

**Política em (dis)curso: algumas análises materialistas a respeito do *jingle* “Capitão do povo”****Politics in (dis)course: some materialist analyzes about from the jingle “Captain of the people”**

Daniel Santos Oliveira<sup>1</sup>  
Universidade Federal de Alagoas

**Resumo**

O estudo que propomos analisa as condições de produção de um *jingle* utilizado em campanha eleitoral pelo presidente Jair Bolsonaro, no ano de 2022. A fundamentação teórica filia-se às perspectivas dos estudos discursivos, tal como propostos por Pêcheux (2014) e por Orlandi (2006, 2007, 2015 e 2020), para que seja possível a reflexão a respeito do modo com que o selecionado *jingle* reproduz sentidos afetando (ou não) o resultado das eleições. Os procedimentos de análise procuram levantar possibilidades de respostas para a pergunta: quais sentidos são (re)produzidos na/pela circulação do *jingle* “Capitão do povo”? O *corpus* da presente pesquisa foi transcrito de um vídeo da plataforma *Youtube*. A análise da transcrição, bem como de um *print*, deu-nos a ver que o *jingle* funciona com base na relação Estado-religião, (re)produzindo efeitos de sentidos que buscam discursivizar o candidato em questão como “mito”, “capitão” e “salvador”.

**Palavras-chave**

Efeitos de sentido. *Jingle*. Campanha eleitoral. Capitão do povo.

**Abstract**

The study we propose analyzes the production conditions of a jingle used in an election campaign by President Jair Bolsonaro, in the year 2022. The theoretical foundation is affiliated with the perspectives of discursive studies, as proposed by Pêcheux (2014) and by Orlandi (2006, 2007, 2015 and 2020), so that it is possible to reflect on the way in which the selected jingle reproduces meanings, affecting (or not) the outcome of the elections. The analysis procedures seek to raise possible answers to the question: which meanings are (re)produced in/by the circulation of the jingle “Captain of the people”? The corpus of this research was transcribed from a video on the YouTube platform. The analysis of the transcription, as well as of a print, showed us that the jingle works based on the State-religion relationship, (re)producing effects of meanings that seek to describe the candidate in question as “myth”, “captain” and “saviour”.

**Keywords**

Meaning effects. Jingle. Election campaign. Captain of the people.

---

<sup>1</sup> Doutorando em Letras e Linguística pelo Programa de Pós-graduação em Letras e Linguística (PPGLL) da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4414-6389>. Email: oliveira.dan@outlook.com.

## Considerações Iniciais

Por volta de quatro meses antes do dia da votação para eleição dos representantes públicos, fortes e insistentes movimentos de campanhas eleitorais se espalham na/pela mídia e superlotam a sociedade com publicidades reproduzidas em diferentes meios. Em vista disso, os gestos de escrita do presente estudo recuperam do período de campanha eleitoral presidencial de 2022, as condições de produção dos discursos que são materializados através de um dos *jingles* utilizados na candidatura de Jair Bolsonaro, do Partido Liberal, à Presidência da República, intitulado “Capitão do povo”.

Filiados às perspectivas de estudos com base na Análise de Discurso, tendo como alicerce, especificamente, as contribuições de Pêcheux e de Orlandi, questionamos o funcionamento da história e da língua tendo como objetivo a compreensão dos processos de significação que são postos em movimento através do *jingle* “Capitão do povo”, *corpus* pesquisado e selecionado para esta pesquisa. Ou seja, o percurso teórico-analítico visa investigar e compreender quais sentidos são (re)produzidos na/pela circulação do *jingle* “Capitão do povo”.

Tendo em vista o interesse supracitado, esta pesquisa recorre a Pêcheux (2014) e Orlandi (2020) para observação das noções de discurso e condição de produção. E para tratar do funcionamento e dos efeitos da memória discursiva (a história), com foco particular nos modos de (re)produção dos sentidos na/pela sociedade, este trabalho fundamenta-se nas obras de Indursky (2013) e Santos (2017).

## Das questões para a Análise de Discurso: sujeito, condição de produção e memória discursiva

O estudo a respeito do funcionamento do *jingle* “O capitão do povo”, de que trata esta pesquisa, constitui-se, como já dito, com base em partes do dispositivo teórico da Análise de Discurso (AD). Sobre tal embasamento, é importante sinalizar, a princípio, que a AD “como seu próprio nome indica, não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso. E a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento” (Orlandi, 2020, p. 13).

Logo, a inclinação por entender a noção teórica, com base na AD, a respeito do discurso, se inicia na observação de que “o discurso é assim palavra em movimento, prática da linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando” (Orlandi, 2020, p. 13). Ou seja, de acordo com a citação anterior, estudar o discurso é um modo particular de analisar as questões da/sobre a linguagem, a partir da relação indissociável entre o sujeito (do

discurso), a língua e a memória discursiva (a história); e considerando ainda aspectos a respeito da situação em que o dizer foi (re)produzido (as condições de produção).

O mencionado *jingle* é compreendido (e trabalhado) aqui como um discurso e de acordo com a AD, utilizar essa noção teórica exige a consideração de que tal termo “implica que não se trata necessariamente de uma transmissão de informação entre A e B, mas de modo mais geral, de um ‘efeito de sentidos’ entre os pontos A e B (Pêcheux, 2014, p. 81, grifos do autor). Com base no referido autor, é importante realçar que “os pontos A e B” não correspondem a sujeitos empíricos de carne e osso, já que a noção de sujeito se refere ao “sujeito discursivo pensado como ‘posição’ entre outras. Não é uma forma de subjetividade, mas um ‘lugar’ que ocupa para ser sujeito do que diz” (Orlandi, 2020, p. 47, grifos da autora).

E para que o conceito “efeitos de sentido” seja entendido, retomando o que nos diz Pêcheux (2014), é necessário observar que no interior do funcionamento dos discursos, “existem fatores envolvidos nas chamadas relações de sentido. Tais relações indicam que para que um discurso faça sentido, necessariamente precisa apontar e estabelecer elos com outros discursos que o antecedem” (Oliveira, 2022, p. 43). Ou seja, os “efeitos” de sentido se constituem a partir da intervenção da história que, retomando discursos anteriores (já enunciados), cria as condições necessárias para que outros (novos) discursos sejam (re)produzidos.

Esse modo de reconhecer o funcionamento da história na constituição dos sentidos (e dos discursos), com base na AD, conduz ao estudo da noção sobre memória discursiva. Isso porque, trabalhada particularmente na relação com o discurso, “a memória – o interdiscurso, como definimos pela análise de discurso – é o saber discursivo que faz com que, ao falarmos, nossas palavras façam sentido. Ela se constitui pelo já-dito que possibilita todo dizer” (Orlandi, 2015, p. 58). Com base na citada autora, observar esse movimento da memória discursiva entre os já-ditos e dizeres futuros, conduz ao entendimento de que “os sentidos permanecem em constante relação com a historicidade, intrincada à memória discursiva” (Amaral e Lopes, 2019, p. 484).

Ao considerar a memória discursiva como interdiscurso, compreende-se que, do ponto de vista discursivo, “no interdiscurso habitam redes de palavras já ditas e já utilizadas em outros locais e por outros sujeitos” (Oliveira, 2022, p. 38) e, como já visto, tais palavras constituem (atribuindo sentido) os novos e futuros discursos. Ou seja, é possível observar que o interdiscurso corresponde ao “saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada de palavra” (Orlandi, 2020, p. 29).

Desse modo, ao perceber, com base na citação anterior, que os discursos são constituídos e reproduzidos na/pela contemporaneidade a partir de relações de dependência com discursos anteriores (que habitam no interdiscurso), somos levados a notar que os modos de (re)produção de um determinado sentido na/pela sociedade também apontam para a existência de fatores advindos da história que, em funcionamento, apontam que “todo discurso é incompleto e seu sentido é intervalar: um discurso tem relação com outros

discursos, é constituído pelo seu contexto imediato de enunciação e pelo contexto histórico-social [...]” (Orlandi, 2006, p. 240).

Ressaltamos outra noção teórica indispensável para os interesses deste estudo: a ideologia. A princípio, de acordo com Orlandi (2017, p. 20), é essencial levar em conta que “a ideologia, na formação teórica da Análise de Discurso, é elemento de base, fundamento da constituição do sujeito<sup>2</sup> e do sentido” (Orlandi, 2017, p. 20). Ou seja, a ideologia afeta tanto o sujeito (constituindo-o) como o sentido (permitindo sua reprodução) e esse funcionamento se mostra como condição *sine qua non* para que a sociedade consiga marcar (criar) a história. Isso porque, ao atentarmos que a ideologia “aparece como efeito da relação necessária do sujeito com a língua e com a história para que haja sentido” (Orlandi, 2020, p. 46), somos levados a entender que “se pensamos a ideologia pensamos sujeitos na história, na sociedade, afetados pelo político” (Orlandi, 2017, p. 22).

Assim, tendo movimentado esses pressupostos teóricos, com base na AD, é muito importante iniciar aqui um detalhamento maior em relação à noção de condições de produção. A citação anterior de Orlandi (2006) lança luzes sobre a necessidade de considerar nas análises dos discursos aspectos que estão no mencionado “contexto imediato de enunciação”. Isso porque, como visto, as condições de produção abrangem esse contexto imediato, o contexto histórico-ideológico, a memória discursiva e também as relações que se dão entre “[...] o falante, o ouvinte, o contexto da comunicação e o contexto histórico-social (ideológico)” (Orlandi, 2013, p. 58).

Desse modo, “o que são, pois, as condições de produção? Elas compreendem fundamentalmente os sujeitos e a situação” (Orlandi, 2020, p. 28). E é possível, de acordo com a referida autora, entendermos a “situação” a partir de duas possibilidades: em sentido estrito e em sentido lato<sup>3</sup>. Em relação ao primeiro, se trata das “circunstâncias de enunciação, o aqui e o agora do dizer, o contexto imediato” (Orlandi e Lagazzi-Rodrigues, 2017, p. 17). Ou seja, para observar (e compreender) o funcionamento do contexto imediato em que o *jingle* “Capitão do povo” tem sido (foi) utilizado, é fundamental questionar, dentre outros aspectos, o modo como as propagandas políticas que circulam atualmente, dentro de práticas sociais que demandam a recorrência a diversas semioses, se valem de variadas ferramentas audiovisuais para expandir e reiterar as características dos candidatos.

---

<sup>2</sup> Quando Orlandi (2017) cita a ideologia como um dos aspectos constitutivos dos sujeitos, está se baseando na Teoria da Ideologia proposta por Althusser (1985) e utilizada por Pêcheux (2014). A discussão é muito complexa e dada a brevidade exigida para um artigo, optamos por limitarmos a explicação de que Pêcheux, em seus modos de articular e constituir a (sua) teoria (materialista) do/sobre o discurso, trouxe “para o campo dos estudos da linguagem a concepção althusseriana de Ideologia” (Indursky, 2015, p. 43). Isso porque, umas das principais teses elaboradas por Althusser (1985, p. 93), que afirma que “a Ideologia interpela os indivíduos em sujeitos” e é empregada por Pêcheux dentro dos estudos da linguagem, considerada como “uma estrutura-funcionamento [...] que dissimula sua existência no interior mesmo do seu funcionamento, produzindo um tecido de *evidências subjetivas*, [...] ‘nas quais se constitui o sujeito’” (Pêcheux, 2014, p. 139, grifos do autor).

<sup>3</sup> Convém salientar que as professoras Orlandi e Lagazzi-Rodrigues (2017, p. 17) apontam que a distinção entre “contexto imediato e contexto em sentido amplo é para fins de explicação, na prática não podemos dissociar um do outro. Ou seja, em toda situação de linguagem esses contextos funcionam conjuntamente”.

Analisar os dias que antecedem as eleições presidenciais, tendo em vista essa noção a respeito do “aqui e agora do dizer”, conduz à observação da maneira com que o *jingle* é usado para repetir, a fim de confirmar, determinados sentidos a respeito do candidato em questão. Por exemplo, os inúmeros carros de som que invadem as ruas das cidades repetindo “é o capitão do povo”<sup>4</sup>, produzem sentidos de (aparente) liderança e autoridade ao candidato, reproduzindo tal discursividade sob movimentos de (incessante) repetição desse sentido que pode ser tomado (discursivizado) como único e verdadeiro nesse contexto da propaganda política: “[só ele<sup>5</sup>] é o capitão do povo”.

Ainda sobre as condições de produção, agora “no sentido lato, a situação compreende o contexto sócio-histórico, ideológico, mais amplo” (Orlandi e Lagazzi-Rodrigues, 2017, p. 17). Logo, para observar o funcionamento de tal noção, considerando o *jingle* “Capitão do povo”, é necessário questionar, nesse caso, o modo com que estão sendo retomados da história sentidos construídos a partir de uma (aparente) necessidade da população em ser comandada por um (único) sujeito instituído de autoridade (o capitão). Damos a ver, então, que há uma tentativa de hierarquização entre o capitão (aquele que comanda) e o povo, na medida em que aparenta “militarizar” uma relação que, baseada na Constituição Federal de 1988, é, ou pelo menos deveria ser, democrática.

Antes de continuarmos investigando o funcionamento do *jingle*, buscaremos, na próxima seção, apresentar ao leitor o método utilizado para a constituição das análises, bem como, a partir da retomada da pergunta norteadora, o modo com que direcionaremos a teoria ao *corpus* selecionado.

## Procedimento de formulação e análise do *corpus*

Considerando as noções teóricas movimentadas anteriormente e tendo em vista as perguntas apresentadas no início deste estudo, a partir deste ponto “metodologicamente, vamos interrogar, questionar e problematizar o processo de significação e o funcionamento dos sentidos e dos discursos na história” (Massmann, 2021, p. 347). Logo, colocaremos o *jingle* “Capitão do povo” sob análise a fim de que seja possível compreendermos “as condições de produção e o processo discursivo que ali é posto em funcionamento” (Massmann, 2021, p. 347).

Desse modo, com base nas tradições teórico-metodológicas propostas por Pêcheux e por Orlandi, dentro da perspectiva de estudos do/sobre o discurso, buscaremos a seguir, “estabelecer um diálogo constante entre teoria/método/procedimento analítico e objeto, tal

---

<sup>4</sup> Tal fragmento constitui o refrão e o título do *jingle* que será analisado na íntegra mais adiante.

<sup>5</sup> Entendemos essa aparente exclusividade a partir de um dos efeitos da ideologia salvacionista. Nesse caso, esse representante militar constitui (faz funcionar também) uma voz autoritária, e conduz a constituição desse (possível) sentido, por meio do funcionamento da ideologia, de único-escolhido.

como se espera de uma pesquisa que se inscreve na análise de discurso materialista” (Massmann, 2021, p. 347). Assim, é importante realçar que “[...] objetivos, em consonância com o método e os procedimentos, não visam a demonstração, mas mostrar como um discurso funciona produzindo (efeitos de) sentidos” (Orlandi, 2020, p. 61).

Como visto na seção anterior, os efeitos de sentido que um discurso consegue movimentar na/pela sociedade constituem-se através de relações afetadas pela história, entre dizeres novos e já enunciados. É aí que existe a importante consideração de que “não há discurso fechado em si mesmo, mas um processo discursivo do qual se podem recortar e analisar estados diferentes” (Orlandi, 2020, p. 60). O que faremos, então, é esmiuçar o funcionamento do processo discursivo em torno do *jingle* partindo, inicialmente, da investigação a respeito das condições de produção do *corpus* que está sendo aqui observado.

É importante entender neste ponto que, de acordo com Pêcheux (2014, p. 164), a noção de formação discursiva diz respeito ao “que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de um arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa, etc.) a partir de uma posição dada numa conjuntura”. Com isso, utilizaremos o que propõe o referido autor para refletirmos, no interior do *jingle*, sobre o que está sendo dito (ou não-dito), e sobre como se dá o funcionamento da posição atribuída ao sujeito que está sendo discursivizado como o “capitão do povo”.

A seguir, no Quadro 1, transcrevemos na íntegra o *jingle* “Capitão do povo”:

### Quadro 1: *corpus* da pesquisa

Alô Brasil	seu coração	É a salvação do nosso Brasil
É o capitão do povo	Ei, estão em nossas mãos	
Que vai vencer de novo	Temos a chance de novo	É o capitão do povo
Ele é de Deus, cê pode confiar	De cuidar do nosso povo	Que vai vencer de novo
Defende a família e não vai te enganar	E gritar: Brasil acima de tudo e Deus acima de todos	Ele é de Deus, cê pode confiar
		Defende a família e não vai te enganar
É o capitão do povo	É o capitão do povo	
Que vai vencer de novo	Que vai vencer de novo	É o capitão do povo
Igual a ele nunca existiu	Ele é de Deus, cê pode confiar	Que vai vencer de novo
É a salvação do nosso Brasil	Defende a família e não vai te enganar	Igual a ele nunca existiu
		É a salvação do nosso Brasil
Ei, no mito eu boto fé	É o capitão do povo	
É ele quem defende a nação	Que vai vencer de novo	É o capitão do povo
E tem nossa bandeira no	Igual a ele nunca existiu	

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=NIOoS3N2O4A> Acesso em: 19 de setembro de 2022.

A inclinação por analisar um *jingle* utilizado em campanha eleitoral encontra justificativa no interesse em compreender de que maneira esse discurso (o *jingle* acima descrito) pode (ou não) afetar a reprodução de determinados sentidos na/pela sociedade. No primeiro momento, considerando a teorização a respeito das condições de produção do referido *jingle*, daremos ênfase ao que envolve a pergunta norteadora: “quais sentidos são reproduzidos na/pela circulação do *jingle* ‘Capitão do povo?’”

Como dito anteriormente, o título “capitão do povo” discursiviza a sociedade através de sentidos que apontam para uma relação de comando e submissão. Pela escolha linguística “povo”, somos levados a notar uma tentativa de homogeneização dos brasileiros que além de empurrar para o silêncio a diversidade do eleitorado nacional, não considera, por exemplo, os não-aptos a votarem, os que anulam seus votos, ou os que integram a porcentagem de abstenções. Ou seja, tal título põe em circulação sentidos que todos constituem um mesmo “povo” e habitam na posição submissa da relação; já que só há um (único) sujeito que detém a autoridade para ser o “capitão”.

Como temos dito, as propagandas políticas são elaboradas por meio da repetição das características dos candidatos, que são tidas (discursivizadas) como benéficas e necessárias para o bem coletivo. Podemos pensar discursivamente tal repetição como “processos parafrásticos<sup>6</sup> [...] pelos quais em todo dizer há sempre algo que se mantém, isto é, o dizível, a memória” (Orlandi, 2020, p. 34). E quando lançamos a citação anterior em direção ao *jingle*, entendemos que a memória (a história), por meio de “é capitão que vai vencer de novo”, parece estar lembrando (recuperando do passado) que militares, na história do Brasil, já conseguiram “vencer” a tomada de posse do Governo Federal<sup>7</sup>, no momento em que afirmam que o “capitão” pretende “vencer de novo”.

Com isso, estamos considerando que o sentido reproduzido por “vencer de novo” vai muito além da (apenas) reeleição do candidato. Já que “a paráfrase representa o retorno aos mesmos espaços do dizer” (Orlandi, 2020, p. 34), damos a ver que “é o capitão do povo que vai vencer de novo” tanto constrói uma aparente ilusão de sentido único (se pensarmos somente a reeleição) como resgata (faz retornar) da história o espaço do dizer do que houve no Brasil no dia 31 de março de 1964.

Entendemos que nessa data houve “o Golpe de Estado de 1964 [que] representa uma ruptura com o pacto populista inaugurado por Vargas e mantido por Goulart” (Indursky, 2013, p. 17). Tal interdição militar afetou tão fortemente a situação jurídica nacional (Estado de Direito) em curso, que “dentre as várias consequências, destaca-se a suspensão das formas constitucionais de representatividade, substituídas no exercício do poder pelas Forças Armadas” (Indursky, 2013, p. 17). E quando entendemos que pela paráfrase “produzem-se diferentes formulações do mesmo dizer sedimentado” (Orlandi, 2020, p. 34), podemos

---

<sup>6</sup> Julgamos significativo reiterar aqui que esta pesquisa se situa no campo de estudos da/sobre a ciência da linguagem. Para definição, entendemos que a linguagem “se funda no movimento permanente entre processos parafrásticos (o mesmo) e polissêmicos (o diferente)” (Orlandi, 2007, p. 94).

<sup>7</sup> Entendemos que “vencer de novo” sob olhar superficial, poderia apontar para o (único) sentido a respeito da primeira eleição de Jair Bolsonaro. Porém, nos desdobramentos da análise, como veremos, “vencer de novo” parece também se aliar ao sentido da volta dos militares ao Governo Federal.

observar que “é o capitão do povo que vai vencer de novo” em 2022, traz de volta do interdiscurso, sentidos semelhantes àqueles que marcaram a história do Brasil em 1964.

Por acreditarmos que existe esse movimento de ir e vir da memória discursiva, somos levados a perceber que “é o capitão do povo, que vai vencer de novo” atua por meio de um duplo funcionamento: retoma (da memória discursiva) sentido militar e hierárquico que há em torno de capitão, ao mesmo tempo em que silencia (faz esquecer) que líderes do poder executivo em Estados Democráticos de Direito (no caso, o Brasil) devem ser presidentes e não capitães.

Se continuarmos questionando essa discursividade em torno de “capitão”, somos direcionados até memórias que podem mobilizar efeitos de sentido a respeito de subordinação e obediência (na relação do capitão com patentes inferiores, por exemplo). Logo, “povo” está sendo discursivizado por meio de um efeito ideológico que o coloca na posição daquele que é submisso (inferior) à autoridade do “capitão que vai vencer de novo”. E nessa perspectiva, surge outra questão: quais sentidos são mobilizados na/pela afirmação “o capitão vai vencer de novo”? Dada essa explícita filiação às tendências militares, de que maneira um capitão vence?

Optamos por tentar responder tais perguntas recorrendo à história do Brasil em que, como já dissemos, em 31 de março de 1964, militares “venceram” expugnando a administração nacional a partir de um golpe antidemocrático em que “politizou-se a corporação militar que se perpetuou por 20 anos no poder, instaurando o autoritarismo no Brasil” (Indursky, 2013, p. 17). Ou seja, uma vez que a AD trabalha com a noção de que os sentidos são construídos (e reproduzidos) sócio-historicamente, observamos que “é o capitão do povo que vai vencer de novo” parece flertar com memórias que deslizam para longe do exercício de livre escolha da representação pública, da soberania popular e da democracia.

A partir desse ponto, seguiremos com as análises pondo em relevo “ele é de Deus, *cé* pode confiar. Defende a família e não vai te enganar”. E em primeiro gesto, buscaremos investigar o modo com que há nesse discurso político um atravessamento do discurso religioso, que está sendo, nesse caso, realçado pela preposição “de”, ao indicar o pertencimento do “capitão” a “Deus”. Logo, observamos que o fragmento “ele [o capitão do povo] é de Deus” foi construído com base em sentidos que são sustentados na sociedade no/pelo funcionamento do discurso religioso cristão.

Entendemos que esse atravessamento se constitui (e produz sentido) na proporção em que aciona a memória de que aspectos religiosos cristãos, tais como dogmas e doutrinas católicos, sempre interferiram na política brasileira (na elaboração dos artigos da Constituição, por exemplo). Consultando à história, podemos entender que “desde a colonização portuguesa até o fim da Monarquia, em 1889, o Estado e a Igreja Católica estiveram fundidos através do sistema de patrocínio entre a Santa Sé e a Coroa Portuguesa e, depois de 1822, à Coroa Brasileira” (Arruda, 2020, p. 6).

A referida autora indica que embora “a separação formal entre Estado e Igreja [tenha sido] estabelecida pela Constituição Republicana de 1891” (Arruda, 2020, p. 6), ainda havia

grande participação (e influência) de religiosos católicos<sup>8</sup> (bispos, sacerdotes, etc.) nas agendas políticas locais. Com isso, é importante utilizarmos esses aspectos históricos para compreendermos que o modo com que os sentidos estão sendo (atualmente) reproduzidos no/pelo *jingle* que estamos analisando estabelece relações diretas com a história que constitui a política brasileira e nos permite tentar investigar o que está implícito em “ele é de Deus, *ê* pode confiar”.

Estamos, pois, observando um enunciado que funciona entre o dito e o não dito. De um lado, a característica (que está sendo dita) “ele é de Deus” discursiviza o candidato como imune a possíveis relutâncias do eleitor, “*ê* pode confiar”. Do outro lado, não está sendo dito que existe aí uma retomada do interdiscurso (do universo dos já-ditos a respeito da política brasileira), que “autoridades católicas participaram direta ou indiretamente de alguns eventos políticos cruciais, apoiando grupos conservadores e de direita, como no golpe de estado de 1964” (Arruda, 2020, p. 6).

Logo, em “ele é de Deus, *ê* pode confiar” existe o silenciamento de que “a presença da religião tem sido uma característica crucial da política brasileira” (Arruda, 2020, p. 6); ao mesmo tempo em que o fragmento, “defende a família e não vai te enganar” também silencia qual é a família (que pode ser) defendida pelo candidato que é o “capitão do povo”. Dado que estamos considerando os efeitos da aproximação entre Estado e Igreja, entendemos que “essas instituições definiram aspectos da vida social, pessoal e política dos cidadãos” (Santos, 2017, p. 101); e, nesse caso, a constituição do sentido de família também foi submetida a tais efeitos e definições.

Ou seja, somos levados a interpretar que “a coalisão Igreja e Estado também instituiu modelos familiares como se os afetos pudessem ser regulados [...] por textos coercitivos de cunho jurídico-religioso” (Santos, 2017, p. 101). Qual seria, então, a representação jurídica/religiosa de família construída pelo *jingle*? Quando pensamos na elaboração de uma Constituição Federal que, como vimos, foi (é) afetada por valores e princípios cristãos, entendemos que tal discurso jurídico “institucionalizou” um modelo familiar, a saber, a

---

<sup>8</sup> É importante indicar que no Brasil não há somente a influência religiosa católica na política. Em perspectiva histórica, podemos notar que “a partir do início do século XX, as igrejas pentecostais começaram a surgir no país, como a Congregação Cristã, em 1910, seguida da Assembleia de Deus, um ano depois, tornando-se, até a década de 1950, a igreja pentecostal de maior expressividade” (Arruda, 2020, p. 6). De modo que, de acordo com a referida autora, ao perceber o surgimento e crescimento dessas religiões pentecostais em território brasileiro, a Igreja Católica, em parceria com sindicatos, passa a fomentar a criação de associações “nas quais os operários eram estimulados a combaterem posições de esquerda, criando, posteriormente, a Liga Eleitoral Católica (LEC), a fim de estipular aos fiéis para que votassem naqueles candidatos considerados alinhados à igreja e identificar os que não deveriam receber votos” (Arruda, 2020, p. 6). E refletindo a respeito dos efeitos da religião na política, podemos observar que “essa estratégia se mostrou bem sucedida, tornando possível, por meio desses candidatos eleitos, influenciar as leis, os valores cristãos e a busca pela restauração da hegemonia católica no país” (Arruda, 2020, p. 6).

<sup>9</sup> Quando toca na questão do sentido de “família” que está sendo reproduzido na/pela Constituição Federal, a citada autora realça que “a representação jurídica para a/da família brasileira por muito tempo, adotou como modelo a ‘Sagrada Família’ e isso, de certa forma, foi materializado no Código Civil de 1916” (Santos, 2017, p. 101). Em vista disso, podemos entender que “a exemplificação apresentada, a partir deste recorte no ordenamento jurídico, referente ao Código Civil de 1916, indica que a historicidade dos sentidos de família (e do Direito de família) é afetada e (re)significada pelas influências culturais, políticas e religiosas” (Santos, 2017, p. 101).

família como matrimonializada, patriarcal, heteroparental, biológica, compreendida como unidade de produção e reprodução e com caráter institucional” (Santos, 2017, p. 101).

Desse modo, há possibilidade de interpretarmos que “a família” que o “capitão do povo” pretende defender é (somente) aquela que se encaixa no modelo jurídico acima descrito. O atravessamento do discurso religioso nesse discurso político (o *jingle*), que mencionamos anteriormente, bem como o uso do artigo singular “a” que especifica e restringe o sentido de família, nos direciona a observar que há um gesto de marginalização que silencia (todas as) outras configurações de família<sup>10</sup> que, como vimos, não encontram alicerce no ordenamento jurídico, mas funcionam com base na diversidade (não somente sexual<sup>11</sup>) que existe na sociedade.

Seguiremos com as análises dando ênfase ao recorte “igual a ele nunca existiu. É a salvação do nosso Brasil”, ainda considerando o (os efeitos do) atravessamento do discurso religioso cristão. Com isso, chama-nos a atenção o modo com que “salvação” está resgatando do cristianismo a memória de que há um (sujeito que é o) salvador (Messias?) enviado por Deus para nos<sup>12</sup> salvar. Logo, esse sujeito-salvador, de acordo com a Bíblia (discurso documental [Sagrado] cristão), “é capaz de salvar definitivamente aqueles que, por meio dele, se aproximam de Deus, pois vive sempre para interceder por eles” (Hebreus, 7: 25).

Nessa perspectiva cristã que estamos considerando, de que maneira, segundo o discurso religioso, o Salvador, Jesus Cristo, salvou a humanidade? Entregando a sua própria vida para morrer em uma cruz<sup>13</sup>. Em vista disso, levantamos a seguinte hipótese: a reprodução de sentido que está sendo movimentada por “igual a ele nunca existiu” tenta discursivizar esse candidato na posição daquele que possui a prerrogativa espiritual inédita, “igual a ele nunca existiu”, de ter sido enviado por Deus para, submetendo-se voluntariamente ao sacrifício de abrir mão da sua própria vida, conseguir ser “a salvação do nosso Brasil”.

Abaixo, trazemos o *print* do momento em que, na representação audiovisual do *jingle* que estamos analisando, existe uma possível tentativa de discursivizar o “capitão do povo” como o sujeito-salvador que está entregando sua vida para salvar os (seus) eleitores.

---

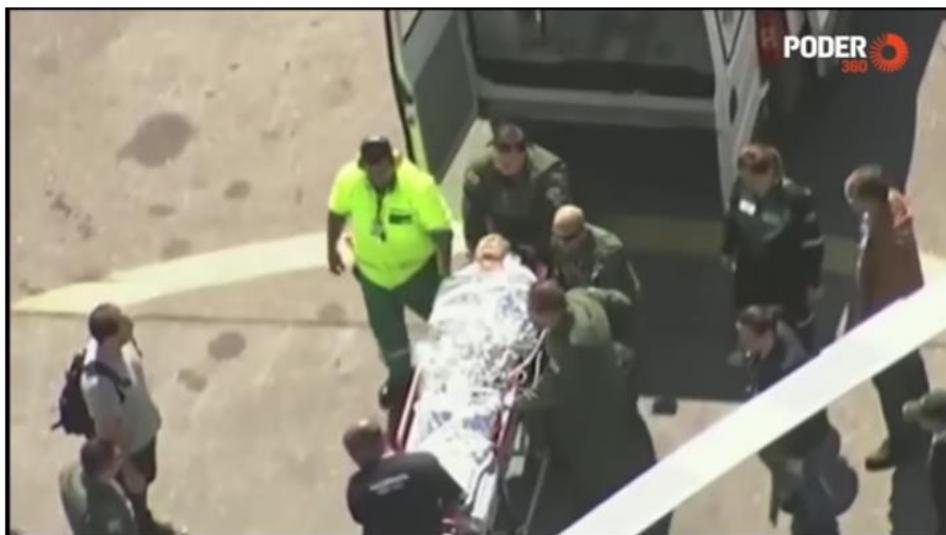
<sup>10</sup> Queremos salientar que na representação audiovisual do *jingle* (disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NIOoS3N2O4A>) não há exibição de casais e/ou famílias homoafetivas.

<sup>11</sup> Quando escrevemos “não somente sexual”, temos o interesse aqui de considerar além das famílias homoafetivas, as famílias monoparentais, as famílias avós-netos, ou todo e qualquer arranjo familiar que funcione para além do vínculo sanguíneo.

<sup>12</sup> Esse uso da primeira pessoa do plural está fazendo referência ao que propõe Althusser (1985), sobre a relação entre sujeitos (com grafia minúscula) que habitam no plano temporal (sujeitos-religiosos-cristãos) e o Sujeito (com grafia maiúscula) que habita no plano espiritual, Deus. No que estamos observando, o Sujeito aqui corresponde àquele que foi enviado por Deus para nos salvar. Orlandi (2006, p. 241) faz referência à Althusser (1985), indicando que em tal diferenciação “o autor passa então a distinguir o Sujeito dos sujeitos vulgares: Deus é o Sujeito e os homens são os seus interlocutores-interpelados, os seus espelhos, os seus reflexos (não foram criados à Sua imagem?)”.

<sup>13</sup> Dado que não temos o objetivo de, nesse estudo, realizarmos uma pesquisa histórico-bibliográfica a respeito do personagem histórico denominado Jesus Cristo, restringimo-nos em citar, superficialmente, o grande feito que a ele é atribuída a autoria: a crucificação; e indicamos a leitura do texto: Jesus é o filho de Deus (e o Imperador não é): a simbolização de discursos anti-imperialistas nos relatos evangélicos sobre o nascimento de Jesus; de Lima Júnior (2009).

Imagem 1: *print* do *jingle* no minuto 1:32.



Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NIOoS3N2O4A>. Acesso dia 27 de dezembro de 2022.

Enquanto condição de produção do referido momento, constatamos que a mídia repercutiu<sup>14</sup> em larga escala uma (possível) *facada* sofrida por Jair Bolsonaro, em 6 de setembro de 2018, durante ato de campanha eleitoral. E uma vez que estamos analisando os efeitos do atravessamento do discurso religioso cristão nesse *jingle*, somos levados a considerar que tanto na imagem acima como em “igual a ele nunca existiu. É a salvação do nosso Brasil”, existe uma tentativa de aproximação entre tal infortúnio (a *facada*) e a crucificação de Jesus Cristo para, como temos dito, (re)produzirem a discursividade de que “o capitão do povo” também se coloca na posição daquele que (quase) morreu pelos seus discípulos (eleitores).

Então, o que estamos dizendo é que um possível efeito dessa filiação religiosa na elaboração do *jingle* constituiu-se através do apelo à memória cristã amplamente presente na sociedade brasileira. Notamos que a afirmação “o capitão do povo [é a] salvação do nosso Brasil” busca reproduzir sentidos equiparando o “capitão” a Jesus Cristo, por meio da tentativa de construção da discursividade de que a *facada*, nesse caso, também representa um sacrifício pelo bem coletivo, tal qual a crucificação. Logo, o que denominamos aqui de sujeito-salvador se refere à posição (no/pelo discurso) de líder político (presidente) que recorre (apela?) às memórias de um líder religioso (Jesus Cristo) para reproduzir (os desejados) efeitos de sentido sobre si mesmo.

Especificamente, quais efeitos sobre si mesmo? Tecemos uma possibilidade de resposta, lembrando aqui de Pêcheux (2014), a partir do jogo imaginário que ocorre

---

<sup>14</sup> Para ilustrar, sugerimos a leitura da reportagem: O que é verdade e falso sobre a facada em Bolsonaro; disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/08/16/interna\\_politica,1387040/o-que-e-verdade-e-falso-sobre-a-facada-em-bolsonaro.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/08/16/interna_politica,1387040/o-que-e-verdade-e-falso-sobre-a-facada-em-bolsonaro.shtml). Acesso dia 27 de dezembro de 2022.

no/pelo discurso, em que a Imagem de A sobre A, nesse caso, acionando a ideologia religiosa cristã, projeta-se como um “mito” escolhido (eleito) por Deus para “defender a nação”.

## Considerações Finais

Quando submetemos um *corpus* como o *jingle* que selecionamos à análise, notamos, através do contato (batimento) entre teoria e objeto, a existência de um forte pulsar de sentidos que torna impossível a limitação dos gestos analíticos. Porém, no interesse de aqui construirmos um efeito de fecho do presente estudo, levantaremos algumas hipóteses que tentem responder à pergunta de pesquisa e o objetivo que apresentamos nas considerações iniciais.

Todo o percurso que trilhamos foi constituído considerando o modo com que a reprodução de determinados sentidos que ocorre na/pela sociedade, se realiza por meio de, como vimos, relações indissociáveis entre o sujeito (do discurso), a história e a língua. E, a partir da filiação teórica deste estudo, a AD, elegemos o discurso como espaço particular para observar (e compreender) o funcionamento e os efeitos de tais relações dentro dos processos de significação mobilizados no/pelo *jingle* “Capitão do povo”.

Portanto, para tentarmos responder à pergunta “quais sentidos são reproduzidos na/pela circulação do *jingle* ‘Capitão do povo?’” iniciamos pela observação de que expressões como “ele é de Deus”, “é a salvação” e “no mito eu boto fé” estão convocando a religião a ocupar espaços para além das Igrejas/Templos. E foi possível entender que esse convite se apoia na tradição brasileira de utilizar sentidos religiosos cristãos (reproduzidos na/pela Bíblia, por exemplo) como diretrizes impostas à coletividade (inclusive para sujeitos não religiosos) sob a rubrica da Lei.

Essa mistura entre lideranças políticas e religiosas nos fez entender, no/pelo funcionamento do *jingle*, que o sentido de “salvação”, por exemplo, que está sendo atravessado nesse discurso, reproduz efeitos com base na relação assimétrica entre aqueles que aguardam e desejam a salvação, e aquele que pode, em nome de Deus, salvar. Entendemos que o *jingle* se apropria dessa crença cristã para discursivizar “o capitão do povo” como o sujeito (candidato) escolhido para possuir prerrogativas divinas semelhantes às de Jesus, de modo que morrer em uma cruz e receber uma *facada* são comparados (se equivalendo) para validar que esse sujeito-capitão-salvador vai “vencer de novo”.

Do mesmo modo, interpretamos que a discursivização de família que está sendo reproduzida no/pelo *jingle* também sofreu efeitos dessa mistura de sentidos políticos-religiosos, sendo construída com base na rigidez e inflexibilidade que observamos aparecer no discurso religioso cristão. Ou seja, o *jingle*, mesmo com publicação datada de 13 de junho de 2022, filia-se muito à valores cristãos que não acolhem e/ou reconhecem os arranjos familiares diferentes da Sagrada Família.

Por fim, entendemos que a relevância do estudo aqui desenvolvido está no interesse em questionar os discursos que têm circulado livremente na/pela sociedade, principalmente em época de eleição, para ampliar a compreensão do modo com que tais reproduções podem (ou não) afetar tanto a reprodução de sentidos como o resultado das votações.

## Referências

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos de Estado**: nota sobre os aparelhos Ideológicos de Estado. Tradução: Walter José Evangelista e Maria Laura Viveiros de Castro. 6. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.

AMARAL, Abraão Janderson dos Santos; LOPES, Maraisa. Da análise automática do discurso à teoria materialista dos processos discursivos: um percurso histórico. **Revista Investigações**, Recife, v. 32, n. 2, p. 479-506, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/INV/article/view/241761>. Acesso em: 19 set. 2022.

ARRUDA, J. D. A. *et al.* A influência dos discursos religiosos evangélicos na campanha presidencial de 2018 no Brasil. **Último Andar**, [S. l.], v. 23, n. 35, 2020. DOI: 10.23925/1980-8305.2020v23i35a2. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/ultimoandar/article/view/48447>. Acesso em: 21 dez. 2022.

INDURSKY, Freda. **A fala dos quartéis e outras vozes**. 2 ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2013.

INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina Leandro; MITTMANN, Solange (org.). **Análise de discurso**: dos fundamentos aos desdobramentos (30 anos de Michel Pêcheux). Campinas: Mercado de Letras, 2015.

MASSMANN, Débora *et al.* Artivismo de gênero: discursos de/sobre a mulher no “feminejo”. **Leitura**, Maceió, n. 69, dossiê especial “Discurso, Gênero, Resistência”, p. 343-355, maio/ago. 2021. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/revistaleitura/article/view/11983/8623>. Acesso em: 19 set. 2022.

OLIVEIRA, Daniel Santos. **O discurso do Papa Francisco**: entre redes de memória e processos de atualização de sentidos. 2022. 100 f. Dissertação (Mestrado em Linguística e Literatura) - Faculdade de Letras, Programa de Pós-graduação em Linguística e Literatura, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2022.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. 6. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2007.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **A linguagem e seu funcionamento**: as formas do discurso. 4. ed., 4. reimp. Campinas: Pontes Editores, 2006.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 13. ed. Campinas: Pontes Editores, 2020.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Eu, tu, ele**. Discurso e real da história. 2. ed. Campinas: Pontes Editores, 2017.

ORLANDI, Eni Puccinelli; LAGAZZI-RODRIGUES, Suzy (org.). **Introdução às ciências da linguagem: discurso e textualidade**. 3. ed. Campinas: Pontes Editores, 2017.

ORLANDI, Eni Puccinelli. Maio de 1968: os silêncios da memória. In.: PÊCHEUX, Michel *et al.* **Papel da memória**. Tradução e introdução: José Horta Nunes. 4. ed. Campinas: Pontes Editores, 2015.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **O que é linguística**. 2. ed. Coleção primeiros passos. São Paulo: Brasiliense, 2013.

PÊCHEUX, Michel. Análise automática do discurso (AAD-69). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (org.). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Tradução: Bethânia Mariani *et al.* 5. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2014.

SANTOS, Adriana M. P. *et al.* Entre a lacuna jurídica e o silenciamento: a família homoafetiva para o direito brasileiro. **Revista DisSoL - Discurso, Sociedade e Linguagem**, n. 6, 22 dez. 2017.