

Esta pesquisa está inserida dentro de uma linha de Pesquisa intitulada “Desenvolvimento: Perspectivas em disputa”. À luz da temática dos estudos críticos do desenvolvimento, percebe-se a partir de políticas de transferência a ascensão de uma classe de renda que tem sido intitulada de A Nova Classe Média. Existe por parte do Governo Federal uma tentativa especial de expansão do mercado interno e consolidação deste através do consumo. Esta expansão do mercado interno, suportado pelo mercado de crédito nos faz perguntar se estas práticas não estão permeadas pela ideologia do consumismo. É necessário portanto, a partir desta indagação analisar dentro do discurso presidencial a relação ideológica entre consumo e desenvolvimento, objetivamente, de que forma se manifesta a ideologia do consumismo. A metodologia de Análise Crítica do Discurso (ACD) é utilizada especialmente por reconhecer o discurso como um momento na dialética da prática social, e que mudanças no discurso podem constituir novos possíveis nas relações sociais. É comum dentro das práticas acadêmicas que o pesquisador tome distância do objeto, sendo objetivo e imparcial. Esta é uma posição diferente daqueles que trabalham com o método ACD. Estes pesquisadores explicitam sua opinião política e interpretações sociais, participando ativamente de modo a desafiar as práticas dominantes. Em uma concepção de construção ideológica, o discurso mantém e transforma as relações de poder e hegemonia. A ACD reconhece que o discurso é um termo relacionado ao seu momento social, e portanto a análise de discurso é uma análise social com foco no contexto e momento do discurso. O corpus portanto, é constituído por discursos pontuais da presidente Dilma Rousseff que dialogam com a sociedade civil no lançamento ou entrega de programas de microcrédito (CRESCER) ou moradia (Minha Casa, Minha Vida). Dentro destes textos, foi necessário primeiramente indentificar os temas principais (as áreas da vida social) e as perspectivas ou ângulos a partir dos quais estas temáticas são apresentadas, para então analisar a intertextualidade, as relações semânticas e gramaticais e as formas de legitimação do discurso. Os resultados são parciais, e até o presente momento indicam que a ideologia do consumismo como estratégia para o desenvolvimento está presente e naturalizada, transformando todos em indivíduos que buscam a satisfação de suas necessidades no mercado. Esta pesquisa se encerrará em 30 de julho de 2012, apresentando novos ou concluindo os pressupostos até então trabalhados.