

Uma análise da argumentação em postagem de Malafaia no Instagram, sob a perspectiva Semiolinguística

An analysis of the argumentation in a Malafaia's post on Instagram, under a Semiolinguistic perspective

Mônica Souza Melo¹
Said Slaibi Araújo²

Resumo

O presente trabalho busca analisar a organização argumentativa de uma postagem do pastor Silas Malafaia na plataforma digital Instagram, levando em consideração os domínios discursivos político e religioso, nos quais o pastor transita. Procuramos identificar e interpretar os *ethé*, assim como os imaginários sócio-discursivos projetados, e como eles contribuem para a argumentação. Para atingir tais objetivos, utilizamos, principalmente, a Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau e os modos discursivos de organização. Nosso estudo constatou que a argumentação se pautou em comparações entre o modo de tratamento para com candidatos, sobretudo a respeito do papel da mídia, assim como no ofuscamento da figura política de Jair Messias Bolsonaro em prol do destaque de uma imagem negativa da figura política de Fernando Haddad.

Palavras-chave: *Análise do Discurso. Redes sociais. Argumentação*

Abstract

The present paper sought to analyze the arguments of a post by the minister Silas Malafaia on Instagram, considering the areas of political and religious discourse in which the pastor transits. We seek to identify and interpret the *ethé* as well as the projected sociodiscursive imaginaries and how they have contributed to the argumentation. To achieve these objectives, we mainly use the Patrick Charaudeau's Semiolinguistic Theory and the discursive's modes of organization. Our study found that argumentation was based on comparisons between the candidates treatment mode, especially regarding the role of the media and the fading of Bolsonaro's political figure in order to highlight a negative image of Haddad's political figure.

Keywords: *Discourse Analysis. Social media. Argumentation*

Recebido em: 24/07/2020

Acceto em: 26/01/2021

Introdução

¹ Professora Titular do Departamento de Letras da UFV. Doutora em Estudos Linguísticos pela UFMG (2003), com Pós-Doutorado na mesma instituição (2012). Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6502-9280>.

² Estudante do Curso de Graduação em Letras das UFV. Bolsista de Iniciação Científica-CNPq. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6062-5967>.

Este trabalho é parte integrante de um projeto maior³, que visa à análise da mútua influência entre os discursos dos domínios político e religioso e, de como este processo é midiaticizado. Propomo-nos, pois, em fazer uma análise da argumentação de uma postagem⁴ em vídeo, veiculada pelo pastor de vertente pentecostal, Silas Malafaia, em seu *Instagram*, às vésperas do segundo turno da eleição presidencial de 2018, à qual teve, como candidatos, Jair Messias Bolsonaro, à época membro do Partido Social Liberal (PSL), e Fernando Haddad, membro do Partido dos Trabalhadores (PT).

Após o processo de *impeachment* da ex-presidente Dilma Vana Rousseff, o Brasil, de forma geral, se inclinou para uma desestabilização política, que teve, como um de seus ápices, o segundo turno das eleições presidenciais de 2018, no qual o país se polarizou em dois grandes segmentos: um, favorável ao candidato petista (esquerda); o outro, favorável ao candidato representante do movimento liberal (direita).

Esse processo de polarização, que se estende de forma visível até o dado momento (que pode ser visto, mesmo na própria publicação de Malafaia, por meio dos comentários e reações do público, reflexos virtuais desse período), teve, como atributo, uma crescente participação, no domínio político, de figuras pertencentes ao domínio religioso e uma predominância do uso de elementos oriundos de discursos religiosos por parte dos adeptos ao segmento favorável ao candidato de direita.

Consoante a essa postulação, Bauman (1998) nos diz que a religião é vista como um fenômeno antropológico, além de ser uma das responsáveis por atribuir um senso existencial ao homem. Contudo, ela é, também, responsável por afetar as relações humanas, nas quais estão presentes questões de caráter ideológico. Para Burity (2008), por exemplo, a relação que a religião estabelece com a cultura, a sociedade e, conseqüentemente, com a política, não é superficial e/ou artificial, mas faz parte da cena cotidiana desde a virada do século.

De acordo com Burity (2008):

[...] há uma interação de mão dupla entre governos e organizações religiosas na implementação de programas sociais ou a representação destas últimas em diversos conselhos temáticos ou de políticas em todos os níveis – federal, estadual e municipal (BURITY, 2008, p. 87).

Encontramos respaldo a respeito da relação religião-política em Machado (2012), que enfatiza:

Deve-se registrar ainda que desde as décadas de 1980 e de 1990, observa-se um grande interesse dos partidos políticos pelos pentecostais, com as lideranças partidárias estimulando filiações e candidaturas de atores religiosos desse campo na expectativa de ampliarem suas chances de sucesso nas urnas. Essa lógica pragmática acabou favorecendo não só a entrada dos pentecostais na política institucional, como também na direção das máquinas partidárias (MACHADO, 2012, p. 35).

³ Financiado pelo CNPq.

⁴ MALAFAIA, Silas. **A vergonhosa campanha de Haddad e da imprensa contra Bolsonaro**. Disponível em <https://www.instagram.com/p/BpPxVnzhQLF/>. Acesso em: 12 abr. 2019.

De acordo com Charaudeau (2016): “O discurso político se caracteriza por um jogo polêmico, que utiliza constantemente contratos e estratégias para convencer ou seduzir o outro” (CHARAUDEAU, 2016, p. 58). Desse modo, tendo em mente a estreita relação estabelecida entre religião, política, sociedade, a mútua e crescente influência interdiscursiva entre o discurso religioso e político, assim como a argumentação requerida para influenciar o outro no discurso político, justificamos nosso trabalho.

Metodologia

Em um primeiro momento, apresentamos uma contextualização sobre a importância das redes sociais, no que se refere à contribuição que essas ferramentas trazem ao processo de mediação do discurso religioso. Assim, seguimos com a análise dos modos de organização discursivo-enunciativo, descritivo e argumentativo.

Após esses procedimentos, relacionamos as identidades social e discursiva, de Silas Malafaia, considerando a figura do “guia-pastor” e do conceito de “poder pastoral”. E, com isso, abordamos o *ethos* de potência, através da figura do “vociferador”.

Encerramos, pois, com a identificação e interpretação dos imaginários sócio-discursivos projetados e com a síntese dos dados analisados. Convém ressaltar, ainda, que buscamos transcrever os trechos selecionados de alguns exemplos com base nas postulações de Marcuschi (2003).

As redes sociais e o *instagram*

Os avanços tecnológicos são um dos responsáveis por modificar a forma como as instituições sociais atuam e, portanto, a maneira sobre a qual as relações sociais se estabelecem. A religião e a política, como duas instituições presentes na vida social, migraram à *internet*, reinventando a forma de se comunicar com o público-alvo, agora realizada em grande parte por meio das redes sociais.

O *instagram*, atualmente uma das maiores redes sociais, inicialmente foi pensado com o propósito da veiculação de fotos. O aplicativo se baseia na relação entre usuários que podem seguir uns aos outros, acessar perfis alheios e serem espectadores dos conteúdos compartilhados pelos perfis. Hoje, seu propósito primário foi extrapolado e criou-se um ambiente em que textos e vídeos possam ser postados sobre diversos assuntos, estimulando uma interação entre os perfis, através de comentários, curtidas e, mais recentemente, de repostagens nos chamados *stories*.

De acordo com Alcara, Di-Chiara e Tomael (2005):

As redes sociais constituem uma das estratégias subjacentes utilizadas pela sociedade para o compartilhamento da informação e do conhecimento, mediante as relações entre atores que as integram (ALCARA; DI-CHIARA; TOMAEL, 2005, p. 93).

Nesse sentido, por se tratar de uma rede social à qual todos que têm acesso à *internet* podem acessar, há a formação de um espaço democrático, tanto de veiculação de informações, quanto de possíveis debates acerca dos conteúdos postados pelos usuários. Logo, em virtude da expressiva adesão ao aplicativo e do seu poder de atingir públicos diversos, além de permitir uma difusão acentuada daquilo que lá é publicado, o *instagram* se torna uma grande ferramenta para expor ideias e, também, influenciar uma gama de pessoas.

Procedimentos enunciativos

Silas Malafaia é um pastor carioca, evangélico e líder da igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo. É reconhecido pela sua atuação na política como cabo eleitoral e por se envolver em polêmicas, em especial, no que se refere a temas relativos à homossexualidade e ao aborto, temáticas que, segundo ele, vão contra à moral cristã, além de interferir na integridade do “cidadão de bem”, da qual ele é exímio defensor.

Verificamos, como essa atuação, que se caracteriza uma identidade social de Malafaia materializa por meio de procedimentos enunciativos. Tais procedimentos definem o modo pelo qual o sujeito falante age no ato de comunicação. Charaudeau (2017) define três procedimentos enunciativos: o alocutivo, marcado por uma relação mais explícita entre locutor e interlocutor; o elocutivo, marcado pela expressão da subjetividade e o delocutivo, marcado pela enunciação aparentemente objetiva de “[...] uma verdade que não depende nem do *eu*, nem do *tu*, pois ela tem valor em si” (CHARAUDEAU, 2017, p. 179).

A fala de Malafaia é demarcada por uma forte personalidade, pois expressa o ponto de vista do locutor em relação ao mundo, no caso, suas opiniões circunscritas à eleição e aos candidatos concorrentes no segundo turno das eleições presidenciais. Porém, esse ponto de vista é mascarado, no discurso, por meio da expressão de fatos e ideias em formato impessoal. Ao longo da sua fala, o pastor procura defender a tese de que Bolsonaro estaria sendo alvo de uma campanha difamatória por parte da imprensa, mas essa tese cede lugar a acusações contra o PT e seu candidato à presidência, Fernando Haddad.

Tal mensagem visa, em última instância, de certa forma, influenciar o público, levando-o a acreditar que Bolsonaro é o melhor candidato. Há, portanto, em diversos segmentos da fala analisada, uma intervenção do falante que deixa transparecer seus sentimentos e opiniões, mas essas estão, frequentemente, apresentadas no formato de enunciações delocutivas, aparentemente objetivas, com o uso de estruturas impessoais.

Essa estratégia está presente em parte expressiva da fala analisada, como no trecho:

SM: ...é é vergonhoso ver essa campanha do Haddad e de grande parte da imprensa contra Bolsonaro. CLA:RO que não é toda imprensa’ tem algumas exceções’ mas grande parte...

Nesse exemplo, o pastor expressa sua opinião, avaliando que Bolsonaro estaria sendo vítima de uma campanha da imprensa. A expressão de uma opinião, por meio do modalizador “é vergonhoso”, introduz um fato apresentado como verdadeiro: Bolsonaro é alvo de perseguição.

Constata-se, ainda, o uso da modalidade alocutiva, na qual há uma identificação explícita do interlocutor. Nesse ponto, destaca-se uma alternância de destinatários ao longo da mensagem: ora o pastor interpela o fiel, como se vê em:

SM: Olá, povo abençoado do Brasil.

SM: Deus abençoe você, Deus abençoe sua família, Deus abençoe o Brasil. (...) Deus abençoe a todos.

Ora interpela diretamente o candidato Fernando Haddad e, mais genericamente, integrantes do PT, como se verifica em:

SM: ...HADDAD, você representa o maior esquema de corrupção da história política do Brasil' um dos maiores do mundo. VOCÊ É FANTOCHE DO MAIOR LADRÃO DO PAÍS, que é Lula. VOCÊ É AMIGO DE ZÉ DIRCEU' *AH* (+) VOCÊ É AMIGO (+) DESSA DIREÇÃO DO PT/' QUASE TODO MUNDO *TÁ* NA CADEIA...

SM: VOCÊS MANDARAM DINHEIRO PRA GOVERNO CORRUPTO, PRA LÁ DESSAS NAÇÕES! MANDARAM DINHEIRO PRA PARAÍSO FISCAIS!

Em todos os exemplos acima, temos quatro casos de interpelação e uma interrogação. A interpelação é um procedimento de construção enunciativa alocutiva que, de acordo com Charaudeau (2016), se define como uma relação de força em que o locutor se coloca em posição de superioridade em relação ao interlocutor, assumindo um estatuto que o autoriza a interpelar o outro. Esse, por sua vez, é destacado dentro de um conjunto de interlocutores possíveis. Sendo assim, nos dois primeiros exemplos, temos o pastor se dirigindo ao fiel, identificando-o como “povo abençoado do Brasil” e abençoando-o. Destacamos, pois, que esses são os dois únicos momentos na fala do pastor em que se identificam elementos de natureza religiosa.

Nos exemplos seguintes, Malafaia se dirige a Haddad e ao PT, respectivamente. Ao interpelar Haddad, qualificando-o como representante do “maior esquema de corrupção da história política do Brasil” ou “fantoche do maior ladrão do país” e ao afirmar que os integrantes do PT “mandaram dinheiro pra governo corrupto”, o pastor se coloca como quem é um guardião da ética e retidão no cenário político nacional, apontando para o candidato Haddad e seu partido, como se se sentisse autorizado a criticá-los.

O modo de organização descritivo

Esse modo é definido pelos processos de nomeação, localização temporal-espacial e qualificação de seres no mundo, tendo como principal função dar existência e classificação a seres no mundo. Como o contexto já foi desenvolvido anteriormente, nos ateremos aos outros dois processos.

Segundo Charaudeau (2016), a construção subjetiva do mundo, que marca a fala de Malafaia, caracteriza-se por uma descrição dos seres e de seus comportamentos, pautada pela visão do sujeito falante, que representa a construção de um universo relativo a seu

imaginário. Deve-se destacar, porém, que esse imaginário não é uma construção individual, mas é uma apreensão do mundo proveniente de representações sociais, como vemos mais adiante.

Na fala de Malafaia, vê-se a nomeação de figuras políticas, de partido, de um jornal, de um sindicato e da figura de Deus. Atenta-se para a nomeação (e, ao mesmo tempo, qualificação), da figura de Haddad e de Lula, principalmente. O processo de qualificação, segundo Charaudeau (2016) permite, ao sujeito falante, singularizar e especificar os seres e o mundo, a partir do seu olhar, de maneira mais ou menos subjetiva.

Pelos procedimentos discursivos adotados, a fala se enquadra como uma construção subjetiva do mundo, já que suscita “os sentimentos, os afetos e as opiniões do sujeito descritor” (CHARAUDEAU, 2016, p. 125). Além disso, no processo de qualificação, temos a qualificação negativa de Haddad, candidato do PT à presidência da República e dos demais membros desse partido:

SM: ...HADDAD, você representa o maior esquema de corrupção da história política do Brasil' um dos maiores do mundo. VOCÊ É FANTOCHE DO MAIOR LADRÃO DO PAÍS, que é Lula. VOCÊ É AMIGO DE ZÉ DIRCEU' *AH* (+) VOCÊ É AMIGO (+) DESSA DIREÇÃO DO PT/' QUASE TODO MUNDO TÁ NA CADEIA...

Por um lado, há, também, a qualificação de parte da imprensa, acusada, por Silas, de apoiar um candidato, Fernando Haddad, em detrimento a Bolsonaro:

SM: ...A FOLHA DE SÃO PAULO' QUE É CABO ELEITORAL DE HADDAD' (+) UMA JORNALISTA ES-QUER-DO-PA-TA, esquerdo/' COM VÍNCULOS COM PT...

Por outro lado, há uma qualificação positiva de Bolsonaro, por meio da depreciação de figuras e/ou entidades adversárias. Malafaia coloca Bolsonaro em uma posição de *atacado* pelos demais:

SM: ...agora mesmo' (+) se eu não tô enganado foi ontem ou anteontem' (+) o juiz mandou lacrar o sindicato de petroleiros' com campanha' com material contra Bolsonaro...

Dentre os procedimentos linguísticos da qualificação, temos, também, o uso da analogia explícita, processo que coloca em correspondência os seres do mundo:

SM: ...AGORA VEM (1) UM FATO DE JULHO' *duma* BOBAGEM' *duma* BESTEIRA QUE O FILHO DE BOLSONARO FALOU E DÁ UMA REPERCUSSÃO, como se fosse Bolsonaro. GENTE' O QUE O PT FEZ EM 2014 PRÁ GANHAR A ELEIÇÃO'/ EU NÃO VI A IMPRENS/ ESSES CARA COMPRARAM BLOGS, MONTARAM UM EXÉ:RCITO DE CALÚNIA E DIFAMAÇÃO COM DINHEIRO PÚBLICO, e eu não vi a imprensa dizer nada...

Por intermédio dessa analogia, visualizamos mais claramente as diferentes qualificações atribuídas por Malafaia aos dois candidatos. Ao qualificar o candidato do PSL, o pastor ressalta que ele é vítima de uso indevido por parte da imprensa de uma fala do filho do candidato e ao falar do candidato do PT, o pastor atribui, a ele, qualificações negativas ligadas ao mau uso do dinheiro público e à convivência da imprensa com o

suposto “exército de calúnia e difamação” promovido pelo PT.

Porém, as duas asserções tomam um mesmo direcionamento, que é o destaque do papel manipulador da imprensa, à qual, segundo Malafaia, adotou comportamentos diferenciados. Segundo Malafaia, a imprensa, naquele momento, traria à tona um pronunciamento do filho de Bolsonaro, no suposto intuito de ligar este pronunciamento à figura do candidato, mas, em outra oportunidade, se calou perante as ações condenáveis realizadas pelo partido de Fernando Haddad.

O pastor refere-se, aqui, a um episódio envolvendo o Deputado Eduardo Bolsonaro, filho do então candidato Jair Bolsonaro, que, numa reunião de uma Comissão da Câmara dos Deputados, afirmou haver uma “ditadura do STF” e mencionou a possibilidade de ruptura com o Supremo, caso esse considerasse institucionais as medidas tomadas pelo governo eleito.⁵ Malafaia, desse modo, questiona o destaque dado, na imprensa, a essas afirmações, que tentariam vinculá-las a uma provável postura autoritária que seria adotada por Bolsonaro, caso ele viesse a ser eleito.

O modo de organização argumentativo

A fala de Malafaia se configura como uma espécie de aconselhamento político, caracterizando-se pelo predomínio do modo de organização argumentativo. Podemos chegar à conclusão de que, a tese principal da mensagem é a de que Haddad e seu partido são desqualificados e que o candidato Jair Bolsonaro, por sua vez, é o mais bem preparado para governar o país.

Para chegar a essa tese central, Malafaia constrói seu discurso recorrendo ao papel desempenhado pelos veículos jornalísticos, pelo sindicato e pela própria figura de Deus, os quais são descritos a partir de atribuições subjetivas, que servem para reforçar as teses por ele defendidas. Por exemplo, descrédito das informações divulgadas pelos jornais fazendo com que o público-alvo da enunciação não acredite nas notícias que possam manchar a imagem política de Bolsonaro.

O discurso se materializa numa situação monologal, uma vez que não há réplicas ao longo do desenvolvimento da fala, em consequência de ser um vídeo postado em uma rede social. Já o contrato de comunicação é qualificado como explícito, tendo em vista que os três elementos da encenação argumentativa são expostos pelo sujeito argumentante.

Segundo Charaudeau (2016), na *encenação argumentativa*, temos o *dispositivo argumentativo*, subdividido em i) proposta, ii) proposição e iii) persuasão. A proposta da mensagem do pastor é a recusa de voto no candidato Haddad, a proposição é a tomada de posição de Silas, que defende Bolsonaro, indiretamente, através da qualificação negativa de Haddad e, por fim, a persuasão é constituída pelos recursos utilizados para construir uma imagem negativa de Haddad, seu partido, a imprensa e o sindicalismo, atribuindo-lhes uma posição mal vista pelos olhos públicos, enquanto a imagem de Bolsonaro é construída de forma a colocá-lo em uma posição de *atacado* pelos demais, instigando a adesão da população para defendê-lo.

⁵ Na Câmara Eduardo Bolsonaro falou em ‘ditadura do STF’ e citou ‘ruptura’. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/na-camara-eduardo-bolsonaro-falou-em-ditadura-do-stf-e-citou-ruptura/>. Acesso em: 15 set. 2019.

Malafaia faz frente a uma posição de engajamento em relação aos tópicos de sua própria argumentação, uma vez que se implica no desenvolvimento de seus argumentos. De acordo com Charaudeau (2016), essa posição é fortemente demarcada “por julgamentos de valor mais ou menos passionais, por denúncias, por tomadas de posição irônicas” (CHARAUDEAU, 2016, p. 230).

Constatamos, desse modo, um processo de acusação e uma tomada de posição irônica, exemplificados, respectivamente, nos trechos:

SM: ...VOCÊ É AMIGO DE ZÉ DIRCEU' AH' (+) VOCÊ É AMIGO (+) DESSA DIREÇÃO DO PT/' QUASE TODO MUNDO TÁ NA CADEIA' (+) VOCÊS (+) MANDARAM DINHEIRO PRA GOVERNO CORRUPTO' / PRA LÁ DESSAS NAÇÕES' MANDARAM DINHEIRO PRA PARAÍSO FISCAL! ISSO É UMA VERGONHA' RAPAZ!

SM: ...SABE' OLHA' ESSES CARA TÃO TÃO DESESPERADO' (+) QUEU TÔ DESCONFIADO' (+) QUE DAQUI A POUCO HADDAD VAI PEDIR PRA IR PRO MONTE COM CABO DACIOLO (+) SÓ FALTA ESSA...

A ironia, no segundo trecho, se manifesta através da menção a um episódio ocorrido no decorrer das eleições presidenciais, em que o candidato à Presidência, Cabo Daciolo, subiu no monte para orar. A partir da fala de Malafaia, podemos inferir que o candidato do PT pode estar emocionalmente abalado pela falta de adesão popular à sua candidatura. Trata-se de uma associação curiosa, uma vez que, ao empregá-la, Malafaia não parece se constranger em ridicularizar um político evangélico que compartilha a sua fé.

Nos procedimentos semânticos, ressaltamos os domínios do Ético e do Pragmático, pois, além de basear sua argumentação em uma moralidade (CHARAUDEAU, 2016), principal aspecto do domínio Ético, Malafaia desenvolve um argumento expondo a necessidade de ir contra Haddad/PT, defendendo que, no intuito de livrar o país do “maior esquema de corrupção da história política do Brasil”, essa turma precisa “ser varrida pelo viés legal que é o voto” e, este raciocínio define o domínio do Pragmático: é preciso fazer x para atingir y. Nessa lógica, podemos inferir que Malafaia se constrói como um benfeitor, já que é ele quem denuncia essa realidade, por ele defendida, junto a seu público.

Dentre os *procedimentos discursivos*, observamos a definição de comportamentos dos seres nomeados, a saber:

i) partidário e manipulador, por parte da imprensa:

SM: ...é é vergonhoso ver essa campanha do Haddad e de grande parte da imprensa contra Bolsonaro. CLA:RO que não é toda imprensa' tem algumas exceções' mas grande parte...

ii) partidário, por parte do movimento sindical:

SM: ...agora mesmo' (+) se eu não tô enganado foi ontem ou anteontem' (+) o juiz mandou lacrar o sindicato de petroleiros' com campanha' com material contra Bolsonaro...

iii) corrupto de Haddad, de seus companheiros e de seu partido:

SM: ...HADDAD, você representa o maior esquema de corrupção da história política do Brasil' um dos maiores do mundo. VOCÊ É FANTOCHE DO MAIOR LADRÃO DO PAÍS, que é Lula. VOCÊ É AMIGO DE ZÉ DIRCEU' *AP* (+) VOCÊ É AMIGO (+) DESSA DIREÇÃO DO PT/' QUASE TODO MUNDO TÁ NA CADEIA...

iv) abençoado, referindo-se ao povo brasileiro:

SM: ..DEUS ABENÇOE VOCÊ' (+) DEUS ABENÇOE SUA FAMÍLIA' (+) DEUS ABENÇOE O BRASIL! ESSA GENTE (+) VAI SER VARRIDA (+), pelo viés legal que é o voto! Deus abençoe a todos.

Nos dois primeiros trechos, observamos uma tentativa, por parte de Malafaia, de colocar Bolsonaro como vítima de um comportamento vil da imprensa e do sindicato. No terceiro exemplo, há uma comparação entre Haddad e demais figuras ligadas ao PT, com intenção de anular a figura do candidato petista com base em seus colegas de partido. No quarto trecho, há uma pretensão de que, após as bênçãos dirigidas ao público, o mesmo adote uma atitude de votar no candidato que Malafaia defende estar “dentro do viés legal”.

Nesse sentido, Malafaia recorre à sua autoridade de líder religioso para fazer os fiéis aderirem à tese de que o candidato Jair Messias Bolsonaro é a melhor opção a se eleger e, para propor a esse grupo um determinado comportamento: votar nesse candidato.

Identidade social e discursiva: a figura de “guia-pastor”

Tomando como base Charaudeau (2009), podemos dizer que o sujeito falante, apresenta uma dupla identidade: a identidade social e a identidade discursiva. Depreendemos que, a identidade social abarca aspectos biológicos, psicológicos e de posições sociais, enquanto a identidade discursiva “[...] se constrói com base nos modos de tomada da palavra, na organização enunciativa do discurso e na manipulação dos imaginários sócio-discursivos” (CHARAUDEAU, 2009, s/p). Essa identidade discursiva, por sua vez, pode reativar, deslocar ou mascarar a identidade social e, através de tomadas orientadas para fins de persuasão ou sedução, compõe parte da gama de estratégias que podem ser usadas para influenciar o(s) outro(s).

A construção discursiva de Malafaia é orientada à formação de uma figura denominada por Charaudeau (2017) de “guia-pastor”. Através do uso majoritário do procedimento enunciativo delocutivo, associado com a identidade social do enunciador, que é reativada pela identidade discursiva, mediante as bênçãos, são criados traços “de um condutor de homens que sabe se fazer seguir...do homem determinado que sabe aonde vai” (CHARAUDEAU, 2017, p. 154). No entanto, no discurso analisado, a influência extrapola o campo religioso e adentra o domínio político.

Malafaia, portanto, se coloca em uma posição de liderança. Segundo Morgado (2005), como líder é ele que “exerce o poder de falar em nome dos pares ou explica a sua visão do que está a acontecer” (MORGADO, 2005, p. 120). Essa relação, entre o poder de influência do pastor e a adesão dos fiéis à sua palavra, vai ao encontro do conceito de “poder pastoral” de Foucault (1978).

De acordo com Foucault (1978), o desenlace positivo desse vínculo, acontece devido ao fato de que, no Cristianismo:

O pastor pode impor aos indivíduos, e em função de sua própria decisão, sem que houvesse mesmo regras gerais ou leis, sua vontade, pois - isso é a coisa mais importante no cristianismo - não se obedece para atingir um certo resultado, não se obedece, por exemplo, para simplesmente adquirir um hábito, uma aptidão, ou mesmo um mérito. No cristianismo, o mérito absoluto é precisamente ser obediente (FOUCAULT, 1978, p. 69).

Desse modo, assumimos que o pastor, dadas essas condições, aliadas ao grande alcance virtual, possa ser capaz de exercer ampla intervenção na decisão final de um eleitorado cativo à sua imagem.

O *ethos* de “potência” e a figura do “vociferador”

A partir de Charaudeau (2017), depreendemos que o *ethos* é uma imagem projetada pelo locutor sobre si próprio, a qual é materializada por meio do discurso. Na fala do pastor, reconhecemos o chamado *ethos* de identificação, que seria o resultado de uma triangulação entre: i) aquele que lança mão de uma enunciação, o “si”, para o autor; ii) aquele que é destinatário ou que acessa essa enunciação, o “outro” e iii) uma imagem visada, representação do ideal, referida como “terceiro”. Para Charaudeau (2017), “no discurso político, as figuras do *ethos* são ao mesmo tempo voltadas para si mesmo, para o cidadão e para os valores de referência” (CHARAUDEAU, 2017, p. 137).

Podemos apontar, a partir de Charaudeau (2017), dentro da macro categoria dos *ethé* de identificação, seis *ethé*: o de potência, caráter, inteligência, solidariedade, humanidade e de chefe. Em nossa análise, um *ethos* se sobressaiu em relação aos demais: o *ethos* de potência, por meio da figura do “vociferador”, que pode ser definida como “uma manifestação imperiosa do corpo que provém de pulsões não controladas” (CHARAUDEAU, 2017, p. 140). Ou seja, o vociferador é aquele que, inserido em uma situação comunicativa, brada e eleva sua voz além dos níveis costumeiros, sem que haja, porém, uma justificativa plena para tal, como a inserção do mesmo em uma situação de reação imediata à fala de alguém.

O engajamento de Malafaia, demarcado através da implicatura deste, em sua própria argumentação, e a posição expressiva assumida frente temas que ele mesmo propõe, são marcas declaradas de suas publicações. Segundo Charaudeau (2009), “Esta atitude destina-se a construir a imagem de um sujeito falante como ‘ser de convicção’. A verdade, aqui, confunde-se com a força de convicção daquele que fala, e espera-se que esta influencie o interlocutor” (CHARAUDEAU, 2009, s/p).

Podemos observar tal comportamento no trecho:

SM: ...RAPAZ' NÃO ADIANTA' VOCÊS NUM ENGANAM MAIS (+) E OUTRA (+) OLHA (+) Ó! ISSO AQUI AGORA (1) CA:DA CELULAR É UMA EMISSORA DE TELEVISÃO' CA:DA CELULAR É UMA EDITORIA DE JORNAL' A-CA-BO:U O MONOPÓLIO DA INFORMAÇÃO! NÃO ADIANTA JORNAL/ A

FOLHA DE SÃO PAULO' QUE É CABO ELEITORAL DE HADDAD /...

Embora não haja uma resposta imediata à fala de alguém, uma vez que se trata de uma situação monologal, o sujeito enunciador parece contestar e rebater um outro, materializado discursivamente por meio do termo “vocês”, que, nesse contexto, representa a imprensa que apoiaria o candidato do PT.

O *ethos* de solidariedade também é identificado em determinados momentos, como nota-se em:

SM: ...ISSO NÃO TEM (+) CONSISTÊNCIA' ISSÉ UMA BA:NDIDA:GEM' (+) É UMA SA:FADE:ZA' (+) É UMA IMORALIDADE (+) QUE NÓS TAMOS ASSISTINDO. VOCÊS NÃO VÃO CONSEGUIR! O POVO BRASILEIRO NÃO É TROUXA / SABE DA DESGRAÇA QUE O PT TROUXE PRO PAÍS...

Esse trecho pode ser observado em um instante em que Malafaia modifica a enunciação majoritariamente delocutiva, passando para uma enunciação elocutiva, se inserindo na coletividade brasileira como espectador indignado diante das atitudes supostamente realizadas pelo candidato Haddad e membros do PT.

A projeção dos imaginários sócio-discursivos

Os imaginários sócio-discursivos podem ser descritos, a partir de Charaudeau (2017), como:

[...] forma de apreensão do mundo que nasce na mecânica das representações sociais, a qual, conforme dito, constrói a significação sobre os objetos do mundo, os fenômenos que se produzem, os seres humanos e seus comportamentos, transformando a realidade em real significante. Ele resulta de um processo de simbolização do mundo de ordem afetivo-racional através da intersubjetividade das relações humanas, e se deposita na memória coletiva. Assim, o imaginário possui uma dupla função de criação de valores e de justificação da ação (CHARAUDEAU, 2017, p. 578).

Na fala do pastor Silas, verificamos a projeção dos seguintes imaginários:

1. Bolsonaro: vítima da imprensa;
2. Imprensa: manipuladora, favorável à esquerda;
3. Jornalista: esquerdopata;
4. PT: corrupto;
5. Haddad: fantoche de Lula e representante do maior esquema de corrupção do país;

6. Lula: maior ladrão do país.

Como se observa, os imaginários projetados por Malafaia, assim como as teses por ele defendidas, referem-se ao âmbito político, e não ao religioso. A projeção desses imaginários gera, por conseguinte, uma visão depreciativa em relação à mídia jornalística brasileira, por atribuir uma crença de que ela é “comprada” pela esquerda, representada aqui pela figura política de Haddad atrelada à figura de seu partido, o Partido dos Trabalhadores.

Procura-se, também, projetar uma visão positiva da figura política de Bolsonaro, que é colocado em uma posição vitimizada perante a ameaça “esquerdopata” da mídia em conjunto com o PT. À medida que se projeta um imaginário negativo, referente à esquerda brasileira, se constrói, em contrapartida, um imaginário positivo da direita, uma vez que esses elementos estão colocados em correspondência, a partir de uma perspectiva antagônica, por meio da prática do silogismo que pode ser resumido em: i. O PT é corrupto e trouxe desgraça para o país; ii. Haddad é PT; portanto, iii. Haddad trará corrupção e desgraça para o país. Seguindo esse raciocínio, Jair Bolsonaro, que é colocado em oposição ao PT, é o melhor candidato a se votar.

Charaudeau (2017) estabelece dois tipos de imaginários: os saberes de conhecimento, ligados a fatos que possam ser verificáveis no mundo, de ordem mais objetiva, e os saberes de crença, ligados a apreensões pessoais, não necessariamente verificáveis no mundo, de ordem mais subjetiva.

Em relação ao segundo tipo de saber, Charaudeau (2017) diz que:

Os saberes de crença não se relacionam com o conhecimento do mundo no sentido que temos que atribuir a ele, mas com as avaliações, apreciações, julgamentos a respeito dos fenômenos, dos eventos e dos seres do mundo, seu pensamento e seu comportamento. O conhecimento, como acabamos de ver, procede de um modo de descrição ou de explicação centrado no mundo, independentemente do ponto de vista do sujeito: a crença procede do olhar que o sujeito tem sobre a legitimidade dos eventos e das ações do homem (CHARAUDEAU, 2017, p. 582).

Tomando os imaginários identificados, cremos que eles se enquadram como exemplares dos saberes de crença, por serem frutos de uma expressão pessoal do sujeito enunciador. Tal percepção se adequa às características identificadas ao longo da descrição das organizações discursivas apresentadas acima, que evidenciaram, no modo enunciativo, o predomínio de enunciações que refletiam avaliações do locutor. No modo descritivo, esses saberes são expressos pelo predomínio de qualificações subjetivas e, finalmente, no modo argumentativo, eles se manifestam pela defesa de teses e presença de valores pautados nas orientações ideológicas do sujeito falante.

A separação entre aquilo que é do “nós” – representado pela direita brasileira, uma vez que Malafaia se inscreve na coletividade pertencente a essa direita – e o “eles” – a esquerda e seus representantes – é característica marcante do período de polarização vivido pela sociedade brasileira.

São exemplos, a respeito dessa perspectiva:

SM: ...JSSÉ UMA BA:NDIDA:GEM' (+) É UMA SA:FADE:ZA' (+) É UMA IMORALIDADE (+) QUE NÓS TAMOS ASSISTINDO. VOCÊS NÃO VÃO CONSEGUIR!

SM: ...ESSA GENTE (+) VAI SER VARRIDA (+), pelo viés legal que é o voto!

Para se construírem imaginários antagônicos em torno dos dois candidatos à presidência, recorre-se, como vimos, a vários personagens e a um conjunto de eventos, criando-se uma rede de relações interdiscursivas. Esses conhecimentos, que pertencem à memória discursiva⁶ de grande parte da população brasileira, servem para depreciar a imagem do PT, partido de Fernando Haddad.

Quanto aos sujeitos citados, o ex-presidente Lula e o ex-deputado José Dirceu, ambos estavam sendo acusados de envolvimento em processos de corrupção. A referência a eles, visa a criar uma associação de Haddad às denúncias de corrupção relacionados ao PT. Há, também, uma associação entre Haddad e o Cabo Daciolo, pastor evangélico que também concorreu nas eleições presidenciais de 2018. Daciolo se tornou uma figura caricata diante da opinião pública e virou alvo de críticas pelo fato de ter subido a um morro para orar, antes do primeiro turno das eleições. Aqui a comparação visa a criação de uma imagem de Haddad como alguém desequilibrado, diante da derrota que, segundo o pastor, seria iminente.

Os eventos descritos por Malafaia (“montaram um exército de calúnia e difamação”; “vocês mandaram dinheiro pra governo corrupto”) procuram, também, resgatar a imagem de uma administração corrupta que financiaria governos vistos como antidemocráticos de esquerda, provocando o temor no internauta que o segue, sobre a possibilidade de instauração de regimes como esses no Brasil.

Devido ao comportamento dicotômico corriqueiro no *corpus* analisado, Malafaia, assim como seus discursos, pode ser classificado como intolerante, uma vez que, segundo Bueno (2020):

Essa é uma das características do sujeito intolerante: querer fazer mal ao diferente ao mesmo tempo em que quer fazer bem aos seus semelhantes. Em outras palavras, ele divide o mundo entre o “nós e o eles”, preenchendo essa distância com paixões malevolentes contra o diferente e benevolentes aos seus semelhantes (BUENO, 2020, p. 7).

Trata-se, desse modo, de uma fala em que predomina a disseminação de acusações e agressões a adversários políticos e que se caracteriza por fomentar a discórdia, atitude que é pouco condizente com a postura e a prática que se espera de um líder religioso.

⁶ A memória discursiva seria aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ser lido, vem restabelecer os ‘implícitos’ (quer dizer, mais tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos-transversos, etc.) de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível.” (PÊCHEUX, 1988, p. 52).

Considerações finais onde as aspas da nota abaixo iniciam?

Em suma, Malafaia utiliza, em seu discurso, a técnica de favorecer o seu candidato mediante o ataque ao outro. A partir de uma construção discursiva que coloca uma imagem negativa de Haddad e outros membros do Partido dos Trabalhadores em destaque, o pastor favorece a imagem política do candidato de sua preferência, no caso, Jair Bolsonaro, mesmo que não tenha feito expressiva menção explícita a nada positivo a respeito dele.

Essa construção tem seus alicerces principais, no papel atribuído à mídia por Malafaia, pois, segundo ele, essa instância é responsável por manipular a população em favor do candidato de esquerda, enquanto desfavorece o outro e, também, nas nomeações feitas pelo pastor em relação a membros do PT, tais como as para se referir à Haddad e Lula (“VOCÊ É FANTOCHE DO MAIOR LADRÃO DO PAÍS, que é Lula”).

Além disso, a manifestação do *ethos* de potência, por intermédio da figura do “vociferador”, contribui para ocasionar um efeito de indignação perante a postura do candidato adversário e de membros do seu partido, bem como o *ethos* de solidariedade, que insere a figura Malafaia, no coletivo antipetista.

Outrossim, a projeção dos imaginários sócio-discursivos a respeito da esquerda, de Haddad, de Lula e Bolsonaro, apesar de se enquadrarem no âmbito dos saberes de crença, são fortes responsáveis pelo fator argumentativo do discurso, devido à possível aderência e compartilhamento desses pelo público-alvo do pastor Silas Malafaia.

Valendo-se de uma posição de autoridade religiosa diante desse público, Malafaia se vê numa posição que permite levar o outro a compartilhar determinadas concepções e obter dele um comportamento que possivelmente não adotaria sem a sua intervenção (CHARAUDEAU, 2017, p. 68).

Por fim, esperamos que o os dados esboçados representem uma contribuição positiva à área dos Estudos Discursivos, especialmente no que diz respeito à inserção do discurso de agentes religiosos no campo político.

Referências

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI-CHIARA, Ivone Guerreiro. Das redes sociais à inovação. **Ci. Inf.**, v. 34, n. 2, p. 93-104, 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf>. Acesso em: 20 jul.2020.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BUENO, Alexandre Marcelo. Sobre a intolerância: percursos semióticos. **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 10, n. esp., fev., 2020. Disponível em: <http://www.entrepalavras.ufc.br/revista/index.php/Revista/article/view/1796/679>. Acesso em: 20 jul.2020.

BURITY, Joanildo A. Religião, política e cultura. **Tempo Social, revista de sociologia da USP**, São Paulo, v. 20, n. 2, p. 83-113, 2008. Disponível em:

<https://www.scielo.br/pdf/ts/v20n2/05.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso**: modos de organização. 2. Ed., São Paulo: Contexto, 2016.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. 2. Ed., São Paulo: Contexto, 2017.

CHARAUDEAU, Patrick. Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor. Traduzido por André Luiz Silva e Rafael Magalhães Angrisano. **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 7, p. 571-591, jan./jun., 2017.

CHARAUDEAU, Patrick. Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional. In: PIETROLUONGO, Márcia. (org.) **O trabalho da tradução**. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/Identidade-social-e-identidade.html> Acesso em: 15. jun. 2019.

FOUCAULT, Michel. Sexualidade e poder. In: **Ditos e escritos V**: Ética, sexualidade, política. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004 [1978]. p. 26-36.

MACHADO, Maria das Dores Campos. Religião, cultura e política. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 32, n. 2, p. 29-56, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rs/v32n2/03.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2020.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Análise da conversação**. Série Princípios. 5. Ed., São Paulo: Ática, 2003.

MORGADO, Isabel Salema. A pressão política sobre os líderes de opinião: a luta pela soberania do tempo. In: **Comunicação e política**, Covilhã, 2005, p. 115-145.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução de Eni de Lourdes Puccinelli Orlandi. Campinas: Editora da Unicamp, 1988.