nós pretendemos, até 2006 – e espero que consigamos antes -, atingir 11 milhões de famílias no Brasil. E, se fizermos isso, certamente, em função dos dados de que dispomos, seja do Banco Mundial, seja do Instituto de Pesquisas do Brasil, estaremos atendendo a totalidade das famílias que precisam de ajuda na área de segurança alimentar. Não tenho dúvida de que, se conseguirmos fazer isso, estaremos concretizando o maior plano de política de distribuição de renda hoje feito no mundo. E é plenamente possível fazermos isso. Não custa muito dinheiro. (Lula, 27 de janeiro de 2004).

No trecho acima, pode-se verificar a utilização da técnica de *Superação* e o seu direcionamento ao auditório devido à ênfase dada pelo presidente. Trata-se da eliminação da fome no país, a grande proposta do Presidente em sua campanha eleitoral, que possui dimensões globais, já que, segundo o discurso, é o “maior plano de política de distribuição de renda hoje feito no mundo”. Lula colocou a superação desse problema social como conquista tangível, já com data marcada para acontecer. O



discurso não procurou valorizar o sofrimento percorrido para alcançar a meta, mas sim demonstrar que é possível, a exemplo do Brasil, vencer a fome. Desta forma, o Presidente reafirmou o país como líder a ser copiado.

3.2.2. Apoio Popular

Onze pronunciamentos com menção direta ao programa Bolsa Família foram direcionados a auditórios formados por segmentos populares. Para exemplificar, selecionou-se o realizado em novembro de 2004, durante o lançamento da proposta de implementação dos objetivos do milênio nas comunidades de Madureira, Oswaldo e bairros adjacentes, no Rio de Janeiro-RJ, em 5/11. Além da importância significativa do pronunciamento, ele se configura entre os que o Presidente fez referência direta ao programa Bolsa Família em um maior número de vezes (cinco ao longo do texto).

O Presidente explorou as metas do milênio, propostas pela ONU, para explicar o que o governo tem feito. Ele utilizou-as como fio condutor do discurso, cujo conteúdo é basicamente a divulgação dos programas e projetos do Governo Federal. A técnica argumentativa mais utilizada foi a de *Superação* (três vezes). A técnica de *Fundamento pelo Caso Particular* também ganhou importância e funcionou como exemplo, ilustração.

Diferentemente do pronunciamento na Índia, neste o presidente valorizou com maior intensidade o processo que resultaria na eliminação da fome em 2006. Para o auditório formado pelo público popular, Lula defendeu que é uma tarefa difícil, mas que o seu governo assumiria a responsabilidade e cumpriria. O presidente colocou ainda como uma etapa necessária “convencer e motivar a sociedade”.

A técnica do *fundamento pelo Caso Particular* é bastante explorada. Lula utilizou o caso de duas pessoas que supostamente escreveram para o Presidente renunciando ao direito de receber o benefício após a Rede Globo ter feito uma matéria denunciando irregularidades no programa. Tal técnica tende a utilizar o exemplo destas duas pessoas e transformar em regra geral. No trecho abaixo, anterior ao uso explícito da técnica argumentativa, pode-se compreender a intenção desse uso:

Obviamente que temos falhas, porque é humanamente impossível o governo federal fiscalizar uma por uma as pessoas e, também, porque em algumas regiões do Brasil – vocês viram na televisão – os prefeitos ao invés de chamarem as pessoas pobres para dar o Bolsa Família... graças a Deus, poucas pessoas se utilizaram do Programa para fazer comércios e cadastrar pessoas que sequer tinham direito a receber esse Plano. O que é importante é que a maioria do povo brasileiro, a grande maioria, a absoluta maioria, é de pessoas honestas e decentes. (Lula, 05 de novembro de 2004).

A utilização da técnica tende a tirar do governo a responsabilidade sobre as irregularidades encontradas na distribuição do benefício. No trecho acima, o Presidente apóia-se na técnica da *Contradição*, com o objetivo de demonstrar que as críticas não devem ser direcionadas à administração federal.

3.2.3 Apoio das lideranças

Os pronunciamentos que fazem referência ao Bolsa Família foram majoritariamente destinados às lideranças brasileiras. Foram 24 pronunciamentos, cerca de 54% do total proferido no ano. Selecionou-se para ilustrar a argumentação voltada a esse auditório o pronunciamento realizado durante a Abertura da 45ª Reunião Geral da Frente Nacional de Prefeitos. O conteúdo do pronunciamento procura valorizar a importância do trabalho realizado em conjunto entre o Governo Federal e as prefeituras. Em determinado trecho o presidente é mais explícito; “Não existe solução separada, não existe solução do governo federal, nós vamos ter que fazer parceria, ter cumplicidade”.

A técnica argumentativa mais utilizada é a de *superação*, usada duas vezes ao longo do pronunciamento. Primeiro, para argumentar que o governo Lula superou o anterior no que se refere ao combate à fome já que, com a unificação dos programas sociais, o governo pôde triplicar o valor destinado às famílias beneficiárias. O outro uso da técnica se dá quando o presidente argumenta que em novembro de 2006, o Bolsa Família irá atender a totalidade das famílias que vivem abaixo da linha de pobreza. Tais usos procuram convencer de que o Governo Federal tem obtido conquistas e vai sair vitorioso no combate que trava contra a fome. A argumentação tem como característica fundamental o objetivo de convencer o auditório e motivá-los a uma determinada ação; ação que se procurou induzir nessa argumentação é o apoio e adesão dos prefeitos ao programa. Tal objetivo fica mais evidente no exemplo abaixo, em que o presidente Lula utiliza a técnica argumentativa de *direção* para indicar o caminho que deve ser seguido pelo auditório.

Ao mesmo tempo, nós achamos que isso é pouco, nós não achamos que isso deva ser feito apenas pelo governo federal. Os prefeitos das capitais, num primeiro momento, participaram ativamente. O ideal é que a gente consiga fazer parcerias com prefeituras, com o governo do estado e com os prefeitos de capitais e cidades menores, para que a gente possa dar mais que 75, mais que 90 reais (Lula, 17 de maio de 2004).

No trecho acima, o uso da técnica de *direção* fica evidente quando o presidente indica qual é a ação “ideal” a ser tomada. Lula procura convencer os prefeitos a aderir ao programa e investir também para que os recursos destinados a cada família possam ser ampliados. É interessante observar que o presidente já havia declarado em seu



pronunciamento que a meta de atender a totalidade das famílias que vivem abaixo da linha de pobreza será alcançada, com ou sem o apoio das prefeituras, mas que para valorizar a adesão ao Bolsa Família ele rebaixa essa conquista, diz que “nós achamos que isso é pouco”.

3.3 O ano de 2005

Em 56 dos 242 pronunciamentos realizados pelo presidente durante o ano de 2005 foi feita referência direta ao programa Bolsa Família. O universo em que o programa é utilizado é de 23,14% do total. Se somarmos a referência ao Fome Zero, do qual o Bolsa Família faz parte, e os pronunciamentos totalizam 101.

3.3.1 Auditório internacional

Em 2005, foram realizados seis pronunciamentos com o Bolsa Família durante reuniões ou encontros internacionais. Para ilustrar, selecionou-se o pronunciamento realizado em Nova Iorque, durante a reunião da Assembléia Geral das Nações Unidas. Nele, nenhuma técnica argumentativa se sobrepõe quantitativamente. São utilizadas as técnicas de *vínculo causal*, *direção* e *superação*. O *vínculo causal* é a técnica que molda o primeiro argumento sobre o Bolsa Família no discurso, e pretende estabelecer a relação entre o combate à fome e a conquista da “segurança e paz mundiais”, situação que o orador pressupõe ser desejada pelo público que o escuta.

É preciso ampliar, e muito, os recursos disponíveis para combater a pobreza e a fome, oferecendo oportunidades de desenvolvimento aos países pobres. Se os países desenvolvidos tiverem a devida lucidez estratégica, perceberão que essa nova atitude, esse esforço adicional, mais do que justo, é absolutamente necessário. Sem ele, temo que a segurança e a paz mundiais se tornem uma quimera. (Lula, 15 de setembro de 2005)

No trecho acima, o presidente procura convencer o seu auditório, formado por líderes mundiais, da importância de se ampliar os recursos destinados ao desenvolvimento dos países pobres como uma estratégia para combater a pobreza e a fome. Para isso, Lula utiliza a técnica do *vínculo de causalidade*, que fica evidente na frase “Sem ele, temo que a segurança e a paz mundiais se tornem uma quimera”.

Outra técnica importante para tentar compreender as diferenças entre os usos do Bolsa Família nos discursos voltados para cada auditório é a de *direção*. Durante o pronunciamento essa se torna uma técnica necessária para compreender a intenção argumentativa do discurso.



Tenho dito sempre, e faço questão de repetir, que cada um de nossos países deve fazer a sua parte. Temos nos empenhado em realizar no Brasil as mudanças que propomos no plano internacional, sem qualquer pretensão de ditar modelos, mas com tremendo entusiasmo e determinação política. Hoje, o Programa Fome Zero, que tem no Bolsa Família o seu principal instrumento, já beneficia 7 milhões e 500 mil famílias, cerca de 30 milhões de brasileiros e brasileiras (Lula, 15 de setembro de 2005).

Acima, fica evidente que mesmo sem “pretensão de ditar modelos”, o presidente Lula utiliza a experiência do Brasil como um indicativo da direção que os outros países devem seguir para cumprir a sua parte. Assim, coloca o país em posição privilegiada, e que deve ser copiada, em relação aos demais, visto que este já possui uma experiência bem sucedida de combate à fome.

3.3.2 Apoio Popular

Dos 56 realizados em 2005 cujo conteúdo faz referência ao Bolsa Família, 19 foram direcionados a segmentos populares da sociedade. Para exemplificar, analisou-se o pronunciamento realizado durante cerimônia de entrega de cartões do Programa Bolsa Família, em Santo André. As técnicas argumentativas de *superação* e *ato e pessoa* são as mais utilizadas.

Mas tenho um compromisso, que é um compromisso de vida, um compromisso de campanha e um compromisso programático. Nós assumimos um compromisso de que, até o dia 31 de dezembro de 2006, todas as famílias brasileiras que ganham ou que estão vivendo naquela faixa considerada a faixa abaixo da linha da pobreza, iriam receber um programa de transferência de renda que lhes permitisse ter um mínimo de ação para a sua sobrevivência. E pelo IBGE, esses números davam por volta de 11 milhões e 400 mil famílias (Lula, 04 de junho de 2005).

No trecho acima, o uso da técnica do *ato e pessoa* pode ser verificado devido à força argumentativa do discurso estar centrada no orador. Tal técnica resulta no fortalecimento da imagem pessoal do orador. Outra técnica importante para a compreensão do discurso é a de *identidade*. O presidente se coloca como um cidadão comum, que também já passou fome, para convencer o auditório do seu compromisso com o combate à fome.

No ano seguinte, deu um metro e meio de água dentro da minha casa, e a gente sentava, no final de semana, ficava minha mãe, minhas duas irmãs, eu, meu irmão Frei Chico, olhando um para a cara do outro, para saber se tinha um bocado de feijão com água, para colocar no fogo para comer. E, muitas vezes, não tinha. Muitas vezes não tinha, e eu sei que isso acontece com muitos de vocês hoje, trinta anos depois, ainda acontece com muita gente neste país (Lula, 04 de junho de 2005).

O argumento de identidade, exposto na frase “Muitas vezes não tinha, e eu sei que isso acontece com muitos de vocês hoje”, confere ao presidente uma legitimidade maior para falar sobre fome com o público que o escuta. Mais do que isso, confere uma



autoridade para representar este auditório no combate ao mal que ele também conhece.

Ambas as técnicas mais utilizadas neste pronunciamento, centram no orador a maior parte da sua carga argumentativa. Tal característica resulta em uma eficácia maior, caso o auditório compartilhe com o orador valores e pressupostos comuns. Falar sobre o Bolsa Família para quem vê no presidente um igual, funciona menos para convencer sobre os benefícios do programa do que para fortalecer a imagem do Lula como representante da classe ou defensor dos pobres.

3.3.3 Apoio das lideranças

A maior parte dos pronunciamentos sobre foram direcionados a lideranças. São 28 pronunciamentos, o que corresponde exatamente a metade dos que falam do programa em 2005. Para ilustrar a argumentação, foi selecionada a declaração do presidente na cerimônia de posse da nova Executiva Nacional do PSB, partido da base aliada do PT.

A técnica argumentativa mais utilizada foi a do *fundamento no caso particular*. O presidente procurou convencer de que apesar de o Bolsa Família não ser uma solução definitiva isso é o que pode ser feito no momento. No início do pronunciamento, Lula assume que o programa é assistencialista e que a solução é gerar empregos, mas argumenta que enquanto o emprego não vem a solução imediata para o problema é o Bolsa Família.

(...) realmente a Bolsa Família é proselitismo, realmente é assistencialismo, não é revolucionário, porque revolucionário é gerar empregos. Obviamente que é, e eu gostaria de gerar 10 vezes mais empregos do que estamos gerando. Mas enquanto não vem o emprego, o Bolsa Família está aí, atendendo oito milhões e 700 mil famílias (Lula, 07 de dezembro de 2005)

3.4 O ano de 2006

Dos discursos proferidos pelo presidente em 2006 (255 ao todo), 39 apresentam menção direta ao programa Bolsa Família e 12 citam o Fome Zero.

3.4.1 Auditório Internacional

Os discursos internacionais sobre a “fome” totalizaram dez. Deles, em apenas um Lula mencionou o Programa Bolsa Família, tema central de nossa pesquisa. Este foi realizado em Nova York, no dia 19 de março de 2006, na abertura do Debate Geral da 61ª Assembléia Geral das Nações Unidas.



Aqui, o Presidente defende que muito mais poderia ser feito se todos os países tivessem o combate à fome como principal em suas agendas. Ao falar sobre o Bolsa Família, Lula afirma que graças a essa medida social, as crianças podem aprender melhor, já que têm a oportunidade de alimentarem-se de forma mais digna.

Nossos recursos são escassos; mesmo assim conseguimos resultados surpreendentes. O programa Bolsa Família, o carro-chefe do Fome Zero, garante uma renda mínima a mais de 11 milhões de famílias brasileiras. Com boa alimentação as pessoas recuperam sua dignidade, têm mais saúde e aprendem melhor. Destinar recursos para a área social não é gasto. É investimento. (Lula, 19 de setembro de 2006).

O trecho citado acima é encontrado no início do discurso, e demonstra a utilização de quatro categorias diferentes de argumentos: *Superação* (no início, quando Lula afirmou que, mesmo com recursos escassos, foi possível atingir resultados surpreendentes), *Fundamento Pelo Caso Particular* (quando ele falou da quantidade de famílias que são amparadas pelo programa), *Identidade* (quando falou sobre a recuperação da dignidade) e *Pessoa e seus Atos* (ao afirmar que, para ele, recursos destinados à área social não são gastos, mas sim investimentos).

Cada uma dessas formas de argumentação mostra que a intenção do presidente ao falar sobre o Bolsa Família em solo internacional foi comprovar que o programa foi uma decisão certa (pelos dados oferecidos e pela afirmação de recuperação da dignidade por parte dos beneficiados) e também mostrar que ele conseguiu, mesmo que sem muitos recursos, melhorar a situação de famílias pobres brasileiras. Desta forma, Lula lapidou ainda mais sua credibilidade em outro país, ao mostrar preocupação com a qualidade de vida da população brasileira.

3.4.2 Apoio Popular

Para angariar apoio popular, Lula utilizou uma linguagem informal e que buscava a identificação com o público, assim como argumentos que possibilitavam o crescimento da imagem de herói. Nos pronunciamentos dirigidos à população, Lula transmitia a idéia de ser alguém como qualquer um presente, mas que superou as dificuldades encontradas na vida.

O discurso escolhido para representar essa categoria ocorreu na cerimônia de assinatura de convênios para saúde na Baixada Fluminense, em Queimados (RJ), no dia 20 de janeiro de 2006. Nesse caso, argumentos fundamentados no *Caso Particular* e argumentos de *Identidade* foram os mais utilizados, porque são duas categorias que auxiliam na construção de uma boa imagem. O *Fundamento Pelo caso Particular*



mostra modelos que devem ser seguidos, e, no caso do presidente Lula, um exemplo de administração.

É por isso que nós temos 8 milhões e 700 mil famílias recebendo o Bolsa Família. É pouco? É pouco, mas estamos dando à família o direito de comprar a ração básica, é por isso que eu vi na televisão, esses dias um saco de cimento a 8 reais. Quando eu tomei posse estava 22,50 e está 8 reais hoje. É por isso que as donas de casa estão comprando sacos de arroz de cinco quilos, que custavam 13 reais, por 4,80 ou por 5,20. Porque as coisas demoraram para ser consertadas, a casa estava desarrumada, as coisas estavam encencadas e vocês viram que esta semana eu fiz um pronunciamento devolvendo ao FMI um dinheiro que tinha sido colocado à nossa disposição por causa da crise de 1998 e 2001, que nós estávamos pagando juros. (Lula, 20 de janeiro de 2006)

As informações citadas no fragmento acima podem ser consideradas um argumento fundamentado no *Caso Particular*, porque reafirmam o sucesso da ação (Programa Bolsa Família) e, portanto, do governo Lula. Esse é um momento do discurso que reforça a imagem do presidente como um pai dos pobres, que tem preocupações quanto à forma de viver dessas pessoas.

3.4.3 Apoio das lideranças

O discurso escolhido para representar essa categoria foi proferido durante reunião com o diretor-gerente do FMI, Rodrigo de Rato, realizado no Palácio do Planalto em 10 de janeiro de 2006. Lula aponta o programa Bolsa Família como uma espécie de devolução dos recursos disponibilizados pelo FMI, como se afirmasse que graças a esses recursos programas sociais podem ser implantados. Esse foi um discurso sóbrio, sem muitas tentativas de aproximação, mas com muitas exemplificações de todas as benfeitorias do presidente.

Nos orgulhamos de haver dado, de lá para cá, a melhor das respostas não só aos países e organismos que nos apoiaram, mas principalmente à sociedade brasileira. Foi ela quem nos honrou com a sua confiança e com o mandato presidencial. E que está recebendo de volta resultados concretos, decorrentes de políticas de governo e da dedicação e criatividade de nossos trabalhadores e empreendedores. São resultados palpáveis para as classes populares da cidade e do campo como a geração de quase 4 milhões de novos empregos formais, a expansão da renda média dos trabalhadores, o fortalecimento da agricultura familiar, o resgate da escola pública e os programas vitoriosos de inclusão social como o Bolsa-Família. (Lula, 10 de janeiro de 2006)

CONCLUSÕES DA PESQUISA

O Programa Bolsa Família serviu para reforçar a imagem pública de Lula, tanto em âmbito nacional quanto internacional, solidificando a postura adotada nas eleições de 2002 quando o atual Presidente dizia que “o medo venceu a esperança”. A



personificação da esperança viu-se amparada pelo Programa, especialmente, no que se refere às camadas menos favorecidas da população. No que tange aos contatos internacionais, Lula posicionou-se como um porta-voz dos países em desenvolvimento. O combate à fome, então, foi o grande mote dessa campanha.

Quando se considera que a comunicação governamental é permeada de diversas estratégias, das quais destaca-se o discurso presidencial, conclui-se que o Programa tornou-se um referencial no posicionamento estratégico do governo. O Bolsa Família foi usado como argumento para desencadear ações políticas e angariar adesões nacionais e internacionais. Sobretudo, demonstrou ser o reforço da imagem de “pai dos pobres” adotada pelo Presidente. Interessante, também ressaltar que esta postura auxiliou na manutenção de Lula às raízes históricas que o levaram ao poder.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BETTO, Frei (Org) **Fome Zero textos fundamentais**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

BRANDÃO, Elizabeth. **Conceito de Comunicação Pública**. In Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público/ Jorge Duarte, organizador. São Paulo: Atlas, 2007.

FERREIRA, Dina Maria Martins. **Não pense, Veja**. O espetáculo da linguagem no Palco do Fome Zero. São Paulo: Annablume, Fapesp, 2006.

MATOS, Heloíza. **Comunicação pública, esfera pública e capital social**. In Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público/ Jorge Duarte, organizador. São Paulo: Atlas, 2007.

PANKE, Luciana. **As mudanças de argumentos nos discursos de Lula**, sob o prisma da temática *emprego*. Tese apresentada à Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, para obtenção do grau de Doutor em Ciências da Comunicação, 2005.

PERELMAN, Chaim. **Tratado da argumentação - nova retórica**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

PERELMAN, Chaim. **Retóricas**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Comunicação e política**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

SILVA, Luiz Inácio Lula. **Pronunciamentos oficiais do Presidente da República**. Brasília: 2003 - 2006.