

# A crise econômica na mídia: seleção de personagens em *Le Monde Diplomatique (Fr)*, *Le Monde Diplomatique Brasil* e *Caros Amigos*

**Maria Juliana Horta Soares\***  
**Antônio Augusto Moreira de Faria\*\***

## **Resumo**

*Neste trabalho, fazemos uma análise contrastiva dos discursos dos veículos jornalísticos brasileiros *Le Monde Diplomatique Brasil* e *Caros Amigos* e do francês *Le Monde Diplomatique*. Procuramos não apenas entender como são construídos esses discursos jornalísticos, mas também como cada jornal desenvolve uma temática de grande importância nos dias de hoje: a crise econômica mundial. Neste breve artigo, concentramo-nos em uma estratégia persuasiva do discurso jornalístico: a seleção de personagens. Na temática escolhida, buscamos ver como são selecionados alguns grupos de personagens nela envolvidos, dentre eles os trabalhadores e o empresário. Dessa forma, analisamos como os três mídia veem a crise e como tratam esses grupos de personagens, destacando-os ou preterindo-os.*

**Palavras-chave:** *Análise do discurso. Discurso jornalístico. Persuasão. Crise econômica mundial.*

\* Bacharel em Jornalismo. Licenciada em Letras. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras da UFMG.

\*\* Professor Doutor adjunto da Faculdade de Letras da UFMG.



## Introdução

Neste trabalho, apontamos as principais diferenças entre os veículos midiáticos brasileiros *Le Monde Diplomatique Brasil* e *Caros Amigos* e o francês *Le Monde Diplomatique*, com o objetivo de entender como funciona o discurso de cada um desses mensários. Dessa forma, levantamos características do discurso jornalístico brasileiro, colocando-o em perspectiva com o discurso de *Le Monde Diplomatique*.

Em nossa pesquisa, analisamos discursos jornalísticos usando categorias dos estudos linguísticos, mais especificamente da análise linguística do discurso. Esse viés interessa-nos, principalmente, por dois motivos. O primeiro diz respeito à desmistificação da notícia e de sua aparente objetividade. Analisar o discurso jornalístico torna possível apontar as estratégias usadas pela imprensa para convencer e seduzir os leitores, o que corrobora a ideia de que a notícia, como qualquer outro discurso, busca persuadir e conquistar, não apenas informar. O segundo diz respeito ao enfoque na relação entre o produto e o processo discursivo de análise linguística nos discursos jornalísticos.

Apesar de para os linguistas já ter se tornado bem frequente o estudo de textos noticiosos, as escolas de comunicação ainda tendem a trabalhar mais com teorias que estudam questões relativas à recepção ou à produção. O produto costuma ficar de lado; por isso, mostrar que o produto jornal traz marcas intimamente ligadas aos efeitos que se pretende provocar no leitor do processo que o produziu é bastante útil para entendermos melhor o funcionamento do discurso jornalístico.

Aqui, abordamos a seleção de personagens, uma estratégia linguística de persuasão ideológica. Para Fiorin (2005, p. 75), estratégias persuasivas são “certos procedimentos argumentativos visando a levar o enunciatário a admitir como certo, como válido o sentido produzido”. Quando decide quais personagens aparecem em suas matérias, um discurso jornalístico está, na verdade, escolhendo a quem dar voz. Assim, neste artigo, informamos qual destaque foi dado a cada grupo de personagens selecionado em *Le Monde Diplomatique (LMD)*, *Le Monde Diplomatique Brasil (LMDB)* e *Caros Amigos (CA)* e, conseqüentemente, quais grupos são silenciados por esses discursos.

### **LMD, LMDB e CA**

Antes de tratarmos da seleção de personagens, apresentamos brevemente cada um dos três impressos estudados. A edição francesa de *Le Monde Diplomatique*, conhecida popularmente como *Diplô*, foi fundada em 1954, como suplemento do jornal *Le Monde* (1944). Em 1996,

ganhou independência editorial e financeira, tornando-se uma sociedade autônoma filiada ao Monde S.A., que detém 51% das ações. O restante foi dividido entre a Associação dos Amigos do Monde Diplomatique (24%) e a Associação Günter Holzmann (25%), da qual fazem parte jornalistas que escrevem para *LMD*. *LMDB* é uma das 46 edições impressas publicadas fora da França. Fundado em setembro de 2007, é uma iniciativa conjunta do Instituto Paulo Freire (responsável pela edição eletrônica) e Instituto Pólis (edição impressa).

Por serem veículos de periodicidade mensal, *LMD* e *LMDB* trazem matérias jornalísticas extensas, em geral análises detalhadas de assuntos de destaque em áreas como economia e política. Todos os artigos são assinados e trazem, no final, uma referência bibliográfica das citações feitas. A edição brasileira traz a tradução de textos da francesa, mas mais da metade do jornal é composta de artigos feitos por brasileiros, em português. Os articulistas são, em sua maioria, acadêmicos, estudiosos ou, ainda, outros especialistas nos assuntos tratados.

A mesma periodicidade confere características semelhantes à *CA*. A revista também traz em suas páginas artigos assinados, além de uma entrevista. Não traz referências bibliográficas como *LMD* e *LMDB*, mas seus articulistas também são especialistas ou personalidades políticas de grande notoriedade, como é o caso de Fidel Castro, colunista desde agosto de 2007.

A diferença principal parece ser a extensão das matérias e o grau de profundidade delas. Os textos em *LMD* e *LMDB* assemelham-se a pequenos artigos acadêmicos, trazendo aos leitores discussões embasadas por especialistas e teóricos (daí a necessidade das referências). Já em *CA*, os artigos se assemelham a colunas de opinião. São menos extensos e, diferentemente dos outros dois *media*, não trazem, em sua maioria, discussões muito detalhadas, mas textos opinativos relativamente curtos.

Apontadas essas semelhanças e diferenças, nossa hipótese é de que esses veículos construam seus discursos de maneiras distintas. Uma das categorias que nos permite apontar algumas dessas diferenças, como dito, é a seleção de personagens. A seguir, separamos duas matérias de cada revista, da mesma época, para mostrar como funciona essa estratégia persuasiva nos discursos dos objetos selecionados por nós.

### Alguns exemplos

Foram selecionadas para este estudo as seguintes matérias:

*LMD*: “Est-ce la fin du laisser-faire?” (*Le Monde Diplomatique*, n. 654, sep. 2008) e “Le Brésil, ce géant entravé” (*Le Monde Diplomatique*, n. 663, juin 2009)

*LMDB*: “A crise chega ao Brasil” (*Le Monde Diplomatique Brasil*, n. 14, p. 4, set. 2009) e “A crise e as oportunidades” (*Le Monde Diplomatique Brasil*, n. 23, p. 9, jun. 2009)

*CA*: “Há futuro dentro do capitalismo?” (*Caros Amigos*, n. 135, jun. 2008) e “É urgente fazermos um mutirão para debatermos a crise” (*Caros Amigos*, n. 145, abr. 2009).

Começando por *LMD*, “Est-ce la fin du laissez-faire?” trata da crise econômica mundial e questiona o papel dos Estados nas economias modernas. São personagens explícitos<sup>1</sup> da matéria tanto os personagens coletivos quanto os individuais. No primeiro grupo estão<sup>2</sup>: “quinze países da zona euro”; “mercados”; “China”, “França”, “Espanha” (dentre outros países); “países exportadores de petróleo”; “cidades”; “Banco Mundial”; “dirigentes”; “empresas francesas”; “indústria aeronáutica”; “os fundos de investimento”; “ricos”; “pobres”; “a população e as empresas”; “classe média na Índia e na China”; “população”; “gente”; “americanos”; “trabalhadores pobres”; “[aposentadoria de] milhões de americanos”; “trabalhadores”; “classes laboriosas”; e “pequenos produtores”. Já os personagens individuais são, principalmente, políticos, teóricos e especialistas (ex: o economista Laurent Cordonnier; os teóricos Thomas Robert Malthus e David Ricardo; M. Christian Noyer, diretor do Banco da França; M. Jean-Claude Juncker, primeiro-ministro de Luxemburgo e presidente do Eurogrupo, dentre outros).

É possível perceber que a seleção prestigia figuras de renome e especialistas, já que apenas esses personagens aparecem como personagens individuais e são fontes da matéria. Mas os trabalhadores e “menos favorecidos” também têm espaço. Explicitamente, são personagens em grupos coletivos que apontamos acima: “pobres”; “população”; “classe média na Índia e na China”; “trabalhadores”; “aposentadoria de milhões de americanos”; “classes laboriosas”; e “pequenos produtores”. Aparecem ainda, implicitamente, em trechos como “Para os *milhões de franceses* [...] que viram seu orçamento doméstico aumentar 38% em um ano, o ajuste já está sendo operado.” e “os *850 milhões de indivíduos* que já conheceram a fome” (grifos nossos). Nos trechos, que ganham credibilidade por agregarem dados à análise, destacam-se os personagens que mais sofrem com a crise e que muitas vezes estão à margem das discussões de soluções propostas por governos.

“Le Brésil, ce géant entravé” também trata da crise econômica. O enfoque é dado ao Brasil, um “gigante travado”. São personagens explícitos individuais: Rafael Correa; Balbina Herrera; Luis Inácio Lula da Silva

1 Todo discurso traz aspectos explícitos e implícitos. Uma matéria jornalística, por exemplo, faz referências explícitas a um tema, mas os desdobramentos desse tema ficam implícitos. Cabe ao leitor estabelecer as relações possíveis, formando, então, as pontes entre o dito (explícito) e o não dito explicitamente a ele ligado (implícito).

2 Tradução nossa, do francês para o português, dos termos das matérias.

(dentre outros políticos da América do Sul); Luciano Coutinho, diretor do BNDES; Marx; o economista Paulo Henrique Costa Mattos, dentre outros. Coletivamente, aparecem: Equador; Panamá; Brasil (dentre outros países); Bradesco; capital estrangeiro; investidores; empresas; oligarquias; militantes do PT; FMI; eleitores; classes populares; famílias brasileiras; burguesias nacionais; [dispensa de] 800 mil assalariados; a população ativa; [retorno à pobreza de cerca de] meio milhão de brasileiros.

Os trabalhadores são citados explicitamente, como vimos acima no grupo de personagens coletivos, mas também implicitamente. É o que acontece na seleção de expressões como “produção industrial”; “setor informal”; “empresas brasileiras [que irão fechar]”; “taxa de desemprego”; “revolução social”; “luta de classes”, entre outros termos. Todas essas expressões se referem, implicitamente, aos assalariados.

Passemos, agora, às matérias de *LMDB*. “A crise e as oportunidades” trata da crise econômica mundial sob o ponto de vista global, apontando estratégias usadas em diversos países para combatê-la. São personagens individuais da matéria políticos e teóricos (economista Samir Amin; primeiro-ministro britânico Gordon Brown; George Soros; Barack Obama; José Luiz Fiori, etc.). Os coletivos são: a mídia; organismos multilaterais (Banco Mundial, FMI); G8; grandes corporações; empresas; Bank of America; pobres; classe média; metade da população mundial [vive em situação de pobreza]; mobilizações sociais; velhas oligarquias; movimentos sociais; maiorias [demandas por dignidade de]; mais da metade da população do planeta.

Os trabalhadores não são citados explicitamente<sup>3</sup>, mas aparecem implicitamente em vários termos e expressões. São exemplos: “perspectiva democrática e do interesse comum”; “concentração ainda maior de poder e riqueza”; “classes médias”; “remuneração do trabalho”; “movimentos sociais”; “ruptura socialista”, termos que remetem, por inferência, à classe trabalhadora.

“A crise chega ao Brasil”, como o título explicita, foca a crise no país brasileiro. São personagens explícitos individuais o economista russo Kondratieff; Ernst Mandel; Eric Hobsbawm; Karl Marx; Francis Fukuyama; FHC; Fernando de la Rúa; Carlos Menem; e o megaspeculador Georges Soros. Coletivos, aparecem, explicitamente, “grandes corporações internacionais de caráter industrial e comercial”; “governos”; “grandes grupos econômicos”; “banco ou uma instituição financeira”; “empresas”; “pequenas e médias empresas”; “consumidores”; “setor

3 Apesar de a expressão “classe média” remeter quase diretamente a parte desse personagem coletivo.

financeiro”; “zapatistas”; “países emergentes”; e algumas nações (EUA, Chile, México, Brasil, Argentina, China, etc.). Nessa matéria, os trabalhadores são personagens apenas implícitos. Podem ser inferidos em termos como: “processos de industrialização”; “grandes corporações”; “produção agrícola”; “forças produtivas”; “Karl Marx, no *Manifesto Comunista*”; “pequenas e médias empresas”; “consumidores” etc.

Por fim, tratemos das matérias de *CA*. Em “Há futuro dentro do capitalismo?”, o autor (Frei Betto) analisa a evolução da sociedade, creditando os tempos de crise a paradigmas do chamado pós-modernismo. Confere grande importância ao tema do trabalho, como podemos observar nos personagens: “Meu pai educou a família trabalhando trinta anos na Rede Ferroviária”; “Minha mãe foi professora vinte e tantos anos”; e nos termos “trabalho”; “profissão” e “emprego”. São ainda personagens, todos coletivos: “sociedade”; “FAO”; “ONU”; “metade [da população mundial] vive abaixo da faixa da pobreza”; “854 milhões sobrevivem com fome crônica”.

“É urgente fazermos um mutirão para debatermos a crise” também trata da crise no cenário brasileiro. O autor (João Pedro Stedile) mostra-se contrário às políticas do governo. Fazem parte do grupo beneficiado pelo governo ou sem interesse em debater a crise, segundo ele: “imprensa burguesa”; “governo”, “empresas”; “Sr. Meirelles” (presidente do BC); “banqueiros”, “setores industriais”; “BNDES”; “20 maiores agroindústrias”; “Sadia”; “Perdigão”, “alguns frigoríficos estrangeiros”; e “partidos políticos”. No grupo oprimido pelas medidas tomadas e pelas próprias consequências da crise, que será “prolongada e profunda”, estão os assalariados (“botaram na rua 280 mil assalariados”) e a “sociedade” de forma geral. Por isso, “centrais sindicais, movimentos sociais e pastorais sociais” são convocados a fundar “um verdadeiro mutirão” para “debater a crise”.

## Considerações finais

Considerando a temática da crise e o número reduzido de matérias que analisamos aqui, podemos chegar a algumas conclusões ao fim deste trabalho. A primeira refere-se a uma semelhança entre *LMD*, *LMDB* e *CA*. Pudemos perceber que os três veículos citam personagens empresários e políticos, mas, no embate entre grandes empresas/governos e assalariados, colocam-se do lado dos assalariados, defendendo-lhes o ponto de vista. Assim, o discurso hegemônico é o que defende o trabalhador, mesmo que esses personagens tenham espaço diferente nos três mensários. Em *LMD* e *CA* são personagens coletivos explícitos. Em *LMDB* são personagens apenas implícitos.

Quanto aos personagens que têm voz, percebemos que *LMD* e *LMDB*, provavelmente por trazerem análises mais detalhadas e com caráter acadêmico, buscam depoimentos de teóricos, políticos e especialistas (o que tende a conferir credibilidade a tais análises). Já em *CA*, que traz artigos menores, os personagens são apenas citados, não são convocados a falar para corroborar algum ponto de vista do autor (o que é feito por meio de outras estratégias, como a seleção lexical, rica em números e dados).

Como dito, as conclusões não devem ser tomadas como generalizantes para *LMD*, *LMDB* e *CA*. Além de o número de matérias analisado ser muito pequeno, todos os artigos que trouxemos aqui são assinados e bastante opinativos. Ainda é cedo para saber até que ponto as características levantadas são representativas dos discursos jornalísticos desses veículos midiáticos.

---

### **The economic crisis in the media: selection of characters in *Le Monde Diplomatique (Fr)*, *Le Monde Diplomatique Brasil* and *Caros Amigos***

#### ***Abstract***

*This paper aims to make a comparison between Brazilian journalistic discourse, represented here by Le Monde Diplomatique Brasil and Caros Amigos, and French journalistic discourse, represented by Le Monde Diplomatique. We seek not only to understand how each one of these journalistic vehicles constructs its discourse, but also to comprehend how they treat a theme of great importance nowadays: the current economic crises. In this brief article, we focus on a persuasive journalistic strategy, character selection. In this chosen theme, our goal is to analyze how this selection is made, considering, for example, how workers and executives appear in each magazine/newspaper. That way, we are able to better understand how these three media see the global crises and which groups of characters they highlight or downplay.*

**Key words:** *Analysis of the discourse. Journalistic discourse. Persuasion. Global economic crisis.*

---

#### **Referências**

- FARIA, Antônio A. Moreira de. *Sobre Germinal: interdiscurso, intradiscurso e leitura*. 1999. Tese (Doutorado em Linguística) – Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 1999.
- FIORIN, José Luiz. *Linguagem e ideologia*. 7. ed. São Paulo: Ática, 2001.



FIORIN, José Luiz. *Elementos de análise do discurso*. 13 imp. São Paulo: Contexto, 2005.

SOARES, Maria Juliana Horta. *Versões de um fato*: um estudo sobre a diferença de cobertura do atentado contra a ONU, em agosto de 2003, nas revistas *Época*, *Isto É* e *Vêja*. 2004. Monografia (Conclusão de curso) – Departamento de Ciências da Comunicação do Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH/DCC), Belo Horizonte, 2004.

SOARES, Maria Juliana Horta. *Aspectos intra e interdiscursivos de um jornal*: análise de notícias sobre transporte e trânsito no Estado de Minas (1955-1956 e 2005-2006). Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos) – Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, 2008. (FALE/UFMG), Belo Horizonte, 2008.

