

Uma análise do aconselhamento “Por que você deve votar em Bolsonaro?”, do pastor Silas Malafaia, no canal do *Youtube*: produção e recepção de discursos nas redes sociais, sob a perspectiva semiolinguística*

Mônica Santos de Souza Melo^a

Resumo

Este trabalho faz parte de um projeto mais amplo que visa estudar a articulação entre os domínios de prática discursiva religioso e político, efetivada por meio das novas tecnologias digitais de comunicação. Este artigo tem por objetivo analisar a situação de comunicação, tanto do ponto de vista da instância de produção quanto da instância de recepção, de um aconselhamento promovido pelo pastor Silas Malafaia, no seu canal do Youtube, incitando os internautas a votarem no então candidato à presidência da República Jair Bolsonaro. Para isso, partimos de um estudo do esquema enunciativo e da organização argumentativa do discurso focalizado, incluindo uma reflexão sobre a identidade discursiva construída pelo enunciador, para, em seguida, analisar a sua repercussão entre os internautas. Procuramos abordar a produção e a recepção do discurso no escopo da Teoria Semiolinguística do Discurso, de Patrick Charaudeau (2001, 2006, 2008, 2010). O estudo constatou que o pastor concilia, em sua fala, componentes das formações discursivas religiosa e política, recorrendo a categorias linguísticas, ordenadas em função da finalidade de incitação, e materializadas por procedimentos ligados à organização argumentativa do discurso. Verificou, também, que as reações dos internautas, reveladas pelos comentários publicados, revelam vozes dissonantes, que caracterizam a plataforma como um espaço de polêmica. Tudo isso contribui para a construção do capital social do enunciador e, conseqüentemente, do candidato que ele tenta promover.

Palavras-chave: discurso religioso; discurso político; redes sociais digitais; eleições presidenciais.

Recebido em: 29/06/2019.
Aceito em: 09/09/2019.

* Este artigo é resultado de pesquisa financiada pelo CNPq - Bolsa de Produtividade em Pesquisa

^a Professora na Universidade Federal de Viçosa. E-mail: monicassmelo@yahoo.com.br

Introdução

As novas tecnologias digitais têm causado uma verdadeira revolução nas formas de interação interpessoais e institucionais, diminuindo distâncias e proporcionando relações dialógicas em cascata, nas quais a conversa pode não ficar circunscrita a dois interlocutores, nem a um espaço limitado de tempo, mas pode permitir a participação de terceiros, por um tempo indeterminado. Nesse contexto, não só indivíduos, mas vários segmentos da sociedade têm utilizado essas formas de comunicação, especialmente das chamadas “redes sociais”, para expressar opiniões, trocar ideias e persuadir pessoas. Dentre esses segmentos, destacam-se o político e o religioso. Tem sido cada vez mais frequente a utilização de dispositivos como *Instagram* e canais do *Youtube* por parte de representantes de partidos políticos e de igrejas, para se comunicarem com o público. Uma evidência disso foram as últimas eleições presidenciais, em que se acredita que a influência das redes sociais foi essencial para os resultados das urnas.

Esse trabalho procura contemplar essa problemática. Aqui pretendemos analisar o esquema enunciativo e a organização argumentativa subjacentes ao aconselhamento publicado pelo pastor Silas Malafaia, no seu canal oficial do *Youtube*, por meio do qual ele incita os seus seguidores a votarem no então candidato à presidência da República, Jair Bolsonaro.

A publicação do pastor Silas nas redes sociais, objeto deste estudo, se insere no contexto de intensa polarização política do Brasil. Essa polarização entre esquerda e direita, que é histórica, ganhou novos formatos a partir das eleições consecutivas do Partido dos Trabalhadores e se acentuou com a crise que culminou com o *impeachment* de Dilma Rousseff. Depois de “baixada a poeira” representada por intensos debates, manifestações contrárias e favoráveis à saída de Dilma e questionamentos quanto à legitimidade da posse de Michel Temer, vice de Dilma, a proximidade das eleições presidenciais reacendeu na esquerda política a esperança de reaver a governabilidade perdida. Dentre as várias candidaturas, duas se definiram como favoritas nas pesquisas eleitorais: a do candidato do Partido dos Trabalhadores (PT), Fernando Haddad, professor universitário, ex-Ministro da Educação (2005 a 2012) e ex-Prefeito da cidade de São Paulo (2013 a

2016), e a do candidato do Partido Social Liberal (PSL), o militar reformado e Deputado Federal Jair Bolsonaro.

As ideias defendidas pelo Deputado Jair Bolsonaro (dentre elas, o armamento, a pena de morte, a redução da maioria penal) e a aversão à esquerda, sobretudo ao PT, fizeram com que sua candidatura angariasse a simpatia dos setores mais conservadores da sociedade, entre eles, militares e líderes evangélicos. Nesse contexto, um dos representantes evangélicos que se apresentou como um dos mais fervorosos defensores da candidatura de Bolsonaro foi o pastor Silas Malafaia. Assíduo usuário das redes sociais, o pastor é conhecido por utilizar esse recurso para a evangelização. Também é conhecido por abordar questões políticas nas suas mensagens e por se posicionar diretamente contra a esquerda política (cujos simpatizantes identifica como “esquerdopatas”) e contra o PT (cujos militantes denomina “petralhas”). Após a oficialização das candidaturas à presidência, Malafaia intensificou suas publicações políticas nas redes sociais, manifestando apoio explícito ao candidato Bolsonaro e acentuando as críticas ao PT.

A mensagem que analisaremos se insere nesse contexto, tendo sido publicada no canal oficial do *Youtube* do pastor Malafaia em 25 de setembro de 2018, poucos dias antes do primeiro turno das eleições. Esse tipo de mensagem resgata o debate em torno da possibilidade de associação entre o domínio de prática religioso e o político no ambiente midiático. Nesse sentido, este trabalho parte de uma discussão a respeito da relação política-religião e da importância da midiatização da religião nesse contexto, para, em seguida, à luz das condições de produção e com base na fundamentação teórica dos estudos discursivos, considerando a possibilidade da construção do capital social por meio das redes sociais digitais, analisar a mensagem “Porque você deve votar em Bolsonaro?”, publicada por Silas Malafaia. Pretendemos avaliar a organização argumentativa da fala do pastor e refletir sobre a complexidade do esquema enunciativo envolvido nesse tipo de publicação, levando em conta os posicionamentos da instância de recepção.

Nosso texto seguirá o seguinte roteiro: a princípio, vamos apresentar uma discussão em torno da relação entre religião e política e sobre o processo de midiatização da religião. Em seguida, procuraremos identificar as características do gênero

descrito, sua configuração enunciativa e argumentativa e, por fim, o comportamento da instância de recepção.

1. Algumas reflexões sobre a relação entre religião e política

A presença da religião no espaço público na atualidade tem sido considerada por alguns estudos como um retorno da influência da igreja sobre a política que comprometeria o processo de secularização do Estado. No Brasil, essa presença se ampliou, incluindo não só representantes da igreja católica, como era no passado, mas também membros das igrejas evangélicas.

Ao abordar a relação entre religião e política, Bourdieu (1974) afirma que as práticas religiosas interferem nas relações de classe, uma vez que contribuem para reprodução e permanência da ordem estabelecida. Segundo o autor:

Em uma sociedade dividida em classes, a estrutura dos sistemas de representações e práticas religiosas próprias aos diferentes grupos ou classes, contribui para a perpetuação e para a reprodução da ordem social (no sentido de estrutura das relações estabelecidas entre os grupos e as classes) ao contribuir para consagrá-la, ou seja, sancioná-la e santificá-la. (BOURDIEU, 1974, p. 52)

Bourdieu (1974) considera a religião como um veículo de poder simbólico, cuja estrutura se organizaria em torno de um sistema de práticas e de representações que tendem a justificar a hegemonia das classes dominantes e, ao mesmo tempo, impõem aos dominados uma espécie de resignação diante das condições de existência.

Compartilhamos, ainda, a tese de Burity (2008), segundo a qual “as religiões e as diferenças religiosas são um elemento ativo e inseparável das dinâmicas culturais e políticas que estão transformando o sentido do vínculo social e do político em nosso tempo, quer quando se expressam de forma regressiva, quer emancipatória” (BURITY, 2008, p. 94). Portanto, a religião, através de seus agentes, sejam padres, pastores ou mesmo leigos, atua sobre seus pares e sobre o cidadão comum em torno de uma série de questões sociais e políticas que mantêm interseção com os princípios das denominações religiosas que estes agentes representam.

A representatividade e a extensão dessa atuação variam conforme a posição que o agente ocupa e as redes de relações proporcionadas por essa posição. Essa influência pode se dar nos templos, nos espaços legitimados de governança (dos quais a chamada “bancada da Bíblia”¹ é um bom exemplo) e também em espaços alternativos, dentre os quais têm se destacado as redes sociais digitais. Ou seja, a influência de personalidades ligadas a congregações religiosas tem sido potencializada em função do crescente processo de midiaticização do discurso religioso. Desse processo decorre a criação de um novo ambiente, que é um espaço privilegiado de ressignificação da religião. Esse novo ambiente permite que a mensagem permaneça em circulação por tempo indeterminado, o que favorece a captação de um público amplo e diversificado.

O poder da religião está relacionado ao fato de esta proporcionar aos fiéis uma compreensão das relações sociais. É comum, portanto, que os indivíduos recorram a ela para compreender seu lugar no mundo, balizar valores, comportamentos e tomar decisões. Nesse sentido, as orientações provenientes das igrejas podem interferir no comportamento moral, ético e político do fiel.

No Brasil, temos acompanhado esse processo, com a manifestação de entidades como a CNBB, que têm publicado notas sobre o papel do cristão no cenário político e a necessidade de que os católicos elejam candidatos comprometidos com a manutenção e o fortalecimento da democracia. Também há manifestações individualizadas de religiosos, tanto da Igreja Católica quanto de outras igrejas, orientando o comportamento político dos fiéis e até fazendo campanha explícita contra e/ou a favor de determinadas candidaturas, tais como as orientações publicadas nas redes sociais pelo pastor Silas Malafaia. Líder de uma igreja evangélica de linha pentecostal intitulada Assembleia de Deus Vitória em Cristo, o pastor, sob o pretexto de defender os valores cristãos, não só apoiou o candidato Bolsonaro, mas pediu, explicitamente, aos fiéis de sua Igreja, que votassem nesse candidato, atuando como uma espécie de “cabo eleitoral”.

Considerando que esse pastor está à frente de uma igreja que congrega milhares de fiéis em todo o país e tendo em vista que ele possui em suas várias redes sociais, milhões de seguidores, deve-se admitir a importância desse tipo de

¹ A “bancada da Bíblia” é um segmento que compõe a “Frente Parlamentar Evangélica” e que congrega parlamentares evangélicos e católicos, que se articulam em torno da defesa e aprovação de causas que seriam de interesse cristão.

influência sobre o eleitor. Essa influência é potencializada nas redes sociais pelo uso de estratégias argumentativas que favorecem a obtenção do chamado “capital social”, construído nesse espaço, conforme discutiremos mais à frente.

2. A religião na mídia: dos templos para os lares

O discurso religioso, assim como o político, tem passado por um crescente processo de midiaticização.

Para Gasparetto (2011, p. 19), a midiaticização consiste num fenômeno técnico, social e discursivo por meio do qual as mídias se relacionam com outros campos sociais, afetando-os e por eles sendo afetados. Nesse processo, estão envolvidos os meios (fornecidos pelo campo midiático), os demais campos com os quais estes meios se relacionam (no nosso caso, o religioso e o político) e os indivíduos envolvidos. Segundo Sodré (2002), o processo de midiaticização decorre dos avanços técnicos proporcionados pela revolução da informação contemporânea, que permitem que dados sejam transmitidos e que circulem rapidamente. Para Stasiak e Barichello (2007), o espaço midiaticizado resulta de uma hibridização de formas discursivas, tais como texto, imagem e som, originando o chamado “hipertexto”. Para esses autores, “esse formato acelera o processo de circulação de informações e ambienta a comunicação em um plano sistêmico de estruturas de poder, gerenciado pelo Estado e por grandes organizações, transformando a vida humana nas suas formas de sociabilização.” (STASIAK; BARICHELLO, 2007, p. 109)

As igrejas têm recorrido a diversas formas de comunicação para tentar ampliar seu espaço de atuação, que extrapola os templos e invade os lares dos fiéis. Essas iniciativas vão ao encontro de uma política de utilização dos meios de comunicação para evangelizar e para se posicionar diante de questões de natureza política, como ocorre com o tipo de discurso que aqui analisamos.

3. A mensagem do pastor Malafaia: das características do gênero à organização discursiva

Ao analisarmos um ato de linguagem, devemos considerar a situação em que ele se insere, o que inclui as relações

de influência entre os parceiros envolvidos. Como afirma Bourdieu (2002, p. 111), o poder do ato de fala é proveniente “das condições institucionais de sua produção e de sua recepção”. Sendo assim, a análise de um ato de linguagem deve não apenas identificar os procedimentos linguísticos adotados, mas também descrever as características do gênero em que ele se materializa, relacionando esses dados à situação de comunicação, que diz respeito a fatores tais como a identidade do locutor, sua finalidade e as condições materiais envolvidas. Vejamos, então, esses elementos no discurso focalizado.

A mensagem analisada foi publicada em 25 de setembro de 2018 originalmente no canal oficial do *Youtube* do Pastor Silas Malafaia e, no mesmo dia, foi publicada em seu *Instagram*. Até a presente data, o vídeo obteve, no *Youtube*, 356.515 visualizações, 40 mil *likes*, 2,1 mil *deslikes* e 5.361 comentários. No *Instagram*, teve 255 “curtidas”, 55 compartilhamentos e 24 comentários. Trata-se de uma espécie de aconselhamento, não de ordem religiosa, como era de se esperar – tendo em vista que o locutor é um pastor –, mas de motivação política. No aconselhamento em foco, o domínio religioso encontra-se associado à posição de legitimidade do pastor, enquanto líder de uma igreja evangélica, e, na sua fala, além de essa vinculação aparecer explícita nas saudações iniciais e finais, ela se encontra implícita nas teses defendidas, que se aproximam de uma moral cristã tradicional.

Como o aconselhamento é um gênero essencialmente argumentativo, para analisá-lo é também necessário que se interpretem não só os componentes internos à lógica argumentativa, mas também os pertencentes à chamada “encenação argumentativa”, nos termos de Charaudeau (2008). Iniciamos, dessa forma, nossa análise, descrevendo o gênero no qual o discurso se materializa. Para isso, vamos adotar alguns parâmetros definidos por Charaudeau (2004) para compreensão dos chamados “gêneros situacionais”. Para esse autor, a descrição de qualquer gênero depende da observação de restrições situacionais e de suas características físicas, identitárias, contratuais, discursivas e formais.

Quanto aos aspectos situacionais, o aconselhamento do pastor conjuga três domínios: o midiático, o político e o religioso. Tais domínios instituem uma situação de comunicação na qual o enunciador-conselheiro sugere ao

ouvinte uma ação futura que o beneficiará. Para tanto, o sujeito seleciona duas visadas: a visada de informação (fazer-saber) e a visada de incitação (fazer-fazer). Em relação à situação de comunicação da mensagem, temos como enunciador o pastor Silas Malafaia e como interlocutores os internautas que assistem a essa mensagem. Na mensagem analisada, o locutor descreve argumentos para o internauta/crente/eleitor votar em Jair Bolsonaro.

Quanto às características físicas, constatamos que os parceiros não estão fisicamente próximos, já que se trata de uma troca mediada pela *internet*. No que se refere às características identitárias dos parceiros da troca, temos, na instância de produção, o Pastor Silas Malafaia, líder da Igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo, de vertente pentecostal e figura bastante popular no meio evangélico. Também dialoga rotineiramente com os fiéis por meio de várias plataformas digitais, somando milhões de seguidores nas redes sociais. Quanto aos interpretantes, embora haja uma expectativa de que se trate, em sua maioria, do público evangélico, há também pessoas que não pertencem a esse grupo, o que pode ser constatado pela observação dos comentários publicados. Ou seja, nessa situação, o interpretante é coletivo, impreciso e potencialmente ilimitado.

Com relação às características contratuais, que dizem respeito à possibilidade de interação entre os parceiros e à finalidade do discurso, verificamos que o contrato proporciona um diálogo diferente da conversação ordinária, com a possibilidade de trocas de turnos que não ocorrem numa mesma identidade temporal e espacial. Quanto à finalidade, podemos identificar, nesse tipo de mensagem, a *captação* de eleitores, através do uso de estratégias de identificação e de credibilidade, e a conseqüente incitação, ou seja, o convite à ação. Nesse caso específico, tenta-se convencer o público eleitor para que vote em Jair Bolsonaro, candidato que recebe o apoio do pastor.

Quanto às restrições discursivas, a mensagem de aconselhamento é, como antecipamos, um gênero predominantemente argumentativo. Veremos, a seguir, um pouco mais detalhadamente, a organização argumentativa do aconselhamento em questão.

Charaudeau (2001) afirma que o sujeito desenvolve estratégias de argumentação em função das finalidades de influência que correspondem a seu projeto de fala. O dispositivo argumentativo será constituído pela tese (ou “proposta”) a ser postulada e pelos universos de problematização e contextualização, implícito e explícito. Essas estratégias se desenvolvem de forma a determinar a posição de autoridade do sujeito falante, reforçando sua legitimidade. Servem também para dotar o discurso de credibilidade e, finalmente, para atrair o ouvinte. Para tanto, o sujeito se valerá de procedimentos argumentativos a fim de legitimar ou inferir credibilidade à sua fala, ou, ainda, captar o seu interlocutor. Na tentativa de legitimação, o enunciador se apoiará numa posição de autoridade (seja institucional seja pessoal) para se pronunciar. Já na tentativa de alcançar credibilidade, o locutor se posicionará de maneira a determinar uma posição de verdade.

Portanto, a existência de um dispositivo argumentativo não é o único responsável pela argumentação de um texto. Esta depende também dos fatores situacionais, determinados pela situação de troca e pelo contrato de fala. Esses fatores são determinantes para formar opiniões (fazer-creer) e criar no outro a predisposição a colocar em prática determinadas ações (fazer-fazer).

A encenação argumentativa está relacionada ao sujeito que argumenta e à situação em que ele se encontra diante do interlocutor, ao qual está ligado por um contrato de comunicação. Essa encenação comanda a forma como vai se dar a lógica argumentativa e a persuasão. Ou seja, além de emitir propostas sobre o mundo, o sujeito argumentante deve inscrevê-las num quadro que possa gerar um efeito de persuasão. Sendo assim, a construção argumentativa se dá pela exposição de uma proposta e de argumentos a seu favor e pelo desenvolvimento do ato de persuasão, pautado na construção de uma imagem positiva do falante a seu favor e de procedimentos que visam provocar no interlocutor uma reação de ordem afetiva. Resumindo, a argumentação se insere num dispositivo argumentativo que comporta pelo menos uma proposta, proposições e persuasão.

Avaliando a configuração do dispositivo argumentativo do aconselhamento em foco, contata-se que o locutor parte

do questionamento “Por que você deve votar em Bolsonaro?” para conduzir o interlocutor à asserção de chegada: “17 neles!” Ambos os segmentos estão ligados, em sua articulação lógica, por vínculos modais no eixo do obrigatório, da ordem do indiscutível, constatados pelo predomínio de asserções delocutivas. Os argumentos expostos sugerem ao interlocutor que não resta alternativa a não ser votar em Bolsonaro.

O aconselhamento tem início com uma interpelação, categoria da modalidade enunciativa alocutiva (CHARAUDEAU, 1992), pela qual o sujeito falante destaca o seu interlocutor (“Olá, povo abençoado do Brasil [...]”), esperando que ele reaja a esse chamamento (“[...] analise o que eu vou falar.”). Trata-se de uma interpelação que introduz a natureza da fala que se segue, pautada em argumentos que permitirão ao interlocutor tirar suas próprias conclusões e, a partir daí, realizar determinadas ações. A proposta defendida (“você deve votar em Bolsonaro”) decorre do questionamento explicitado no início de sua fala: “Por que você deve votar em Bolsonaro.”

A encenação argumentativa consiste em utilizar procedimentos que têm por função validar a argumentação. Esses procedimentos se baseiam ora no valor dos argumentos (procedimentos semânticos), ora na produção de efeitos de discurso (procedimentos discursivos). Outros procedimentos dizem respeito à forma como os elementos do processo argumentativo são repartidos, distribuídos e hierarquizados (procedimentos de composição). Associados a esses recursos, identificam-se os chamados procedimentos da lógica argumentativa, que comportam modos de raciocínio que permitem organizar a lógica argumentativa em relação a uma razão demonstrativa. Por fim, é relevante a projeção de uma identidade discursiva ao longo do discurso. Vejamos como se comporta a fala do pastor quanto a esses procedimentos, iniciando pelos de composição.

3.1 Procedimentos de composição

Os procedimentos de composição dizem respeito à articulação e disposição dos argumentos no discurso. No discurso analisado, são nítidas as três etapas do discurso argumentativo, identificadas por Charaudeau (2008): começo,

transição e fim. O início compõe-se de uma introdução (*exordium*, para a retórica tradicional), na qual se apresenta ao interlocutor o propósito do discurso, ou seja, o objeto de que o discurso trata. Considera-se que esse é um momento essencial para a captação do público, devendo o locutor, nessa fase, destacar a relevância ou interesse do tema para o ouvinte. É justamente isso que faz Malafaia ao introduzir a sua fala, quando, por meio da modalidade alocutiva, apela diretamente ao seu ouvinte:

- (1) Olá, povo abençoado do Brasil. Analise o que eu vou falar. Por que você deve votar em Bolsonaro para presidente da nossa Nação?

O locutor se coloca, também, nesse momento, como um detentor da verdade, capaz de elucidar a temática em questão, permitindo que, a partir dessa explanação, o ouvinte tenha condição de extrair suas próprias conclusões.

Na etapa de transição, haverá a construção de argumentos para levar o ouvinte à conclusão visada. Nessa etapa, o locutor aponta algumas diretrizes, sinalizando as partes das quais se compõe sua fala (a chamada *divisio*, da retórica). Isso dará um formato mais didático à sua exposição, ajudando o ouvinte a acompanhar melhor seu raciocínio. No aconselhamento em questão, vemos que Malafaia faz questão de sinalizar os passos que vai seguir, através de algumas expressões de valor metadiscursivo, como se vê nos exemplos:

- (2) a. Vamos colocar na balança os prós e os contras.
b. Tem um outro dado (...)

Por fim, na conclusão, Malafaia restaura o domínio religioso, ao qual se encontra vinculado pela sua identidade social de pastor, encerrando com uma profecia e uma bênção, antecedida por uma súplica a Deus:

- (3) Eu quero ser profeta. Eu creio que o Brasil vai viver ainda os melhores momentos em nome de Jesus e que Deus abra a mente do povo brasileiro pra perceber essas coisas. 17 neles. Deus abençoe você e sua família. Deus abençoe o Brasil.

3.2 Procedimentos semânticos

Os procedimentos semânticos consistem no uso de argumentos fundamentados num consenso social, relacionados a determinados domínios de avaliação. A fala do pastor comporta valores relacionados aos domínios do verídico, do ético e do pragmático.

O domínio do verídico define os dados de maneira absoluta, em termos de verdadeiro e falso. Na fala do pastor, constata-se esse domínio nas assertivas no formato delocutivo, em que, primeiramente, descrevem-se as qualidades do candidato Bolsonaro (exemplo 4a) e, depois, apontam-se os problemas do governo anterior, da esquerda e dos seus candidatos (exemplos 4b e 4c).

- (4) a. Bolsonaro tem uma das coisas mais importantes nesse tempo que nós precisamos no Brasil: Vida limpa. (...) Nunca recebeu um centavo de empresa nenhuma. A vida do cara é limpa.
- b. Essa gente que destruiu a economia brasileira.
- c. Esse é o caos que eles deixaram, governo Lula e Dilma e que agora vem com seus postes, Ciro e também Haddad.

Ocorre também o domínio do ético, uma vez que, por meio de parâmetros estabelecidos pelo pastor e pelo grupo religioso e político que ele representa, o locutor julga fatos e comportamentos como certos ou errados. Mais uma vez, há uma contraposição entre comportamentos positivos atribuídos a Bolsonaro (exemplo 5a) e negativos atribuídos aos candidatos de esquerda. O locutor cita também uma espécie de degradação moral que poderia resultar da vitória da esquerda (exemplo 5b e 5c):

- (5) a. Esse camarada, ele é a favor dos valores de família.
- b. Essa gente que destruiu a economia brasileira. Esse é o caos que eles deixaram, governo Lula e Dilma e que agora vem com seus postes, Ciro e também Haddad. Isso é poste de Lula, o maior corrupto da história política do Brasil.
- c. Vamos dar um basta em toda essa esquerda que destruiu o Brasil, que quer destruir valores morais e de família.

Finalmente, o pastor explora o domínio do pragmático, uma vez que utiliza valores pautados em normas de comportamento. No discurso do pastor, vemos a norma como argumento de prudência ou de conservadorismo, tais como no exemplo que se segue:

- (6) Não vamos deixar o Brasil virar uma Venezuela, e uma Cuba.

Em (6), o voto no candidato mais conservador evitaria a possibilidade de um governo de esquerda implantar no Brasil um regime como os de Cuba e da Venezuela. Trata-se de um argumento que se pauta na aceitação da tese de que regimes comunistas são ruins.

3.3 Procedimentos discursivos

Os procedimentos discursivos referem-se ao uso de categorias da língua próprias do modo argumentativo ou dos outros modos de organização do discurso (enunciativo, descritivo e narrativo) para produzir efeitos de persuasão. Vejamos os principais procedimentos identificados na fala do pastor.

Identificação

As identificações, ligadas ao modo descritivo, não são escolhidas arbitrariamente, possuindo um papel importante para a dimensão argumentativa do discurso. No aconselhamento analisado, são exemplos disso a forma como o locutor se refere aos candidatos Ciro Gomes e Fernando Haddad, e ao ex-presidente Lula, em:

- (7) Esse é o caos que eles deixaram, governo Lula e Dilma e que agora vem com seus postes, Ciro e também Haddad. Isso é poste de Lula, o maior corrupto da história política do Brasil.

O locutor identifica os candidatos Ciro Gomes e Fernando Haddad como “postes”, expressão que, no domínio público, serve para se referir a pessoas sem iniciativa, indolentes e

incapazes. E afirma que Lula é “o maior corrupto da história do Brasil”, numa clara tentativa de denegrir sua imagem e, em consequência, a imagem da esquerda brasileira.

Descrição narrativa

O pastor usa como argumento a favor da sua tese a reconstituição, no formato de pequenas narrativas, de fatos da vida desse candidato que poderiam ser vistos como positivos.

- (8) Nunca recebeu um centavo de empresa nenhuma. A vida do cara é limpa. Tem um outro dado: como ele é militar, ele aprendeu a amar, que isso é uma das coisas mais importantes que eu vejo no militarismo, fazer com que os caras amem a sua nação.

Cabe ponderar que essa avaliação em torno da pertinência de se mencionar um determinado fato como argumento favorável a uma tese é norteada pelo público destinatário idealizado. Na situação dada, o locutor dirige-se, provavelmente, a um destinatário que procura políticos que não estejam envolvidos em esquemas de corrupção, que tenham a “ficha limpa”. Também deve ser um destinatário para o qual a formação militar é vista como uma qualidade, sinônimo de ética e seriedade.

Questionamento

O questionamento consiste em colocar para o interlocutor uma questão que o leve a uma resposta real ou suposta. Na fala do pastor, o questionamento tem as visadas de verificação de saber. Isso ocorre quando o locutor, assegurando sua superioridade sobre o questionado, mostra-se como detentor de um conhecimento que ele julga essencial compartilhar:

- (9) Por que você deve votar em Bolsonaro para presidente da nossa Nação?

O formato de uma pergunta, nesse caso, leva o interlocutor a avaliar sua posição e compartilhar a mesma crença do locutor. No exemplo em questão, são apresentadas várias informações

sobre o candidato Bolsonaro que, para o locutor e o público ao qual ele se destina, valorizariam o candidato, a começar de uma “vida limpa”.

3.4 Procedimentos da lógica argumentativa

Associação

Um dos principais procedimentos argumentativos usados pelo pastor para convencer o interlocutor que deve votar em Bolsonaro é a associação. Para Charaudeau (2008), a associação é um modo de raciocínio que relaciona A1 e A2 pela diferença (relação de contrários) ou identidade (relação de idênticos) entre eles.

Os dois eixos associativos são utilizados pelo pastor. Primeiramente, há uma associação pela diferença. Ao dizer que Bolsonaro não é corrupto, o enunciador estabelece um contraste implícito com outros políticos que não teriam a “vida limpa”.

- (10) Ninguém, nem a mídia nem a imprensa toda nem seus adversários chamam ele de corrupto. Nunca recebeu um centavo de empresa nenhuma. A vida do cara é limpa.

Há também uma associação por identidade, por meio da qual se procura associar os políticos de esquerda, adversários de Bolsonaro, a Lula:

- (11) Esse é o caos que eles deixaram, governo Lula e Dilma e que agora vem com seus postes, Ciro e também Haddad. Isso é poste de Lula, o maior corrupto da história política do Brasil.

Propondo que esses políticos se assemelham, o pastor os contrapõe ao candidato Bolsonaro. Assume-se, aqui, como premissa, que os governos de Lula foram ruins e que o interlocutor vai concordar com isso. Embora adote um formato delocutivo, a comparação também se mostra como mais uma estratégia para corroborar a tese defendida de que o fiel deve votar em Bolsonaro. Com o uso das identificações “postes” de Lula, o pastor deixa clara a sua convicção de que tais indicações à presidência representam uma afronta à inteligência dos brasileiros.

Refutação

O enunciador coloca, nos momentos iniciais da sua fala, uma refutação (*refutacio*), estratégia pela qual o locutor antecipa possíveis contestações, críticas ou contra-argumentos que possam comprometer o sucesso de sua argumentação, refutando e respondendo essas eventuais críticas. Quando, por exemplo, o pastor antecipa que discorda de algumas opiniões de Bolsonaro e sugere que ele não é Deus, antecipa possíveis argumentos contrários à sua tese. Assim, refuta alguma avaliação negativa que se possa fazer do candidato.

- (12) Claro que Bolsonaro tem defeitos, tem limitações, discordo de algumas coisas que ele fala, mas vamos lá. Vamos colocar na balança os prós e os contras.

Todos os procedimentos adotados visam gerar, no interlocutor, certas induções que os levarão a generalizações, com base em fatos particulares descritos.

Dedução por cálculo

De acordo com Charaudeau (2008), a dedução condicional se baseia no modo de encadeamento identificado pelo autor como “consequência implicativa”, que parte de uma hipótese que pode tornar-se uma generalização. Pode-se basear num fato existente que servirá de modelo para um comportamento. No discurso de Malafaia, propõe-se que o passado de Bolsonaro (o fato de ter, segundo o pastor, uma vida política “limpa” e de ter uma formação militar) levaria o fiel a concluir que ele vai ser um presidente honesto e patriota.

- (13) A vida do cara é limpa. Tem um outro dado: como ele é militar, ele aprendeu a amar, que isso é uma das coisas mais importantes que eu vejo no militarismo, fazer com que os caras amem a sua nação.

Verifica-se uma constante na fala do pastor: a tentativa de identificar o Partido dos Trabalhadores como um inimigo do povo brasileiro, procurando fazer repercutir sobre o interlocutor sentimentos de aversão e de medo em torno da possibilidade de esse partido retomar o poder. Assim, seu

discurso se aproxima da fala de governantes totalitários. Segundo Arendt (2012):

Na prática, o governante totalitário age como alguém que persistentemente insulta outra pessoa até que todo o mundo saiba que ela é sua inimiga, a fim de que possa — com certa plausibilidade — matá-la em autodefesa. É, sem dúvida, um método meio grosseiro, mas funciona, como o sabe quem quer que tenha visto como certos carreiristas bem sucedidos eliminam os concorrentes. (ARENDR, 2012, p. 474).

Sendo assim, ao se dedicar a um discurso predominante antipetista, o pastor fala em nome de uma tendência ideológica totalitária, que procura eleger um inimigo comum e convencer a sociedade de que esse inimigo precisa ser neutralizado, para se beneficiar dessa situação.

4. Identidade discursiva do pastor

O que caracteriza o discurso de Malafaia como um todo é a construção de uma imagem de guia. Ao adotar predominantemente a modalidade delocutiva e uma posição de saber, o pastor-enunciador assume a postura do líder conselheiro, que é capaz de guiar um grupo, de orientá-lo. Trata-se da figura que Charaudeau identifica como “guia pastor” (CHARAUDEAU, 2006, p. 154), que se apresenta com os traços “de um condutor de homens que sabe se fazer seguir, do sábio que tem uma vida interior e do homem determinado que sabe aonde vai.” O diferencial do discurso em questão é que no aconselhamento predomina não a temática religiosa, mas a política.

Essa imagem de guia, reforçada pelo pastor por meio de construções delocutivas, que aparentam expressar uma verdade absoluta, e de construções alocutivas (“Acorda povo brasileiro, nós temos que dar um basta a essa gente que roubou durante 13 anos!”), que dizem ao fiel o que ele deve fazer, remete-nos à noção de “poder pastoral”, proposta por Foucault (2004). Segundo Foucault, o poder pastoral instituído pelo cristianismo caracteriza-se pela presença de indivíduos que passaram a desempenhar, na sociedade cristã, o papel de verdadeiros condutores (pastores) em relação ao grupo (ovelhas) e cuja função – pelo menos, teoricamente, acrescentamos – é garantir o bem-estar desse grupo e promover a “salvação”

individual. Essa salvação, contudo, depende da obediência, por parte do indivíduo, de uma série de leis que não coincidem, necessariamente, com as leis comuns já existentes na sociedade, impostas no âmbito jurídico. As leis do domínio religioso seriam disseminadas pelo pastor, que é também responsável por zelar pelo seu cumprimento.

O pastor assume sua posição de autoridade frente ao fiel, sendo aquele que descreve um comportamento que deve ser seguido. Além disso, coloca-se como um benfeitor, aquele que é detentor de uma verdade e que dissemina essa verdade com o objetivo de beneficiar o outro (“Eu quero ser profeta. Eu creio que o Brasil vai viver ainda os melhores momentos em nome de Jesus”). Essa imagem de benfeitor é reforçada pelo fato de o enunciador se colocar como uma espécie de porta-voz da verdade, que tem experiência, da qual provém virtude e credibilidade (“Meu pai, falecido pai, era oficial da marinha, ex-combatente. Eu aprendi com ele isso: amar a Nação”).

Constrói, também, uma identidade discursiva ambígua: de um lado, uma espécie de santidade do profeta, alguém ungido, que é dotado de poderes sobrenaturais e que por isso é superior ao fiel, sendo capaz de anunciar o desejo de Deus (“Eu quero ser profeta. Eu creio que o Brasil vai viver ainda os melhores momentos em nome de Jesus”). De outro lado, a humanidade do fiel submisso e suplicante, que se dirige a Deus clamando sabedoria e discernimento para o povo (“Deus, abra a mente do povo brasileiro pra perceber essas coisas”), o mesmo discernimento que ele já possui e pretende compartilhar.

5. A recepção da mensagem do pastor Malafaia e a construção do capital social

Concordamos com a tese defendida por vários autores, dentre os quais Recuero (2009), de que as redes sociais, na atualidade, podem ser responsáveis pela construção do capital social dos indivíduos.

Adotamos a definição de Bourdieu (1998), para quem a noção de capital social representa

[...] o conjunto dos recursos reais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e de interconhecimento mútuos, ou, em outros termos, à vinculação

a um grupo, como o conjunto de agentes que não somente são dotados de propriedades comuns (passíveis de serem percebidas pelo observador, pelos outros e por eles mesmos), mas também que são unidos por ligações permanentes e úteis. (BOURDIEU, 1998, p. 67).

Sendo assim, o capital social se relaciona a resultados obtidos por meio de relações mais ou menos institucionalizadas que o sujeito estabelece ao longo da vida. Nas redes sociais, a predominância de posicionamentos de concordância ou não concordância quanto à repercussão dos comentários, respostas, réplicas e tréplicas em relação à situação inicial ou das novas interações que delas se originam pode colaborar para a construção do capital social do autor da publicação original ou, dependendo do caso, do sujeito por ele promovido. Sendo assim, defendemos que a criação de um capital social positivo, por meio das redes sociais, pode ser um fator de captação do internauta, que colabora na promoção do ponto de vista defendido por determinado ator social.

Para se analisarem as interações nas redes sociais, é essencial que se aborde a instância de recepção. Esse aspecto vem sendo introduzido, gradativamente, nos estudos discursivos, tendo em vista sua importância para a compreensão do funcionamento do ato de linguagem. No âmbito da Teoria Semiolinguística do Discurso, de Patrick Charaudeau, as relações sociodiscursivas, que comportam o espaço da recepção, estão circunscritas àquilo que ele chama de “circuito externo de comunicação”, que congrega os seres envolvidos nos atos de fala como sujeitos psicossociais.

Para entender melhor como se insere a recepção no esquema enunciativo proposto por Charaudeau, é necessário saber que esse autor distingue, na instância de produção do discurso, um sujeito que se desdobra em EU-enunciador (Eu-e) e o EU-comunicante (Eu-c). O EU-e é um ser de fala, presente explícita ou implicitamente em todo ato de fala. Trata-se de uma imagem de enunciador produzida pelo sujeito produtor da fala (o EU-c), representando seu traço de intencionalidade na instância de produção do ato de linguagem.

Na instância de recepção, também temos o desdobramento de dois seres: o TU-destinatário (Tu-d) e o TU-interpretante (Tu-i). O primeiro é um interlocutor idealizado pelo EU, que pode estar explicitamente marcado ou não no ato de

linguagem. Já o TU-interpretante é o responsável pelo processo de interpretação.

Quando se fala de recepção, é esse sujeito interpretante e sua reação que interessam ao pesquisador. No entanto, como afirma Charaudeau (2008, p. 46), esse sujeito “escapa ao domínio do EU”, uma vez que nem sempre corresponde ao ser idealizado pelo falante. Ou seja, uma ordem direciona-se a um TU-d, ser idealizado que, provavelmente, reconhecerá no locutor uma autoridade e, conseqüentemente, uma posição de subordinação em relação a esse locutor. Porém, o sujeito idealizado ao qual o locutor vai se dirigir pode não corresponder, necessariamente, ao sujeito real que receberá essa ordem. O Tu-i se define, portanto, como um ser real, que atua fora do ato de enunciação, sendo o responsável pelo processo de interpretação do discurso.

Segundo Charaudeau (2010), o espaço de recepção é o espaço da prática social em que o sujeito deve atribuir sentidos ao ato de comunicação. Trata-se, portanto, do espaço dos efeitos produzidos. Para o autor, nas situações de comunicação em que o sujeito interpretante é plural e heterogêneo (como na comunicação midiática), a possibilidade de coincidência entre o efeito visado pelo locutor e o efeito produzido é ainda menor.

Para Charaudeau (2010, p. 5), “[...] esse sujeito interlocutor é um ator social que tem sua própria autonomia em sua ação de interpretação; ele se dedica a essa atividade em função de sua própria identidade social, da identidade social do locutor que ele percebe, das intenções que lhe atribui, de seu próprio conhecimento de mundo e de suas próprias crenças”. Ou seja, esse ser real é o responsável por reagir, concretamente, aos atos de fala aos quais está exposto.

Vamos considerar os textos produzidos no âmbito da recepção como um “discurso de comentário” (CHARAUDEAU, 2006). Para Charaudeau, esse tipo de discurso revela a opinião do sujeito que comenta. Ele é uma espécie de termômetro que permite avaliar a repercussão dos discursos.

Num discurso argumentativo, o sujeito interpretante é levado a posicionar-se em relação à proposta apresentada e ao sujeito que emite a proposta, adotando algumas atitudes em relação ao ator social emissor da proposta e àquilo que é dito. Propomos que essas atitudes podem ser, basicamente, de concordância ou de discordância.

Entre as atitudes de concordância, há a possibilidade de algumas situações, tais como:

- i. aceitação do dito: o sujeito interpretante revela aceitar o dito, por meio de enunciações de concordância em relação à publicação original;
- ii. aceitação do estatuto do emissor: o sujeito interpretante reconhece no emissor autoridade, crédito, saber, ou carisma. Esse reconhecimento independe, contudo, daquilo que foi dito;
- iii. reduplicação: nas redes sociais, há, ainda, a possibilidade de reduplicação do dito, com compartilhamento da mensagem original.

Entre as atitudes de discordância, pode haver:

1. rejeição do dito, com discordância em relação ao que foi dito, frequentemente acompanhada de predicados que desqualificam a publicação. Pode vir, ou não, acompanhada de questionamentos ou de contra-argumentos à proposta defendida;
2. rejeição do estatuto do emissor: questionamentos que podem girar em torno da credibilidade e da legitimidade do sujeito para tratar do assunto abordado ou de sua identidade social, independente do que tenha dito;
3. justificativa do estatuto de um outro sujeito inserido pelo sujeito argumentante ao longo da argumentação.

Utilizaremos esses parâmetros para avaliar como repercute o discurso do pastor Silas sobre parte dos internautas que comentaram sua fala.

Diante da impossibilidade de analisar aqui os 5.361 comentários produzidos a partir da publicação do vídeo e considerando que não pretendemos fazer uma análise quantitativa dos dados, fizemos um levantamento dos posicionamentos dos internautas partir dos 82 primeiros comentários publicados no canal do *Youtube*, classificados pela plataforma como “principais comentários”. Antecipamos que, dentre esses comentários, metade expressou concordância e metade expressou discordância em relação à proposta do pastor.

Entre as manifestações de concordância, todos os comentários analisados expressam aceitação em relação ao dito. A maior parte deles se refere aos argumentos em torno da qualidade de Bolsonaro, mas alguns acabam focalizando o governo do PT e seus candidatos (exemplos 14 a e b, respectivamente):

- (14) a. Bolsonaro em nome de Jesus Cristo.(C. 43)
b. Reflexão para Petistas Crédulos. Em 2002, o PT venceu. Em 2006, o PT venceu. Em 2010, o PT venceu. Em 2014, o PT venceu. Em 2018, o PT diz que vai consertar o país que está arrasado. Você é retardado ou fuma maconha? (C.36)

O primeiro comentário direciona-se ao enunciador, concordando com sua proposta, e gera duas respostas: uma réplica e uma tréplica do próprio internauta. O segundo comentário, embora seja de concordância, direciona-se a um terceiro: os “petistas crédulos”. Ele gera cinco respostas, sendo três réplicas contrárias e duas tréplicas de uma terceira pessoa, contrárias às três réplicas anteriores. Retoma um dos principais argumentos usados por Malafaia para promover seu candidato (a rejeição ao PT) e ainda recupera um estereótipo associado ao eleitor de esquerda: o de que ele é usuário de drogas.

Registra-se aqui uma característica da comunicação na internet: o entrelaçar de comentários, respostas, réplicas e tréplicas envolvendo diferentes sujeitos, que representa a metáfora da “rede” e é um dos aspectos que diferencia esse tipo de comunicação das demais modalidades de mídia.

Retomando a descrição das reações dos internautas sobre o aconselhamento de Malafaia, vejamos agora uma amostra dos posicionamentos contrários a essa mensagem. Identificam-se, nesse caso, a rejeição do dito, a rejeição do estatuto do emissor e a justificativa e defesa do estatuto do outro, no caso, os políticos de esquerda e o PT. Essas três situações correspondem aos exemplos 15 a, b e c, respectivamente:

- (15) a. Só ouvi mentiras desse homem. Malafaia falava a mesma coisa do Eduardo Cunha e onde ele está hoje? PRESO. Bolsonaro é um homem que só profere discurso de ódio igual ao Pastor Malafaia. Defende políticas que não favorecem os mais humildes e mais necessitados. Não É honesto, basta pesquisarem sobre a propina de 200 mil da JBS. É

um homem despreparado para a administração pública que não entende de Economia, Educação, Saúde e muito menos de segurança. Espero que os irmãos busquem na Palavra os princípios para escolher seus governantes e não se deixem levar pelas opiniões pessoais de seus líderes. Diga NÃO ao voto de cajado. Que a paz do Senhor preencha vossos corações. (C-20)

- b. Eu não entendo vc Pr. Vc só apoia bandidos, não estou dizendo que o bolsonaro seja OK. Mais vc t fotos com Eduardo cunha, Michel temer etc... Não acho certo uma pessoa de Deus ficar andando com esses tipos de pessoas... Tudo bem q possamos evangelizar etc... Mais ficar apoiando gnt da política é complicado. Pq vc não apoia um servo de Deus, exemplo: cabo daciolo??? (C-8)²
- c. Todos falam que o PT acabou com o Brasil. Mais muitos Brasileiros agradecem ao PT hoje por ter uma TV Boa na sala, um veículo, poder ter o feijão pra poder por na sua mesa, pessoas aí que moram nas zonas rurais que não tinham água nem luz, hoje tem graças ao PT. Agora vem esse pastor ao invés falar de Deus vem falar de política, apoiar um cara que é contra as mulheres, Preconceituoso, Racista. (C5)

Da mesma forma, os comentários têm repercussões, expressas por meio de respostas, réplicas e tréplicas, constituindo uma rede de discussões em torno do tema abordado no vídeo e dos sujeitos nele envolvidos.

Naturalmente, o índice de comentários favoráveis será responsável pela construção de um capital social positivo do responsável pela publicação e do sujeito alvo dessa publicação, a saber, o candidato Jair Bolsonaro.

Considerações finais

Por meio da aplicação de pressupostos da Teoria Semiolinguística conjugados a reflexões do campo sociológico, pudemos identificar, no aconselhamento do pastor Silas Malafaia, a utilização de procedimentos de natureza linguística, semântica e discursiva pelos quais o pastor, por meio de uma fala que remete a discursos totalitários, identifica o Partido dos Trabalhadores como inimigo da nação e orienta seus seguidores a votarem no candidato à presidência Jair Bolsonaro. O discurso, cujo conteúdo é basicamente político,

² Foi preservada a grafia original dos comentários, independente de problemas gramaticais.

traz uma representatividade e força, sobretudo entre os cristãos evangélicos, uma vez que o locutor possui o chamado “poder pastoral”, atribuído pela sua posição de pastor e pela imagem construída ao longo do discurso. Esse trabalho nos faz, ainda, refletir, por meio do tratamento em torno da instância de recepção, sobre a possibilidade de as interações digitais reforçarem o capital social do locutor e sobre o poder que o discurso religioso mantém na sociedade, e que tem sido potencializado pela utilização crescente das redes sociais.

REFERÊNCIAS

ARENDT, H. *Origens do totalitarismo*. Tradução Roberto Raposo. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

BOURDIEU, P. *A economia das trocas linguísticas*. O que falar quer dizer. Trad. Sérgio Miceli. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2002.

BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1974.

BOURDIEU, P. O capital social – notas provisórias. In: CATANI, A. ; NOGUEIRA, M. A. (org.) *Escritos de Educação*. Petrópolis: Vozes, 1998.

BURITY, J. A. Religião, política e cultura. *Tempo social*. São Paulo, v. 20, n. 2, p.83-113, nov. 2008.

CHARAUDEAU, P. *Discurso político*. SP: Contexto, 2006.

_____. *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris: Hachette, 1992.

_____. *Linguagem e discurso: modos de organização*. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. Uma problemática comunicacional dos gêneros discursivos. *Revista Signos*. Valparaíso, v. 43, supl. 1, p. 77-90, 2010.

_____. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: MARI, Hugo et alii (org.) *Análise do discurso: fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: NAD/ FALE/UFMG, 2001, p. 23-37.

CHARAUDEAU, P. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, I. L. e MELLO, R. (orgs.) *Gêneros: reflexões em Análise do Discurso*. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2004.

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

GASPARETTO, P. R. *Midiatização da religião*. Processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. São Paulo: Paulinas, 2011.

RECUERO, R. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SODRÉ, M. *Antropológica do espelho*. Uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

STASIAK, D.; BARICHELO, E.M.E. Midiatização e comunicação organizacional. *INOVCOM*, v.2, n.1, p. 50-58, 2007.

ANEXO

TRANSCRIÇÃO DO VÍDEO

Olá, povo abençoado do Brasil. Analise o que eu vou falar. Por que você deve votar em Bolsonaro para presidente da nossa Nação? Queria te deixar aqui uma coisa clara. Nós não estamos votando em Deus, candidato a Deus. Claro que Bolsonaro tem defeitos, tem limitações, discordo de algumas coisas que ele fala, mas vamos lá. Vamos colocar na balança os prós e os contras. Bolsonaro tem uma das coisas mais importantes nesse tempo que nós precisamos no Brasil: Vida limpa. Seus inimigos e adversários podem ah, fala besteira, falou demais, falou aqui indevido, mas ninguém, nem a mídia nem a imprensa toda nem seus adversários chamam ele de corrupto. Nunca recebeu um centavo de empresa nenhuma. A vida do cara é limpa. Tem um outro dado: como ele é militar, ele aprendeu a amar, que isso é uma das coisas mais importantes que eu vejo no militarismo, fazer com que os caras amem a sua nação. Meu pai, falecido pai, era oficial da marinha, ex-combatente. Eu aprendi com ele isso: amar a Nação. Esse cara tem gana pelo Brasil, de querer melhorar. Esse camarada, ele é a favor dos valores de família. Ele é contra essa bandidagem de erotizar criança em escola, que toda a esquerda quer. Ele é a favor da vida. Ele não deve nada a esse sistema político que tá aí. Por isso ele pode fazer um excelente governo. Ele é um camarada que é a favor do bem-estar de todos. Ele não fez escolha de pobre, classe média ou rico. Minha gente, acorda povo brasileiro, nós temos que dar um basta a essa gente que roubou durante 13 anos. Essa gente que destruiu a economia brasileira. Esse é o caos que eles deixaram, governo Lula e Dilma e que agora vem com seus postes, Ciro e também Haddad. Isso é poste de Lula, o maior corrupto da história política do Brasil. Vamos dar um basta nisso! Se queremos ver uma Nação melhor, sabe, um homem que teme a Deus e que tem liderança, que não tem medo dessa imprensa esquerdopata, vergonhosa, que tenta denegrir o cara todo dia. Essa é uma das maiores provas que esse cara é o cara. Então não vamos brincar com isso. Não vamos deixar o Brasil virar uma Venezuela, e uma Cuba. Vamos dar um basta em toda essa esquerda que destruiu o Brasil, que quer destruir valores morais e de família. Vamos colocar um homem que vai

ter uma grande equipe para governar esse país e termos dias melhores. Eu quero ser profeta. Eu creio que o Brasil vai viver ainda os melhores momentos em nome de Jesus e que Deus abra a mente do povo brasileiro pra perceber essas coisas. 17 neles. Deus abençoe você e sua família. Deus abençoe o Brasil.

Abstract

An analysis of Pastor Silas Malafaia's "Why should you vote for Bolsonaro?" advice on Youtube: production and reception of discourses on social networks, from a semiolinguistic perspective

This paper is part of a larger project that aims to study the articulation between the domains of religious and political discursive practice, made effective through new digital communication technologies. This article aims to analyze the situation of communication, both from the point of view of the production body and the instance of reception, of a counseling promoted by Pastor Silas Malafaia, on his Youtube channel, inciting Internet users to vote for the candidate for presidency of the Republic Jair Bolsonaro. For this, we start with a study of the enunciative scheme and the argumentative organization of the focused discourse, including a reflection on the discursive identity constructed by the enunciator, and then analyze its repercussion among the internet users. We seek to approach the production and reception of discourse within the scope of Patrick Charaudeau's Semiolinguistic Theory of Discourse (2001, 2006, 2008, 2010). The study found that the pastor reconciled, in his speech, components of discursive religious and political formations, using linguistic categories, ordered according to the purpose of incitement, and materialized by procedures related to the argumentative organization of discourse. It was also verified that the reactions of the internauts, revealed by the published comments, reveal dissonant voices, which characterize the platform as a space of controversy. All this contributes to the construction of the social capital of the enunciator and, consequently, of the candidate that he tries to promote.

Keywords: religious discourse; political speech; digital social networks; Presidential elections.