

DÉBORA MARTINS DA COSTA BARBOSA SANTOS

DO FAZER-CRER RELIGIOSO AO FAZER-FAZER POLÍTICO:

**UM OLHAR SOBRE A PRODUÇÃO DO DISCURSO CRISTÃO
EVANGÉLICO NAS ELEIÇÕES DO BRASIL (2002/ 2006)**

Belo Horizonte – MG
Faculdade de Letras da UFMG
2008

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

DÉBORA MARTINS DA COSTA BARBOSA SANTOS

DO FAZER-CRER RELIGIOSO AO FAZER-FAZER POLÍTICO:

**UM OLHAR SOBRE A PRODUÇÃO DO DISCURSO CRISTÃO
EVANGÉLICO NAS ELEIÇÕES DO BRASIL (2002/ 2006)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Estudos Lingüísticos da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Lingüística.

Área de concentração: Lingüística
Linha de pesquisa: Análise do Discurso

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Ida Lúcia Machado.
Faculdade de Letras da UFMG

Co-orientador: Prof. Dr. William Augusto Menezes.

Departamento de Letras da
UFOP

Belo Horizonte
Faculdade de Letras da UFMG
2008

Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Letras
Programa de Pós-Graduação em Letras – Estudos Lingüísticos

Dissertação intitulada “**Do *fazer-crer* religioso ao *fazer-fazer* político: um olhar sobre a produção do discurso cristão evangélico nas eleições do Brasil de 2002 e 2006**”, de autoria da mestranda Débora Martins da Costa Barbosa Santos, _____ pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof^a. Dr^a. Ida Lúcia Machado – FALE/UFMG – Orientadora

Prof. Dr. William Augusto Menezes – DELET/UFOP
Departamento de Letras da UFOP

Examinador 01

Examinador 02

Belo Horizonte, 12 de Setembro de 2008.

Aos mestres que me ensinaram a ler além das palavras.

AGRADECIMENTOS

A Deus, razão de tudo, pois, ao me dar a vida, permitiu que eu fizesse dela o que bem quisesse. Melhor que isso, são só os projetos Dele para mim. Seria inútil buscar palavras que expressassem minha gratidão ao seu cuidado que se manifesta:

Em meus pais e irmãos, pelo amor dedicado, nos princípios e valores que me ensinam e dos quais me orgulho.

Em meus sogros e cunhados (em especial ao Rodrigo) pelo exemplo.

Em amigos tão caros que fiz nesta caminhada. Pessoas como Edmar, que me encanta em sua GRANDEZA absoluta; Patrícia, Deusiane, Poliana e Telma, pelo mérito de perpetuar nossa amizade, pois estive ausente por longo tempo; Gilmar, Elisson e Maysa, que me inspiram e alegram.

Em Ronaldo pelo carinho e ajuda nos momentos finais deste trabalho.

Em primos, além do sangue, que são uma festa em minha vida.

Em alunos grandes e pequenos, por me ensinarem todos os dias que há algo mais a ser feito.

Em muitos mestres que tive, por me ensinarem que é mais importante aprender do que informar.

Em meus bichanos, que me ensinaram que a vida é efêmera, que todos os momentos são dádiva, pois o tempo passa... e já não somos mais.

Sobretudo, em meu esposo, Ênio, o qual, mais que um presente, é um companheiro que tenho e que soube me apoiar desde o início de nossa caminhada juntos, tendo de me dividir com os livros e com um tal de Charaudeau...

Na professora Ida Lúcia, pela inspiração, pela orientação, pela delicadeza e pelo carinho ao deixar-me aos cuidados do professor William.

Especialmente, no William Menezes, pelo privilégio de tê-lo conhecido e caminhado com ele; pela sabedoria que não hesitou em partilhar; pela calma diante das minhas bagunças; pelo incentivo; pelos bons e divertidos papos; e, pelas muitas vezes em que acreditou, mais do que eu mesma, que realizar este trabalho era possível. Já existe um novo verbo: "williar". Os que tiveram a oportunidade de conjugá-lo, sabem-no muito bem.

“Viver é muito perigoso... Porque aprender a viver é que é o viver mesmo... Travessia perigosa, mas é a da vida. Sertão que se alteia e abaixa... O mais difícil não é um ser bom e proceder honesto, dificultoso mesmo, é um saber definido o que quer, e ter o poder de ir até o rabo da palavra.”

Guimarães Rosa

RESUMO

O presente trabalho faz uma análise do discurso cristão evangélico de períodos eleitorais do Brasil, sobretudo, da produção discursiva de candidatos a cargos legislativos nos pleitos 2002 e 2006, que professaram pertencimento ao segmento evangélico. Para essa investigação foram selecionados boletins de campanha de candidatos mineiros contrapondo-os a algumas publicações produzidas por instituições evangélicas, em 2006, fora do contexto eleitoral e, distribuídas em Belo Horizonte. Uma vez reunido o *corpus*, buscamos identificar o comportamento enunciativo e os procedimentos argumentativos, com ênfase nos efeitos retóricos relativos ao *ethos*, ao *pathos* e ao *logos*, colocados em ação pelos sujeitos em seus projetos de influência e persuasão da instância de recepção, interpelada ora como cidadã ora como participante do campo religioso. Para a operacionalização da análise, adotamos como principal fundamentação a teoria Semiolingüística, de Patrick Charaudeau, especialmente, no que diz respeito aos sujeitos da linguagem, ao contrato de comunicação e ao discurso político; e a teoria dos Discursos Constituintes, de Dominique Maingueneau. Esse processo permitiu-nos constatar, entre outros resultados, como se deu a hibridização entre o discurso religioso e o discurso político nos pleitos eleitorais e aspectos relativos à utilização do discurso religioso na persuasão política.

Palavras-chave:

Discurso político, Discurso político-evangélico, Discursos constituintes

RÉSUMÉ

Ce travail propose une analyse du discours chrétien-évangélique utilisé par des hommes politiques (liés effectivement à l'église évangélique) qui visaient à obtenir des postes législatifs auprès du gouvernement brésilien. Nous l'avons réalisé à travers l'analyse de certains dépliants utilisés lors des campagnes électorales (années 2002 et 2006). Nous les avons confrontés, ces dépliants, à des écrits qui n'étaient pas liés à la vie politique, produits par des fidèles évangéliques et distribués en 2006 dans la ville de Belo Horizonte (MG). Nous avons cherché à vérifier, dans ce *corpus*, le comportement énonciatif et les procédés argumentatifs tout en donnant une spéciale attention aux effets rhétoriques (traduits par l'*éthos*, le *pathos* et le *logos*), mis en scène avec le but d'influencer et de persuader l'instance de réception de ce type de discours. Il faut préciser que cette instance a été doublement interpellée: et comme citoyenne et comme participante d'un univers religieux. Nous avons utilisé comme instrument de travail des données venues de la théorie Sémio-linguistique de Patrick Charaudeau, surtout en ce qui concerne les sujets du langage, le contrat de communication et le discours politique vu comme un tout. Nous avons également trouvé des points de repère pour notre travail dans les analyses discursives de Dominique Maingueneau (théorie des Discours constituants). Ce procédé d'analyse nous a surtout permis de nous rendre compte de la construction de l'*hybridisation*, fruit de la jonction du discours religieux au discours politique, lors des joutes électorales citées, aussi bien que nous mettre devant certains aspects dus à l'utilisation du discours religieux dans le domaine de la persuasion politique.

Mots-clés : Discours politique, Discours politique-évangélique, Discours constituants.

Lista de Grades Representacionais

Grade 01: QUADRO ENUNCIATIVO DE BASE	70
Grade 02: ATOS LOCUTIVOS	71
Grade 03: A NOMEAÇÃO, QUALIFICAÇÃO E A LOCALIZAÇÃO DOS SERES	71
Grade 04: PROCEDIMENTOS ARGUMENTATIVOS 1 – LOGOS/ DEDUÇÃO [ENTIMEMA]	72
Grade 05: PROCEDIMENTOS ARGUMENTATIVOS 2 – VALORES/ ETHOS/ PATHOS	73

Lista de Quadros

Quadro I: A ENCENAÇÃO DO ATO DE LINGUAGEM	27
Quadro II	111
Quadro III	112
Quadro IV	113
Quadro V	116
Quadro VI: GÊNEROS SITUACIONAIS E “FRAGMENTOS ELEITORAIS”	119
Quadro VII: GÊNEROS SITUACIONAIS E “FRAGMENTOS RELIGIOSOS”	120
Quadro Comunicacional I: ENUNCIÇÃO POLÍTICA	142
DESDOBRAMENTO DO QUADRO COMUNICACIONAL I: CO-ENUNCIÇÃO POLÍTICA	143

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
PARTE I: DEFINIÇÕES TEÓRICAS	23
1. A Teoria Semiolingüística	24
1.1. A Encenação e os Sujeitos do Ato de Linguagem.....	25
1.2. O Contrato de Comunicação	29
1.3. As Atitudes ou Estratégias Discursivas.....	31
1.3.1. Estratégias Enunciativas e Modos de Organização Discurso	33
1.3.1.1. O Modo de Organização Enunciativo e as Modalidades Locutivas	33
1.3.1.2. O Modo de Organização Descritivo	35
1.3.1.3. O Modo de Organização Narrativo.....	36
1.3.1.4. O Modo de Organização Argumentativo	36
1.3.1.5. Estratégias de Persuasão Retórica: o <i>ethos</i> , o <i>pathos</i> e o <i>logos</i>	41
1.4. Gêneros Discursivos: entre contrato e estratégias	43
1.4.1. Restrições, Liberdade e Memória Genérica	46
1.4.2. Influência e “Visada” de Incitação: do <i>fazer crer</i> ao <i>fazer fazer</i>	47
1.4.3. O Discurso Político: dispositivo e estratégias	49

1.4.4. A Ação Política	51
1.4.5. Espaço da Persuasão	52
1.4.6. As Palavras no Campo Político	53
2. Teoria dos Discursos Constituintes	55
2.1. Discursos Constituintes e Discurso Religioso	55
2.2. Quem São os Evangélicos no Brasil?	57
2.3. As Principais Vertentes de Diferenciação	59
PARTE II: METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS	61
1. Condições de Produção do Discurso	62
2. O Contexto do <i>corpus</i>: as eleições de 2002 e 2006	63
2.1. Apresentação e descrição do <i>corpus</i>	65
2.2. Procedimentos de análise.....	68
3. Procedimentos para o levantamento de dados	70
3.1. Quem fala a quem? Sobre o quê? E para quê?	74
3.1.1. Fragmento eleitoral Eliener	74
3.1.2. Fragmento eleitoral Adelino de Carvalho	75
3.1.3. Fragmento eleitoral Capitão Saulo Rodrigues e Capitão Edson Rodrigues	76
3.1.4. Fragmento eleitoral José Reis.....	77
3.1.5. Fragmento eleitoral Moamed Rachid.....	77
3.1.6. Fragmento eleitoral Wander Carlos	78
3.1.7. Fragmento eleitoral Herculano Anghinett	79

3.1.7.1. Quem é Herculano	79
3.1.7.2. A fala de Herculano	80
3.1.8. Fragmentos religiosos	81
3.1.8.1. “Compartilhando os fardos”	81
3.1.8.2. “Peso”	81
3.1.8.3. “A era da incerteza”	82
3.2. Descrição dos Atos Locutivos	83
3.2.1. Fragmento eleitoral de Eliener	83
3.2.2. Fragmento eleitoral Pastor Adelino de Carvalho.....	83
3.2.3. Fragmento eleitoral Capitão Saulo Rodrigues e Capitão Edson Rodrigues	84
3.2.4. Fragmento eleitoral de José Reis.....	84
3.2.5. Fragmento eleitoral Moamed Rachid.....	85
3.2.6. Fragmento eleitoral Wander Carlos.....	85
3.2.7. Fragmento eleitoral Herculano Anghinett.....	86
3.2.8. Fragmentos religiosos.....	87
3.2.8.1. “Compartilhando os fardos”.....	87
3.3.8.2. “Peso”.....	87
3.2.8.3. “A era da incerteza”.....	88
3.3. Dados do Modo de Organização Descritivo.....	89
3.3.1. Fragmento eleitoral Eliener.....	89
3.3.2. Fragmento eleitoral Adelino de Carvalho.....	89
3.3.3. Fragmento eleitoral Capitão Saulo Rodrigues e Capitão Edson Rodrigues.....	90

3.3.4. Fragmento eleitoral José Reis.....	90
3.3.5. Fragmento eleitoral Moamed Rachid.....	91
3.3.6. Fragmento eleitoral Wander Carlos.....	91
3.3.7. Fragmento eleitoral Herculano Anghinett.....	92
3.3.8. Fragmentos religiosos.....	93
3.3.8.1. “Compartilhando os fardos”.....	93
3.3.8.2. “Peso”.....	93
3.3.8.3. “A era da incerteza”.....	94
3.4. Modo Argumentativo: o <i>logos</i> e os procedimentos discursivos.....	94
3.4.1. Fragmento eleitoral Eliener Miranda.....	94
3.4.2. Fragmento eleitoral Pastor Adelino de Carvalho.....	95
3.4.3. Fragmento eleitoral Capitão Saulo Rodrigues e Capitão Edson Rodrigues.....	95
3.4.4. Fragmento eleitoral José Reis.....	95
3.4.5. Fragmento eleitoral Moamed Rachid.....	96
3.4.6. Fragmento eleitoral Wander Carlos.....	96
3.4.7. Fragmento eleitoral Herculano Anghinetti – depoimentos de apoio e descrição do candidato.....	97
3.4.8. Fragmento eleitoral Herculano Anghinetti – Carta ao Leitor.....	97
3.4.9. Fragmentos religiosos.....	98
3.4.9.1. “Compartilhando os fardos”.....	98
3.4.9.2. “Peso”.....	98
3.4.9.3. “A Era da Incerteza”.....	99

3.5. Modo Argumentativo: valores/ <i>ethos</i> e <i>pathos</i>	99
3.5.1. Fragmento eleitoral Eliener Miranda.....	99
3.5.2. Fragmento eleitoral Pastor Adelino de Carvalho.....	100
3.5.3. Fragmento eleitoral Capitão Saulo e Capitão Edson.....	100
3.5.4. Fragmento eleitoral José Reis.....	101
3.5.5. Fragmento eleitoral Moamed Rachid.....	102
3.5.6. Fragmento eleitoral Wander Carlos.....	102
3.5.7. Fragmento eleitoral Herculano Anghinetti – depoimentos de apoio.....	102
3.5.8. Fragmento eleitoral Herculano Anghinetti – Quem é Herculano	103
3.5.9. Fragmento eleitoral Herculano Anghinetti – Carta ao Leitor	103
3.5.10. Fragmentos religiosos.....	104
3.5.10.1. “Compartilhando os fardos”.....	104
3.5.10.2. “Peso”.....	104
3.5.10.3. “A Era da Incerteza”.....	105
PARTE III: ANÁLISE CONTRASTIVA DO <i>CORPUS</i>	106
1. O Dispositivo Identitário e o Contrato Comunicacional	107
1.1. Fragmentos Eleitorais.....	108
1.1.1. Os parceiros e a Finalidade: quem fala a quem? Sobre o quê?	108
1.1.2. Os Protagonistas dos fragmentos eleitorais.....	109
1.2. Fragmentos Religiosos.....	114

1.2.1. Os Parceiros e a Finalidade: quem fala a quem? Sobre o que?	114
1.2.2. Os Protagonistas dos fragmentos religiosos.....	115
1.2.3. Enunciatividade e Imagens de Si: dos candidatos	117
1.2.4. Enunciatividade e Imagens de Si: das igrejas.....	118
1.3. Dos Gêneros Situacionais.....	118
1.4. Estratégias de Persuasão.....	120
1.4.1. Os Modos de Organização do Discurso.....	120
1.4.2. Do modo Enunciativo.....	121
1.4.3. Do modo Descritivo.....	124
1.4.4. Do modo Argumentativo.....	125
1.5. Estratégias Retóricas de Persuasão.....	129
1.5.1. O <i>Ethos</i> ou Imagens de Si no Discurso.....	129
1.5.1.1 O <i>Ethos</i> na Configuração do Discurso Político-Evangélico.....	130
1.5.2. O <i>Pathos</i> ou Afetividade Discursiva.....	132
1.5.3. O <i>Logos</i> ou Razoabilidade Discursiva.....	136
CONCLUSÕES.....	139
REFERÊNCIAS.....	145
ANEXOS	
ANEXOS DIGITAIS	

INTRODUÇÃO¹

A motivação para a presente pesquisa teve lugar durante o curso de Graduação, em aulas de Análise do Discurso e de Pragmática, no ano de 2002, no período em que ocorria também a campanha eleitoral para a Presidência da República. Interessou-nos, principalmente, a discursividade do que se apresentou, naquele momento, como um discurso cristão-evangélico² mesclado à propaganda eleitoral, e aos posicionamentos próprios do ambiente político em candidaturas que surgiram no âmbito desse segmento religioso.

O nosso ponto de partida empírico foi a verificação de que, no cenário político recente do país, tem crescido a mobilização dos evangélicos, chamando-nos a atenção para um lado ativista e militante, até então pouco realçado na pesquisa acadêmica, sobretudo nas ciências relacionadas ao discurso³. Levamos em conta que a própria visibilidade desse segmento tem se ampliado, a partir de iniciativas de inserção política, de exposição e de controle da mídia. Neste último caso, podemos perceber, *grosso modo*, que os evangélicos se apresentam como fortes empreendedores nos meios de difusão, tais como o rádio e a televisão⁴ – o que contribui para torná-los reconhecidos

¹ O presente trabalho foi configurado de acordo com as normalizações constadas em FRANÇA, Junia Lessa. **Manual para normalizações técnico-científicas**. 8ª ed. Ver. E ampl. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2007.

² As noções de discurso político e de discurso cristão-evangélico serão apresentadas na primeira parte da Dissertação.

³ Em Política e Religião: **Evangélicos nas Eleições**, Maria das Dores Campos Machado aponta o tema da politização do Pentecostalismo como objeto de pesquisa nas ciências sociais a partir do final da década de 1980 e início dos anos 1990. Cf. CAMPOS MACHADO, Maria das Dores Campos, Política e Religião: a participação dos evangélicos nas eleições, RJ, FGV, 2006, pp27.

⁴ A exemplo das concessões de rádios sob a gerência de igrejas evangélicas ou de seus membros, como a *Rádio 93 FM*, no Rio de Janeiro, que possui um público alvo mais voltado para igrejas evangélicas tradicionais; *Rede Super* de rádio e televisão em Belo Horizonte, sob a responsabilidade da Igreja Batista da Lagoinha, *Rede Record* no Rio de Janeiro e afiliadas no país, sob a responsabilidade da Igreja Universal do Reino de Deus; *Nossa Rádio 97.3 FM* em Belo Horizonte e a

nas ruas, com as suas *grifes*, pela produção musical que acompanha suas campanhas, enfim, por uma discursividade específica no espaço público.

Nas eleições presidenciais de 2002, tornou-se evidente essa “manifestação evangélica”, tanto pela existência de uma candidatura que procurava afirmar-se como representante natural do segmento, quanto pelo noticiário e publicações com finalidades sociopolíticas, envolvendo esse segmento. Assim, ao final do curso de graduação, pudemos apresentar um trabalho monográfico, intitulado: “Análise do Discurso Cristão Evangélico Publicações no Período eleitoral de 2002”, em que procuramos compreender algumas manifestações evangélicas diante das eleições, no período assinalado.

Assim, no desenvolvimento da nossa pesquisa realizada para a composição desta dissertação de mestrado, buscamos compreender melhor o discurso desse “novo” sujeito político⁵: um sujeito de fala e de ação que tem se mostrado, de modo geral, atuante e atualizado no que diz respeito às questões em debate na sociedade. Para isso, nos interrogamos sobre aspectos da discursividade produzida pelos próprios evangélicos (ou em nome destes), enquanto candidatos e cidadãos, sobretudo, nas eleições para o legislativo.

Segundo Campos Machado (2006)⁶, vários pesquisadores assinalam a preferência dos candidatos evangélicos a cargos do legislativo, sendo poucos a concorrerem e se destacarem em cargos do executivo, como no caso do estado do Rio de Janeiro, que tem em sua recente história política o mandato de três governos estaduais de políticos de identidade evangélica. Segundo a teórica, destaca-se que a pertença religiosa é articulada ao engajamento religioso e às políticas assistencialistas.

Desse modo, a nossa preocupação de análise centrou-se, para o trabalho aqui apresentado, na hipótese de que o discurso evangélico, ou pelo menos uma parcela dele, tem assumido uma configuração específica durante os

RIT (Rede Internacional de Televisão), sob a responsabilidade da Igreja Internacional da Graça de Deus. Além dos portais na internet que possibilitam ao internauta assistir e participar de seus cultos. Sabe-se também de inúmeras publicações periódicas que correspondem a esse segmento.

⁵ A expressão *Novo Sujeito* foi utilizada por Éder Sader, na década de 1970, ao descrever a entrada em cena dos “novos movimentos sociais”, com as suas novas formas de luta, de reivindicações e discurso. Cf. SADER (1978).

⁶ Cf. Campos Machado (2006), pp. 70.

períodos eleitorais, a partir de produções materiais de lideranças no âmbito da fé religiosa. Isso significaria, portanto, que tal discursividade ultrapassaria orientações para o *fazer-crer*, relacionado à difusão da fé, e passaria a uma finalidade persuasiva ligada a um *fazer-fazer* (Charaudeau, 1992), característico da ação política. Tal hipótese, por sua vez, permitir-nos-ia afirmar, que formações protestantes “pioneiras” e igrejas específicas da atualidade⁷, que comporiam o segmento evangélico, estariam se abdicando, em momentos de campanha eleitoral, de algumas posições históricas no âmbito do *fazer crer* em favor do *fazer-fazer* – o que poderia ser uma decorrência do fato de os evangélicos terem se tornado um contingente político mais amplo, uniforme, cujas ações de fala, como sujeitos discursivos, estariam passando a ocorrer de maneira *mais* homogênea, numa postura nitidamente ativista e interessada nas questões públicas⁸. Em sendo considerada, portanto, tal hipótese poderia ser confirmada a partir de textos produzidos por esse segmento religioso durante as campanhas eleitorais, como os seus jornais, revistas, boletins e outras publicações.

Outra problemática relevante, e que dizia respeito à configuração do discurso do segmento supracitado, corresponderia aos valores cívicos e às estratégias de apresentação de si pelas lideranças evangélicas, diante das proposições relacionadas à organização sociopolítica contemporânea⁹. Tratar-se-ia, no caso, de identificar e analisar as características éticas, estratégias de afetividade e de racionalidade relacionadas à busca de persuasão do eleitor para a obtenção do voto ou da persuasão do seguidor religioso para a sua manutenção no espaço da adesão espiritual. Nas duas situações, apresentar-se-ia o conhecimento da relação entre a produção discursiva e os imaginários despertados pelo discurso cristão evangélico no cenário eleitoral.

⁷ O desenvolvimento das igrejas evangélicas é bastante complexo, apresentando uma grande variedade de denominações e especificidades cujo detalhamento não se coloca como um objetivo deste nosso trabalho. Entretanto, para melhor conduzir a presente pesquisa, apresentaremos uma tentativa de compreensão desse desenvolvimento na primeira parte da pesquisa.

⁸ Em virtude dessa ampliação discursiva e homogeneidade de interesses, tem sido comum a mídia referir-se à presença do segmento na política como “os evangélicos” ou “bancada evangélica”.

⁹ Cf. Santos, Marcelo. In: Quem Somos. Reportagem publicada na Revista Show Da fé, junho de 2005, onde se comenta o estudo Realizado pela fundação Getúlio Vargas sobre o perfil socioeconômico dos Evangélicos. Entre outras coisas a reportagem menciona a possibilidade do uso desses dados para atuação das Igrejas na pregação da “palavra”.

Em Campos Machado (2006), o uso da identidade religiosa é apontado como um recurso adotado pelos candidatos evangélicos em diversas situações, sendo que, a despeito de algumas diferenças entre candidaturas femininas e masculinas, as questões religiosas são priorizadas e demonstram certo corporativismo ao segmento religioso.

Assim, para a realização da nossa pesquisa e, conseqüentemente, para confecção desta dissertação de mestrado, as interrogações que fizemos estiveram relacionadas à configuração do discurso evangélico nos períodos de campanha eleitoral. Interrogações essas que assim se configuraram: afinal, o discurso religioso, nas condições já mencionadas, se manteria como discurso religioso ou transformar-se-ia em discurso político? Como compreender, portanto, as restrições e estratégias nessa discursividade? Quais seriam as estratégias e os efeitos possíveis na nova situação? Dito de outra maneira, o que levaria, do ponto de vista da produção discursiva, à persuasão eleitoral dos evangélicos: seria a produção discursiva voltada para a crença religiosa ou a produção discursiva voltada para a ação cidadã? Como se relacionariam os valores e virtudes sóciopolítico-discursivos de cristãos evangélicos nas eleições? Por fim, como a produção discursiva se manifestaria em momentos em que os “representantes evangélicos” (deputados e senadores) se viam envolvidos em polêmicas e denúncias de improbidade política no espaço público?

Para refletir sobre tais questões, o *corpus* da análise que realizamos foi constituído a partir de dois subconjuntos de textos: a) textos em situação de campanha eleitoral – material de propaganda política produzido por lideranças evangélicas (pastores, irmãos), como candidatos para cargos do legislativo estadual ou federal; b) textos em situação não-eleitoral de propagação da fé – material de divulgação e propaganda religiosa produzido pelas igrejas evangélicas para propagação da fé. Assim, a partir do levantamento de dados, procuramos evidenciar as regularidades contratuais e genéricas do *corpus*, bem como efeitos discursivos possíveis pelo uso da linguagem, traçando uma análise contrastiva entre os dois subconjuntos de textos.

Desse modo, em um primeiro momento da pesquisa, a nossa atenção esteve voltada para aspectos relativos às restrições e regularidades discursivas,

como o contrato de comunicação, a gênese do discurso religioso e aspectos da discursividade política. Na mesma oportunidade, a ênfase se voltará para as atitudes de fala ou estratégias discursivas, realçando, sobretudo, aspectos gerais do modo argumentativo. Em particular, como se verá, nos interessaram as estratégias em torno dos procedimentos semânticos e discursivos (CHARAUDEAU, 1992), bem como os elementos da construção retórico-persuasiva, relativos ao *ethos*, ao *pathos* e ao *logos* (CHARAUDEAU, 2006a e 2007), observando a identidade social e a ação de sujeitos dotados de intencionalidade, com os papéis assumidos na interação verbal.

Acerca desse último aspecto, Charaudeau (2004, p.22) ressalta que as ações dos parceiros de um ato de comunicação estariam intimamente ligadas à identidade de tais sujeitos e ao *lugar* que ocupariam na troca; às finalidades e às circunstâncias materiais nas quais essa troca se realizaria. Mais ainda, que a finalidade exerceria um papel preponderante, uma vez que selecionaria uma visada e orientaria a discursivização. Este aspecto, o qual consideramos importante, nos remeteu, quando da realização da nossa análise, à importância de estarmos atentos, também, às estratégias próprias da enunciatividade e da constituição dos objetos referenciais no mundo dos fenômenos religioso e político, pois, não haveria, necessariamente, uma simetria *a priori* entre os papéis desempenhados pelo mesmo sujeito empírico, no mundo religioso e no espaço da cidadania.

Feitas essas considerações iniciais e desviando o foco para a composição e organização da presente dissertação, cabe-nos destacar que o trabalho aqui apresentado está dividido em três partes distintas. Na parte I apresentaremos o quadro teórico geral da nossa pesquisa; daremos atenção aos aportes da teoria semiolinguística, ressaltando as noções de contrato e estratégias discursivas. Também da semiolinguística, serão fundamentais as questões relativas aos discursos propagandísticos, sobretudo o discurso político e o discurso religioso. Ainda na primeira parte, evidenciaremos outras contribuições fundamentais à nossa pesquisa, como as formulações sobre os discursos constituintes e perspectivas sobre os gêneros discursivos, nas quais se inserem as nossas compreensões acerca do discurso religioso e discurso político. Neste mesmo

momento do trabalho, far-se-á pertinente trazer à tona, enfim, contribuições sobre a persuasão, partir de categorias da tradição retórica.

Já na segunda parte, desta dissertação, vamos nos dedicar à apresentação dos procedimentos metodológicos e descrição do *corpus* da pesquisa. Em tal oportunidade, apontaremos as regularidades do *corpus*, as perspectivas genéricas e possibilidades da análise contrastiva. Daremos ênfase, também, neste momento, aos procedimentos de levantamento de dados do *corpus* de trabalho.

Por fim, na terceira parte, realizaremos a análise propriamente dita, tendo em mente as considerações feitas nesta introdução e que serão mais bem explicadas no decorrer deste texto. Assim, chamaremos a atenção para dois aspectos da análise: as restrições contratuais do objeto analisado e as estratégias discursivas colocadas em cena nos diversos fragmentos que compõem o *corpus*. No que se referem a esses aspectos, apenas já queremos destacar que, no âmbito das estratégias discursivas, a análise contrastiva terá como foco privilegiado a organização do discurso. E, no que tange a esta, focalizaremos, sobretudo, aspectos dos modos enunciativo e descritivo, colocados a serviço da argumentatividade; e a dinâmica persuasiva a partir do agenciamento de imagens de si pelos locutores e do envolvimento emocional dos alocutários.

PARTE I:
DEFINIÇÕES TEÓRICAS

1. A Teoria Semiolingüística

A teoria Semiolingüística, elaborada por Patrick Charaudeau, parece-nos bastante proveitosa a esta pesquisa na medida em que ela se apresenta como uma teoria global de Análise do Discurso, destinada ao exame das mais diversas manifestações da linguagem em situação de interação social. Tal perspectiva teórica será o “carro-chefe” da nossa pesquisa e, nesta primeira parte da dissertação, procuraremos evidenciar algumas das suas formulações, as quais nos parecem fundamentais. Em primeiro lugar, iremos nos ocupar das questões relacionadas à noção de “contrato de comunicação”, pois essa será uma problemática decisiva em nossa pesquisa. A partir do estabelecimento das bases para essa reflexão, procuramos apresentar algumas contribuições do autor para se pensar a questão dos gêneros do discurso.

Em seguida, passaremos à noção de “estratégia”, compreendendo tanto a organização do discurso quanto as orientações pontuais para se obter um determinado efeito, numa situação de comunicação. Por esse motivo, destacamos, dentre as preocupações estratégicas, algumas questões relacionadas à persuasão política (o *ethos*, o *pathos* e o *logos*) combinando, assim, algumas percepções originárias da retórica antiga ao tratamento dado a essas provas do discurso no quadro teórico da semiolingüística.

Outra proposição teórica de destaque no desenvolvimento desta pesquisa é a teoria dos discursos constituintes, de Dominique Maingueneau. Na segunda seção deste capítulo entraremos em detalhes sobre a mesma, mas vale ressaltar, aqui, a inclusão do discurso religioso dentre aqueles que possuem o estatuto constituinte para as demais tipologias discursivas. Desde os primeiros contatos com essa teoria, temos refletido sobre algumas características do discurso cristão evangélico e temos nos interrogado sobre as possibilidades de identificação de um caráter particular para tal produção discursiva fora de rituais mais simples da propagação da fé religiosa. Como nos parece ser o caso da produção em situação que combina finalidades típicas das campanhas eleitorais. Na medida em que a perspectiva de

Dominique Maingueneau relaciona-se, também, à questão genérica, articularemos aspectos das suas contribuições à teoria semiolingüística, de Patrick Charaudeau.

Por fim, esclarecemos que, sempre que julgarmos necessário, procuraremos inserir as contribuições de outros autores nesse quadro teórico de base.

1.1. A Encenação e os Sujeitos do Ato de Linguagem

A noção de sujeito tem sido objeto de diferentes definições, de acordo com a posição teórica de seus autores. Uma definição fundadora nos vem de Benveniste (1989), ao constituir o conceito de enunciação enquanto ato individual em que “o locutor se apropria do aparelho formal da língua e enuncia sua posição de locutor” (...) ao mesmo tempo em que “implanta o outro diante de si, qualquer que seja o grau de presença que ele atribua a este outro”. Ou, ainda mais especificamente, ao afirmar que a colocação da língua em movimento caracteriza-se pela acentuação da relação discursiva entre os parceiros, num quadro figurativo em que esses se colocam alternativamente como protagonistas da enunciação (BENVENISTE, 1989, p.84-7). A essa noção benvenistiana, que destaca o papel criativo desse sujeito (aquele que coloca a língua em movimento, por um ato individual), fazemos juntar a crítica bakhtiniana de que “a criatividade da língua não pode ser compreendida independentemente dos conteúdos e valores ideológicos que a ela se ligam e que, em decorrência, a estrutura da enunciação é uma estrutura puramente social, quer dizer o ato de fala individual (no sentido estrito do termo “individual”) é uma *contradictio in adjecto*” (BAKHTIN, 2006, p.132). Daí, a proposição que adotamos com a semiolingüística, numa hipótese de desdobramento do sujeito em dois circuitos distintos: um externo, referente às determinações sociais, e um interno, que diz respeito à manifestação do discurso. Tal noção leva em conta, então, aspectos

realçados pela noção benvenistiana, as reflexões importantes de Bakhtin, no quadro da interação verbal, e formulações específicas da pragmática¹⁰.

Esses sujeitos estão inseridos em um ato de linguagem, o qual Charaudeau (1983) identifica como uma das noções centrais à Análise do Discurso. Segundo o autor, diferentemente da pragmática, a teoria semiolinguística considera que o ato de linguagem não tem a sua performatividade inscrita na língua, em decorrência dos verbos ditos performativos ou em virtude das condições particulares de realização de um enunciado (primeira pessoa do presente do indicativo, na voz ativa). A performatividade do ato, afirma, relaciona-se ao conjunto da realidade linguageira. É um fenômeno que diz respeito à própria encenação do discurso, com os seus dois circuitos – externo e interno – e os sujeitos envolvidos na troca – parceiros e protagonistas. O circuito externo equivale ao exterior da encenação, como condição social de realização do ato; já o circuito interno relaciona-se à encenação discursiva do ato.

Dito de outra maneira, o ato de linguagem deve ser visto como um fenômeno de encenação linguageira que combina o *fazer* (circuito externo) e o *dizer* (circuito interno). O *fazer* corresponde ao papel social do sujeito falante e a um conjunto de atributos que a própria sociedade reconhece como pertencente a determinados ocupantes de lugares específicos. Vincula-se, então, ao lugar da *instância situacional*, e coloca em relação os *parceiros* do ato de linguagem: o *sujeito comunicante* (EU_c) – aquele que é responsável pela produção do ato de linguagem – e o *sujeito interpretante* (TU_i) – aquele que é responsável pela recepção do ato de linguagem. O *dizer* corresponde ao espaço interno de encenação do ato e tem a configuração do texto e a sua interpretação como evidências da sua realização. É o lugar da *instância discursiva* em que os participantes são percebidos enquanto seres *de palavra*: o *sujeito enunciador* (EU_e), como desdobramento do sujeito responsável pela produção do ato, e o *sujeito destinatário* (TU_d), enquanto imagem projetada para a recepção ideal do mesmo ato. O sujeito enunciador e o sujeito destinatário são também chamados *protagonistas* do ato de linguagem, pois vêm à frente do ato, enquanto materialidade discursiva.

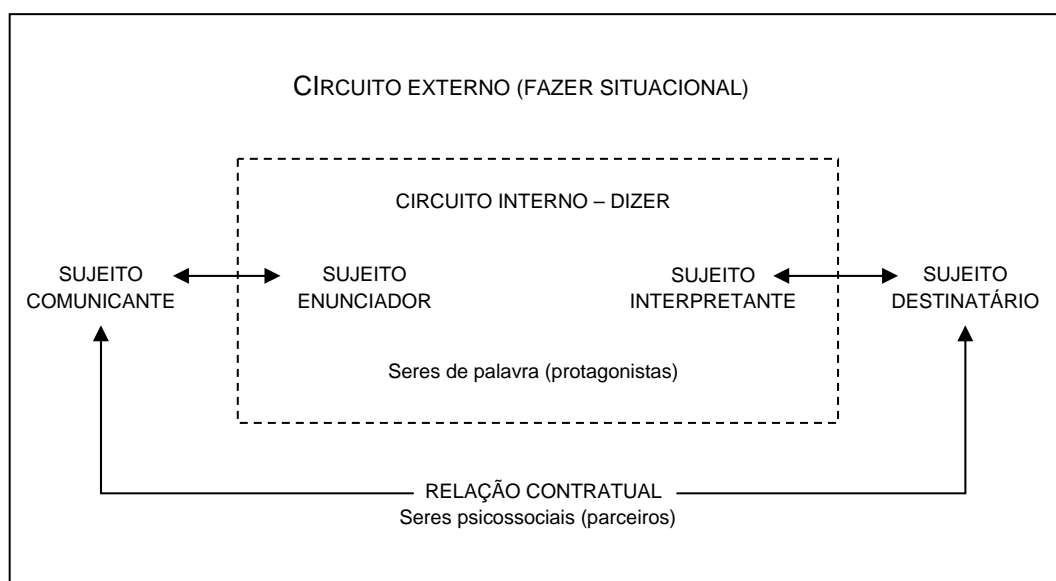
¹⁰ Cf. Charaudeau, (2005, p.11 -29).

Portanto, o desdobramento do sujeito falante/interpretante, nas instâncias de produção e de recepção do discurso, leva-nos a perceber a iminência de quatro sujeitos, sendo dois na posição de parceiros e os outros dois na posição de protagonistas. Os parceiros (EU_c e TU_i) da relação discursiva se colocam como “pessoas associadas”, reconhecidas a partir dos estatutos sociais que imaginam para si e, por isso, dignas *umas da outras*. Tais sujeitos encontram-se, portanto, implicados num quadro de reconhecimento mútuo e saberes compartilhados que lhes é proposto por uma *relação contratual*; ii) os protagonistas (EU_e e TU_d) assumem diferentes faces no jogo discursivo, “de acordo com os papéis que lhes são atribuídos pelos parceiros do ato de linguagem em função da relação contratual” (CHARAUDEAU; 2001, p.32). Esses *papéis* correspondem ao que o autor denomina *atitudes* ou *estratégias discursivas*:

Para melhor visualização desse dispositivo, apresentaremos a seguir um esquema básico da encenação do ato de linguagem, desenvolvido por Patrick Charaudeau em diversas das suas obras:

Quadro 1:

A ENCENAÇÃO DO ATO DE LINGUAGEM



Charaudeau (2001) destaca que todo ato de linguagem deve ser visto como “produto da ação de seres psicossociais que são testemunhas, mais ou menos conscientes, das práticas sociais e das representações imaginárias da comunidade a qual pertencem”. Quer dizer, não se trata de um fenômeno completamente consciente da parte dos sujeitos, contudo, todo ato é “subsumido por um certo número de rituais sociolinguageiros” e deve ser considerado como uma “interação de intencionalidades” (CHARAUDEAU; 2001, p.29).

Dessa maneira, os sujeitos do discurso são, ao mesmo tempo, *determinados* – em parte – e *livres* – em parte. Eles são determinados na medida em que participam das práticas sociais, desempenhando papéis mais ou menos definidos, de acordo com os rituais da comunidade e, também, pela participação nas práticas discursivas dessa mesma comunidade, com as suas expectativas e possibilidades da fala regular. Essas determinações funcionam, de maneira geral, como restrições situacionais do *contrato de comunicação*, informando-nos sobre quem pode ter acesso à palavra, o que pode ser dito e como pode ser dito (os gêneros do discurso). Entretanto, os mesmos sujeitos são livres para realizar escolhas e colocar em ação atitudes discursivas ou as estratégias (enunciativas, enuncivas, de valores, de credibilidade/identidade e de captação) que lhes pareçam ser as mais adequadas para se individualizarem e para atingirem a finalidade da troca.

Ora, se os sujeitos interagem num espaço de determinação e de liberdade, a intercompreensão deve corresponder a uma busca comum. Por essa razão, pode-se dizer que os sujeitos interagem movidos por uma *intencionalidade* mútua, participante, ela mesma, de convenções sociodiscursivas. Quer dizer, a adequação de um enunciado é, tanto na produção quanto na recepção, função da conformidade dos sujeitos a um conjunto de regras institucionais que conferem à intenção de comunicação um valor coletivo (ou público), como afirmam Paveau & Safarti (2006) a respeito do postulado de Intencionalidade, de Searle¹¹.

¹¹ Cf. SEARLE (1980, p.66): “Do lado do falante, dizer e querer significar alguma coisa está estreitamente ligado com a intenção de produzir certos efeitos no ouvinte. Do lado do ouvinte, entender a enunciação do falante está fortemente ligado ao reconhecimento das suas intenções. No caso das enunciações literais, a ponte entre o falante e o ouvinte é dada pela língua que eles têm em comum”.

Em decorrência da orientação intencional dos sujeitos, podemos realçar, agora, os quatro princípios constitutivos do ato de linguagem, descritos por Charaudeau (2005, p.15): i) *princípio de alteridade*: os parceiros do ato de linguagem devem se reconhecer como semelhantes e diferentes, quer dizer, tendo universos de referência e finalidades em comum, eles são identificáveis pela dissemelhança e cada qual se situa num espaço distinto do ato de linguagem – o que fundamenta o aspecto contratual de todo ato de comunicação; ii) *princípio de pertinência*: os parceiros estão em condições de reconhecer saberes e os universos de referência em que se instala o objeto da relação discursiva; iii) *princípio de influência*: o sujeito que produz um ato de linguagem o faz segundo uma finalidade, quer dizer, ele procura atingir seu parceiro, para levá-lo a uma ação, conquistar a sua adesão intelectual a uma tese, orientar o seu pensamento ou afetá-lo emocionalmente; iv) *princípio de regulação*: na medida em que toda influência gera uma contra-influência, os parceiros buscam controlar a relação discursiva para que não haja dispersão ou ruptura da fala.

Avançaremos, a seguir, a nossa compreensão sobre o contrato de comunicação e algumas conseqüências dessa noção.

1.2. O Contrato de Comunicação

No *Dicionário de Análise do Discurso*, Patrick Charaudeau define o contrato de comunicação como o “conjunto das condições nas quais se realiza qualquer ato de comunicação (qualquer que seja a forma, oral ou escrita, monolocutiva ou interlocutiva)”. Trata-se, como afirma o autor, de uma noção central, pois não há relação discursiva fora do contrato. De fato, qualquer que seja a situação de comunicação, os parceiros do ato de linguagem se encontram diante de um conjunto de dados pré-definidos ou restrições psicossociais que deverão ser levadas em conta na troca discursiva, como condição de uma intercompreensão possível. Os

parceiros são obrigados a reconhecerem essas restrições. Em geral, elas constituem-se como um conjunto de regras ou normas de conduta da sociedade, reconhecidas em meio às convenções comunitárias e, de maneiras mais específicas, podem aparecer em ordenamentos e manuais de condução das rotinas languageiras.

O contrato de comunicação, enquanto conjunto de restrições compartilhadas pelos parceiros, é o que estrutura uma situação de troca verbal para que ela esteja em condições de produzir atos de linguagem válidos, quer dizer, atos que correspondam à intencionalidade do sujeito comunicante e possam ser interpretados pelo sujeito que os recebe. Coloca-se, dessa maneira uma problemática de *reconhecimento mútuo*: é preciso que os parceiros possuam um certo saber em comum, no nível das idéias, mas também no que diz respeito às restrições relativas aos rituais sociolinguageiros que determinam o quadro situacional no qual eles se encontram engajados. A partir desse reconhecimento contratual é que se pode vincular o texto e o contexto, o dizer e a situação de dizer, dando sentido ao próprio discurso. Ou seja, para a validade de um ato, é necessário que os parceiros se reconheçam como portadores do direito à fala (princípio de alteridade) e possuam em comum um mínimo de saberes relativos à troca discursiva (princípio de pertinência). Estes dois princípios são, portanto, orientadores da noção de contrato.

A noção de contrato é, portanto, fundamental para se compreender as coerções que estruturam e determinam – em parte – o jogo da troca discursiva. Tais coerções são provenientes, em geral, da conjugação de quatro fatores que compõem a situação discursiva: a identidade dos parceiros (quem fala a quem? Quais são os lugares físico-sociais que eles ocupam na troca?); a finalidade que liga os parceiros, em termos de objetivos da troca (para quê falam um ao outro?); a proposição, tema ou macrotema que é objeto da troca (sobre o quê falam?); o dispositivo, que é o meio físico ou canal da interlocução, que organiza as maneiras de dizer (como falam?).

Podemos dizer, então, que, como instruções de conduta discursiva, o contrato é aquilo que nos permite atribuir significado a um texto (escrito ou oral) a partir das suas condições de comunicação e antes mesmo de uma leitura ou escuta completa do mesmo: quando estamos diante da publicidade de um determinado bem de

consumo, por exemplo, sabemos de antemão que o objeto será apresentado como um bom produto (qualidade e/ou preço) para que ele possa ser percebido, de maneira privilegiada, com um objeto de desejo privilegiado pelo consumidor potencial; quando nos encontramos diante da declaração de um político na televisão, compreendemos que se trata do discurso político de um candidato às eleições, antes mesmo de escutar aquilo que o candidato declara, naquele momento específico; quando alguém que participa de rituais religiosos de igrejas cristãs-evangélicas se encontra numa situação de culto, diante da fala do pastor, ele possui, de antemão, uma significação geral da possibilidade dos enunciados; quando o estudante se encontra no interior da sala de aula, ao ouvir a fala do professor, já possui instruções sobre o contrato de ensino; quando se recebe uma carta pelo correio, antes de abri-la e a partir da leitura das inscrições no envelope, sabe-se já que se trata de um contrato de carta administrativa, financeira, profissional, oficial ou íntima. Quer dizer, o reconhecimento do contrato é algo que já temos incorporado em nossa memória, na medida em que participamos das trocas sociais e linguageiras. E ao percebê-lo como instruções discursivas, realçamos o seu funcionamento como limite à co-construção do sentido, determinando em parte as ações de fala dos parceiros do ato de linguagem, sobretudo, instruindo-nos acerca das atitudes discursivas e das configurações genéricas – temas que passaremos a tratar nas próximas seções.

1.3. As Atitudes ou Estratégias Discursivas

O termo estratégia tem origem na arte de conduzir operações de um exército sobre um campo de ação, e, por isso, passou a ser utilizado em relação à atividade militar ou como modo de apreensão de um objeto de ensino específico (*cursos e estratégias de ensino e de aprendizagem*). Mas, tal noção, “acabou tomando um sentido mais geral, designando toda ação realizada de maneira coordenada para atingir um certo objetivo”, como nos lembram Charaudeau e Maingueneau (2006).

Em Análise do Discurso, a noção de estratégias tem permitido alguns consensos, dentre os quais que: 1) elas estão relacionadas ao modo como o sujeito (individual ou coletivo) é conduzido a escolher (de maneira consciente ou não) um certo número de operações languageiras; (2) o termo só tem sentido se relacionado a um quadro de restrições, quer se trate de regras, de normas ou de convenções de uma comunidade; (3) falar em estratégias leva a se colocar a questão da existência de um *objetivo*, de uma *situação de incerteza*, de um *projeto de resolução do problema* colocado pela incerteza e de um *cálculo*. (Charaudeau, 2006a).

Para a teoria semiolingüística, em especial, a noção é fundamental, e está vinculada à existência de “um quadro contratual que assegura a estabilidade e a previsibilidade dos comportamentos”. A partir do reconhecimento desse quadro contratual, o sujeito pode jogar, intervindo nos próprios dados que o constituem, para atingir certo objetivo. Daí a noção de que as atitudes ou estratégias discursivas localizam-se no espaço interno do ato de linguagem e correspondem às possíveis escolhas que os sujeitos podem fazer na encenação do ato. Quer dizer, o *sujeito comunicante* coloca em cena, pelo discurso, determinadas *intenções*, que podem ser conscientes ou não, para produzir/obter certos *efeitos* no “outro” – o sujeito interpretante (princípio de influência). Esses efeitos, pretendidos pelo sujeito comunicante estão ligados à persuasão e/ou sedução e visam levar o leitor ou ouvinte real – (TU_i) – a se identificar com o leitor ou ouvinte ideal (TU_d). Contudo, não há garantia de sucesso da relação discursiva, o que leva os sujeitos envolvidos a buscarem um certo controle da interação (princípio de regulação), em torno de atitudes discursivas de legitimidade, de credibilidade e de captação. (Voltaremos a essa questão na seção referente à argumentação na teoria semiolingüística.)

A partir da colocação em movimento de formas da língua, podemos dizer, então, que os sujeitos “colocam em cena” *atitudes enunciativas* (decorrentes de modalidades *alocutivas*, *elocutivas* e *delocutivas*, no modo enunciativo do discurso), *enuncivas* (relativas aos modos de organização descritivo, narrativo e argumentativo), de *valores* (ético, pragmático, hedônico e de verdade), de *credibilidade/identidade* (relativas ao *ethos* ou *imagens de si*, enquanto sujeito sério, familiar, honesto, salvador, solidário etc.) e *captação* (relativas ao *pathos* ou *efeitos patêmicos* de temor, esperança, coragem, cólera, indignação etc.). Voltaremos a

essa questão nas seções referentes aos modos de organização do discurso e às estratégias persuasivas.

1.3.1. Estratégias Enunciativas e Modos de Organização do Discurso

Os Modos de Organização do Discurso constituem os princípios de organização da matéria lingüística que se apresentam numa relação discursiva. Segundo Charaudeau (1992), os modos de Organização do Discurso são: o Enunciativo, o Descritivo, o Narrativo e o Argumentativo. Cada um desses Modos de Organização possui uma função de base e um princípio de organização. A função de base vincula-se à finalidade discursiva: o que é “enunciar”? o que é “descrever”? o que é “contar”? e o que é “argumentar”? O princípio de organização diz respeito à lógica específica de construção de determinado Modo e à “encenação”.

Em nossa pesquisa, utilizaremos os Modos de Organização Enunciativo e Argumentativo, principalmente. A utilização do Descritivo e do Narrativo será bastante pontual, por isso, faremos uma apresentação bastante sintética dos mesmos.

1.3.1.1. O Modo de Organização Enunciativo e as Modalidades Locutivas

O Modo Enunciativo desempenha uma função particular, pois tem por missão dar conta da posição do locutor com relação ao interlocutor, a si mesmo e aos outros. Cabe a ele, também, intervir na encenação de cada um dos outros

modos, dando-lhes características específicas, de acordo com os projetos de fala da encenação. O conhecimento sobre a posição do locutor no discurso é indispensável para se perceber o comportamento discursivo, mas também a relação de influência que se encontra no jogo. São três as posições possíveis:

(1) *do locutor em relação ao interlocutor* ou “*comportamento alocutivo*”: dá-se quando “o sujeito falante enuncia sua posição em relação ao interlocutor, implicando-o no seu dizer e impondo-lhe um comportamento. Em tal *relação de influência*, o locutor age sobre o interlocutor, convocando-o a responder e/ou reagir. De acordo com os papéis languageiros que o sujeito falante atribui a si e ao seu interlocutor, ele se coloca numa posição de *superioridade*, numa *relação de força* que se dá a partir de modalidades de “*Injunção*”, “*Interpelação*”, “*Convocação*” etc., relacionadas à execução de uma ação (*fazer fazer / fazer dizer*); ou numa posição de inferioridade em relação ao interlocutor, numa solicitação que estabelece uma relação de petição, nas modalidades de “*Interrogação*”, de “*Petição*” etc. (o locutor necessita do *saber* e do *poder fazer* do interlocutor).

(2) *Do locutor para si mesmo* ou *comportamento elocutivo*: dá-se quando o sujeito falante enuncia seu ponto de vista sobre o mundo sem implicar o seu interlocutor nessa tomada de posição. O efeito desse tipo de enunciação é uma modalidade subjetiva que revela o ponto de vista interno do sujeito falante, situando o propósito referencial no seu próprio universo de discurso. O seu “ponto de vista sobre o mundo” pode ser especificado como: *modo de saber* – que especifica de que maneira o locutor *tem conhecimento* de um Propósito, correspondendo às modalidades de “*Constatação*” e de “*Saber / Ignorância*”; *avaliação* – que especifica de que maneira o sujeito julga o Propósito enunciado, correspondendo às modalidades de “*Opinião*” e de “*Apreciação*”; *motivação* – que especifica a *razão* pela qual o sujeito é levado a realizar o conteúdo do Propósito referencial, correspondendo às modalidades de “*Obrigaçã*”, “*Possibilidade*” e “*Querer*”; *engajamento* – que especifica o grau de *adesão* ao Propósito, correspondendo às modalidades de “*Promessa*”, “*Aceitação / Recusa*”, “*Acordo / Desacordo*”, “*Declaração*”; *decisão* – que especifica tanto o *estatuto do locutor* quanto o *tipo de decisão* que o ato de enunciação realiza, correspondendo à modalidade de “*Proclamação*”.

(3) *Do locutor para um terceiro* ou “*comportamento Delocutivo*”: dá-se quando o sujeito falante se apaga de seu ato de enunciação e não implica o interlocutor. Neste caso, o locutor testemunha a sua maneira pela qual os discursos do mundo (um terceiro) se impõem a ele, resultando uma enunciação aparentemente objetiva que retoma, no ato de comunicação, Propósitos e Textos que não pertencem ao sujeito falante (ponto de vista externo). Apresentam-se, portanto, sob duas possibilidades: o propósito se impõe por si só – o locutor diz “como o mundo existe” relacionando-o a seu modo e grau de asserção, como ocorre nas modalidades de “Evidência” e “Probabilidade”; o propósito é um texto já produzido por um outro locutor, e o sujeito falante atua apenas como um relator (mais ou menos objetivo), evidenciando as diferentes formas de “Discurso relatado”.

1.3.1.2. O Modo de Organização Descritivo

O Modo de Organização descritivo nomeia, localiza e qualifica as visões do mundo, através da linguagem. Nomear é dar existência aos seres, pela percepção de diferenças e relacionando tais diferenças a alguma semelhança (princípio de classificação), por meio de procedimentos de identificação (nomes comuns e nomes próprios). Localizar-situar é determinar o lugar que os seres ocupam no espaço e no tempo, atribuindo-lhes características. Para tal, o sujeito dispõe de procedimentos de construção objetiva do mundo, qualificando os seres com a ajuda de traços que possam ser verificados por qualquer outro sujeito além do sujeito falante. Qualificar é caracterizar e especificar do seres, classificando-os. Trata-se no caso de lançar mão de procedimentos de construção ora objetiva (visão universal, correspondente ao imaginário coletivo), ora subjetiva do mundo (visão singular, correspondente ao imaginário pessoal do sujeito).

1.3.1.3. O Modo de Organização Narrativo

O Modo de Organização Narrativo é o Modo que permite observar as visões do mundo em suas expressões narrativas. A ordem do narrar relaciona-se a um encadeamento progressivo das ações, realizadas pelos sujeitos, sobre fatos experienciados no mundo. O sujeito que narra, segundo Charaudeau (1992) aproxima-se das experiências vividas, mesmo que de forma ficcional, buscando se ater à forma como os seres se transformam sob o efeito de suas ações.

Os procedimentos da encenação narrativa dizem respeito à identidade, ao estatuto e aos pontos de vista do narrador textual. Toda narrativa se apresenta como um conjunto organizado e contado por um narrador, contudo, isso é apenas aparência, já que o processo de narração comporta muitos tipos de sujeitos, cada um com identidade própria e papel particular na encenação de uma narrativa. Desse ponto de vista, podemos perceber uma diversidade de intervenções e identidades do narrador, como em situações em que esse coincide com o autor, resultando em procedimentos de *presença intervenção do autor; presença e intervenção do autor-escritor; presença e intervenção do narrador*, e procedimentos em que *quem é o narrador*, sendo esse: *aquele que conta a história de um outro; aquele que conta a sua própria história; ou quando existem muitos narradores.*

1.3.1.4. O Modo de Organização Argumentativo

A atividade argumentativa define-se por uma relação triangular em que os pólos são: um *sujeito argumentante*, uma *tese* sobre o mundo e um *sujeito alvo*.

Como afirma Charaudeau (1992), esse Modo tem por função permitir a construção de explicações sobre asserções feitas acerca do mundo, numa dupla perspectiva de razão demonstrativa e razão persuasiva objetiva:

- Uma busca de racionalidade que possa servir como *ideal de verdade* quanto à explicação de fenômenos do universo que não possuam uma única explicação. Então, o que se apresenta é o verossímil, ou o que é aceito como verdadeiro pelas representações sócio-culturais entre os membros do grupo, num jogo de *verdade e universalidade* das explicações;
- Uma busca de influência, como *ideal de persuasão*, que consiste em fazer com que o outro (*interlocutor* ou *destinatário*) partilhe um certo universo discursivo, a fim de que este almeje ter o mesmo ideal, tornando-se, assim, um co-enunciador discursivo.

Para a consecução destes objetivos, o *sujeito argumentante* desenvolve 3 (três) atividades cognitivas, que consistem em *problematizar*, *elucidar* e *provar*, (CHARAUDEAU, 1999).

A primeira, *problematizar*, consiste em propor algo a alguém, não apenas assinalando o que deve ser objeto de questão, mas aquilo que é preciso que se pense acerca do tema. É pela problematização que o sujeito argumentante oferece ao seu interlocutor o meio (mais ou menos explícito) de situar o quadro de questionamento, ao qual é preciso relacionar o ato assertivo. Quer dizer, o sujeito argumentante impõe um domínio temático (tema) e um quadro de questionamento (proposição) que consistem em uma apresentação de asserções a propósito da qual o sujeito destinatário é conduzido a se interrogar, numa “condição de disputabilidade”.

A segunda atividade, *elucidar*, que corresponde ao posicionamento do sujeito, para fazer “o outro” *compreender* as razões que explicam o estado do *fato* asseverado ou as conseqüências possíveis desse sobre acontecimentos futuros. A elucidação pressupõe, então, que o fato seja averiguável e a sua existência não é colocada *sob júdice*. A argumentação não busca provar a existência do *fato*, e sim explicar o seu *porquê* e o seu *como*.

Elucidar significa entrar no universo de raciocínio do outro para fazê-lo adotar uma opinião diversa daquela que é a sua. Para isso, o sujeito argumentante se posiciona em relação à problematização que propõe, dizendo qual é o seu ponto de vista para decidir sobre as asserções apresentadas. Então, ele se engaja numa tomada de posição em defesa de uma das asserções, o que o conduz no mesmo instante a opor-se ao outro. Portanto, ele poderá argumentar em favor de uma posição; contra uma posição; contra uma posição e a favor de outra.

A terceira atividade cognitiva, *provar*, relaciona-se a um *fazer crer*, fundado no valor da elucidação. Ela oferece a chance para que o interlocutor “**se posicione** em relação à validade das elucidações possíveis e que, ao mesmo tempo, ele **forneça** ao interlocutor os meios de julgar a validade do ato de elucidação posto em cena a partir da problematização inicial”. Essa atividade compreende:

- *Argumentos* de ordem empírica, experimental ou estatística, tendo um *valor ético, pragmático* ou *hedônico*, e um
- *Posicionamento* do sujeito argumentante com respeito ao *sistema de valores* que circulam na sociedade à qual pertence.

O desenvolvimento dessas 3 (três) atividades cognitivas (*problematizar, elucidar* e *provar*) submete-se a situações particulares das trocas languageiras, onde tem lugar a argumentação. Isto é, elas ocorrem no interior de um determinado tipo de situação correspondente a um contrato de comunicação específico. O contrato apresenta-se, nesta perspectiva, como determinante para o conjunto dos argumentos.

Além disso, no interior do contrato, o *sujeito argumentante* pode desenvolver estratégias de argumentação específicas. Estas giram em torno de 3 (três) perspectivas, não exclusivas entre si, mas que se distinguem mais ou menos pela natureza de sua finalidade:

- *Legitimação*: visa determinar a posição de autoridade do sujeito, de modo que este possa responder à questão: “*Em nome do que estou autorizado a*

argumentar?” Trata-se de uma perspectiva voltada em direção ao próprio sujeito falante e pode fundar-se na sua posição de: a) *autoridade institucional* (estatuto de autoridade) e b) *autoridade pessoal* (autoridade de fato). Esta posição da autoridade pode ser pressuposta e percebida; pode também ser contestada.

- *Credibilidade*: visa determinar a posição de verdade do sujeito; responde à questão: “*Como posso ser tomado a sério?*”. Trata-se de uma perspectiva orientada para os saberes partilhados, em que o sujeito pode adotar duas posições: a) *neutralidade* (consiste em apagar todo traço de julgamento e de avaliação pessoal) e b) *engajamento* (o sujeito opta, de forma mais ou menos consciente, por uma posição na escolha dos argumentos e palavras).
- *Captação*: visa fazer com que o parceiro entre no quadro argumentativo do sujeito falante, de modo que este possa resolver o problema: “*Como fazer para que o outro possa ‘ser levado’ pelo que eu disse?*”. Para isso, o sujeito falante pode adotar objetivos de: a) *polêmica* (colocar em causa valores defendidos pelo parceiro – ou um terceiro – ou a legitimidade do próprio parceiro – conduzindo-se pela produção de um discurso de interpelação e b) *persuasão e dramatização* (o sujeito coloca em ação uma atividade discursiva composta por *analogias, comparações, metáforas*, etc., apoiando-se mais na crença do que em conhecimentos para forçar o outro a partilhar certos valores ou a sentir certas emoções).

A partir dessa compreensão, o Modo de Organização Argumentativo é o que organiza os raciocínios e argumentos em sistemas de valores, num determinado discurso. Assim, ele constitui a mecânica para a produção de argumentações na forma interlocutiva (dialogal) e forma monolocutiva, seja ela escrita ou oral. E, os seus procedimentos, de acordo com Charaudeau (1992, p. 814), têm por função essencial *validar* uma argumentação; isto é, mostrar que o *quadro de questionamento* é justificável. Assim, eles apontam para a prova.

Os procedimentos da encenação discursiva contribuem, então, cada qual de uma maneira particular, para situar o lugar que possibilita provar a validade de uma argumentação. Eles são classificados em *procedimentos semânticos*, *procedimentos discursivos* e *procedimentos de composição*. Os procedimentos semânticos apóiam-se nos valores expressos pelos argumentos. Eles consistem na utilização de um argumento que repousa sobre um *consenso social*, do fato que os membros de um grupo sócio-cultural partilham determinados domínios de avaliação. Esses domínios são em número de cinco: *domínio da verdade*; *domínio estético*; *domínio ético*; *domínio hedônico*; *domínio pragmático*. A estes domínios correspondem valores, que são normas de representação social.

Os *procedimentos discursivos* baseiam-se no uso de categorias lingüísticas. Eles consistem em utilizar pontualmente ou sistematicamente determinadas categorias da língua, ou os procedimentos de outros Modos de Organização do Discurso, para em um quadro de uma argumentação produzir certos efeitos de persuasão. Entre esses procedimentos, destacam-se a *definição*, a *comparação*, a *citação*, a *descrição*, a *narrativa*, o *questionamento*.

Os *procedimentos de composição* correspondem à *organização* textual. Eles podem ser utilizados pelo sujeito comunicante em um texto oral ou escrito. Consistem em repartir, distribuir e hierarquizar os elementos do dispositivo argumentativo ao longo do texto, de forma a facilitar o reconhecimento de diferentes articulações do raciocínio ou a compreensão das conclusões da argumentação. Correspondem a *composição linear* e a *composição classificatória*.

Do ponto de vista das estratégias argumentativas, podemos falar então, que elas podem intervir em diferentes níveis da argumentação: no nível do posicionamento do sujeito, no nível da problematização e no nível da prova. Em cada um desses níveis as estratégias se colocam a serviço de expectativas de influência: *legitimação*, *credibilidade* e *captação*. Podemos descrevê-las, assim, como participantes dos procedimentos discursivos (*definição*, *citação*, *descrição* *narrativa* etc., no nível da problematização), da constituição de imagens de si pelo sujeito argumentante, no nível do posicionamento, e das atitudes de valores, enquanto procedimentos semânticos, no nível das estratégias de prova. Contudo, para favorecer uma interação com a perspectiva retórica e a chamada

“argumentação no discurso” (AMOSSY, 2005), vamos falar especificamente das estratégias de persuasão retórica: o *ethos*, o *pathos* e o *logos*.

1.3.1.5. Estratégias de Persuasão Retórica: o *ethos*, o *pathos* e o *logos*

A tradição retórica, com Aristóteles, inaugurou o estudo sobre as estratégias do discurso a partir da compreensão sobre as chamadas “provas de persuasão fornecidas pelo discurso”. Segundo Aristóteles (Ret., 1356a), elas são em número de três: “umas residem no caráter moral do orador [*ethos*], outras no modo como se dispõem o ouvinte [*pathos*]; e outras, no próprio discurso, pelo que este demonstra ou parece demonstrar [*logos*]. O *ethos* ou caráter moral é a estratégia correspondente ao orador. Ela se verifica na maneira como é proferido o discurso, deixando “uma impressão de que o orador é digno de fé”. Ele é uma pessoa honesta, sincera. E, acreditamos bem mais depressa em pessoas honestas, sinceras, do que naquelas cujos caracteres não conhecemos exatamente e/ou que deixam margem de dúvida.

O *pathos* diz respeito às emoções e paixões do auditório. Persuade-se pela disposição dos ouvintes, diz Aristóteles, quando estes são levados a sentir emoção por meio do discurso, pois “os juízos que emitimos variam conforme sentimos tristeza ou alegria, amor ou ódio”. Os sentimentos e paixões eram uma estratégia bastante em voga na discursividade dos tribunais da Antiguidade, quando se apelava de maneira tenaz para a emoção dos juízes e do corpo de jurados. Algo que nos parece ainda comum, quando focalizamos a atenção para o Tribunal do Júri.

O *logos* corresponde ao discurso, quando mostramos a verdade ou o que parece ser verdade, a partir do que é persuasivo em cada caso particular. O *logos* representa, portanto, aquilo que se apresenta como discurso (a encenação por meio do código verbal) e a racionalidade que o constitui; quer dizer, é uma estratégia

relacionada à forma e aos modelos de raciocínio *dedutivo* (o *entimema*) e *indutivo* (o *exemplo*).

No período atual, a Análise do Discurso tem retomado o interesse pelas categorias retóricas, reinterpretando-as no cenário de complexidade das relações de fala, da mídia eletrônica, e de expansão do conhecimento sobre a linguagem e sociedade. Vale ressaltar, aqui, autores como Dominique Maingueneau, Ruth Amossy e Christian Plantin, que seguem tal direção, contribuindo com sucesso para essa pesquisa.

Patrick Charaudeau, em artigos recentes também realiza importante pesquisa neste sentido. Falando-nos, especificamente, acerca do discurso político e do seu “ritual sociolinguageiro”, esse autor resalta três problemáticas fundamentais desse domínio:

(a) *como impor sua pessoa de sujeito falante ao outro*, uma questão que, segundo ele, responde à necessidade que o sujeito falante possui de fazer com que seja reconhecido como uma pessoa digna de ser ouvida (ou lida), seja porque a consideramos credível, seja porque podemos lhe atribuir confiança, seja porque ela representa um modelo carismático. Trata-se de um processo de construção de identidade e de imagem, uma problemática do que possa ter certo poder de atração sobre o auditório, na busca de adesão.

(b) *como tocar o outro*, enquanto objetivo que o sujeito falante pode ter, para fazer com que o outro não faça reflexões sobre a fala em questão, deixando-se levar pelos *afetos*. Nesse caso, o sujeito falante recorre a estratégias que tendem a tocar a emoção e os sentimentos do interlocutor, num processo de produção ou, ao contrário, para lhe fazer medo, numa problemática do *pathos* e da afetividade;

(c) *como organizar a descrição do mundo que propomos/impomos ao outro*. Tal fato se vê, de um lado, no ato de descrever e narrar os eventos do mundo e, de outro lado, em trazer explicações sobre o como e o porquê desses eventos. Vem à cena, então, tanto uma racionalidade narrativa quanto argumentativa, num processo de racionalização que nos leva a questionamentos relativos ao *logos* (CHARAUDEAU, 2007, p.244-5).

1.4. Gêneros discursivos: entre contrato e estratégias

A noção de gêneros discursivos tem origem na Antigüidade Clássica e remete-nos, primeiramente, à tradição estabelecida a partir da divisão aristotélica entre gêneros da poética (a *epopéia*, a *tragédia*, a *comédia*, o *lírico*, o *ditirambo* e, mais tarde, a *poesia*, o *teatro*, o *romance*, o *ensaio* etc.) e os gêneros retóricos (*deliberativo*, *judiciário* e *epidítico*). Na atualidade, com a complexidade das relações discursivas e ampliação do campo de reflexão das ciências da linguagem, a visão tradicional parece-nos insuficiente para o conhecimento do tema. Entretanto, devemos destacar que a nossa perspectiva, em acordo com a semiolinguística, constitui-se no desenvolvimento da tradição retórica, que percebe a problemática dos gêneros como algo relacionado à fala pública, enquanto instrumento de deliberação e de persuasão frente às necessidades de gerenciamento da vida e conflitos na *polis*.

Ao refletir sobre essa “continuidade” temática em relação às ciências da linguagem contemporâneas, Charaudeau (2004) põe em destaque três tipos de abordagem mais comuns, de acordo com as preocupações que elas realçam: a *ancoragem social*, a *atividade linguageira* e a *recorrência de marcas formais*. Para ele, essas abordagens não alcançam completamente a noção de gênero, pois incorrem em uma série de limitações que levam a outras dificuldades.

Ao considerar como determinante do gênero a *ancoragem social*¹², corremos o risco, de considerar o estatuto do ator social como determinante para julgar o discurso por ele produzido em relação ao domínio em que se insere, independente da avaliação de seu conteúdo. O problema que daí surge é o fato que a aceitação do discurso estaria totalmente dependente do estatuto de quem fala, de sua performatividade pragmática, em detrimento das teses ali apresentadas. Essa concepção é perigosa na medida em que fazer depender o discurso unicamente da

¹² Grifo do autor. Ao utilizar a expressão, Charaudeau associa a noção à de “ponto de referência”, na perspectiva sócio-interativa em Bakhtin, e à noção de “campo estruturado”, na sociologia dos campos de Bourdieu, preferindo, entretanto, compreendê-la como relativa a domínios de prática linguageira.

legitimidade do enunciador é desconsiderar a existência de características discursivas próprias de um domínio. No entanto, é necessário considerar que o domínio de prática social regulamenta as trocas, bem como as regularidades discursivas. Surge daí a necessidade de estruturar o domínio de prática social em um domínio de comunicação.

Ao considerar a *atividade linguageira* como determinante para o gênero, incorre-se em outra problemática, que é a de que correspondem a operações mentais. Duas tendências são apontadas por Charaudeau: uma *cognitiva*, que descreve as operações mentais em correspondência à organização textual, e uma *semiodiscursiva*, que considera todo texto heterogêneo, portanto, não se classifica gênero a partir de um texto, mas do que se encontra num nível mais abstrato, e constitui sua estrutura (armadura ou protótipo). Essas tendências estariam relacionadas a *esquematisações*, cuja configuração se marca por regularidades (narrativas, descrições, explicações...), o que Charaudeau prefere chamar de modos de organização do discurso. O fato é que um procedimento de organização pode ser configurado de várias maneiras e em diversos tipos de texto e, da mesma forma, um mesmo tipo de texto pode apresentar muitos procedimentos. O tratamento mostra-se então insuficiente para categorizar o gênero.

O terceiro tratamento apresentado por Charaudeau é a classificação de gêneros pela recorrência de *marcas formais*, que, segundo ele, traz, pelo menos, mais outros dois problemas. O primeiro problema relaciona-se ao sentido que estas formas são portadoras, levando-se em conta a polissemia das formas lexicais e pragmáticas. Uma mesma forma pode assumir vários sentidos, dependendo da intencionalidade e do contexto em que aparecer, a exemplo de uma interrogação, que, numa situação pode equivaler a *um pedido para fazer*, uma *injunção*, ou mesmo *um pedido para dizer*. Surge um primeiro obstáculo, que não é intransponível, no dizer de Charaudeau, mas que põe em xeque a classificação dos gêneros pelas recorrências formais. O segundo problema dentro dessa perspectiva, é que as recorrências não garantem que temos um tipo específico de texto. Questiona-se, assim, se as recorrências formais seriam exclusivas ou específicas de um tipo de texto. Se considerarmos que determinadas recorrências formais são exclusivas de um gênero, teríamos de provar, segundo Charaudeau, a exclusividade dessas formas no gênero em questão a partir de uma extensa e sistemática

comparação com outros textos. Se admitirmos que estas recorrências formais são específicas de um tipo de texto, mas não exclusivas, os textos agrupados constituem uma classe heterogênea diante da situação, embora possuam recorrências formais em comum.

Certamente, afirma Charaudeau (2004, p.18), a soma dessas regularidades a outras constituem as especificidades do gênero, mas nos remete ainda à questão de saber que critérios são necessários para identificar esse ou aquele gênero. Isso nos leva novamente à questão do domínio de prática social. Assim, as regularidades formais seriam somente traços caracterizadores, que trariam aos textos propriedades específicas e não definitórias.

Por fim, para fechar os questionamentos sobre as abordagens dadas ao gênero, Charaudeau considera que, ao opor o que acontece anteriormente à produção linguageira – *domínios de prática social* – ao que se passa depois – *características formais* – perguntando-se acerca do lugar que as atividades linguageiras ocupam, a questão fundamental que surge é a das *restrições* e da *liberdade* que o sujeito falante dispõe. Pois admitir que existem gêneros é admitir que a produção linguageira é submetida a restrições. Mas até que ponto essa restrições intervêm na produção do gênero? Em admitindo-se que elas se dão no nível formal, o sujeito não disporia, então, de nenhuma liberdade, sendo obrigado a submeter-se a formas já pré-estabelecidas, e desaparecer como sujeito. Se, por outro lado, admitir-se que as restrições agem no nível do domínio de prática social, o sujeito é determinado por seu estatuto social, o que diz e como diz pouco importa, pois tudo lhe é conferido anteriormente.

1.4.1. Restrições, Liberdade e Memória Genérica

Em sua relação com o mundo dos signos, para comunicar suas intenções e significá-las, é necessário ao sujeito referenciar-se nesse mundo. A socialização desse sujeito só é possível através da linguagem numa espécie de mão dupla: essa se constrói através do sujeito e esse só se socializa por meio daquela. Sujeito e linguagem se constroem mutuamente, graças à memória das normalizações sociais dos sentidos e formas que, segundo Charaudeau (2004,p. 19), subdivide-se em três.

Há uma *memória dos discursos*, na qual estariam os registros dos discursos que circulam na sociedade enquanto representações, em torno das quais se constroem as identidades coletivas e a sua fragmentação em “comunidades discursivas”. Essas comunidades discursivas reúnem sujeitos que partilham os mesmos posicionamentos e sistemas de valores. Outra memória é a *das situações de comunicação* que funcionam como dispositivos que normatizam as trocas comunicativas. Essa memória permite que os parceiros estabeleçam expectativas em relação a troca e se reconheçam como participantes da mesma. Trata-se de uma memória comunicacional que permite aos sujeitos reconhecerem essa ou aquela situação de comunicação e diferenciá-las umas das outras. A terceira memória é a *das formas de signos*, relacionada às escolhas de uma ou outra forma e o seu uso adequado. Constituem-se comunidades de “saber-dizer”, é necessário ao sujeito saber como falar, elaborar julgamentos sobre a maneira de se comportar e falar em nome das normas sociais partilhadas. Os sujeitos se reconhecem, portanto, pelo uso das formas de comportamento e da linguagem.

A articulação dessas três memórias (discursiva, situação de comunicação e a codificação das práticas languageiras) é o ponto de partida para uma proposta sobre os gêneros discursivos, pois:

(...) o sujeito social se dota de gêneros empíricos, e que, por meio de representações que ele se constrói deles pela aprendizagem e pela experiência, ele os erige em normas de conformidade languageira e

os associa aos lugares de prática social mais ou menos institucionalizados. (CHARAUDEAU, 2004, p.21)

1.4.2. Influência e “Visada” de Incitação: do *fazer crer* ao *fazer fazer*

O gênero deve então ser compreendido pela sua inserção social, pelas escolhas que o sujeito faz além do material lingüístico. A análise dos gêneros deve, segundo Charaudeau (2004), apoiar-se em uma teoria do discurso que tenha em conta os diferentes níveis de organização do fato linguageiro. Dentre tais níveis, referentes às noções de contrato e de estratégias discursivas, destaca-se o “princípio de influência”, na medida em que esse se coloca na origem de certos direcionamentos ou “visadas” discursivas.

As “visadas” são responsáveis pela orientação dada ao ato de linguagem de acordo com a intencionalidade do sujeito falante e da relação que este pretende estabelecer com o seu interlocutor. Um segundo aspecto é o duplo funcionamento dos mecanismos que estruturam o domínio de prática em domínio de comunicação, que se configura como um conjunto de situações de comunicação e, ao mesmo tempo, ordena a discursivização e conjunto de procedimentos semiodiscursivos.

Na situação de comunicação estão as restrições que determinam as expectativas dos parceiros durante a troca. As restrições emergem pela identidade e pelo lugar que ocupam na situação, pela finalidade “*que os religa em termos de visada*”, além do propósito e das circunstâncias materiais em que se realiza a troca. Essas restrições moldam as diferentes “*maneiras de dizer mais ou menos codificadas*” e podem ser de dois tipos, a saber: as *discursivas* que estão relacionadas aos modos discursivos, ao como dizer, sem necessariamente impor essa ou aquela forma; as *formais* que estão para o uso das formas obrigatórias, em todos os textos pertencentes a uma dada situação de comunicação.

Por fim, para compreender a questão de gênero é necessário considerar as “visadas” nele contidas. Elas correspondem a uma intencionalidade semiodiscursiva que determina a expectativa do sujeito de linguagem e da troca languageira. Dito de outra forma, elas estão relacionadas à intencionalidade do sujeito da linguagem, mas também é necessário, para que se confirmem, que o destinatário as reconheça. Charaudeau (2004, p;23-4) menciona seis tipos principais de “visadas”:

- *A visada de prescrição*: caracterizada pelo *fazer-fazer*, em que o sujeito enunciador quer *mandar fazer* e tem autoridade para tal; o sujeito destinatário então se vê num lugar de *dever-fazer*.
- *A visada de solicitação*: caracterizada pelo *fazer-saber*, em que o sujeito enunciador quer *saber*, e encontra-se em posição de inferioridade de *saber*, no entanto, sua solicitação é legitimada; o sujeito destinatário é, então, colocado na posição de “dever responder” à solicitação.
- *A visada de informação*: o sujeito enunciador quer *sabe*, e encontra-se numa posição de inferioridade diante do outro, mas está legitimado em sua demanda; o sujeito destinatário encontra-se, portanto, na posição de *dever-responder*.
- *A visada de “instrução”*: o sujeito enunciador quer *fazer saber-fazer*, e está em posição de autoridade para transmitir o *saber-fazer*, o sujeito destinatário encontra-se então em posição de *dever saber-fazer*, segundo um modelo (uma receita de *como fazer* ou modo de emprego).
- *A visada de demonstração*: o sujeito enunciador deseja estabelecer uma verdade por meio de provas, estando em uma posição de autoridade de saber (cientista, especialista); o sujeito enunciador encontra-se na posição de ter que receber e avaliar uma verdade.
- *A visada de incitação*: o sujeito quer mandar fazer (*fazer-fazer*), como na visada de prescrição. Entretanto, ele não se encontra em posição de autoridade. Para alcançar seu objetivo ele deve *fazer-criar* o seu

destinatário, por meio da persuasão e da sedução, fazendo-o acreditar que se ele agir, será para o seu próprio bem.

De acordo com Patrick Charaudeau, cada situação de comunicação seleciona uma ou mais “visadas” de acordo com a sua finalidade, combinando a identidade dos parceiros ao propósito e as circunstâncias em que se inscreve. No caso do nosso *corpus*, a hipótese que fazemos é que ocorre justamente uma movimentação de alguns elementos formais, languageiros e discursivos de uma situação de comunicação específica, articulada em um determinado domínio discursivo (o domínio religioso), para uma segunda situação de comunicação, pertencente, em si, a outro domínio de prática discursiva (o domínio político). E, em decorrência desse movimento discursivo, a visada específica do discurso religioso, em que o *fazer crer* se coloca como dominante, se transforma numa visada do *fazer-fazer*, numa característica mais próxima da posição hierárquica de superioridade social. Se confirmada a nossa hipótese, podemos falar, então, na verificação de uma mistura genérica que passa a orientar-se para uma nova finalidade sociodiscursiva (a persuasão/sedução eleitoral), de acordo com a identidade dos participantes, o propósito da interlocução e as circunstâncias de realização da relação discursiva.

1.4.3. O Discurso Político: dispositivo e estratégias

Charaudeau (2004) considera o discurso político como aquele que diz respeito a uma discursividade produzida e difundida no interior da sociedade e que, entre outras coisas, versa sobre um ideal de bem coletivo. O discurso político é um discurso difuso, ele não se circunscreve nesta ou naquela esfera social especificamente, características do discurso político são encontradas em diversos seguimentos e formas de organização sociais. Seguindo a teoria dos discursos constituintes (COSSUTTA e MAINGUENEAU, 1996), podemos observar que, embora o discurso político opere num universo de crenças partilhadas gerando

expectativas sobre os bens públicos, ele não é, de fato, um discurso estruturador, ainda que o pareça. Nenhuma cultura, embora em determinadas situações seja fortemente influenciada, é dominada por um discurso político, ao passo que o discurso político é estruturado pela cultura e/ ou sociedade em que é produzido. O discurso político manifesta-se como reflexo de um modo de organização social. Trata-se, é verdade, de um discurso estruturante, mas não fundador, pois não se coloca como limite na sociedade. Por isso, ele não é um discurso constituinte, mas forma-se a partir dos discursos dessa categoria e numa forte relação com a *doxa*¹³.

Segundo Charaudeau (1999), os discursos propagandísticos (como o discurso político e o discurso publicitário) têm por finalidade a persuasão e a sedução do outro para um fazer-fazer na sociedade, isto é, um sujeito comunicante na posição de benfeitor endereça-se a um sujeito interpretante na posição de beneficiário agindo sobre este para que realize uma ação. No caso do discurso político eleitoral, essa ação é o voto e, no limite, que o sujeito interpretante possa se tornar um co-enunciador discursivo.

Podemos observar, a esse respeito, que o discurso político pauta-se, geralmente, pelo uso do poder/autoridade engendrando pode-se dizer um imaginário de vida coletiva ideal em determinada população. Da mesma maneira, é um discurso em que se percebe a relevância da argumentação e do uso de estratégias para a formação de identidades coletivas amplamente compartilhadas. Por meio da persuasão e da sedução, o enunciador político procura formar uma convicção entre os cidadãos acerca da distribuição de bens públicos, gerando e realçando as expectativas quanto à realização do bem comum e de uma ordem justa, pelo uso da autoridade e da participação.

Ao falarmos em autoridade e participação, lançamos mão dos conceitos de legitimidade e lugares do discurso político, de suas instâncias, dos seus dispositivos e estratégias de captação e persuasão, tais como a constituição de um *ethos* e, conseqüentemente, as condições e disposições criadas na enunciação desse discurso.

¹³ Aqui tomamos *doxa* como um conjunto de crenças e saberes partilhados por determinada comunidade.

1.4.4. A Ação Política

A ação política está relacionada à organização da vida social, de como os indivíduos que a compõem se entendem para que os projetos de interesse coletivos possam ser definidos e, visando a um bem comum, para que haja também uma decisão coletiva. Para que ocorra essa decisão é necessário um espaço de discussão. Nesse espaço, não agem somente os atores políticos, mas membros de todos os setores da sociedade que estão, de certa forma, envolvidos nesse processo, requerendo, intervindo e, até mesmo interpelando. Charaudeau (2006a, p.19) nos fala de três instâncias implicadas na ação política.

A primeira seria a instância política – delegada por uma instância cidadã, e que assume a realização da ação política a princípio para a realização dos bens coletivos almejados pela instância cidadã que a delegou. A segunda seria a instância cidadã – que em sua origem escolhe seus representantes do poder e espera que, de fato os seus interesses sejam observados. A terceira seria a instância midiática – que não pertencendo à instância política se coloca como porta-voz da instância cidadã e como denúncia de seus interesses, à instância midiática cabe o papel de vigilante, de atalaia da sociedade.

No entanto, surge um conflito entre a instância política e a instância cidadã que a delega. A instância política chega ao poder segundo a vontade da instância cidadã, para que seus anseios em relação à vida pública sejam satisfeitos, ocorre que a instância cidadã desconhece os meios pelos quais os negócios do Estado se realizam. A instância política se vê então entre o que deve e como fazer (possível), e o que é desejável. Sua situação frente à instância cidadã é paradoxal à medida que deve assegurar o funcionamento da lei e garantir o consentimento e adesão daquela.

1.4.5. Espaço da Persuasão

Garantir a adesão dos espíritos à ação política faz pressupor um espaço de persuasão, onde a instância política pode jogar com argumentos de toda ordem. Ora suscitando paixões ora a razão. Charaudeau (2006a: 20) fala-nos sobre os valores que correspondem às idéias defendidas no espaço de discussões. Os valores são apreendidos coletivamente e manifestam-se na ação política como uma ação concertada sob a responsabilidade de entidades abstratas (Estado, República, Nação) que garantem os direitos e os deveres dessa coletividade, ao mesmo tempo em que a submete e a sobredetermina. Charaudeau retoma uma expressão de Paul Ricoeur ao falar sobre “desapropriação de indivíduos”, uma vez que não se trata mais de interesses individuais, mas de propriedade coletiva de valores.

Ao admitirmos que os valores sejam como uma apreensão coletiva, e que essa apropriação é o fim de uma discussão, dentro do espaço de discussão, temos também de admitir que no ponto de partida existam opiniões diferentes quando não opostas, sobre a definição dos fins e dos meios. Segundo Charaudeau, uma primeira consequência é que a coletividade deve se dotar de mecanismos que determinam o momento em que se pode considerar um estabelecimento de um acordo, e uma segunda consequência é que, mesmo com este acordo, as diferentes opiniões presentes no início das discussões não desaparecerão sob consenso. Uma sociedade é como um conjunto fragmentado de comunidades e opiniões diversas, à instância política cabe gerenciar os conflitos resultantes dos constantes confrontos entre as comunidades que se reúnem no espaço de discussão.

As estratégias das quais a instância política lança mão para que a ação se realize estão no uso da palavra. Já afirmamos aqui que o uso da palavra está imbricado em cada ação política gerenciando e regulamentando-a. É possível perceber que a palavra é um instrumento usado pelas três instâncias. Pela cidadã, que pode ser sentida nos protestos (ação) e declarações (palavra); pela midiática, que assume o papel de informante da verdade dos fatos (a palavra como ação), e que busca constantemente a adesão e a credibilidade pela instância cidadã; como

também, e principalmente, a instância política, que jogará com uma série de argumentos, em campanhas persuasivas (palavra) para que medidas concretas redefinam a situação (ação) e, ao mesmo tempo, ganhem os espíritos.

... a palavra intervém no espaço da persuasão para que a instância política possa convencer a instância cidadã dos fundamentos de seu programa e das decisões que ela toma ao gerir os conflitos de opinião em seu proveito. (CHARAUDEAU, 2006a, p.21)

1.4.6. As palavras no Campo Político

A análise do uso das palavras não pode desconsiderar o lugar do sujeito político na situação de comunicação, pois estando o sujeito dentro da situação de governança as estratégias às quais lançará mão certamente serão distintas das daquele que se encontra fora da situação de governança. Segundo Charaudeau (2006b, p. 258), em cada situação o sujeito agirá com estratégias diferentes, pois ele se encontrará em situações de legitimidade diferentes. Assim, vários tipos de palavras estão à sua disposição.

- a) Palavra de *promessa* – deve ao mesmo tempo definir uma idealidade social, que contenha nela certo número de valores e crenças sem, no entanto, deixar de ser realista. Deve também ser credível aos olhos da instância cidadã, para isso o orador deve ter credibilidade, como sujeito que suporte a convicção e a identificação a ele atribuída (*ethos*). O sujeito para alcançar a adesão ao seu projeto lançará mão ora à razão ora às paixões a fim de sensibilizar o seu alvo (*pathos*).

Fora da governança, o sujeito encontra-se em uma situação mais confortável, uma vez que basta que ele utilize-se da possibilidade de fazer promessas e revelações (*ethos* de profeta). Já na situação de governança, o sujeito defronta-se

com o fato de estar ligado à ação, mas ao mesmo tempo sob os olhares críticos do adversário e do cidadão ao qual é debitário em sua situação de poder. Segundo Charaudeau, dentro da governança surgem três tipos de palavra:

- b) de *decisão* – fundada sobre a legitimidade pode dizer sobre três coisas: i) que há uma desordem social o que é inaceitável, ii) portanto, é preciso tomar uma atitude que devolva a normalidade, iii) atitude essa que deve ser tomada no mesmo instante de sua enunciação. A palavra de decisão é transcendente à mera opinião pública e, marca “ao mesmo tempo anormalidade, necessidade e performatividade”.
- c) de *justificação* – toda tomada de decisão precisa ser relegitimada, pois está constantemente sendo questionada tanto pelos adversários quanto pela opinião pública, faz-se necessário lembrar a razão de ser de determinada atitude. “o discurso de justificação confirma o fundamento da ação e abre a possibilidade de ações complementares”
- d) de *dissimulação* – intrínseca ao discurso político, a dissimulação está relacionada ao fato de que o sujeito político ao tomar a palavra está sob os olhares atentos das críticas de seus adversários, da instância midiática e da instância cidadã. Tudo o que ele diz pode ser usado contra ele, ao menos que aprenda a antever e neutralizar essas críticas. O sujeito político aprende um jogo de máscaras que lhe permite articular pensamento e ação.

Charaudeau nos fala sobre a *mentira política* que assume um caráter singular, na medida em que cada situação a justifica sempre em nome do bem maior que é a de preservar ou a ação, ou o crédito a sua palavra, ou de reações violentas – preservando assim a ordem – ou a boa imagem do sujeito político e de seu partido, ou ainda a supremacia do Estado. A mentira, ainda que seja condenável, aparece como algo disseminado no discurso político.

Poderíamos mesmo dizer com certo cinismo que o homem político não tem de dizer a verdade, mas parecer dizer a verdade: o discurso político se interpõe entre a instância política e a instância cidadã criando entre os dois um jogo de espelhos. (CHARAUDEAU, 2006b, p. 264)

2. Teoria dos Discursos Constituintes

2.1. Discursos Constituintes e Discurso Religioso

A expressão "discurso constituinte" designa fundamentalmente os discursos que se propõem como "discurso de Origem", validados por uma cena de enunciação que autoriza a si mesma. Trata-se de uma categoria proposta por Dominique Maingueneau, na busca de apreender determinadas materialidades discursivas que detém poder constitutivo na sociedade contemporânea. Segundo Maingueneau (2008, p.201) são constituintes, os discursos que servem de fiadores para outros discursos, como o filosófico, literário, religioso e científico. Tais discursos têm em comum a característica de que não há outros que os precedam ou validem, eles "devem gerir, através de sua enunciação, seus próprios estatutos".

A noção de "constituição", diz Maingueneau, associada a de "constituinte" opera em duas dimensões indissociáveis: a constituição como organização textual e a constituição como ato jurídico (o ato reflexivo de "constituição" de uma entidade jurídica e a "constituição" como texto que resulta desse ato e que permite estabelecer as normas de uma coletividade). Segundo o autor, esse caráter constituinte faz com que os discursos participantes dessa categoria se coloquem como os *archeion* de uma sociedade. Ligado a *arché*, "fonte", "princípio" e, a partir daí, "comando", "poder", o *archeion* designa a base da autoridade: um palácio, por exemplo, um corpo de magistrados, mas também os arquivos públicos. Assim, o *archeion* relaciona-se ao trabalho de fundação *no* e *pelo* discurso, determinando um lugar associado a um corpo de enunciadores consagrados e a reelaboração permanente de uma memória.

Falando-nos acerca das dimensões da noção de "constituição" do discurso, Maingueneau (1998), explora três valores semânticos associados ao verbo *constituir* e o seu derivado nominal *constituição*: (a) a constituição como *ação de estabelecer*

legalmente permite caracterizar o discurso como instaurando as modalidades de sua própria emergência no interdiscurso; (b) a constituição como modo de organização, agenciamento de constituintes, permite colocar em evidência a coesão/coerência das totalidades textuais; (c) a constituição como *conjunto de disposições legais* determinando os direitos e deveres de cada um numa coletividade permite sublinhar que o discurso constituinte é precisamente levado a servir de norma e de fiador aos comportamentos de uma coletividade, determinando o lugar comum das falas que podem circular na sociedade.

O discurso religioso, como discurso constituinte participa de tais dimensões, nas mais diversas possibilidades de manifestação de fé: discurso religioso cristão, discurso religioso islâmico, discurso religioso budista etc. Também nos interior de tais configurações gerais, mantém-se o caráter constituinte, como exemplo, para o discurso religioso cristão: cristão-católico, cristão-evangélico, cristão-ortodoxo etc. Em cada uma dessas situações, os textos fundadores se mantêm como a verdade última, apreendida como dogma pelos praticantes.

Do ponto de vista dos atos de linguagem circulantes em tais discursividades, mantêm-se, entretanto, as formulações da teoria semiolinguística, referentes à encenação do ato, nas diversas situações de comunicação. Isto é, no que diz respeito ao dispositivo comunicacional do discurso religioso, podemos identificar um sujeito comunicante, como origem do processo na instância de produção, cujo modelo relaciona-se ao produtor ou mediador de bens de salvação, e como receptor alguém que se coloca na posição de seguidor religioso (fiel).

O discurso evangélico é uma tipologia discursiva que surge no interior do discurso religioso. Seu caráter discursivo, portanto, é constituinte, visto que se fundamenta em bases edificadas por ele mesmo. Aliás, trata-se, por um lado, de um discurso constituído, pois o segmento evangélico se apresenta como realidade [histórica] a partir de uma ruptura da Igreja Católica apostólica, no século XVI, diante da chamada Reforma Protestante. Por outro lado, enquanto discurso protestante, trata-se de uma tipologia com poder constitutivo de diversas modalidades de igrejas.

Do ponto de vista interno, o discurso evangélico consolida-se por um texto fundador (MAINGUENEAU, 2002), a “Bíblia”, composta por dois conjuntos de livros: o “Velho Testamento” e o “Novo Testamento”. Do “Velho Testamento” fazem parte

as obras e relatos anteriores ao nascimento de Jesus Cristo, a quem coube o papel fundacional da Igreja cristã. Tais livros predicam, principalmente, sobre a origem dos povos e as chamadas “leis divinas”. Do “Novo Testamento”, participam as obras que relatam a vida / vinda de Cristo e de seus ensinamentos, bem como a expectativa de sua volta prenunciada e propagada por seus seguidores. Esse último aspecto constitui-se fundamental para a recém formada igreja, e tem se mantido até os dias de hoje.

Toda produção discursiva, para ser reconhecida como evangélica, deve ser respaldada na Bíblia – que funciona como livro fundador da religião. O discurso evangélico é, assim, um discurso que se fundamenta e articula-se principalmente no uso da autoridade, e sobre a visão do sagrado e do profano.

Dessa forma, os seus enunciadores autorizados (bispos, diáconos, presbíteros, pastores) não falam por si mesmos, mas sim, como porta-vozes da palavra divina, gestores dos bens de salvação (BOURDIEU, 1992). Tais enunciadores, como veremos, predicam um discurso que influencia ou dita as posturas e/ou condutas sociais (ideais) de seus seguidores. O discurso religioso está estreitamente ligado ao estabelecimento e manutenção da ordem político-social. Seu foco, certamente, não é a gerência de aspectos sócio-políticos, mas mostra-se à vontade em manifestar-se sobre as questões sociais, quando interpelado, desde que as condutas e posturas sociais dependam do testemunho da fé.

2.2. Quem São os Evangélicos no Brasil?

Na obra *Os Evangélicos*, Clara Mafra (2001) relata-nos o percurso histórico desse segmento religioso no Brasil. Da chegada dos primeiros missionários, do surgimento das igrejas pentecostais às neo-pentecostais. Algumas informações sobre esse contingente parece-nos relevante para a compreensão de sua

discursividade, e em que medida ela influencia na configuração e/ou representação política de seus fiéis.

Inúmeras são as classificações levantadas para intitular o segmento protestante. Obtido através da Reforma em 1529, o termo evangélico já inserido em nosso contexto, significa difusores da palavra, propagadores de um novo pensamento religioso baseado principalmente no novo testamento. Entretanto, segundo Mafra, é necessário miscigenar o máximo de conhecimento histórico com o peso das modificações cotidianas, para realmente entendermos um pouco mais a fundo sobre este segmento.

O protestantismo chegou ao Brasil a partir de 1859, trazido por missionários, presbiterianos, com a missão de converter um país de catolicismo e crenças regionais, ambos pagãos, na concepção desses missionários, aos princípios religiosos corretos. Depois de muito tempo como grande receptor de missões, em pouco mais de um século, o Brasil passou a ser pólo de remessa de missionários a vários países, entre eles até mesmo os berços do protestantismo como Inglaterra e França. Esta característica de povo missionário cristão ainda é uma das mais fortes encontradas nos dias de hoje.

Os missionários estrangeiros tiveram grande dificuldade em se adaptar a cultura brasileira e em perceber que a ótica de suas “ovelhas” sobre conversão estava mais ligada a adaptações éticas e ritualísticas do próprio catolicismo, do que a uma nova religião, como eles acreditavam pregar. Aliás, o protestantismo sempre foi um campo aberto para várias interpretações e pensamentos distintos. Dá-se através deste campo, a criação das denominações que variam dos mais tradicionais (metodistas, luteranas e presbiterianas), passam pelos avalistas (Batistas e Quadrangulares), pelos pentecostais (Assembléias de Deus, tendo destaque para igrejas como Deus é Amor no campo mais ritualístico e Cristãs do Brasil, no campo doutrinário) e chegam aos Neo pentecostais (Universais do Reino de Deus).

2.3. As Principais Vertentes de Diferenciação

As denominações precursoras (Metodistas, Luteranas e Presbiterianas) têm rompido os anos com função de preservar o nome de seus fundadores (Calvino, Lutero e Wesley respectivamente). Suas raízes estão voltadas na conservação do senso crítico e na fundamentação de valores éticos. Estas denominações incentivam a evolução do membro em todas as nuances de sua vida, tanto do religioso quanto secular, por isso é capaz de captar membros de todas as classes, principalmente os mais instruídos e que buscam consistência teórica para sua fé.

Os batistas são a denominação que hoje mais se aproxima do modelo idealizado pelos missionários no início de sua evangelização ao Brasil. A disciplina e a construção do indivíduo crente estão aliadas à democracia na tomadas das decisões congregacionais, diferentes dos mais tradicionais, onde apenas um grupo de líderes opina pelo futuro do todo. Os batistas conseguem acoplar membros de diversas classes, pois sua teoria é quase sempre acessível a todos os intelectos. Apesar de não citada, podemos agrupar as Igrejas do evangelho Quadrangular a esta realidade.

As Assembléias de Deus foram um marco na mudança de pensamento protestante. Com o discurso não mais ligado ao estudo minucioso da palavra como fator relevante, mas a prática da fé, elas conseguiram atingir as classes mais baixas da sociedade. Suas restrições doutrinárias relacionadas principalmente às roupas e a abstenção de hábitos sociais como jogar futebol, também foram responsáveis pela captação de membros da terceira idade ou não tão modernizados.

As Igrejas Universais do Reino de Deus (IURDs) estão fortemente ligadas ao espiritualismo e a busca da prosperidade terrena, não tão valorizada nas últimas denominações citadas. A inclusão de ritos encontrados em religiões afros, como o candomblé, tem a função de atrair as pessoas à visão do sobrenatural e à luta constante do ser humano com as formas do mal. Apesar de completamente distinto, este segmento tem crescido muito na medida em que as pessoas procuraram uma explicação mais “divina” para a resolução de seus problemas.

Retomando nossas hipóteses, a consideração de um novo sujeito político é encontrada em Campos Machado ao discutir sobre novos atores religiosos e novos sujeitos políticos. Nos seus dizeres “as duas últimas décadas do século XX no Brasil foram marcadas por transformações culturais com importantes desdobramentos na política institucional”. Enquanto os católicos sofrem declínio, assiste-se a um crescimento significativo dos evangélicos, que segundo a autora chega a 100%. Nos interessa, a afirmação de que a curva ascendente dos evangélicos “encontra-se diretamente relacionada como movimento e difusão do pentecostalismo”. Ao afastar-se dos protestantes históricos, os pentecostais demonstram

...uma invejável capacidade de selecionar, ressignificar e incorporar elementos de outras tradições confessionais e da cultura política dos movimentos sociais desenvolvidos nos últimos vinte anos do século XX, o pentecostalismo adquiriu uma plasticidade e um caráter dinâmico que parecem paradoxais com o tradicionalismo que marcou a maior parte da história desse ramo do evangelismo. (CAMPOS MACHADO, 2006, p.21)

Embora o nosso objeto de pesquisa não seja especificamente o discurso político encontrado nas denominações pentecostais, chamou-nos a atenção o fato de, encontramos em nossa pesquisa bibliográfica estudos que apontam para uma representatividade significativa dessas denominações nas candidaturas evangélicas, principalmente membros da IURD e Assembléias de Deus. Sobretudo pela forte exposição de seus membros ao discurso de suas autoridades eclesiásticas.

Campos Machado cita uma pesquisa realizada pelo Núcleo Instituto de Estudos da Religião, em meados da década de 1990, que apontou para uma fragilidade da consciência cívica entre os evangélicos, e uma baixa participação política. Entretanto a pesquisa revela que nesse segmento os membros da IURD são os que mais exerciam participação política eleitoral. “Concluiu ainda que era forte o envolvimento dos fiéis da IURD com as estratégias eleitorais das lideranças de sua igreja”.

PARTE II:
METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS

1. Condições de Produção do Discurso

Nesta parte do trabalho, pretendemos evidenciar as condições de produção do discurso e a metodologia de tratamento e análise do *corpus* desta pesquisa. Para o primeiro aspecto, serão relevantes as considerações sobre as condições de produção do discurso, entendidas aqui como as condições em que ocorre a troca verbal. Diz respeito à articulação entre os fatores de ordem situacional e os de ordem discursiva. Em outras palavras entre a situação de comunicação e o contrato que é nela estabelecido.

A situação de comunicação pode ser compreendida como um conjunto de condições que organizam o ato de comunicação, ao mesmo tempo em que permite aos sujeitos nele envolvidos reconhecerem o objeto da troca e o seu sentido, bem como atribuírem sentido a esse objeto de acordo com o posicionamento ideológico que possuem. Na situação de comunicação encontram-se dados pré-existentes ao discurso, ou extralingüísticos, que funcionam como índices aos sujeitos da linguagem sobre a identidade, os lugares sociais e reconhecer, ao menos em parte, o objeto do ato de comunicação.

Mas, esse reconhecimento só é possível caso haja também um reconhecimento do contrato comunicacional estabelecido nessa situação de comunicação. Como vimos na primeira parte desse trabalho, é o que permite aos parceiros da troca se reconhecerem como sujeitos do ato de linguagem, qual a finalidade que os faz tomar a palavra e em que constitui o objeto do ato comunicacional. No contrato também se encontram as coerções que regulamentam a troca verbal, a saber, as circunstâncias em que essa ocorre – se estão em uma interação face a face ou separados fisicamente, por exemplo – e, a partir daí qual a postura e papel que cada sujeito deve assumir nessa interação.

Assim, a partir dos pressupostos supracitados, procuramos identificar em nosso *corpus* os índices que revelassem sobre qual situação de comunicação nos detínhamos e quais seriam os seres de palavra, também sociais, nela envolvidos. Diante disso, no próximo item, buscamos contextualizar as circunstâncias de sua produção e seleção.

2. O Contexto do *corpus*: as eleições de 2002 e 2006

No período das eleições do ano 2002, a cada programa eleitoral e a cada noticiário, presenciou-se um “bombardeio” de informações, sobre o público em geral, através das diversas instâncias midiáticas. Com a popularização da internet, a campanha incidiu, inclusive, em nossas caixas de correios eletrônicos – ainda com capacidade de armazenamento bem limitado comparada à da atualidade - que lotavam a cada dia. Ora por e-mails de comunidades que discutiam os rumos das eleições, os pronunciamentos do dia anterior, os posicionamentos dos diversos seguimentos sociais, ora por *spams* (lixos eletrônicos)¹⁴ relacionados à campanha e aos candidatos, o fato é que, com esse contexto propício, a campanha política assumiu, assim novas formas, usando de novas maneiras de abordar o possível eleitor.

Dentre as manifestações discursivas produzidas naquele momento, sobressaiu-se um discurso político-evangélico mesclado às campanhas eleitorais, aos seus questionamentos e posicionamentos, às candidaturas que surgiram no âmbito deste seguimento religioso. Tratava-se assim, de produções discursivas de três tipos: as produzidas por candidatos que professaram a fé evangélica; as produzidas pelos pares na fé – e não candidatos – a respeito do momento político; e, também, as produzidas por sujeitos fora do segmento religioso evangélico.

A participação dos evangélicos em grandes mobilizações, mais especificamente nas manifestações relacionadas ao espaço público, apontava, assim, para um lado militante desse segmento, o qual era pouco percebido e/ou

¹⁴ Cf. In.: “Spam é um dos vencedores das eleições 2002”, disponível em <http://www.terra.com.br/informatica/2002/10/07/012.htm>. O artigo comenta o número massivo de propagandas eleitorais enviadas pela internet, no ano de 2002.

explorado pelas ciências humanas e sociais até algumas décadas¹⁵. Assim, esse “novo” sujeito discursivo vinha se mostrando-se, de modo geral, mais atuante e atualizado com as questões sociais. Suas teses sociopolíticas mostravam-se, muitas vezes, militantes e engajadas e, não raro apresentavam propostas intervencionistas no que diz respeito à gestão pública. Assim sendo, uma reflexão sobre esse cenário poderia ser mais bem conduzida, se consideradas três constatações:

a) O aumento da representatividade do segmento evangélico no Congresso Nacional nas eleições de 2002, que chegou contar com 60 integrantes, perfazendo 10% do total de congressistas. No entanto, em 2006 esse número diminuiu para 30, o que talvez, indicasse um olhar atento de seus eleitores sobre as atividades de seus representantes e, possivelmente, uma resposta negativa à atuação de alguns parlamentares desse segmento, que tiveram seus nomes envolvidos em escândalos de corrupção.¹⁶

b) Em 2002, foi evidente o apoio eleitoral de evangélicos ao candidato à Presidência da República, Antony Garotinho – evangélico e identificado com este segmento¹⁷ – que partiu de uma campanha desacreditada no início de 2002, e alcançou 16,32% dos votos, garantindo o 3º lugar na corrida sucessória no primeiro turno; Em contrapartida, observamos o impacto que a negação ao lançamento de sua candidatura no ano de 2006 (pelo próprio partido), e a reação do

¹⁵ Durante a pesquisa sobre o tratamento dado à questão do discurso, encontramos trabalhos mais filiados à sociologia e às ciências políticas – o que nos ajudou em relação aos aspectos mais sociais desse discurso – entretanto, foram escassos os trabalhos que tratavam da materialidade discursiva e das suas condições de produção. Vale mencionar, também, que não encontramos até o período final de escrita desta dissertação nenhum trabalho cujo enfoque fosse na teoria semiolinguística. Outro dado é que todos os trabalhos que encontramos, independentemente do enfoque, tinham sido elaborados recentemente, a partir da década de 1990.

¹⁶ Cf. Folha Online - Brasil - Bancada evangélica no Congresso encolhe, aponta Diap - 11/10/2006. O Diap – Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar – mostra que entre os 49 atuais integrantes da bancada evangélica que não se elegeram ou sequer tentaram concorrer à reeleição, 16 tiveram o nome envolvido em casos de compra superfaturada de ambulâncias com dinheiro de emendas parlamentares. Cf. também: “Bancada evangélica cai para metade no Congresso”, disponível em: <http://www.estado.com.br/editorias/2006/10/12/pol-1.93.11.20061012.7.1.xml>.

¹⁷ “Pastores recomendam voto em Garotinho”, reportagem de Fernanda da Escóssia. Publicada no jornal *Folha de São Paulo* em 30/07/2001. Segundo a reportagem, líderes de denominações evangélicas afirmaram apoio à candidatura de Garotinho, e o pedido de votos para o candidato em suas pregações.

candidato¹⁸ tiveram nas mídias e na expressividade eleitoral desse segmento durante o pleito.

c) O esforço pela realização de aliança política com representantes deste segmento, no segundo turno das eleições de 2002, tanto da parte do candidato Luiz Inácio Lula da Silva, quanto do candidato José Serra, como reconhecimento do peso identitário desse segmento.¹⁹ Fenômeno também observado durante o primeiro e o segundo turnos da campanha em 2006, entre os candidatos Luiz Inácio Lula da Silva e Geraldo Alckimin.

2.1. Apresentação e descrição do *corpus*

Ante ao quadro acima descrito, o aumento da participação política dos evangélicos passou a alterar a sua produção discursiva, dando-lhe novas características. Para o que nos interessam cabe destacar, principalmente, o fato de que se tornou notória a incidência das questões políticas nesse discurso. Longe de ser um discurso pronunciado somente pelo profissional da política identificado com o segmento evangélico, mas também pelos seus pares, esse discurso pôde ser, então, identificado como participante de um gênero híbrido. Gênero este que não seria puramente político – uma vez que seria tematizado a partir de um ponto de vista transcendente, de acordo com pressupostos cristão-evangélicos –, mas também não seria somente religioso, pois se preocuparia com questões públicas, relacionadas estritamente à deliberação política e à gestão da vida em sociedade.

¹⁸ Cf. Garotinho anuncia greve de fome em protesto a "boicote" disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u78059.shtml>.

¹⁹ Cf. "Assembléia de Deus divulga manifesto de apoio a Serra". Disponível em *Folha Online* 10/10/2002 Reportagem de Sandra Manfrin, i da *Folha Online*, em Brasília. A reportagem sobre o apoio à candidatura de José Serra também menciona a reunião que este teve com aos principais líderes das assembléias, bem como, o que o candidato declarou considerar "pontos de convergência de sua campanha com os princípios da Assembléia, que são o fortalecimento da família e a parceria do poder público com a sociedade".

Por se tratar de uma produção discursiva ainda pouco estudada e, portanto, ainda não categorizada de maneira consensual, para o alcance dos objetivos deste trabalho, foi necessário considerar a recorrência desse discurso além da esfera política, a fim de que, com o amparo de uma análise contrastiva de dados, pudéssemos fazer um recorte mais preciso sobre as regularidades desse discurso.

Inicialmente nosso *corpus* constitui-se de publicações em situação eleitoral, em sua maioria, produzidas e divulgadas durante os pleitos de 2002 e 2006. Recolhemos também publicações outras que não foram produzidas em período eleitoral para fins de comparação. Boa parte do material editado pelos evangélicos foi divulgada internamente, mas também externamente aos seus “templos” – o que nos levou a reafirmar a tese de que o público alvo não se restringiu ao evangélico.

Para a viabilidade da pesquisa procedemos a uma seleção do *corpus*, restringindo-o aos panfletos de candidatos às eleições parlamentares identificados como evangélicos, distribuídos na cidade de Belo Horizonte nas campanhas de 2002 e 2006. Mantivemos ainda algumas publicações (boletins dominicais) fora do contexto eleitoral, para auxiliar na identificação de possíveis alterações na discursividade durante os pleitos.

Feitas as escolhas acima mencionadas, esclarecemos, portanto, que o *corpus* da análise que empreendemos foi composto de 11 (onze) textos, 8 (oito) deles em contexto político-eleitoral (produzidos pelos próprios candidatos ou a eles referindo-se), e 3 (três) do campo do discurso religioso (produzidos fora do contexto eleitoral e distribuídos na comunidade discursiva evangélica). Inicialmente, identificamos os 8 (oito) primeiros textos como pertencentes à variante genérica “folheto de propaganda eleitoral”, numa especificidade que optamos em chamar de “carta de apresentação” pelo fato de todos eles se configurarem como carta na qual os candidatos se apresentam aos eleitores e dispõem sobre os seus “compromissos” ou “proposições”. Vale ressaltar, aqui, que essa caracterização genérica é, por enquanto, provisória, pois ela também deve ser objeto de comprovação em nossa análise. Os demais textos têm uma caracterização genérica mais clara, como “boletim informativo ou dominical”. Trata-se de uma variante genérica do discurso religioso evangélico muito difundida no interior das igrejas, e que possui uma periodicidade regular, sendo distribuído, geralmente, aos domingos.

Da variante “carta de apresentação”, selecionamos²⁰:

- 04 (quatro) ocorrências, denominadas na linguagem eleitoral por “santinhos”, de candidatos identificados e assumidos como evangélicos, filiados a partidos e a coligações variadas, sendo 2 (dois) distribuídos na campanha de 2002 e outros 2 (dois) distribuídos na campanha de 2006. São, respectivamente, os “santinhos” dos candidatos José Reis à câmara federal e Eliener Miranda à câmara estadual, Adelino de Carvalho e Saulo Rodrigues candidatos à câmara federal, Edson Rodrigues candidato à câmara estadual.
- 02 (duas) ocorrências, denominadas na linguagem eleitoral por “carta de apoiadores” ou “manifesto de apoio” endereçadas diretamente ao eleitor evangélico. É importante registrar que tais ocorrências constam de uma única publicação, escrita em frente e verso, sendo que, de um lado da encontra-se a propaganda em favor do candidato Wander Carlos ao cargo de deputado federal, numa apresentação do mesmo ao eleitor, e do outro lado, uma manifestação em prol da re-eleição de outro candidato, o então deputado estadual Moamed Rachid, à câmara estadual.
- 02 (duas) ocorrências dirigidas ao “eleitor evangélico”, como propaganda em favor do deputado estadual Herculano Anghinetti, durante a sua campanha de re-eleição em 2002, ambas veiculadas em um tipo “carta de apoio” e “carta de avaliação” das proposições e ações durante o seu primeiro mandato.

Do gênero boletim dominical, selecionamos²¹:

- O editorial da edição de nº. 1.894, do boletim dominical distribuído pela Oitava Igreja Presbiteriana de Belo Horizonte, em 07 de maio de 2006.
- O editorial da edição de nº. 1.900, do boletim dominical distribuído pela Oitava Igreja Presbiteriana de Belo Horizonte, em 25 de junho de 2006.

²⁰ Todos os textos que compõe o *corpus* da pesquisa aqui realizada encontram-se reproduzidos na íntegra nos anexos desta dissertação.

²¹ *idem*

- O editorial da edição de nº. 736, da *Folha Universal*, “jornal” semanal distribuído pela Igreja Universal do reino de Deus – edição nacional, relativo ao período entre 14 e 20 de maio de 2006.

O número maior de textos produzidos em situação de “campanha eleitoral de candidatos”, no campo do discurso político, se justifica pelo fato de ser sobre essa discursividade que temos nos detido em nossos estudos. Os textos foram selecionados por conterem características comuns à quase totalidade dos que foram coletados. Já o fato de termos selecionado dois de cada campanha ocorreu porque isso permitiria, assim criamos, a realização de um contraste, onde seriam assinaladas as regularidades e diferenças nos discursos produzidos. Quanto aos textos do campo religioso, eles irão nos permitir, esperamos, recuperar os temas e recorrências típicas do discurso religioso fora do contexto eleitoral – ainda que versem sobre assuntos da esfera social.

Assim, um último esclarecimento é o de que todos os textos utilizados na pesquisa são de domínio público. Foram distribuídos em vias de circulação pública – no caso dos boletins de campanha eleitoral – e/ou no interior das igrejas – no caso dos textos do campo religioso – o que quer dizer que não são textos “restritos”.

Vejamos agora, no próximo item, expomos os procedimentos adotados para a análise de dados.

2.2. Procedimentos de análise

Como nosso *corpus* foi composto por documentos que tiveram uma circulação *mais* ou *menos* ampla (nas épocas eleitorais citadas, em determinados tempos religiosos e junto à população, em geral), buscamos identificar dados contratuais e as estratégias discursivas neles contidas, a fim de compreender os possíveis níveis de influência exercidos pelo discurso religioso – não apenas no discurso escrito em

situações de rituais internos às igrejas, mas também na definição do voto do cidadão.

Para o levantamento desses dados, passamos à elaboração de grades, seguindo a metodologia de Charaudeau (1992, 1999), as quais nos permitiram a visualização de elementos da configuração lingüística no *corpus*, assim como a observação de variáveis e questões comuns entre os documentos analisados. A partir desse levantamento, abriu-se uma nova etapa de descrição dos dados que permitiram a análise contrastiva.

O exame contrastivo das estratégias que formam o *corpus*, em nosso caso, permitiu um conhecimento acerca da passagem de índices lingüísticos e semióticos para o nível discursivo nos Modos de Organização do Discurso, em especial, o enunciativo, o descritivo e o argumentativo.

Fizemos, além disso, um levantamento e análise de índices do discurso constituinte, dos gêneros e da cenografia do material discursivo (MAINGUENEAU E COSSUTTA, 1996); bem como, a identificação das estratégias argumentativas orientadas para a *legitimidade* – relacionada com a autoridade do sujeito argumentante (em nome de quem se argumenta), para a *credibilidade* – relacionada à posição de verdade desse sujeito (de como ele pode ser levado a sério), e para a *captação* – que se dá pela colocação em cena de recursos de sedução, comoção e realce das paixões na instância de recepção (MENEZES, 2001).

Assim, para o exame das estratégias discursivas levamos em consideração aspectos referentes aos Modos de Organização do Discurso, descrito por Patrick Charaudeau (1992) e relativos à persuasão retórica (o *ethos*, o *pathos* e o *logos*), segundo a tradição retórica e abordagens contemporâneas em Análise do Discurso. Sinteticamente, no trabalho que a seguir se lerá, serão realçados os seguintes aspectos:

- a) A análise dos procedimentos da enunciatividade e descrição discursiva;
- b) A análise dos procedimentos semânticos e discursivos presentes no discurso evangélico nos períodos eleitorais de 2002 e 2006.

A partir da grade 1, buscamos levantar os dados referentes à locução, destacando o enunciador e o seu público-alvo (destinatário), e quais os possíveis propósitos de seus atos locutivos.

Grade 02:

ATOS LOCUTIVOS

Candidato:

Gênero:

Ocorrência	Relação enunciativa	Tipologia do ato	Modalidade	Efeitos

A partir da grade 2, buscamos levantar os dados que nos revelariam a relação enunciativa e a tipologia do seu ato, bem como os possíveis efeitos da ocorrência verbal. Tais dados deveriam revelar a posição do sujeito para com o outro (destinatário), para consigo mesmo e para com o dito (terceiro), pela relação enunciativa e a tipologia do ato qual/quais possíveis efeitos da ocorrência verbal.

Para o Modo de Organização Descritivo adotamos a seguinte grade:

Grade 3:

A NOMEAÇÃO, A QUALIFICAÇÃO E A LOCALIZAÇÃO DOS SERES

Nomeação			qualificação		localização	
Eu	Tu	Ele	Fazer	Ser	Tempo	Espaço

A partir da Grade 3, buscamos levantar os dados referentes à nomeação, qualificação e a localização dos seres – o que poderia nos servir como índices das estratégias de captação que corroborariam na construção de imagens de si pelo enunciador.

Para o Modo de Organização Argumentativo adotamos duas grades: uma para a organização de elementos da persuasão retórica relacionados ao *logos*, - quer dizer, os procedimentos discursivos, na teoria semiolinguística, ou modelos de argumentos, para outros autores – e uma grade específica para os procedimentos semânticos, relacionados aos valores, e as categorias retóricas da persuasão ligadas à construção das imagens de si e às paixões no discurso.

Grade 04:

PROCEDIMENTOS ARGUMENTATIVOS 1: LOGOS / DEDUÇÃO [ENTIMEMA]

Candidato:

Problematização / propos/ conclusão	dedução [entimema]						Indução [exemplum]			
	def	comp	cit	Prag	descr	Outros	real	Fábu la	Pará- bola	Narr vida

A partir da grade 4, buscamos levantar os procedimentos argumentativos relacionados ao *logos*, mais especificamente aos possíveis raciocínios que esses operacionalizam, se por dedução (*entimema*) ou indução (*exemplum*).

Para os procedimentos argumentativos relacionados aos valores, às imagens de si e às paixões no discurso, construímos a seguinte grade:

Grade 05:

PROCEDIMENTOS ARGUMENTATIVOS 2: VALORES / *ETHOS* / *PATHOS*

ec = ética cidadã ee = ética evangélica vê = verdade evangélica Soc = social Reli
= Religiosa

Candidato:

Problematização / propos / conclusão	Valores					<i>Ethos</i>		<i>pathos</i>	
	ético	prag	verd	estét	hedôn	credibilidade	Identificação	imaginado	marcado

A partir dessa grade, buscamos, através das recorrências, levantar os dados que nos permitem perceber quais os valores acionados e em que medida são marcados.

Após o levantamento de dados, passamos à análise propriamente dita, a qual se encontra na parte III desse trabalho. Iremos, a seguir, apresentar uma descrição dos dados que levantamos²².

Para o levantamento de dados, os onze textos foram separados em dois conjuntos. No primeiro, encontram-se as 8 (oito) ocorrências em situação de campanha eleitoral. Para simplificar a visibilidade da nossa descrição de dados, chamaremos cada texto desse conjunto de “Fragmento eleitoral”, apresentando o resultado para cada ocorrência a partir da identificação do responsável pela produção. Já, no segundo conjunto encontram-se as produções de autoria de igrejas evangélicas, em situação de discurso religioso, propriamente dito, quer dizer, em

²² As grades com o levantamento de dados coletados encontram-se disponíveis no CD anexo a esta dissertação.

situação de discurso não-eleitoral. Para simplificar a visibilidade, chamaremos cada uma das ocorrências textuais desse conjunto de “Fragmento religioso”, apresentando o resultado de cada uma a partir da designação da igreja responsável pela sua autoria.

3.1. Quem fala a quem? Sobre o quê? E para quê?

3.1.1. Fragmento eleitoral Eliener

Trata-se, aqui, do “boletim de propaganda eleitoral” do candidato Eliener Soares. Pudemos observar que o “santinho” do candidato Eliener apresenta 17 (dezessete) atos enunciativos²³. Destes, 16 (dezesesseis) são de apresentação de si, em geral, através de um locutor externo, não localizado no texto, uma terceira pessoa. Há também 1 (um) ato em que o locutor exterior é a *voz da Igreja* através da citação de fragmento do texto bíblico.

Eliener (ou aquele que fala em seu nome) dirige-se a um destinatário genérico, quer dizer, não explicitado, em 12 (doze) de seus atos de palavra. Esse destinatário genérico pode ser tanto o *cidadão* – se este se sentir implicado nos atos – quanto o *seguidor religioso* – se o destinatário se mantiver no universo da religião. Em outros 4 (quatro) atos, ele se dirige mais explicitamente ao cidadão, sendo que

²³ A opção para se determinar um ato enunciativo não é simples, na medida em que o ato não se confunde simplesmente com categorias da gramática tradicional (a frase, a oração, o período, o parágrafo ou o texto) e, também, não é a pura adoção de uma ocorrência performativa, da teoria dos atos da fala. Assim, para o levantamento em curso, levamos em conta a “unidade de comunicação”, que pode ser uma designação, uma nomeação, uma proposição ou argumento (A, então C), ou mesmo um raciocínio complexo (A, então C, já que R ou A, então C, já que B, então R). A nossa opção, então, está relacionada a aspectos da lógica argumentativa. Cf. Charaudeau (1992).

em 1 (um) deles o destinatário pode ser também o seguidor religioso. Em 1 (um) ato, Eliener dirige-se, explicitamente, ao “irmão” ou seguidor religioso.

O propósito de sua interlocução é, via de regra, a identificação de si, constituindo uma imagem favorável de si: 13 (treze) atos. Há, também, 1 (um) ato de definição, 1 (um) ato de engajamento e 1 (um) ato de promessa.

3.1.2. Fragmento eleitoral Adelino de Carvalho

O “santinho” do candidato Adelino de Carvalho apresenta 21 (vinte e um) atos enunciativos. Destes, 4 (quatro) são atos de *apresentação de si*, e feitos em terceira pessoa – identificada, entretanto, por *nós* como sendo, possivelmente, a voz da igreja. 6 (seis) atos são de *constatação*, sendo que desses, 4 (quatro) expressam a voz de uma *doxa religiosa* e ao lugar social de pastor; 1 (um) remete especificamente ao imaginário sociodiscursivo evangélico: “Nós evangélicos formadores de opinião (...) cremos que a crise não é política”...; 1 (um) à *doxa cristã*.

Temos, também, 6 (seis) atos de definição tais, como “ o voto não pode ser..., o voto é...”. Em 3 (três) desses atos, a voz do enunciador pode ser atribuída tanto ao lugar de pastor quanto a uma *doxa*; outros 2 (dois) atos expressam a voz da Igreja, e 2 (dois) ao lugar de pastor.

Há, ainda, 1 (um) ato locutivo de *apreciação* importante na voz do pastor, na medida em que implica em busca de sedução do outro: “gosto de você” – uma locução que é pouco comum ao discurso de “propaganda eleitoral” e ao “discurso evangélico”. Chama ainda a atenção 1 (um) ato de *causação* na voz do pastor, 2 (dois) atos de imposição de *verdade* atribuídos à figura da Igreja, 1 (um) ato de *promessa*.

Adelino dirige-se em 9 (nove) de seus atos de palavra a um destinatário que se reconhece tanto como cidadão como religioso, em 3 (três) como irmão, em 2

(dois) como genérico, podendo ser religioso ou cidadão, em 1 (um) como cidadão e em 6 (seis) como religioso, não isentando a possibilidade de se ver também como cidadão.

O propósito da interlocução de Adelino é, na maioria das vezes, *definir um estado de coisas* por meio de definições e constatações (em 15 atos). E em pelos menos 4 (quatro) atos, ele busca identificar-se com uma imagem favorável diante do seu destinatário.

3.1.3. Fragmento eleitoral Capitão Saulo Rodrigues e Capitão Edson Rodrigues

O “santinho” apresenta Saulo Rodrigues e Edson Rodrigues, candidatos a deputado Federal e a Estadual, respectivamente. Encontramos nesse material 17 (dezesete) atos enunciativos, sendo que desses, 7(sete) são de apresentação, *identificação* dos candidatos, 1 (um) de *asserção*, 1 (um) de *solicitação*, 1 (um) de apresentação de uma *verdade*, e 7 (sete) são de *promessa*.

Em 16 (dezesesseis) de seus atos, o enunciador não é marcado no texto, e quem detém a voz é um *terceiro*; em 1 (um) ato identificamos a voz da *Igreja*, pela *citação do texto bíblico*.

Os candidatos dirigem-se em 11(onze) de seus atos ao destinatário *cidadão*, em 2 (dois) ao religioso, em 4 (quatro) a um destinatário genérico, sendo que em um deles é possível perceber a ênfase ao religioso um pouco mais marcada.

O propósito da interlocução é, a princípio, a *identificação* dos candidatos, seguida de uma geração de expectativas a partir das *propostas/promessas* apresentadas.

3.1.4. Fragmento eleitoral José Reis

A interlocução do candidato José Reis possui 17 (dezesete) atos enunciativos. 6 (seis) desses atos são de identificação deste candidato a deputado e do candidato Antony Garotinho a presidente da república, 4 (quatro) asserções, 2 (duas) promessas, 2 (duas) interpelações, 2 (duas) solicitações e 1 (uma) constatação. Em 10 (dez) desses atos o candidato é identificado como o enunciador, em 2 (dois) consideramos ser a voz da igreja, e em 5 (cinco) temos um enunciador não marcado que expressa-se em terceira pessoa.

José Reis dirige-se, em 7 (sete) de seus atos, a um destinatário religioso; também em 7 (sete), ao cidadão; e em 3, ao um destinatário genérico, que pode pertencer tanto à instância religiosa, quanto à cidadã, ou mesmo às duas.

O propósito principal da interlocução é a identificação do candidato, o que verificamos em 6 (seis) atos; também de um estabelecimento de verdades pelas 4 (quatro) asserções; além de solicitar a adesão à candidatura por meio de 2 (dois) atos de solicitação e 2 (dois) de interpelação. Há, também, os atos de promessa e constatação.

3.1.5. Fragmento eleitoral Moamed Rachid

O panfleto de Moamed Rachid apresenta 22 atos, sendo que desses; 6 (seis) são de apresentação, 14 (quatorze) são asserções, 1 (uma) apreciação, e 1 (uma) solicitação.

No texto, a apresentação do candidato é toda feita em terceira pessoa. Em 19 (dezenove) atos, tem-se uma voz externa ao texto e não marcada, e em 3 (três)

identificamos uma *doxa* cristã. Em 4 (quatro) atos o destinatário identificado é o cidadão; em 5 (cinco), especificamente o religioso; em 6 (seis) atos percebemos um direcionamento maior para um destinatário religioso, mas que não exclui uma outra esfera; em 2 (dois) atos, encontramos um destinatário cidadão mais marcado que o religioso; e em 5 (cinco) atos, o destinatário não é identificado, podendo pertencer tanto a uma quanto à outra instância, ou mesmo às duas.

O propósito principal dessa interlocução é a apresentação de si, sendo que 19 atos são sobre as ações do candidato sobre a identidade e as ações do candidato (seis) atos de apresentação e 13 (treze) de asserção. Há ainda 1 (um) ato de apreciação sobre o candidato e uma solicitação.

3.1.6. Fragmento eleitoral Wander Carlos

O panfleto do candidato Wander Carlos apresenta 21 atos enunciativos, sendo que, em 9 (nove) deles identificamos, como enunciador, o candidato; em 5 (cinco), a voz da Igreja; e em 6 (seis) a voz da Igreja expressa por uma *doxa* cristã.

O candidato tem como seu destinatário, em 9 (nove) de seus atos, o religioso; em 8 (oito), ao cidadão; em 3 (três), um destinatário cidadão mais marcado que o religioso; e em 1 (um), um genérico que pode pertencer a uma ou as duas instâncias.

O propósito da interlocução do candidato é, a princípio, a apresentação de si [6 (seis) atos de identificação], e a interpelação do destinatário, marcada por 4 (quatro) atos de interpelação e 1 (um) de solicitação; também identificamos 2 (dois) atos de constatação, 2 (dois) de asserção e 1 (um) de promessa.

3.1.7. Fragmento eleitoral Herculano Anghinett

O material selecionado sobre o candidato Herculano Anghinett foi, para possibilitar uma melhor análise, dividido em duas interlocuções. A primeira com os dados de uma carta de autoria atribuída ao candidato intitulada “quem é Herculano”, e uma série de depoimentos a favor do mesmo, uma vez que esses parecem corroborar sobre a identidade do candidato. Na segunda levantamos os dados também de uma carta de autoria atribuída ao candidato.

3.1.7.1. Quem é Herculano

A interlocução apresenta 38 (trinta e oito) atos enunciativos distribuídos em: 13 (treze) de constatação, 14 (quatorze) de asserção, 3 (três) de identificação, 2 (dois) de declaração; também encontramos um ato de cada uma das modalidades a seguir: apreciação, testemunho, avaliação, agradecimento, solicitação e de aproximação. Dos 38 (trinta e oito) atos, identificamos o candidato como enunciador em 12 (doze), sendo que em 1 (um) deles se dirige a um destinatário cidadão genérico, e nos outros 11(onze) ao cidadão. Em 19 atos, temos enunciadores em terceira pessoa, que se dirigem ao destinatário cidadão. Há também 1 (um) ato atribuído à *doxa* cristã e dirigido ao religioso; 1 (um) ato atribuído à *doxa* social, esse dirigido ao cidadão; e 5 (cinco) atribuídos à voz da Igreja, sendo um deles enunciado na figura de um pastor que se dirige ao cidadão/irmão e 4 (quatro) atribuídos à Igreja e dirigidos ao religioso.

O Propósito da interlocução é, principalmente, a apresentação e a identificação do candidato Herculano. Entre atos de identificação e de asserção, encontramos, ao menos, 16 (dezesesseis) que fazem referência direta às qualidades e

às ações do candidato, afora os atos de apreciação e de constatação sobre o mesmo. Encontramos alguns atos de constatação sobre um estado de coisas do mundo político-social proferidos pelo candidato.

3.1.7.2. A fala de Herculano

O enunciador principal dessa interlocução é o candidato que detém 14 (quatorze) do total de 16 (dezesesseis) atos enunciativos dirigidos ao destinatário cidadão. Encontramos, também, 1(um) ato que atribuímos à Igreja e que é dirigido à instância religiosa, e 1 (um) ato que atribuímos a uma terceira pessoa e que é dirigido um destinatário da instância cidadã, podendo também pertencer à religiosa.

Dos 14 (quatorze) atos do candidato, encontramos 2 (dois) de interpelação, 4 (quatro) de constatação, 1 (um) de asserção, 1 (um) de informação, 1 (um) de justificação, 1 (um) de denúncia e 4 (quatro) de esclarecimento.

Um dos propósitos mais evidentes na interlocução é prestar certos esclarecimentos ao destinatário sobre determinados fatos, além de, através dos atos de constatação, corroborar a identidade do candidato já trabalhada na interlocução anterior.

3.1.8. Fragmentos religiosos

3.1.8.1. “Compartilhando os fardos”

Trata-se de Boletim da 8ª igreja 07/05/2006, ano XXXVII, nº. 1.894. A interlocução apresenta 24 (vinte e quatro) atos enunciativos, sendo 11 (onze) de *asserção*, 9 (nove) de *constatação*, 1 (um) de *demonstração*, 2 (dois) de *injunção*, 1 (um) de *recomendação*. Todos os atos enunciativos são atribuídos ao pastor Uedson e têm como destinatário o leitor/religioso.

O propósito mais evidente do enunciador é estabelecer ou difundir um determinado número de saberes e crenças sobre a vida cristã, e incentivar atitudes que confirmem o que, de acordo com o texto, seria essa vida cristã.

3.1.8.2. “Peso”

Trata-se de mensagem extraída do Boletim da 8ª igreja 25/06/2006, ano XXXVII, nº. 1.900. A interlocução apresenta 35 (trinta e cinco) atos enunciativos, sendo 11 (onze) de *constatação*, 9 (nove) de *asserção*, 6 (seis) de *demonstração*, 6 (seis) de *instrução*, 2 (dois) de *verdade*, e 1 (um) de *recomendação*. Desses 34 (trinta e quatro) são enunciados por Russel e 1(um) atribuímos à *doxa* cristã, expressa pela citação do texto bíblico “Não andeis ansiosos por coisa alguma”. Todos os atos são dirigidos a um destinatário religioso.

O propósito dessa interlocução é, parece-nos, de construir uma verdade sobre um determinado estado de coisas, dado o fato de a maioria dos atos serem de constatação e de asserção, (vinte, ao todo). Conseqüentemente, assim como na interlocução anterior, os atos de demonstração e instrução (que somados chegam ao número de 12 (doze)) permitem produzir certo conhecimento e instruir sobre atitudes que corroborem uma vida cristã. Há de considerar ainda um ato de verdade e os dois de recomendação.

3.1.8.3. “A era da incerteza”

Trata-se de texto de Editorial do jornal Folha Universal – 14/ 05/ 2006, nº. 736, Edição Nacional.

A interlocução possui 30 atos enunciativos, numa terceira voz, não marcada no texto, e que se dirige a um *destinatário genérico*, podendo ser da instância cidadã e/ou religiosa. Os atos são assim distribuídos: 13 (treze) de *asserção*, 8 (oito) de *constatação*, 3 (três) de *demonstração*, 2 (dois) de *questionamento*, 2 (dois) de *engajamento*, 1 (um) de *ensinamento* e 1 (um) de *instrução*.

O propósito mais evidente na produção, dado ao número de atos de asserção e de constatação (vinte e um, ao todo), é o *revelar* um determinado *saber sobre o mundo* sócio-político. Os atos de *ensinamento*, *instrução* e *engajamento* (quatro) revelam uma finalidade última, que é a de produzir um estado de ânimo no destinatário, sobre as “verdades” construídas no texto.

3.2. Descrição dos Atos Locutivos

3.2.1. Fragmento eleitoral de Eliener

Foram identificados 11 (onze) atos locutivos, na interlocução do candidato Eliener, sendo todos delocutivos que foram divididos nas seguintes modalidades: 9 (nove) atos de asserção e 1 (um) de discurso relatado. A predominância (nesse caso a exclusividade) de asserções revela uma relação enunciativa de imposição de mundo o que cria um efeito de verdade/impessoalidade no discurso do/sobre o candidato.

3.2.2. Fragmento eleitoral Pastor Adelino de Carvalho

Identificamos 13 atos locutivos no discurso do candidato Adelino de Carvalho, 9 (nove) delocutivos, 3 (três) alocutivos e 1 (um) elocutivo, que são assim distribuídos: 4 (quatro) asserções, (quatro) discursos relatados, 2 (duas) constatações, 1 (uma) solicitação, 1 (uma) promessa e 1 (uma) interpelação. A relação enunciativa estabelecida no discurso é de como se impõe o mundo, dado o uso de asserções, discursos relatados e de constatações, especialmente pelo uso do texto bíblico, que criam um efeito de verdade incontestável.

3.2.3. Fragmento eleitoral Capitão Saulo Rodrigues e Capitão Edson Rodrigues

Encontramos cinco atos locutivos na interlocução dos candidatos, sendo 4 (quatro) delocutivos e 1 (um) alocutivo; os quais, segundo as modalidades são compostos por: 3 (três) asserções, 2 (dois) discursos relatados e 1 (uma) promessa. Assim como nos anteriores, a maioria de asserções estabelece uma relação de imposição dos fatos acerca do mundo, e cria o efeito verdade e objetividade no discurso produzido, o que é reforçado pelo uso do discurso relatado.

3.2.4. Fragmento eleitoral de José Reis

Identificamos 11 (onze) atos locutivos na interlocução do candidato José Reis, sendo: 5 (cinco) delocutivos, 4 (quatro) alocutivos e 2 (dois) elocutivos que dividem-se nas seguintes modalidades: 5 (cinco) atos de asserção, 2 (dois) de promessa, 2 (dois) de solicitação e 2 (dois) de interpelação. A predominância de asserções, também nesse discurso, revela uma relação enunciativa de como se impõe o mundo criando um efeito de verdade/impessoalidade. Outros efeitos também notados na interlocução são de polidez, seriedade e cumplicidade do candidato à *doxa* evangélica, reforçando o efeito de verdade já construído no discurso.

3.2.5. Fragmento eleitoral Moamed Rachid

Encontramos no dizer do candidato Moamed Rachid 31 (trinta e um) atos locutivos, sendo 30 (trinta) delocutivos e 1 (um) alocutivo, que estão assim distribuídos: 30 (trinta) asserções e 1 (um) discurso relatado. Dada a maioria dos atos assertivos, a relação estabelecida é a de como se impõe o mundo, o que a princípio nos leva a prever um efeito de verdade. Outros efeitos, porém, são possíveis: 5 (cinco) desses atos revelam um efeito de apresentação do candidato e são seguidos por 22 (vinte e duas) asserções sobre as atitudes e posturas do candidato. Assim, poderíamos dizer que, junto aos efeitos criados por cada uma dessas asserções, o seu conjunto cria um novo efeito de reconhecimento da competência do candidato nas esferas religiosa e política. Os atos de interpelação como: “Ore por ele” e a citação bíblica “Até aqui nos ajudou o Senhor”, garantem ao discurso um efeito de reconhecimento e de cumplicidade nos “pares religiosos” para como sucesso do candidato nas eleições de então.

3.2.6. Fragmento eleitoral Wander Carlos

Encontramos 20 atos locutivos no discurso do candidato Wander Carlos, sendo 8 (oito) elocutivos, 6 (seis) alocutivos e 6 (seis) delocutivos e que estão assim distribuídos: 6 (seis) discursos relatados, 5 (cinco) declarações, 3 (três) interpelações, 3 (três) constatações, 2 (duas) solicitações e 1 (uma) proposta. Percebemos alguns efeitos possíveis no discurso do candidato Wander, assim, o uso de discursos relatados estabelece uma relação de imposição do mundo, criando um efeito de verdade, e nesse caso, uma verdade relacionada à *doxa* evangélica. As declarações, em sua maioria sobre a personalidade do candidato, mostram uma

relação de engajamento. Essa relação associada à impessoalidade das constatações e o seu efeito de verdade, permitem-nos levantar a hipótese de que o efeito final é o de identificação e cumplicidade com o candidato e suas teses.

3.2.7. Fragmento eleitoral Herculano Anghinett

Para esta análise distribuimos o discurso em três grades sendo uma para a primeira carta que o candidato escreve, intitulada “Quem é Herculano”, uma para os depoimentos de apoio ao mesmo e, por fim, uma para a segunda carta.

Na primeira carta, encontramos 7 atos locutivos, sendo 5 (cinco) elocutivos e 2 (dois) alocutivos e, segundo as modalidades, estão assim distribuídos: 4 (quatro) atos de opinião, 1 (um) de agradecimento, 1 (um) de constatação e 1 (um) de solicitação. A relação enunciativa estabelecida é a de avaliação e de um modo de saber. Desse modo, cria-se um efeito de sabedoria por parte do candidato, especificamente, sobre sua competência para a política.

Nos depoimentos de apoio ao candidato encontramos 15 atos locutivos, sendo 6 (seis) delocutivos e (nove) elocutivos e, segundo as modalidades, estão distribuídos em 6 (seis) apreciações, 3 (três) constatações, 2 (duas) asserções, 2 (duas) opiniões, 1 (um) discurso relatado e 1 (uma) declaração. As constatações e apreciações sobre as qualidades e as ações do candidato, estabelecem uma relação enunciativa de avaliação sobre o mesmo. Por serem positivas, criam o efeito de testemunho e recomendação do voto no candidato Herculano.

Na segunda carta identificamos 17 atos locutivos, sendo 7 (sete) elocutivos, 6 (seis) delocutivos e 4 (quatro) alocutivos, distribuídos da seguinte forma: 8 (oito) constatações, 4 (quatro) asserções, 2 (duas) interpelações, 1 (uma) possibilidade, 1 (uma) injunção e 1 (um) julgamento. As constatações e as asserções revelam, nesse caso, uma relação com o saber e com a imposição do mundo, criam um efeito de

lealdade e compromisso do candidato para com o eleitor-irmão. Percebemos também que as asserções são utilizadas com o intuito de criar um efeito de transparência sobre as ações do candidato, que segundo o texto fora questionada.

3.2.8. Fragmentos religiosos

3.2.8.1. “Compartilhando os fardos”

Identificamos no discurso 17 atos locutivos, sendo 12 (doze) delocutivos, 3 (três) alocutivos e 2 (dois) elocutivos. Estão assim distribuídos, de acordo com a modalidade: 9 (nove) asserções, 3 (três) sugestões, 2 (duas) obrigações/injunção, 1 (um) discurso relatado, 1 (uma) citação e 1 (uma) constatação. A maioria dos atos de asserção somados ao discurso relatado e à constatação, estabelecem uma relação de imposição do mundo e, junto com os outros atos de modalidade, criam no discurso, um efeito de saber e experiência por parte do enunciador, possibilitando, cremos, a adesão das teses por ele defendidas.

3.3.8.2. “Peso”

Encontramos 34 atos locutivos, dos quais 31 (trinta e um) delocutivos e 3 (três) alocutivos, e que estão assim distribuídos: 25 (vinte e cinco) constatações, 4

(quatro) constatações pelo uso de discursos relatados relacionados à *doxa* cristã ou social, 3 (três) sugestões/conselhos e 2 (dois) discursos relatados. A relação enunciativa estabelecida é a de imposição do mundo e de como fala *um outro* a respeito de um estado de coisas. O efeito proporcionado por essa relação é o de ensinamento/catequese da Igreja sobre como lidar com essa imposição do mundo, de acordo com a *doxa* cristã.

3.2.8.3. “A era da incerteza”

Encontramos 16 atos locutivos no editorial intitulado “A era da incerteza”. Desses, 11 (onze) são elocutivos, 2 (dois) delocutivos, 2 (dois) elocutivos implícitos (na forma delocutiva) e 1 (um) alocutivo. Estão distribuídos em 10 (dez) constatações, 2 (dois) discursos relatados, 2 (duas) constatações por meio de discurso relatado, 1 (uma) interpelação e 1 (uma) declaração. A relação enunciativa estabelecida é, de maneira geral, de um modo de saber que, associado a uma *doxa*, cria no discurso um efeito de orientação/catequese da Igreja em relação aos assuntos do mundo social.

3.3. Dados do Modo de Organização Descritivo

3.3.1. Fragmento eleitoral Eliener

Foram observadas as seguintes descrições no “santinho” do candidato Eliener: 2 (duas) *nomeações* relacionadas ao candidato; 6 (seis) *qualificações*, sendo 2(duas) do *fazer* e 4 (quatro) do *ser*; e 3 (três) *localizações* no espaço. A partir desses dados observamos que a organização descritiva centra-se na *essência* do candidato, na descrição de suas qualidades e da imagem que pretende evidenciar como características próprias do seu ser.

3.3.2. Fragmento eleitoral Adelino de Carvalho

Observamos as seguintes descrições: 3 (três) *nomeações*, sendo 2 (duas) relacionadas a Adelino de Carvalho, e 1 (uma) relacionada à segunda pessoa – no caso o leitor evangélico; 4 (quatro) *qualificações* relacionadas ao ser. Os dados revelam uma descrição voltada para imagem do candidato, pois ainda que as *qualificações* sejam distribuídas entre ele, o leitor, Deus e o Brasil, a configuração discursiva aponta que as mesmas são todas aplicáveis à identidade do candidato.

3.3.3. Fragmento eleitoral Capitão Saulo Rodrigues e Capitão Edson Rodrigues

Encontramos 24 (vinte e quatro) descrições no santinho dos candidatos, sendo: 3 (três) *nomeações* relacionadas aos candidatos; 17 (dezesete) *qualificações*, sendo 4 (cinco) para o fazer e 13 (treze) para o ser; 4 (quatro) *localizações* no tempo. Como nos outros folhetos analisados, os dados revelam uma descrição mais voltada para a identidade dos candidatos orientando para uma “experiência de vida”.

3.3.4. Fragmento eleitoral José Reis

Foram observadas 15 (quinze) ocorrências descritivas no “santinho” do candidato José Reis: 8 (oito) *nomeações*, sendo 2 (duas) relacionadas à primeira pessoa, 3 (três) à segunda pessoa e 3 (três) à terceira pessoa; 6 (seis), sendo 2 (duas) do fazer e 4 (quatro) do ser, 1 (uma) localização de espaço. Os dados revelam uma orientação descritiva voltada para a *identidade* do candidato e a do destinatário evangélico, criando uma *cumplicidade* entre as identidades e as ações desejadas.

3.3.5. Fragmento eleitoral Moamed Rachid

Foram identificadas 59 (cinquenta e nove) descrições, sendo 9 (nove) *nomeações* relacionadas ao candidato; 33 (trinta e três) *qualificações*, sendo 22 (vinte e duas) do ser, 11 (onze) do fazer, 15 (quinze) *localizações*, sendo 12 (doze) no tempo e 5 (cinco) no espaço. Os dados apontam para uma orientação descritiva muito voltada às *qualificações* do candidato, no que diz respeito às suas ações enquanto político, mas, principalmente, por suas qualidades enquanto homem cristão.

3.3.6. Fragmento eleitoral Wander Carlos

Foram identificadas 40 (quarenta) descrições: 13 (treze) *nomeações*, sendo 8 (oito) relacionadas à terceira pessoa, 4 (quatro) à primeira pessoa e 1 (uma) à segunda pessoa; 20 (vinte) *qualificações*, sendo 10 (dez) do ser e 10 (dez) do fazer; e ainda 7 (sete) *localizações* no tempo. As descrições indicam uma *forte relação entre a identidade, o ser o fazer*, direcionando a aceitação da imagem do candidato a uma pessoa competente. Isso ocorre, também, em função do relacionamento entre o fazer e o ser à localização numa trajetória, buscando evidenciar uma experiência do candidato ao longo do tempo, pela participação em cargos e funções de responsabilidade.

3.3.7. Fragmento eleitoral Herculano Anghinett

Para a organização descritiva, separamos o material do candidato Herculano em duas grades. A primeira, para as descrições encontradas nos testemunhos de apoio e na primeira carta; a segunda, para as descrições encontradas na segunda carta.

Na primeira grade, encontramos 38 descrições, assim distribuídas: 15 (quinze) *nomeações*, a maioria (treze) relacionada ao candidato, sendo 10 (dez) em terceira pessoa, 4 (quatro) em primeira pessoa, e 1 (uma) para a segunda pessoa; 20 (vinte) *qualificações*, sendo 11 (onze) para o fazer e 9 (nove) para o ser; três *localizações* no tempo. Os dados apontam para uma descrição mais voltada às *qualificações* do candidato como uma pessoa de ação política e também apontam para a construção de sua imagem.

Na grade em que constam os dados descritivos da segunda carta, encontramos 23 (vinte e três) descrições, (nove) *nomeações*; sendo 7 (sete) em terceira pessoa, (duas) em segunda pessoa; 12 (doze) *qualificações*, sendo 11 (onze) para o fazer e 1 (uma) para o ser; 1 (uma) localização no tempo e 1 (uma) no espaço. Esses dados apontam para uma descrição mais voltada para os posicionamentos do candidato e de suas avaliações a respeito de um determinado estado de coisas.

3.3.8. Fragmentos religiosos

3.3.8.1. “Compartilhando os fardos”

Na mensagem foram encontradas 27 descrições assim distribuídas: 9 (nove) *nomeações*; 14 (quatorze) *qualificações*, sendo 8 (oito) para o fazer e 6 (seis) para o ser; 4 (quatro) *localizações*, sendo (três) no tempo e 1 (uma) no espaço. Os dados apontam para uma descrição mais voltada para o fazer e, neste caso, um fazer que justifica um modo de ser cristão.

3.3.8.2. “Peso”

Encontramos na mensagem 35 descrições assim distribuídas: 20 (vinte) *nomeações*, sendo 1 (uma) em primeira pessoas e 19 (dezenove) em terceira pessoa; 15 (quinze) *qualificações*, sendo 10 (dez) para o fazer e 5 (cinco) para o ser; não encontramos nenhuma localização no tempo ou no espaço. Os dados mostram, assim como na mensagem anterior, uma descrição mais voltada para um modo de fazer que justifica um modo de ser cristão.

3.3.8.3. “A era da incerteza”

Encontramos no editorial 42 (quarenta e duas) descrições assim distribuídas: 22 (vinte e duas) *nomeações*, sendo 1 (uma) em primeira pessoa e 21 (vinte e uma) em terceira pessoa; 20 (vinte) *qualificações*, sendo 13 (treze) do fazer e 7 (sete) do ser; não foram encontradas *localizações* no tempo e no espaço. As descrições apontam para uma série de asserções sobre o mundo, e o um modo de fazer condizente com um modo de ser cristão e também social.

3.4. Modo Argumentativo: o *logos* e os procedimentos discursivos

3.4.1. Fragmento eleitoral Eliener Miranda

Encontramos 5 procedimentos argumentativos dedutivos: 1 citação também pragmática, e 4 descrições. A interlocução volta-se mais para as *qualificações* do candidato apontando para uma competência política.

3.4.2. Fragmento eleitoral Pastor Adelino de Carvalho

Encontramos 18 procedimentos dedutivos: 2 citações, sendo 1 também descritiva; 6 pragmáticos, sendo 2 também descritivos, e 10 descritivos. A interlocução centra-se principalmente nas *qualificações* ideais de um eleitor e aponta também para uma série de atitudes que condizem com esse eleitor, além das propostas de intervenção na política.

3.4.3. Fragmento eleitoral Capitão Saulo Rodrigues e Capitão Edson Rodrigues

Encontramos 8 procedimentos dedutivos, sendo: 2 citações, 3 pragmáticos, 3 descritivos. A interlocução indica um direcionamento voltado para as *qualificações* dos candidatos e suas propostas.

3.4.4. Fragmento eleitoral José Reis

Encontramos 8 procedimentos dedutivos: 2 citações, sendo 1 também descritiva; 3 pragmáticos, sendo 2 também descritivos, e 3 descritivos. A interlocução é marcada, principalmente pela descrição de um estado de coisas, seguidas de propostas de intervenções.

3.4.5. Fragmento eleitoral Moamed Rachid

Encontramos 19 procedimentos dedutivos: sendo: 1 citação também pragmática; 8 pragmáticos, sendo 6 também indutivos (narrativa de vida); 11 descritivos, sendo 6 também indutivos (narrativa de vida). A interlocução aponta para as *qualificações* e competências do candidato, mas numa configuração voltada para as ações do mesmo na esfera político-social e também religiosa, através da narrativa de seu histórico religioso, social e político.

3.4.6. Fragmento eleitoral Wander Carlos

Encontramos 21 procedimentos: 16 dedutivos: 4 citações; 7 pragmáticos, sendo 2 também descritivos, e 5 descritivos; e 5 procedimentos indutivos: 1 parábola e 4 narrativas de vida. A interlocução aponta para as *qualificações* do candidato e, assim como no fragmento anterior, utiliza das descrições e narrativas de vida para criar uma imagem de competência também política. Nesse caso específico, o recurso ao texto bíblico é mais recorrente.

3.4.7. Fragmento eleitoral Herculano Anghinetti – depoimentos de apoio e descrição do candidato

Encontramos 11 procedimentos dedutivos no “manifesto de apoio”: 2 pragmáticos, sendo 1 também descritivo, e 9 descritivos. Na parte do mesmo boletim relativa à identificação própria do candidato, encontramos 10 procedimentos dedutivos: 5 pragmáticos, sendo 1 também descritivo, e 5 descritivos. Observamos uma ausência de procedimentos indutivos. Os procedimentos indicam uma descrição das *qualificações* do candidato, especificamente de sua competência política. Além da interlocução do candidato, voltada para a descrição de um estado de coisas e de propostas de intervenção política

3.4.8. Fragmento eleitoral Herculano Anghinetti – Carta ao Leitor

Encontramos 12 procedimentos dedutivos: 10 pragmáticos, sendo 2 descritivos e 2 descritivos. A interlocução é voltada para a descrição das ações do candidato, e de suas motivações, como também da qualificação de seus “perseguidores”.

3.4.9. Fragmentos religiosos

3.4.9.1. “Compartilhando os fardos”

15 procedimentos: 12 dedutivos: 2 citações, sendo 1 também indutivo (parábola); 4 pragmáticos, sendo 1 também descritivo e 1 também indutivo (real); 6 descritivos; 4 indutivos, sendo 3 baseados no real e 1 na ficção (parábola). A interlocução é voltada para a descrição de condutas religiosas, amparadas pelo uso de exemplos do real, e parábolas baseadas no texto bíblico.

3.4.9.2. “Peso”

Encontramos 23 procedimentos: 18 dedutivos: 3 citações, sendo 1 também pragmática; 11 pragmáticos, sendo 3 também descritivos; e 4 descritivos. Encontramos ainda 5 procedimentos indutivos: 1 do real e 4 parábolas. Na interlocução anterior encontramos uma série de descrições e *qualificações* que orientam para uma conduta religiosa.

3.4.9.3. “A Era da Incerteza”

Encontramos 23 procedimentos: 20 dedutivos: 2 citações, sendo 1 também descritiva; 10 pragmáticos, sendo 3 também descritivos, e 9 descritivos; 2 indutivos (real). A interlocução, assim como as anteriores, aponta para a descrição e qualificação de um estado de coisas e orienta para uma conduta, neste caso, social, compatível ao universo cristão.

3.5. Modo Argumentativo: valores/ *ethos* e *pathos*

3.5.1. Fragmento eleitoral Eliener Miranda

Encontramos 5 procedimentos argumentativos: 3 com valores relacionados à ética evangélica e 2 à ética cidadã. Desses, 2 expressam um *ethos* de competência, um de virtude/salvador, 2 de virtude, sendo um também de chefe e 1 de potência;

Os procedimentos apontam, em sua maioria, para valores éticos evangélicos, revelando um *ethos* de virtude. Os efeitos *patemização* observados relacionam-se à sensação de injustiça, à criação de esperança de representatividade pelo candidato.

3.5.2. Fragmento eleitoral Pastor Adelino de Carvalho

Encontramos 18 procedimentos argumentativos: 8 valores relacionados a uma ética cidadã, 6 à ética evangélica; 3 pragmáticos e 8 de verdade evangélica. Desses, 3 procedimentos expressam um *ethos* de credibilidade/virtude, sendo 1 também de inteligência; 15 expressam um *ethos* de identificação, sendo que 8 de inteligência, 1 de humanidade, 2 de solidariedade, 1 de chefe, 4 de caráter.

Os procedimentos que em sua maioria apontam para uma ética cidadã revelam *ethés* de identificação de inteligência e caráter, gerando um efeito patêmico de desejo de *sabedoria*.

3.5.3. Fragmento eleitoral Capitão Saulo Rodrigues e Capitão Edson Rodrigues

Encontramos 8 procedimentos argumentativos: 3 com valores relacionados à ética evangélica, sendo 1 também com valor de verdade evangélica; 5 relacionados à ética cidadã, dos quais 4 expressam um *ethos* solidário, 2 de competência, 1 de poder e 1 de humanidade/virtude.

Com uma maioria de procedimentos que relacionados à ética cristã, o efeito de patemização imaginado, produzido por esse material, revela um estado de desordem, insegurança e sofrimento; ao passo que nas ocorrências de procedimentos relativos ao *ethos* de *poder* e de *competência* encontramos um efeito de patemização relacionado à fé e à dignidade.

3.5.4. Fragmento eleitoral José Reis

Encontramos 8 procedimentos argumentativos: 3 com valores relacionados à ética evangélica, sendo 1 também com valor de ética cidadã; 4 valores de verdade, sendo 1 também de verdade cidadã, dos quais 4 expressam um *ethos* sério, 3 de virtude e 1 de poder.

Os procedimentos apontam, em sua maioria, para *ethés* de virtude e seriedade, levantando valores relacionados, também em sua maioria, à ética e verdade cristãs gerando um efeito patêmico marcado pela sensação de intimidade.

3.5.5. Fragmento eleitoral Moamed Rachid

Encontramos 20 procedimentos argumentativos: 6 com valores relacionados à ética evangélica, sendo 2 também cidadã; 5 relacionados à ética cidadã; 2 relacionados à verdade evangélica. Dos 12 procedimentos que expressam um *ethos* de credibilidade, tem-se 3 de competência, 7 de virtude (sendo 1 também de sério) 2 de poder; 8 expressam um *ethos* de identificação, sendo 3 de solidariedade e 6 de humanidade.

Os procedimentos apontam, para um equilíbrio entre ética e valores de verdade evangélica e a ética cidadã. Expressam *ethés* de virtude e humanidade, propiciando um efeito patemização de fé e sensação de fidelidade.

3.5.6. Fragmento eleitoral Wander Carlos

Encontramos 21 procedimentos argumentativos: 11 valores relacionados à ética cidadã (sendo 2 também à evangélica); desses, 6 são valores pragmáticos e 1 de verdade; 10 relacionados à ética evangélica. Dos 12 que expressam um *ethos* de credibilidade, 8 são de virtude (sendo 1 também de sério) e 2 de humanidade, 1 de sério e 3 de poder. Dos 14 expressam um *ethos* de identificação, 1 expressa um *ethos* religioso/humanidade, 5 de solidariedade, 2 de chefe, e 2 de humanidade.

Os procedimentos que apontam para uma maioria de valores relacionados à ética evangélica e apontam para *ethés* de *virtude* e *solidariedade*, indicando um efeito patêmico de *esperança* e *crença*.

3.5.7. Fragmento eleitoral Herculano Anghinetti – depoimentos de apoio

Encontramos 11 procedimentos argumentativos: 2 relacionados à ética evangélica, sendo 1 também cidadã; 9 relacionados à ética cidadã e desses 4 também relacionados a valores pragmáticos. 10 procedimentos expressam *ethés* de *credibilidade*, sendo 8 de *competência* e 2 de *virtude*; 1 procedimento que expressa o *ethos* de *identificação* de *solidariedade*.

Os procedimentos são relacionados, em sua maioria, à ética cidadã e a valores pragmáticos, expressam *ethés* de *competência* e *virtude*, indicando um efeito patêmico de crença de que o candidato é *atuante* e *eficiente*.

3.5.8. Fragmento eleitoral Herculano Anghinetti – Quem é Herculano

Encontramos 10 procedimentos argumentativos: 1 relacionado à ética social, 9 relacionados à ética cidadã, sendo 2 relacionados também a valores pragmáticos. 1 procedimento expressa um *ethos* de *credibilidade* (competência), sendo também de *identificação* (solidariedade); 3 de solidariedade; 5 de *chefe*, sendo 2 também de *solidariedade*.

Os procedimentos apontam para valores relacionados à ética cidadã e valores pragmáticos, os *ethés* mostrados são de solidariedade e de chefe, indicando a intenção de produzir um efeito patêmico de crença na *capacidade* e *dedicação* por parte do candidato

3.5.9. Fragmento eleitoral Herculano Anghinetti – Carta ao Leitor

Encontramos 12 procedimentos argumentativos: 11 relacionados à ética cidadã, sendo 1 relacionado também evangélica e 1 relacionada à ética social. 11 procedimentos expressam *ethés* de credibilidade, 1 expressa o *ethos* de virtude e também de competência, 10 expressam o de competência, sendo que 9 na forma de discurso de justificação; ainda dentre esses, 5 também expressam o *ethos* de identificação (caráter). Tem-se 1 procedimento que expressa o *ethos* de identificação (humanidade).

Os procedimentos apontam para valores relacionados à ética cidadã e revelam *ethés* de competência e caráter, e apontam para um efeito patêmico que leva à sensação de *injustiça* e *perseguições* ao candidato que demonstra uma atuação *competente* e *honesto*.

3.5.10. Fragmentos religiosos

3.5.10.1. “Compartilhando os fardos”

Encontramos 15 procedimentos argumentativos: 12 estão relacionados à ética evangélica, sendo que 9 também relacionados à ética cidadã e 2 à cidadã. Dentre esses procedimentos, 7 estão relacionados também a valores pragmáticos e 7 a valores de verdade evangélica. Os procedimentos expressam *ethés* identificação, 3 de social, 6 expressam um *ethos* social e também religioso e 6 expressam um *ethos* religioso.

Os procedimentos apontam para um a ética evangélica que dialoga com a cidadã, e a valores de *verdade* evangélica e *pragmáticos*. Os *ethés* expressam um equilíbrio entre a vida social e a religiosa. Os efeitos de patemização sugerem a sensação de *desamparo* na vida social e *acolhida* por parte da Igreja.

3.5.10.2. “Peso”

Encontramos 23 procedimentos argumentativos: 6 relacionados à ética cidadã (sendo 1 também à evangélica) e 17 expressam à ética evangélica, sendo que 5 também estão relacionados a valores de verdade evangélica. Os 23 procedimentos expressam *ethés* de identificação: 4 de social (desses, 2 também revelam um *ethos* de identificação religiosa) e 19 de identificação religiosa.

Os procedimentos encontrados apontam para uma *ética* e *verdades* evangélicas que, em alguns pontos, *dialogam* com a *ética cidadã*. Os *ethés* encontrados revelam uma maioria religiosa, o que justifica um efeito patêmico de sensação de dificuldades que só se resolvem com atitudes que confirmem o posicionamento cristão.

3.5.10.3. “A Era da Incerteza”

Encontramos 23 procedimentos argumentativos: os 23 procedimentos estão relacionados a uma *ética cidadã*, sendo que 5 também estão relacionados a valores pragmáticos. Os 23 procedimentos revelam o *ethos* de identificação social.

Os procedimentos apontam para valores que relacionam à *ética cidadã* a valores *pragmáticos*. O *ethos* de identificação social construído no discurso aponta para um efeito patêmico de *desesperança* e *temor* mundial, e a necessidade de promoção da *paz*.

Assim feita a descrição que foi apresentada nesta parte do trabalho, a seguir, na terceira parte, com base no levantamento dos dados obtidos, nos dedicamos à análise do *corpus* (amparados, principalmente, na teoria Semiolingüística), bem como à apresentação de alguns questionamentos levantados no início de nosso trabalho.

PARTE III:

ANÁLISE CONTRASTIVA DO *CORPUS*

A nossa análise seguirá o seguinte padrão: inicialmente, realçaremos o exame das características contratuais do *corpus*. Ressaltaremos, então, a caracterização das instâncias de produção e de recepção presentes no dispositivo situacional, a fim de assinalar, na seqüência, algumas evidências sobre os gêneros discursivos em pauta. Para a apresentação desses itens, seguiremos o mesmo modelo que utilizamos para o levantamento e descrição de dados, isto é, faremos, em primeiro lugar, as considerações sobre os “fragmentos eleitorais” e, depois, as considerações sobre os fragmentos religiosos. Do ponto de vista teórico, vale lembrar, iremos nos apoiar, fundamentalmente, em pontos de vista da teoria semiolinguística e da teoria dos discursos constituintes.

Em um momento posterior da análise, apresentaremos o exame das estratégias de legitimidade, credibilidade e captação, a partir dos dados levantados em nossas grades dos Modos de Organização do Discurso, com ênfase nos procedimentos enunciativos, descritivos e argumentativos. Em relação a este último aspecto, realçaremos, também, as questões relacionadas à persuasão retórica: o *ethos*, o *pathos* e o *logos*.

1. O dispositivo Identitário e o Contrato Comunicacional

Charaudeau (2006a, p.53-4) lembra-nos que o dispositivo é o mecanismo que estrutura a situação na qual se desenvolvem as trocas linguageiras, na medida em que as organiza de acordo com os lugares ocupados pelos parceiros da troca, a natureza de sua identidade e as relações que se instauram entre eles em função de certa finalidade. Ele funciona, então, como garantia de uma parte da significação do discurso, ao fazer com que todo enunciado que participa de um mesmo dispositivo seja interpretado e relacionado a este mesmo dispositivo. Trata-se, então, de uma noção relacionada ao “contrato de comunicação”, e aos domínios de prática linguageira de onde emanam as relações discursivas autorizadas, quer dizer:

Ele desempenha o papel de fiador do contrato de comunicação, ao registrar como é organizado e regulado o campo da enunciação de acordo com as normas de comportamento e com um conjunto de discursos potencialmente disponíveis aos quais os parceiros poderão se referir. (CHARAUDEAU, 2006, P. 54)

Não vamos entrar em detalhes, aqui, acerca de todos os participantes do dispositivo²⁴, pois interessa-nos saber, sobretudo, se há equivalência entre os parceiros dos “fragmentos eleitorais” e os parceiros dos “fragmentos religiosos” do *corpus* sob exame, bem aspectos relativos aos componentes situacionais do contrato de comunicação. Vejamos, primeiramente, quais são os parceiros dos “fragmentos eleitorais”.

1.1. Fragmentos Eleitorais

1.1.1. Os Parceiros e a Finalidade: quem fala a quem? Sobre o quê?

A análise dos chamados “fragmentos eleitorais” coloca em evidencia algo que é, aparentemente, óbvio: a instância de produção é ocupada por um sujeito comunicante político/candidato. A obviedade da asserção vem do fato de que nos parece natural que na situação de comunicação “propaganda político-eleitoral”, cuja finalidade é orientada para um determinado pleito político e de onde emergem os

²⁴ Cf. Charaudeau (2006, 55-64). Para o discurso político, além dos parceiros participantes da troca, deve-se levar em conta a participação da mídia (não apenas pelo fato de ser um meio ou canal de manifestação, mas pela sua participação “interessada” no discurso) e da instância adversária, na medida em que toda produção discursiva articula-se como uma proposição ou como resposta a questões que são colocadas, também, pelo outro “adversário”.

“fragmentos eleitorais”, aquele que detém a iniciativa de produção dos enunciados direcionados à deliberação do outro é, idealmente, o sujeito político candidato.

Quer dizer, mesmo quando não há marcas lingüísticas, o responsável pela enunciação, inclusive do ponto de vista jurídico, é o político-candidato. Não é por acaso, então, que cada “santinho” contém uma identificação favorável a esse político-candidato, por meio dos processos de nomeação definidos pela legislação eleitoral, contendo *nome próprio* e *número* de registro da candidatura junto ao respectivo Tribunal Eleitoral. Entretanto, vale lembrar que o candidato pode agregar algum título, apelido, qualificação ou identificador profissional ao seu nome de registro civil – o que tem por objetivo adicional a obtenção de determinados efeitos sobre o *outro*, como veremos no exame sobre os protagonistas.

Parece, também, óbvio dizer que o sujeito interpretante dos atos de linguagem dos “fragmentos eleitorais” é o cidadão/eleitor. Isso porque é o cidadão/eleitor que deve avaliar e decidir sobre as proposições avançadas pelo sujeito comunicante. Portanto, mesmo se não houver marcas lingüísticas que representem esse sujeito interpretante (ou se a interação for marcada pela presença de teses religiosas), ele deve ser capaz de interpretar os enunciados como pertencentes à situação de “propaganda político-eleitoral” e, portanto, cumprindo uma finalidade na distribuição de bens públicos na esfera política.

1.1.2. Os Protagonistas dos fragmentos eleitorais

Na instância de produção dos “fragmentos eleitorais”, o protagonista é, primeiramente, um desdobramento do sujeito comunicante político-candidato. Nesse sentido, é um sujeito enunciativo que tematiza e apresenta proposições (promessas, declarações, asserções etc.) enquanto agente do bem comum, capaz de produzir e intervir na distribuição de bens públicos desejados pelo seu correlato, na instância de recepção, o sujeito destinatário cidadão. Em todos os “santinhos” examinados,

encontramos, então, esse sujeito enunciador que fala do lugar da política, buscando instaurar relações discursivas próprias da cidadania. Além disso, verifica-se que a fala é, também em todos os “santinhos”, dirigida ao cidadão. Entretanto, o sujeito candidato pode desenvolver estratégias específicas (de legitimidade, de credibilidade e de captação) relacionadas aos processos de *nomeação*, *qualificação* e *localização* no tempo e no espaço, que participam do Modo de Organização Descritivo, e dizem respeito à sua enunciação.

Isso ocorre, por exemplo, no “santinho” do Capitão Edson e Capitão Saulo, que se designam como participantes de uma corporação encarregada pela segurança humana e patrimonial, que goza de prestígio junto à população mineira: o “Corpo de Bombeiros da Polícia Militar de Minas Gerais”. Ao mesmo tempo, ao se colocarem em postos de comando interno à corporação, eles ampliam a credibilidade às suas proposições relativas ao gerenciamento humano e social (a segurança, a ordem etc.), quer dizer, *por serem* membros graduados da corporação estão em condições de *fazer melhor* para o cidadão. Daí se apresentarem, inclusive, como detentores de formação universitária especializada (“Pós-Graduação em Segurança Pública” e “várias pós-graduações na área”).

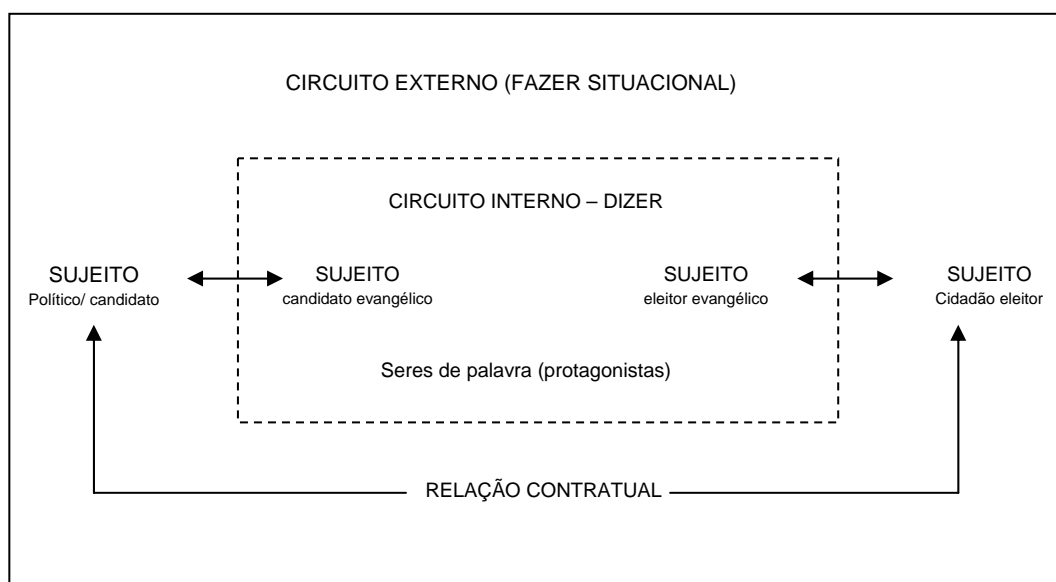
Numa perspectiva similar, porém direcionada à qualificação do *fazer*, pode-se notar a estratégia apresentada por Eliener Miranda, ao se colocar como “Idealizador e fundador do PRONAD – Programa Nacional de Alfabetização de Adultos”, o que, por dedução, o coloca como sujeito engajado em questões sociais e com capacidade para de idealizar outros programas comunitários.

Tanto no caso do “santinho” do Capitão Edson e do Capitão Saulo, quanto nesse caso de Eliener Miranda, o sujeito enunciador se apresenta como sujeito político. Podemos dizer, inclusive, que se trata de um político evangélico, e postula um sujeito destinatário cidadão e eleitor, e que seja, também, evangélico. Quer dizer, a cidadania parece vir em primeiro lugar. Podemos representar isso pelo quadro II, o qual é posto a seguir, e foi elaborado a partir do dispositivo enunciativo clássico da teoria semiolinguística.

Quadro II:

QUEM FALA A QUEM NOS FRAGMENTOS ELEITORAIS?

CANDIDATO EVANGÉLICO : LEITOR EVANGÉLICO



Chama-nos a atenção, entretanto, uma outra *qualificação* relativa ao ser presente na totalidade dos “santinhos”: todos se inscrevem como participantes evangélicos de maneira marcada, tanto por ser “membro da Igreja X”, ou “irmão evangélico” etc. quanto pelas estratégias de citação, no caso, a citação bíblica (“Quando o justo governa, o povo se alegra”, “Por causa da transgressão da Terra, mudam-se frequentemente os príncipes, mas por um sábio e prudente, se faz estável a sua ordem”, “Agindo Deus, quem o impedirá”, “Feliz é a nação cujo Deus é o Senhor”), a citação da *doxa* evangélica (“Jesus é o Senhor do Brasil”, “Até aqui, nos ajudou o Senhor” etc.) ou de uma *doxa* social (“A crise no Brasil é de caráter” etc.).

Aliás, esse recurso estratégico de citação como algo que contribui para a qualificação do *ser* e do *fazer* foi um critério que contribuiu na seleção do *corpus*. Mas a qualificação é bastante ostensiva em determinados casos em que a função exercida na Igreja é agregada ao nome, como ocorre com o Pastor Adelino, na

busca de efeitos de qualificação suprema. Tem-se uma ilustração desse caso na tentativa de amálgama entre uma função social de Pastor, que é reconhecida e de prestígio (pelo menos internamente à sua igreja), e um atributo essencial, relacionado à capacidade para agir como Pastor - um produtor e/ou mediador de bens de salvação e guia religioso. Só que, tudo isso voltado para a situação política.

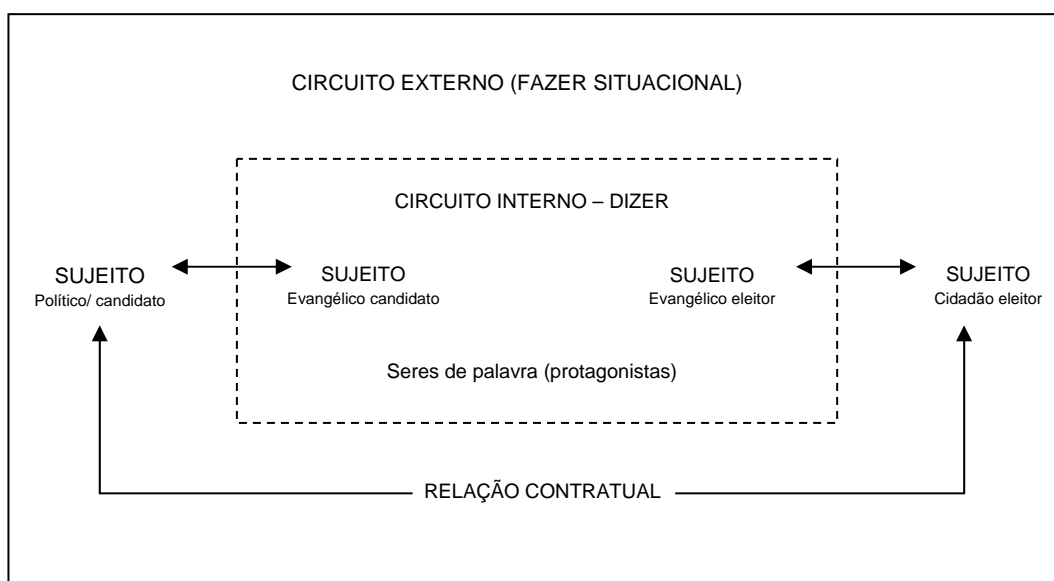
Quer dizer, na perspectiva do Pastor Adelino é o espaço religioso que orienta a conduta no espaço da política. Observe-se, a esse respeito, que Adelino não é o único pastor concorrente no pleito. Eliener Miranda e Moamed Rachid também o são, mas o são menos ostensivos e buscam estratégias diferentes, mais relacionadas à qualificação do fazer. O que ocorre, portanto, é uma prioridade discursiva à relação com o cristão-evangélico, alguém que parece fiel na concessão do voto ao Pastor Adelino – que tão bem manifesta a sua expressividade diante do “seguidor eleitoral”, com: “gosto de você!”

Tal hipótese será representada, a seguir, pelo quadro enunciativo III.

QUADRO III:

QUEM FALA A QUEM NOS FRAGMENTOS ELEITORAIS?

EVANGÉLICO CANDIDATO : EVANGÉLICO ELEITOR



Enfim, a partir das observações sobre as estratégias descritivas de si e recursos de citação, relacionadas à enunciatividade, podemos dizer que o sujeito destinatário do discurso é, ao mesmo tempo, tanto o cidadão quanto o seguidor religioso, em especial, o cristão-evangélico. Desse ponto de vista enunciativo, o discurso é, portanto, híbrido: dirige-se ao cidadão para a busca do voto em contrapartida de declarações e promessas relativas ao bem público no espaço da política. Mas, dirige-se também ao seguidor evangélico para a aquiescência deste, a partir de lugares comuns do imaginário cristão-evangélico, em relação a um projeto de extensão das relações religiosas para o campo político. Da mesma maneira, as citações bíblicas, de parábolas, etc. se dirigem ao eleitor e, ao mesmo tempo, ao candidato, numa espécie de “aventura” em que não se quer distinguir bem quem é o alvo dos enunciados.

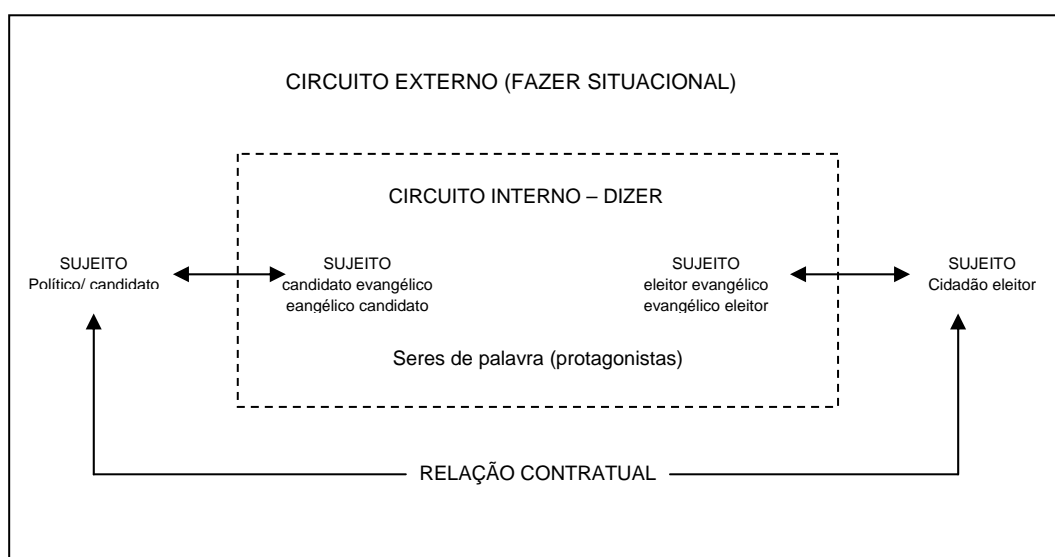
Uma possibilidade de apresentação desse dispositivo pode ser elaborada a partir do esquema abaixo, numa última variável do quadro enunciativo de Patrick Charaudeau, que se aplica à relação híbrida entre o discurso político e o discurso religioso:

Quadro IV

QUEM FALA A QUEM NOS FRAGMENTOS ELEITORAIS?

CANDIDATO EVANGÉLICO : ELEITOR EVANGÉLICO

EVANGÉLICO CANDIDATO : EVANGÉLICO ELEITOR



1.2. Fragmentos Religiosos

1.2.1. Os Parceiros e a Finalidade: quem fala a quem? Sobre o quê?

Na instância de produção dos “fragmentos religiosos” encontramos o sujeito comunicante igreja/ instituição. É em nome desse sujeito que o “boletim” ou “jornal religioso” tem autoridade para circular, com as suas crenças, verdades e valores acerca da produção e distribuição dos bens de salvação. Nesse sentido, os três textos examinados possuem as chancelas das respectivas igrejas (“Oitava Igreja Presbiteriana de Belo Horizonte” e “Igreja Presbiteriana Central de Cuiabá” e da “Igreja Universal do Reino de Deus”), e vale lembrar que dos três textos, somente o Editorial da “Folha Universal”, vinculado à “Igreja Universal do Reino de Deus” tem circulação nacional. Contudo, trata-se de textos produzidos para um sujeito interpretante cristão-evangélico, possuidor de saberes compartilhados com a Igreja, quer dizer, que possa compreender a produção e as teses apresentadas sob o princípio dessa religiosidade específica. Quer dizer, mesmo quando o tema não é, a princípio, religioso, o olhar sobre ele é religioso; por exemplo, quando a instância sociopolítica é evocada, essa evocação é feita no sentido de corroborar um modo religioso de ser ou agir.

A instância de recepção, lugar da interpretação, é ocupada, então, pelo sujeito interpretante. Do ponto de vista da sua intencionalidade, trata-se de um sujeito que busca se interagir com o discurso da igreja, percebendo-o como discurso, ao mesmo tempo, estruturado e estruturante, capaz de estabelecer consensos amplamente aceitos e dar sentido à existência humana, como um momento de passagem para outra vida, após a morte física.

1.2.2. Os Protagonistas dos fragmentos religiosos

Bourdieu (1992), ao analisar a gênese e estrutura do campo religioso, afirma que em nosso período contemporâneo já se deu, por completo, a passagem da gestão dos bens de salvação para as mãos de um corpo de especialistas, socialmente reconhecidos como detentores exclusivos da competência específica necessária à produção ou à reprodução de um “corpus” deliberadamente organizado de conhecimentos raros. A figura do especialista religioso, em certa medida, confunde-se com a do guia ou chefe, aquele que conduz o cotidiano da religião em determinado espaço e tempo, colocando-se como fiel representante do texto fundador que interpreta.

Por esse motivo, quando se observa a instância de produção do discurso, pode-se perceber que o protagonista dos “fragmentos religiosos” é uma espécie de porta-voz da igreja, uma extensão daquela que ocupa o papel de sujeito comunicante e marca o seu texto com uma chancela específica (“Oitava Igreja Presbiteriana de Belo Horizonte”, “Igreja Universal do Reino de Deus” etc.). Quer dizer, esse porta-voz, para se manter como um legítimo produtor / mediador de bens de salvação, é preciso ser notado como intérprete autorizado e competente dos fundamentos da religião específica. Ele não é, neste sentido, um sujeito que cria, pela palavra, novos objetos, mas um especialista à serviço do fundamento último da religião que professa e, neste sentido, está em condições para apresentar a verdadeira interpretação para o texto sagrado.

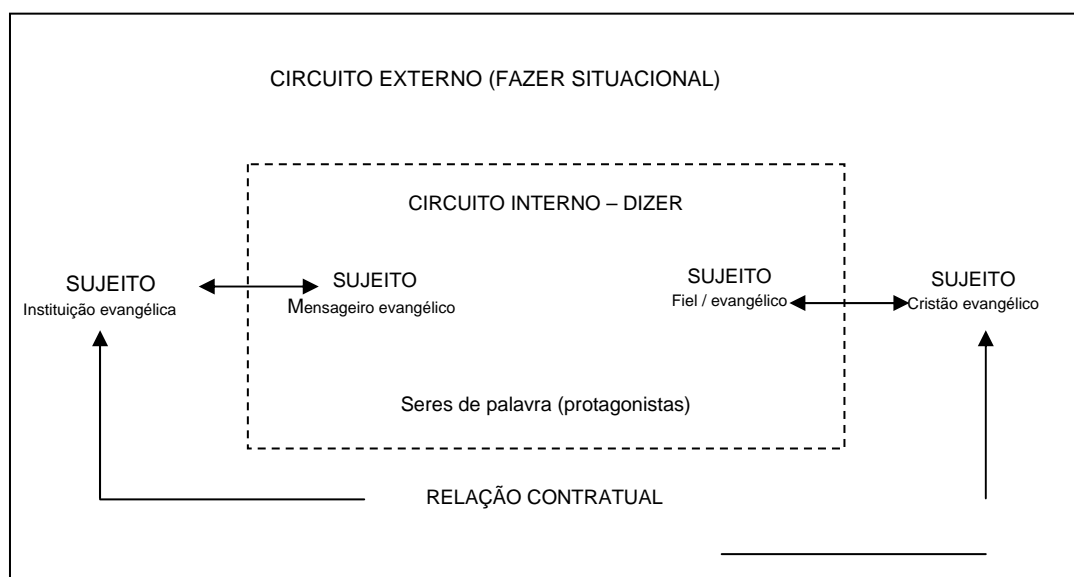
Como sujeito destinatário, ocupante da instância de recepção dos “fragmentos religiosos”, encontra-se, portanto, a figura do seguidor, alguém desejoso de obter bens de salvação. Daí, as teses levantadas pela instância de produção, serem orientadas pela pertinência em relação ao domínio religioso específico, uma vez que, participam de um universo de crenças partilhado pelos cristãos, sobretudo, os evangélicos, a respeito das questões religiosas e também sociais. As teses são orientadas para a influência desses seguidores, mantendo-os no conjunto de participantes da mesma fé, o “enunciador-comunicante”, quer dizer, o “porta-voz”,

coloca em questão situações diversas do dia-a-dia e como vivenciá-las de acordo com os preceitos evangélicos, e, para tal, são comumente colocadas em ação estratégias enunciativas delocutivas (“Há certas situações na vida da gente em que a necessidade de refúgio se faz presente”, “Viver só não é projeto para pessoas”, Pr. Uedson Souza Vieira) como assertivas que permitem introduzir o outro num discurso já estabelecido pela sociedade, para, em seguida, implicá-lo alocutivamente (“Não dá para ficarmos indiferentes ao conflito que acontece entre alguns países do ocidente e do Oriente” [mexa-se, posicione-se]; “Combine com sua família reunir com outra família... para chorar e também dar gargalhadas... vai ajudar”, etc.).

Da mesma maneira, trata-se de uma enunciatividade rica em estratégias descritivas relacionadas à narrativa, à citação (a citação bíblica, principalmente), à definição, ao discurso relatado, e ao exemplo, seja ele real (algo acontecido, um fato) ou ficcional, (como a parábola, a história de vida, mas também a fábula). Vale lembrar, no entanto, que, mesmo se a tematização for social, a perspectiva de recepção orienta-se pelo princípio religioso, já que os participantes procuram se conduzir de maneira cooperativa em suas interlocuções. Podemos, então, ilustrar tal dispositivo a partir do quadro V:

Quadro V

QUEM FALA A QUEM? SOBRE O QUÊ? NOS “FRAGMENTOS RELIGIOSOS”



1.2.3. Enunciatividade e Imagens de Si: dos candidatos

Um exame das estratégias relativas às imagens de si, projetadas pelos candidatos nos “fragmentos eleitorais”, evidenciou, no caso dos postulantes *candidatos evangélicos*, sobretudo, a constituição do *ethos* de competência, numa modalidade dos *ethés* de *credibilidade*, e do *ethos* de *caráter*, numa modalidade dos *ethés* de identificação. As duas orientações parecem se guiar por uma justificativa cidadã e religiosa do discurso, isto é, o candidato/evangélico procura realçar o seu caráter como participante de atividades relativas à cidadania e participante de uma identidade cristã ideal (*modelo de cidadão de uma igreja comprometida socialmente*).

Nas produções desse grupo, a preocupação maior é com as propostas, quase todas acordando com os preceitos partilhados pela comunidade evangélica. Reconhece-se um sujeito destinatário eleitor também evangélico, que percebe a legitimidade das propostas e que é capaz de reconhecer o candidato como o seu melhor representante, uma vez que este, por ser evangélico, terá maiores chances de corresponder às expectativas de um trabalho coerente com os saberes e crenças partilhados.

Nas produções em que o sujeito enunciador apresenta-se primeiramente como evangélico encontramos, majoritariamente, o *ethos* de virtude e o *ethos* de seriedade, que endossam o caráter cristão do sujeito. Isso, num primeiro momento, assim acreditamos, cria uma predisposição no *sujeito destinatário* – neste caso, identificado primeiramente como evangélico e, depois, também cidadão – em aceitar as teses apresentadas, sobretudo, do ponto de vista religioso. Ao mostrar-se candidato ou ao apresentar o candidato, o sujeito enunciador, tem em vista, corresponder às expectativas relacionadas à gerência dos bens públicos, concomitantemente com os preceitos religiosos.

1.2.4. Enunciatividade e Imagens de Si: das igrejas

Encontramos, nessas produções dos “fragmentos religiosos”, um sujeito comunicante evangélico ou que fala em nome de uma instituição evangélica, como no caso do editorial da “Folha Universal”. Mesmo não sendo identificada a sua identidade física, é alguém que fala de um lugar reconhecido pelos interlocutores como evangélico pertencente à “Igreja Universal do Reino de Deus”. O sujeito destinatário é reconhecido também como evangélico ou sujeito que partilha de alguns de seus saberes de crenças (considerando aqui o papel constituinte dos discursos religiosos). Esse sujeito destinatário recebe, avalia e, pressupõe-se, que reconheça as teses apresentadas como sendo legítimas, do ponto de vista cristão.

1.3. Dos Gêneros Situacionais

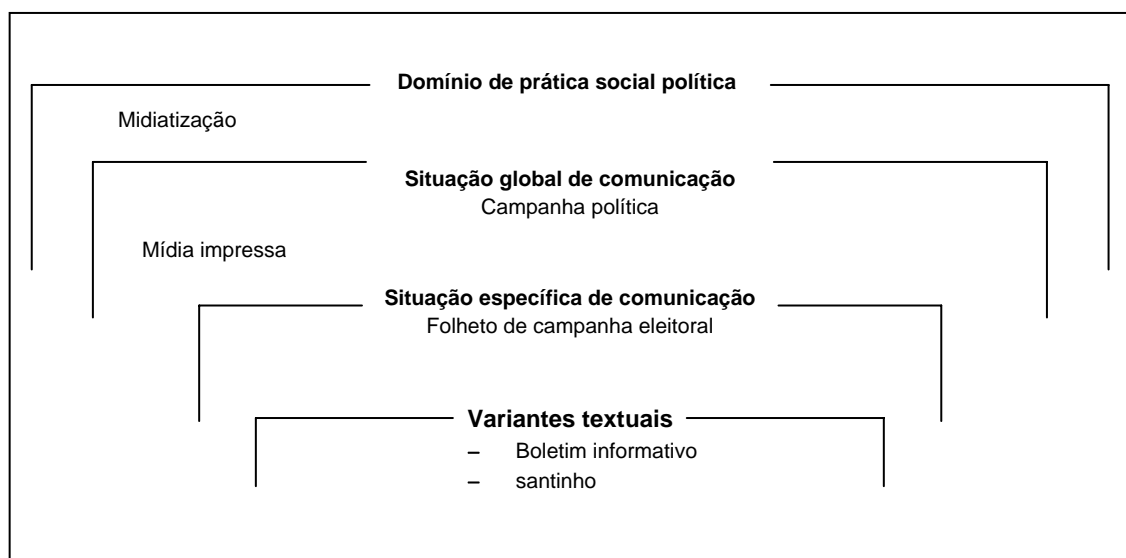
Compreendermos que o sujeito se socializa pela linguagem, mais especificamente, pela maneira como a apreende e a manuseia, submetendo-a a normas sociais relacionadas ao uso, formas e pertinência. O *saber dizer* de um sujeito é que o leva a certas escolhas que lhe permitirão expressar-se por meio desse ou daquele gênero, de acordo com o domínio de prática social e a situação de comunicação específica.

Buscamos, com o suporte da teoria semiolinguística, mapear o domínio, ou os domínios, de prática social no qual se inscreve o nosso *corpus*, bem como observarmos os índices que nos revelam as os processos semiodiscursivos que transformam esse domínio de prática social em domínio de comunicação, principalmente, as “visadas” selecionadas que determinam o *enjeux* da troca verbal.

Assim, em um primeiro momento, com base em Charaudeau (1999 e 2004) e aproveitando parte do esquema formulado por Emediato (2003) para o caso da mídia jornalística, nosso exame compreende o seguinte quadro genérico:

Quadro VI:

GÊNEROS SITUACIONAIS E “FRAGMENTOS ELEITORAIS”



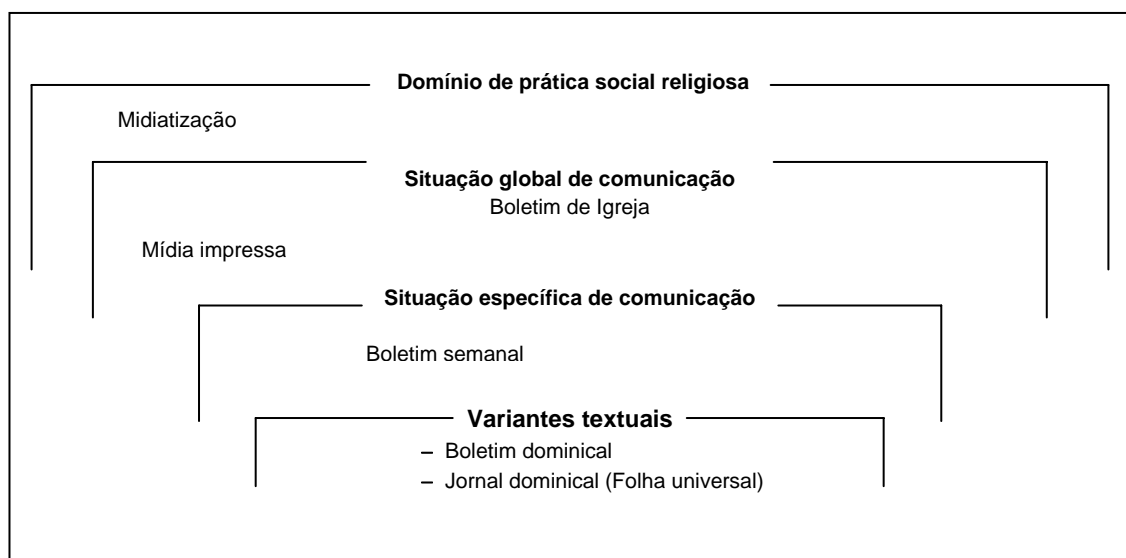
É preciso notar, entretanto, que se levarmos em conta a ênfase enunciativa “evangélico-candidato”, o esquema genérico sofre uma modificação importante, aproximando-se mais de uma cenografia (MAINGUENEAU, 2004) de troca entre participantes da mesma igreja, sendo, então, menos evidente no que diz respeito aos aspectos do campo político.

Quanto à representação genérica para os “fragmentos religiosos”, ela se instala numa ótica bem distinta, pois o campo ou domínio de práticas sociolinguageiras é o religioso. Quer dizer, mesmo se as variantes de gênero se equivalem, as restrições situacionais mais amplas dizem respeito a noções distintas de condução da fala: num caso, para os bens públicos, partilhados no espaço da

cidadania – um espaço de escolha e deliberação; no outro caso, para os bens de salvação, partilhados no espaço da crença religiosa – um espaço de “apostolado” e de fé.

Quadro VII:

GÊNEROS SITUACIONAIS E “FRAGMENTOS RELIGIOSOS”



1.4. Estratégias de Persuasão

1.4.1. Os Modos de Organização do Discurso

No processo de levantamento de dados, buscamos contemplar os modos de organização do discurso:

- o enunciativo, dada a importância desse modo na operacionalização de todos os outros;
- o descritivo, por acreditarmos que as nominalizações e as *qualificações* presentes nas ocorrências enunciativas servem de premissas aos argumentos trabalhados nos discursos encontrados no *corpus*;
- o argumentativo, uma vez ser esse o nosso principal foco de atenção, onde acreditamos estar presentes os valores, as construções de imagem do enunciador e dos efeitos dessa discursividade.

1.4.2. Do Modo Enunciativo

No que diz respeito aos 8 (oito) excertos que contêm o discurso dos candidatos, encontramos como principal propósito a *apresentação* e a *identificação* do candidato, principalmente de sua identidade religiosa e política.

É certo que, encontramos também, um número elevado de *asserções* e *discursos relatados*, principalmente o texto bíblico, o que nos leva a crer que nesses momentos o candidato se faz valer dos saberes partilhados e usa esse discurso como fiador de sua *identidade* e de suas *promessas*.

Nota-se que, entre os que já exercem uma função pública, essa identificação é corroborada por apreciações sobre seu exercício político, enquanto na interlocução dos candidatos que ainda não foram eleitos o recurso ao texto bíblico é mais recorrente e mais explícito, uma vez que o candidato ainda não goza de nenhuma legitimidade nem política, nem mesmo credibilidade. Tal candidato se beneficia da legitimidade do texto bíblico na sociedade, sobretudo entre os interlocutores evangélicos, para que a partir daí, crie-se uma credibilidade “religiosa” que, se bem articulada, pode ser *decalcada* como política.

Há situações em que essa estratégia é explicitada pelo próprio fragmento discursivo do candidato²⁵:

“É a vez do povo de Deus. Junte-se a nós no combate as drogas e à corrupção que impera nesta nação.” (José Reis)

“Por causa da transgressão da Terra, mudam-se freqüentemente os príncipes, mas por um sábio e prudente, se faz estável a sua ordem” (Pv. 28:2). (Wander Carlos)

E em algumas outras situações o próprio candidato refere-se à questão da *credibilidade*:

“Querido irmão, diante da falta de credibilidade de certos políticos, às vezes é constrangedor falar de assunto tão discutido em nossa sociedade”.(José Reis).

Entendemos que há aqui certa antecipação das expectativas dos parceiros da troca. O enunciador mostra-se ciente das expectativas e valores do seu destinatário, enquanto este ao ser exposto à enunciação, identifica nas teses a cumplicidade do candidato a essas mesmas expectativas. Discursivamente, o candidato pode apresentar-se como o porta-voz, um agente competente ou não para desempenhar o exercício político.

Outro aspecto pode ser observado também sobre o uso freqüente de asserções, constatações e de discursos relatados, sobretudo o bíblico. É que esses recursos criam um *efeito de verdade e impessoalidade* e, freqüentemente, estão relacionados a um caráter e posicionamento cristão que, quando não se refere diretamente, aplicam-se à imagem pré-construída sobre o candidato. Nas três interlocuções dos candidatos que já exercem um cargo público, percebemos que esses recursos criam o efeito de uma relação com o *saber, atitudes e posturas* que reafirmam a credibilidade política do mesmo.

²⁵ As falas dos candidatas serão transcritas nesta parte do trabalho, na mesma formatação de citações, sendo identificadas pelo nome dos candidatos que as proferiram..

Nas interlocuções publicadas sob a responsabilidade das igrejas, os “fragmentos religiosos”, encontramos como propósito principal a difusão de *valores* atitudes coerentes a uma vivência religiosa, nesse caso, cristã evangélica. Em duas delas encontramos abordagens sobre questões vivenciadas na esfera social, tais como ansiedade, dificuldades, crise política, etc. Percebemos, ao compará-las com a interlocução que versa somente sobre aspectos da vida cristã, que todas elas não apresentam diferenças consideráveis quanto ao propósito principal.

É certo que, embora a interlocução publicada no Jornal *Folha Universal* não possua nenhuma referência explícita sobre o universo da fé, as teses e os ensinamentos nela contidos corroboram os *valores* e preceitos *religiosos*.

Chamou-nos a atenção, no caso dos “fragmentos religiosos”, o fato de que, ao contrário, das interlocuções na situação de comunicação política, não há uma preocupação com a imagem do enunciador/comunicante, mas com a formação da imagem de um terceiro, um “cristão ideal”, com uma identidade universal completa: social, espiritual, política, na qual se espera que o sujeito destinatário/interpretante se veja implicado. O *ethos* aqui construído é, na verdade, aquilo que o enunciador crê ser a imagem de seu interlocutor.

O número considerável de constatações revela uma relação de saber sobre o mundo, a imposição de uma série de *valores* e *verdades* que criam um efeito de saber e experiência que, em última instância criam uma relação de orientação/ ensinamentos da igreja no que diz respeito não só aos assuntos da esfera religiosa, mas também social.

1.4.3. Do Modo Descritivo

Nas interlocuções dos candidatos ou “fragmentos eleitorais” observamos a ênfase nas descrições das *qualificações* do candidato, o que corrobora a construção de sua imagem e *credibilidade*.

Assim, boa parte das interlocuções apresenta *qualificações* voltadas para o *ser*. Estas, por sua vez, expressam uma identidade relacionada à experiência de vida do candidato, o qual se mostra, na maioria das vezes, um *cristão fiel* e um *cidadão honrado*. Essa identificação é feita, muitas vezes, criando uma *cumplicidade* entre a *identidade do candidato* e as *expectativas sobre as ações do mesmo* por parte do eleitor, levando-se em conta o estatuto social desse candidato e o lugar de onde fala.

Em outras interlocuções, observamos que a ênfase das *qualificações* está voltada para o *fazer*. O que mostra que os candidatos possuem posturas e atitudes que revelam certo “pragmatismo”, em relação aos preceitos cristãos, associado à ação política. Essa orientação mais voltada para o *fazer* foi encontrada principalmente nas interlocuções sobre os candidatos que já possuem certa legitimidade com a condição de homens públicos. O que nos leva a crer que se trata de construções que confirmam uma imagem de competência e saber político do candidato.

Já nas interlocuções sob responsabilidade das igrejas, os “fragmentos religiosos”, encontramos uma ênfase voltada para o *fazer* em preocupações que versam sobre o universo da fé e também sobre a esfera social. Mais especificamente, essas *qualificações* expressam sobre um agir coerente com os preceitos bíblicos, ainda que em outros espaços que não o religioso. Mesmo quando encontramos *qualificações* voltadas para o *ser*, essas são conseqüências de uma conduta, adequada ou não com a vivência cristã. Os ensinamentos que mencionamos no modo enunciativo, estão, quase todos, na forma *injuntiva*, o que confirma o estabelecimento de verdades e parâmetros.

1.4.4. Do Modo Argumentativo

Nas interlocuções atribuídas aos candidatos, encontramos, a princípio, *três* configurações argumentativas. Observamos que, na maioria das interlocuções dos candidatos, tem-se certo equilíbrio entre *valores éticos evangélicos* e *valores éticos cidadãos*, sendo que há uma tendência maior para os primeiros, à medida que são encontrados na discursividade valores relacionados também a *verdades evangélicas*. Essas verdades evangélicas seriam o ponto de partida para determinadas teses levantadas e/ou a justificação desse ou daquele posicionamento. Muitas vezes, os valores que se relacionam a essas verdades são implícitos, pouco marcados no texto, sendo recuperados por alguns índices como referências e analogias a textos bíblicos. Em outros momentos, essa analogia é explícita. Por se tratarem de verdades, gozam do estatuto de serem inquestionáveis e de pertencerem a um sistema de valores e crenças partilhadas pela comunidade evangélica, o que leva, geralmente, a uma linha de raciocínio, como em:

“José Reis [está] na luta contra as drogas” [que são um mal para a nação](...) [Ora, se] “Jesus é o Senhor do Brasil” (...) [E se] “É a vez do povo de Deus. [Logo] “Junte-se a nós no combate as drogas e à corrupção que impera nesta nação.” [que pertence ao Senhor Jesus] [votando em José Reis e em Antony garotinho].

“Quando o justo governa, o povo se alegra”. [Eliener é justo. Logo, o povo se alegrará com a sua eleição].

“Em 92 ingressou na vida pública (...) em 2000 Moamed (...) o mais votado entre os candidatos evangélicos. Isto prova que Deus existe e milagres acontecem!”

Os *ethés* construídos nessas interlocuções – como já observamos nas descrições dos dados levantados – são constantemente de *virtude* e de *seriedade*, no caso dos candidatos José Reis e Wander Carlos, não há legitimidade nem

mesmo credibilidade política, o que justifica o recurso constante ao texto e aos jargões religiosos “*Jesus é o Senhor do Brasil*”, “*Deus está no controle*”, além das referências bíblicas que lhes servem de argumento. Como em:

“Por causa da transgressão da Terra, mudam-se freqüentemente os príncipes, mas por um sábio e prudente, se faz estável a sua ordem” (Pv. 28:2). [Wander é justo, logo merece nosso voto]. (...) “Neemias Cap. 5 é como pretendo legislar”.

Assim, sem gozar de *credibilidade* e de *legitimidade política*, os *candidatos utilizam-se da legitimidade do texto bíblico* – que para os evangélicos possui um *valor de verdade* – para investir-se de uma credibilidade religiosa, a qual esperam que seus leitores/destinatários, transfiram à esfera política.

Uma segunda configuração argumentativa é encontrada nos discursos dos candidatos que já exercem alguma função pública. Neles, encontramos também um equilíbrio entre os valores relacionados à ética evangélica e à cidadã. Assim como nos primeiros, também há um reforço pelos *valores de verdades religiosas*. Mas agora há também um reforço dos *pragmáticos*, pois trata-se, em sua maioria, de discursos de candidatos que já operam, de alguma forma, na política. Os *ethés de credibilidade* encontrados agora, além dos de virtude, são também os de competência, solidariedade e humanidade.

O recurso ao texto bíblico e aos jargões religiosos são menos constantes, embora não faltem a nenhum dos folhetos analisados. Percebemos que, no caso desses candidatos, os procedimentos argumentativos partem de um universo de crenças na esfera religiosa para o político-social. As referências ao posicionamento religioso dos candidatos servem de endosso à sua candidatura, mas, principalmente, para reafirmar a sua imagem de homem público confiável. O que podemos apreender devido às constantes descrições de suas ações políticas, como no caso da extensa lista de ações dos candidatos Eliener Miranda e Moamed Rachid.

No caso dos candidatos Capitão Saulo Rodrigues e Capitão Edson Rodrigues, esses não exercem mandato político, mas valem-se dos anos de serviço público, principalmente pelo jargão “*Bombeiros a serviço da vida*”. Lançam mão da

identificação evangélica e do texto bíblico, mas o ponto forte de sua interlocução está nas descrições relacionadas ao *ser* e das ações que propõem. Esses candidatos que já exercem uma função pública, apresentam propostas mais relacionadas à ação política e, embora usem da identificação evangélica como um recurso de credibilidade, percebemos que se beneficiam mais da legitimidade política que já possuem, como recurso de persuasão.

Ainda entre os candidatos identificados como evangélicos e que já exercem função pública, destacamos o discurso do candidato Adelino de Carvalho. Como nos anteriores, encontramos um equilíbrio entre os *valores éticos evangélicos* e *cidadãos*. Também encontramos, neste caso, *ethés de credibilidade de virtude e competência*. Mas, percebemos certa orientação discursiva diferenciada dos demais. Enquanto o discurso trabalhado pelos outros candidatos centra-se nas ações e identidade política dos mesmos; o discurso do candidato Adelino de Carvalho volta-se, principalmente, para a construção da imagem do seu leitor/eleitor, ou na que ele deseja que esse construa para si ao entrar em contato com o seu discurso.

Assim, o candidato cria uma atmosfera de sedução e gera em seu leitor, o desejo de se encaixar nas descrições de “*mulher sábia*” e “*homem inteligente*” que o candidato faz. Há inclusive um ato locutivo que revela certa intimidade na fala do candidato: “*Gosto de você*”. Assim poderíamos compreender uma linha de raciocínio que seria: – [Eu] “Pastor Adelino de Carvalho (...) Gosto de você” [que é uma mulher sábia, ou um homem inteligente, pois] “A mulher sábia edifica a sua casa”, [logo, ela sabe que eu Adelino, sou o melhor candidato, pois gosto dela] e “o homem inteligente é aquele que ouve a sua mulher” [pois reconhece que ela tem sabedoria três vezes maior que a dele]. Admitindo que os argumentos trazem dados questionáveis e, possivelmente, improváveis, cremos que o ponto forte desses procedimentos argumentativos seja a aposta de que esses leitores/eleitores desejem encaixar-se no perfil de “mulher sábia” ou “homem inteligente”.

A terceira configuração discursiva é encontrada nas interlocuções do candidato Herculano Anghinetti. Trata-se de um candidato que busca a sua reeleição ao cargo de senador. São três interlocuções. A primeira trata-se, na verdade, de uma série de depoimentos chamados de “testemunhais” sobre o candidato, dados por autoridades políticas e religiosas. Esses depoimentos revelam

uma identificação religiosa, mas, sobretudo, *ethés de credibilidade* (competência política e de solidariedade). Da mesma forma, a segunda e a terceira interlocuções, que aparecem sob a variante textual²⁶ carta, possuem procedimentos que em sua maioria também revelam *ethés de credibilidade* (competência e solidariedade).

Diferentemente da discursividade dos outros candidatos, os procedimentos relacionados a *valores éticos* de cidadania e também *pragmáticos* são em maior número, sendo encontrados somente *três* valores relacionados à *ética evangélica*.

Chamou-nos a atenção o fato de que a primeira e a segunda interlocuções servem de preâmbulo à terceira, a qual destaca-se pela ênfase nos procedimentos que revelam *ethés* de competência em forma de discurso de *justificação*.

Dado o número de depoimentos e considerando a segunda interlocução, acreditamos que se cria uma atmosfera satisfatória de receptividade ao político/candidato. Prevendo ser confrontado, por acusações sobre o seu exercício político, o candidato resguarda-se em depoimentos sobre si que endossam sua credibilidade e identificação política, isentando-se, assim, de falar de si mesmo – uma vez que, do ponto de vista ético, não é bom falar de si mesmo. Ao político, no entanto, ainda lhe resta justificar, defender-se de acusações. Essa justificação é feita a partir de nominalizações pejorativas aos acusadores. Um fato interessante, neste caso, é o fato de que, enquanto os depoimentos encontram-se todos assinados por autoridades políticas e religiosas, permitindo a identificação dos enunciadores; a identificação das entidades, das quais o político/candidato se defende e transfere as acusações, é feita de maneira generalizada. Assim, o leitor/eleitor só é capaz de avaliar as acusações pelo que é dito e mostrado pelo candidato.

Contra-pondo-se às interlocuções dos candidatos, as publicações sob a responsabilidade das igrejas apresentam valores mais voltados para uma ética evangélica que, comumente, dialogam com uma ética social e cidadã e com valores de verdades evangélicas e pragmáticos. Comumente são revelados *ethés de identificação* religiosa e social. Assim, percebemos que os valores relacionados à esfera social são trabalhados a partir dos valores e verdades da esfera religiosa.

²⁶ Optamos por essa nomenclatura, uma vez que as cartas aparecem dentro do gênero boletim de campanha eleitoral.

Ainda que, como no caso do editorial da Folha Universal, a abordagem, não explicita um posicionamento religioso, toda a discursividade está sob a responsabilidade de uma instituição religiosa.

A seguir, aprofundamos um pouco mais na maneira como se dão as estratégias de persuasão nas interlocuções políticas, pelas provas retóricas do *ethos*, *logos* e *pathos*.

1.5. Estratégias Retóricas de Persuasão

1.5.1. O *Ethos* ou Imagens de Si no Discurso Político

Segundo Charaudeau (2006b), na encenação do discurso político estão presentes elementos da ordem das paixões e da razão, o que faz dele um discurso subjetivo em que se misturam afeto e racionalidade. Por estar diretamente ligado a expectativas quanto à promoção e à manutenção do poder, em suas mais variadas formas, o discurso político possui a peculiaridade de engendrar-se em todos os setores sociais. Na situação do discurso político estão sempre presentes o debate de idéias, as razões e as paixões de uma sociedade. Surgem, com o debate, os espaços de discussão que permitem criar certa coletividade. Marca o discurso político a sua necessidade de adaptação e, ao mesmo tempo, a sua capacidade de persuadir os espíritos. O discurso político é impregnado dos saberes, do modo de pensar e agir em uma sociedade. Isso só é possível porque os espaços em que ele circula, os diversos imaginários sociais em que ele se constrói, estão repletos de uma busca pela racionalização do “viver junto” ao mesmo tempo em que denuncia paixões tão antigas quanto os homens.

Para ganhar a adesão dos espíritos o homem político deve saber e partilhar dos sistemas de valores e crenças que circulam em sua comunidade. Mais do que isso, deve apresentar-se como alguém apto e comprometido em fazer valer as expectativas da instância cidadã. Ele deve, portanto, construir uma imagem de si, na qual os seus eleitores em potencial se vejam representados; e ele o fará levando-se em conta os imaginários sociais. Menezes (2006) nos fala de um reconhecimento e de uma adaptação do orador político a esses imaginários; a partir dos quais ele constrói uma imagem favorável de si.

Essa noção de uma construção discursiva do *ethos* nos permite pensar sobre a possibilidade de o orador que reconhece e participa de diversas situações enunciativas jogar com a rede de imaginários presentes na sociedade e formulações estratégicas que se pareçam as mais apropriadas para se obter a persuasão numa determinada situação. Ora, se o orador é alguém que sempre se representa, ele pode buscar uma melhor representação de si, a partir da memória discursiva e do reconhecimento de eventos políticos. Ou seja, se o *ethos* reúne atributos do orador, ou traços do caráter que devem ser mostrados pelo discurso, para causar boa impressão, (...) é possível jogar com as imagens de si. (MENEZES, 2006, p.324)

1.5.1.1. O *Ethos* na Configuração do Discurso Político-Evangélico

A teoria sobre o *ethos* nos leva, toda ela, à noção de construção, pois se trata de um processo, o que nos faz refletir sobre as estratégias pelas quais o orador se credibiliza, em seu discurso. No discurso político-evangélico não seria diferente. O desafio que se coloca advém do fato de haver uma articulação entre "domínios sociais" distintos – religioso e político – logo, de "domínios de prática languageira", também distintos.

Sendo o discurso religioso um discurso constituinte/fundador, ele gera e gira em torno de suas próprias teses, segundo as quais tematiza o mundo. Já o discurso

político é de uma natureza mais híbrida, pois necessita apoiar-se e tematizar em valores já consolidados ou buscados pela sociedade em que é produzido. Deparamo-nos, no discurso político-evangélico, com uma hibridização discursiva ou uma sobreposição de domínios.

No que diz respeito à construção de uma "boa" imagem, o candidato político-evangélico lança mão de estratégias visando a adesão dos seus interlocutores, "pares na fé", que também possuem um lugar social de cidadãos que os fazem agir na esfera social.

No seguimento evangélico, percebe-se a constante idéia de que, o que importa é estabelecer o reino prenunciado pelo Cristo, como exemplificado na oração dominical descrita nos evangelhos. Seguindo Bourdieu (1992), dizemos que os enunciadores do discurso religioso assumem um papel de gestores dos bens de salvação²⁷ Esses porta-vozes estabelecem-se, então, como "embaixadores do reino", a exemplo do próprio apóstolo Paulo, que se autodenominou "embaixador do evangelho de Cristo". A preocupação com o estabelecimento do reino e da justiça torna-se recorrente e facilmente recuperável no discurso político-evangélico

Nesses mesmos textos, percebemos certo apelo à credibilização. É necessário fazer-se digno de confiança, saber *fazer-crer*. Em uma das interlocuções analisadas, o enunciador faz uma abordagem sobre a falta de credibilidade, e à expectativa de se estabelecer justiça. Na busca pela credibilidade entram em jogo as estratégias discursivas que se adaptam a uma espécie de holograma experiencial do qual nos fala Auchlin (2001). Esse holograma da imagem do orador não é fixo, nem definitivo. Trata-se de um efeito especular – percebido no jogo de antecipações entre interlocutores; observado numa situação de comunicação, como nos fala Charaudeau (2006^a, p. 115). Daí dizer que se trata de uma construção, pois é totalmente dependente dessa situação de comunicação, das estratégias que o orador lança mão para se mostrar ao seu interlocutor. Há, de fato, uma expectativa de que a imagem mostrada, durante a troca, satisfaça àquela pré-construída, anteriormente ao evento.

²⁷ Aqui fazemos uma alusão à sociologia dos campos, de Bourdieu (1992), base para as noções desenvolvidas sobre ancoragem social e estereotipia.

Dentro das condições de credibilidade, o sujeito político se vê na obrigação de construir uma imagem de si que deve lhe dar suporte, uma identidade. Um *ethos* de lucidez, pois deve mostrar-se consciente dos fatos e das necessidades a sua volta; de engajamento, uma vez que mostra-se disposto a manter ou instaurar a ordem; *ethos* de autoridade quando se mostra-se legitimado ou apto para legitimar-se para ocupar o lugar da ação política e um *ethos* de virtude, quando se mostra digno de tal autoridade, o que justificaria a construção, principalmente, dessa imagem de virtude, em quase a totalidade dos discursos proferidos pelos candidatos, por nós analisados.

O *ethos* é considerado a prova de maior relevância do discurso, mas por si só, ela não garante a adesão dos espíritos, sendo necessário considerar outras dimensões na discursividade que influem na persuasão do auditório.

1.5.2. O *Pathos* ou Afetividade Discursiva

O *pathos* está diretamente ligado à instância de recepção do discurso, ao sujeito interpretante. Em Amossy (2006,43), lemos que “O auditório é a meta de todo o processo de convicção, ele é necessariamente o *juiz* da conveniência da expressão afetiva do orador”. O sujeito comunicante tem em vista garantir a adesão do seu interlocutor, em contrapartida, este lhe avaliará pelas emoções que transparece, ou ainda, provoca. Amossy nos diz que o interlocutor necessita “dispor de dois sistemas inferenciais de avaliação, a saber, uma *tópica das paixões* e uma *semiótica das paixões* a partir das situações tipo ou dos cenários que desencadeiam determinados afetos” (AMOSSY, 2006, p.43).

A fala no discurso político, segundo Charaudeau (2007), circula em um espaço público e se inscreve em uma cena política. Ao ser lançada nesse espaço público, não se tem um controle sobre os efeitos que ela produz, mas tem-se uma

expectativa das interpretações a que está sujeita, levando-se em conta a situação de comunicação, dos sujeitos de fala e das finalidades envolvidas nessa situação.

Esse espaço público é suscetível de ser estruturado em cenas discursivas, dentre as quais se encontra a cena política, que se caracteriza “por um dispositivo que é posto a serviço de uma expectativa de poder” (CHARAUDEAU, 2007, p.247). Essa expectativa coloca em presença uma instância política e uma instância cidadã. A primeira direciona-se a um agir sobre a segunda. Essa relação de influência está relacionada à legitimidade atribuída ou construída por estratégias discursivas e às estratégias de construção da imagem que o sujeito político faz de si, ao construir, aos olhos da instância cidadã, um *ethos* de credibilidade e um *ethos* de identificação, tornando-o atrativo à mesma. Ao trabalhar com valores supostamente, partilhados pelas duas instâncias, o sujeito político cria uma expectativa quanto ao viver em sociedade. Ao mesmo tempo em que confirma ou refuta sua imagem (*ethos*), o discurso do sujeito político provoca um efeito patêmico no cidadão, uma vez que o afeta em suas expectativas. “Os recursos aos efeitos patêmicos é constitutivo do discurso político” (CHARAUDEAU, 2007, p.247).

Considerando o que nos diz Amossy (2006) sobre a avaliação dos sujeitos e cenários e o que nos diz Charaudeau (2006) sobre as estratégias de legitimação e credibilização pelo discurso, ao olharmos para o nosso *corpus*, encontramos alguns recursos e estratégias que nos apontam para alguns efeitos patêmicos.

Nas produções de situação política analisadas encontramos, ao menos, três cenários:

- Um que revela uma desordem no estado de coisas, de insegurança e injustiça e corrupção, e a criação de uma esperança num mundo a ser ordenado;
- Uma intimidade, que revela na prática certa cumplicidade, entre pares religiosos, dispostos a gerir os bens públicos como os espirituais;
- Um cenário político dinâmico e mudanças que necessitam de políticos competentes e ao mesmo tempo, pares religiosos que garantam uma gerência eficaz dos bens públicos.

No primeiro cenário descrito, encontram-se os discursos dos candidatos que não exercem cargos públicos. Eles expressam o ponto de vista daqueles que não estão no poder, portanto, fora da legitimidade política. Não são necessariamente uma instância adversária à da governança, mas questionam a respeito de um estado de coisas. Esse questionamento revela um descontentamento com a realidade, e supõe-se ser um sentimento partilhado pela instância cidadã.

As asserções acerca do cenário político e de alguns sujeitos políticos sugerem as questões levantadas como algo já dado pela sociedade; se não aceitos, ao menos reconhecidos.

“Querido irmão, diante da falta de credibilidade de certos políticos, às vezes é constrangedor falar de assunto tão discutido em nossa sociedade”. (candidato José Reis)

Deus sempre achará homens de bons princípios e caráter (...) mesmo na política [logo, admite-se que na política há homens sem princípios e caráter]. (candidato Wander Carlos)

Encontramos esse tipo de ocorrência também no discurso do candidato Adelino de Carvalho que, associando-a a outras estratégias revela, além de estado de injustiça e corrupção, um *pathos* de intimidade/sedução para com eleitor, criando, no mesmo, expectativas quanto a sua própria imagem.

Os homens e mulheres inteligentes são criteriosos na hora de votar (...) (Adelino de Carvalho)

Nós, evangélicos, formadores de opinião (...) cremos que a crise no Brasil não é política (...) A crise é de caráter (...) Preciso de seu apoio... (Adelino de Carvalho)

Assim, o eleitor é condicionado a ver-se como um “homem inteligente” ou uma “mulher sábia”, que entendem a necessidade de apoiar o candidato para promover um futuro digno, através do voto.

No segundo cenário encontramos os discursos dos candidatos que já exercem uma função pública e que se colocam como bons gestores públicos assim como dos bens espirituais, portanto, merecedores de continuarem no exercício. Nesses discursos, não encontramos juízo de valor sobre a situação política. Os candidatos procuram, através da descrição de suas ações e de sua identificação, convencer o eleitor de que ele continua sendo a sua melhor opção de voto. Portanto, o cenário encontrado é o da ação política e da honestidade; para melhor dizer, o da gerência eficaz dos bens públicos, além da cumplicidade que os liga em termos de pares na fé.

Tanto no primeiro como no segundo cenário, os discursos levam o eleitor à posição de responsável pelo futuro político do país. Como religioso, deve tematizar e desejar uma sociedade que mais se aproxima do ideal cristão; enquanto cidadão, deve operacionalizar o melhor para sua comunidade. Toda a atmosfera criada no corpo dos discursos aponta para uma construção de imagem, a partir da identificação com o seguimento evangélico e seus valores, o que nos confirma que o *ethos* de identificação está intimamente ligado ao *pathos*.

No terceiro cenário, encontramos o discurso do candidato Herculano Anghinetti, mais especificamente a segunda interlocução – embora encontremos a mesma orientação nas outras interlocuções do candidato – em que nos deparamos com *ethés* de identificação que como vimos estão relacionadas ao *pathos*, porque é por essa identificação que o sujeito político afeta o seu leitor/eleitor. Nesse cenário, temos uma série de ações políticas descritas que revelam uma dinâmica na cena política, indicando atuação e eficiência do político/candidato. Entretanto, o discurso de justificação, encontrado na terceira interlocução pode produzir um efeito indesejado, que é o do descrédito ou da desconfiança sobre a imagem de bom gestor do candidato, ou ainda de sua representatividade. Isto porque o ato de justificar-se obriga ao sujeito político a trazer à tona o assunto refutado, “indesejado”, além da possibilidade de trazer ao conhecimento para alguns sobre a questão. Por ser a palavra lançada no espaço público, sabemos que os seus efeitos não são totalmente controlados e, portanto, pode tornar-se contraproducente. No caso de nosso candidato, a atmosfera criada pelos *ethés* de competência e solidariedade, garante-lhe o benefício da dúvida. A aposta é de que as interlocuções primeiras, associadas aos argumentos da última garantam a adesão dos espíritos.

1.5.3. O *Logos* ou Razoabilidade Discursiva

Do ponto de vista discursivo, o uso de recursos anafóricos e catafóricos (no sentido em que antecipam e/ou retomam saberes e crenças do universo religioso), e a constante evocação do texto bíblico, que se impõe como verdade absoluta entre os evangélicos, deixam nítida a tentativa do locutor de se credibilizar através de uma instância maior.

O enunciador cria a imagem de representante de uma instância superior que o delega para servir aos seus pares de fé na esfera política. Revestindo-se de atributos construídos ao longo da situação de comunicação, pela escolha das palavras e por modalizações, ele apresenta-se como sujeito que quer e pode fazer. Propõe como aquele que pode ser investido de atribuição para concretizar a conjunção com a ordem.

José Reis (na) luta contra as drogas. (candidato José Reis)

“Quando o justo governa, o povo se alegra” (...) Juventude força e trabalho – por uma geração que marca. (candidato Eliener Miranda)

Moamed sempre esteve ao lado do povo, nunca se omitiu (...) “Até aqui nos ajudou o Senhor!”. (candidato Moamed Rachid)

Retomando o que diz Amossy (2006), “A *phrónesis* – o *habitus* intelectual que é ‘a virtude do *logos*’ – está ligada à situação concreta, que inclui necessariamente a pessoa do orador, logo, não se pode manifestar senão mediante sua personalidade”. Para julgar a “conveniência”, do que é dito pelo orador, o interlocutor deve avaliar

por ‘uma tópica das paixões’ e uma ‘semiótica das paixões’ a partir das ‘situações tipo ou dos cenários que desencadeiam determinados afetos’. (AMOSSY, 2006, p. 41-43). Vale lembrar que para a semiótica não é a verdade de mundo que importa, na construção de sentidos, mas a verdade construída no e pelo texto.

Os discursos produzidos por candidatos identificados como evangélicos se constroem por uma sobreposição de domínios de comunicação distintos, principalmente o religioso e o político. Essa sobreposição é possível graças ao investimento em estratégias que burlam os limites desses domínios a saber sobre as restrições discursivas e situacionais²⁸ de cada um. Nossa hipótese é de que uma dessas estratégias seja a construção de um *ethos*, também híbrido, pois deve ser reconhecido nas esferas religiosa e política. É possível que, o reconhecimento na segunda se dê mais pelo endosso da primeira do que pelos atributos políticos reconhecidos.

Essa passagem de crédito ocorreria durante o estabelecimento do contrato fiduciário que o sujeito destinatário aceita ao interpretar os enunciados como verdadeiros. Há, além da manipulação por intimidação, uma manipulação por sedução²⁹, o candidato quer levar o seu leitor-eleitor a crer que ele é digno de confiança e de que detém a capacidade e a competência para realizar a performance de um exercício político satisfatório. Por isso mesmo deve ser eleito, para que torne concretos os objetos de valores modais. Ele atribui essa concretização ao voto, tornando o sujeito destinatário em sujeito de fazer.

O sujeito enunciativo transforma o sujeito destinatário em um sujeito de fazer (destinatário, no sentido semiótico do termo), manipulando-o de maneira que esse atribua ao candidato competência e, fiando uma performance – visto que ela ainda não ocorreu – julga-o merecedor de uma sanção cognitiva positiva. No entanto, quando o candidato atribui ao eleitor poder para julgar e sancionar, na verdade, o manipula para levá-lo à performance do voto; em contra partida o eleitor crê que está exercendo uma sanção positiva pragmática. Charaudeau (2007, p.248) nos diz

²⁸ Os conceitos de restrições situacionais, discursivas e outras foram trabalhados por Patrick Charaudeau (1997, 2001), que trata da apreensão de um gênero através da situação de comunicação em que ele se dá, logo, o gênero é apreendido como um gênero situacional.

²⁹ Aqui tomamos a liberdade de utilizar o termo manipulação no sentido da Semiótica, em que o seu conceito aproxima-se do conceito de persuasão na Semiologia.

que o discurso político é um lugar de uma verdade de mãos atadas, de faz-de-conta, já que o que é considerado não é tanto a verdade desta fala lançada publicamente, mas sua força de veracidade.

A busca pela adesão ao discurso e pelo crédito concedido ao enunciador nos mostra, junto com o percurso narrativo semiótico, o que seria também um percurso de construção do *ethos*. O que não nos traz surpresa ao considerarmos o que nos diz Amossy:

Se a disposição afetiva está ligada ao ouvinte, seria inexato concluir que ele se deixa convencer unicamente pelo *pathos* – uma vez que o ouvinte se deixa convencer, por definição, pelas três provas, *LOGOS*, *ETHOS*, *PATHOS*. Da mesma forma seria falso excluir todo o *pathos* do orador. (...) ele deve mostrar não só a *eunóia* (sentimento de solidariedade e benevolência), mas também a *phrónesis*, o *logos* prático. (...) todo *ethos* é uma condensação específica dessas três dimensões. (AMOSSY, 2006, 41).

Por fim, percebemos que, no discurso político-evangélico, tem-se uma movimentação nos lugares e nos papéis discursivos desempenhados pelos sujeitos comunicantes, revelando uma nova situação de comunicação também político religiosa – em nossa hipótese, mais a primeira que a segunda – sugerindo-nos, portanto, um novo quadro comunicacional. Sobre este quadro, desenvolveremos a seguir, onde apresentaremos as conclusões sobre o trabalho desenvolvido e apresentado nesta dissertação.

CONCLUSÕES

Pensar nas estratégias de captação, nas estereotípias, na legitimidade daquele que fala, e sua busca pela credibilidade, nos faz repensar como se instaura o contrato comunicacional e, conseqüentemente, suas coerções impostas pela situação de comunicação.

Nas publicações político-evangélicas analisadas, vimos que, se as restrições funcionam como coerções que regulamentam as trocas, são elas também que permitem ou direcionam estratégias. Graças a um manejo de identidades e lugares sociais entre os parceiros da comunicação (nas instâncias religiosa e política).

Se, no discurso religioso, há certa autonomia em relação a outras esferas, que, mesmo retomando-as, o faz à luz de suas próprias teses; já no político, temos que sua adesão depende de uma *doxa*, muitas vezes instaurada pelos discursos constituintes, tais como o religioso.

Assim, a análise do *corpus* coletado para esse trabalho nos permitiu constatar que as publicações político-evangélicas apresentam preocupações políticas em detrimento daquelas "puramente religiosas" que, quando são retomadas, servem apenas como base para determinadas teses ou propostas e, principalmente, para endossar o caráter cristão do candidato, credibilizando-o e permitindo-lhe construir uma imagem positiva de si mesmo.

O caráter e a competência para certas delegações são medidas, no seguimento evangélico, pelas atitudes e motivações apresentadas pelo candidato, ou pelo testemunho sobre ele. Nessa comunidade, importa que um candidato a cargos de responsabilidade, tanto os que dizem respeito à gerência dos bens espirituais como a dos públicos, tenha uma vida indelével – de acordo com os preceitos bíblicos. Como o próprio apóstolo Paulo recomenda: "Convém pois que o

bispo seja irrepreensível, marido de uma mulher, vigilante, sóbrio, honesto, hospitaleiro, apto a ensinar" (I Tm. 3:2)³⁰. Uma vez apresentadas essas qualidades, o candidato credibiliza sua imagem, o que pode garantir a adesão de seu interlocutor.

De fato, constata-se nas produções analisadas, a descrição da vida pessoal do candidato seguindo a fórmula: casado, bom esposo, pai de filhos, obras realizadas enquanto membro de uma comunidade evangélica, e também de outras não evangélicas na esfera político-social, que condizem com o seu caráter cristão e o endossam. Desta forma, o candidato apresenta-se aos seus pares na fé como uma pessoa digna de delegação, apta ao exercício político.

Essa interpelação é feita sempre de maneira persuasiva, dado o uso constante de citações bíblicas que predicam bênçãos para governos justos (e maldição para governos ímpios – corruptos), como os textos das referências bíblicas encontradas no folheto do candidato José Reis:

“Se o meu povo, que se chama pelo meu nome, se humilhar, e orar, e buscar a minha face e se afastar dos seus maus caminhos, dos céus o ouvirei, perdoarei o seu pecado e curarei a sua terra.” /9II Cr. 7:14)

“Não se amoldem ao padrão deste mundo, mas transformem-se pela renovação da sua mente, para que sejam capazes de experimentar e comprovar a boa, agradável e perfeita vontade de Deus.” (Rom. 12:2)

“Bem-aventurados os que têm fome e sede de justiça, pois serão satisfeitos.” (Mt. 5:6)

A menção a esses versículos retoma o uso da autoridade, sobretudo, com as palavras do próprio Jesus, citado como o “Senhor do Brasil” em vários dos folhetos analisados. O uso recorrente de versículos revela uma faceta persuasiva na construção do *ethos*. Dá-se uma manipulação por intimidação, ligada especialmente

³⁰ Para as descrições dos textos bíblicos mencionados, utilizamos como referência a Nova Versão Internacional (NVI), Vida, São Paulo, 2000.

aos sistemas de valores, haja vista o caráter persuasivo e disciplinador das escrituras, bem como sugere uma delegação de autoridade ao candidato, que se apresenta na situação discursiva como investido de atributos.

O candidato político-evangélico conhece e partilha do mesmo sistema de crenças dos seus "pares na fé", e, ao tomar a palavra, manobra seu discurso de maneira que o religioso assuma um caráter político. Pensamos que isso se dá quando, ao articular papéis sociais distintos – religioso e social –, ele interpela primeiramente a instância religiosa e a direciona para a político-social. O candidato versa sobre teses comuns a esses dois domínios, mas que, de uma forma geral, são instauradas na sociedade por discursos fundadores, como o religioso; temas como, o desejo de paz, de justiça equânime, de uso correto da autoridade, etc.

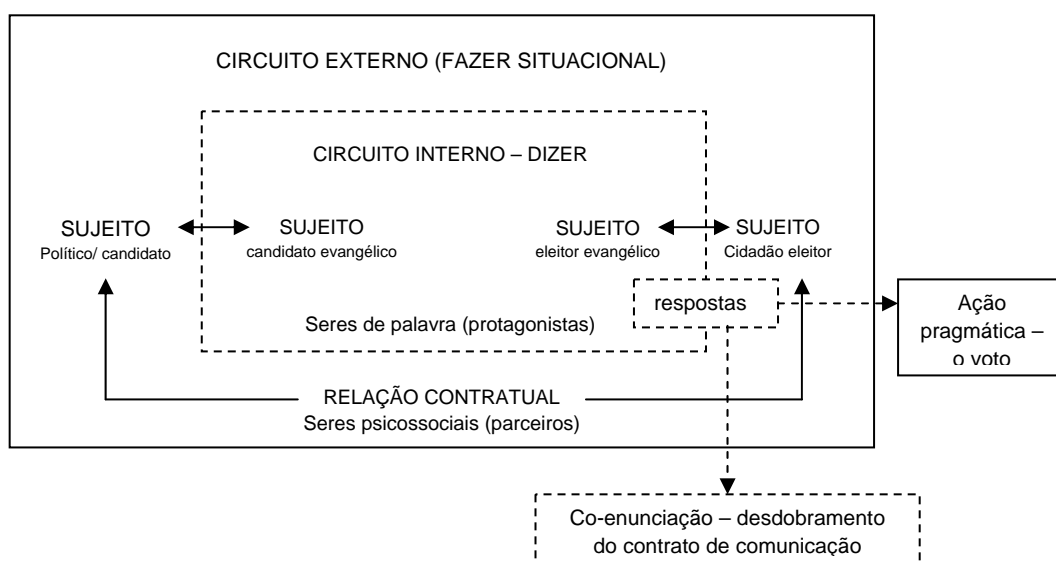
Enfim, joga-se com uma série de argumentos que desafiam o interlocutor – enquanto cristão – a não só aderir-se ao discurso, como também a tornar-se co-enunciador do mesmo. E é aí, trabalhando sua imagem de bom cristão, que o candidato rompe com a linha tênue entre as esferas política e religiosa. Em seu discurso apresenta-se como um religioso político que se interessa em aplicar na esfera pública os preceitos e valores cristãos.

Um olhar mais criterioso, entretanto, revela-nos que as menções ao mundo da fé servem, principalmente, para motivar uma ação pragmática: o voto; e uma ação discursiva: a co-enunciação desse discurso. Revelando-se, portanto, uma situação política, na qual o religioso é utilizado como estratégia de captação.

Teríamos, por assim dizer, uma nova situação de comunicação, logo, um novo contrato. Uma vez que, nesse processo de retomadas de valores cristãos para endossar o caráter político e religioso do candidato, ocorre um desdobramento do contrato de comunicação. Em várias produções interpela-se, primeiramente, a instância religiosa do interlocutor, para posteriormente chamá-lo em sua instância cidadã. A instância social e política são sempre trabalhadas à luz dos valores religiosos, o que não permite desvincular, durante a enunciação, o discurso político do religioso, difícil mesmo de determinar os limites de cada um no processo de comunicação.

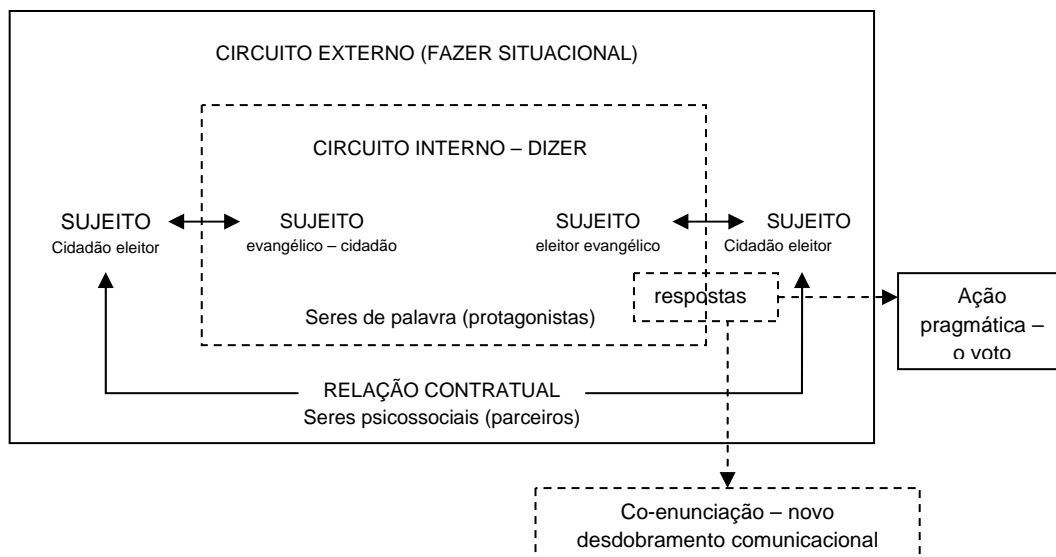
Ao levarmos em consideração as estratégias de captação trabalhadas nas restrições que permitem ao locutor circular pelos domínios, articulando-os, percebemos que há um desdobramento do contrato de comunicação; fazendo com que não se trate de um contrato apenas entre pares na fé, mas também um contrato entre parceiros sociais que possuem expectativas sobre a gerência dessa esfera. Ao lançar os preceitos religiosos como fonte de inspiração para a gerência pública, o locutor visa captar, ao mesmo tempo, duas instâncias de seu interlocutor. Se os argumentos políticos não valerem por si sós, tem-se a garantia de que a convicção nos valores espirituais impulsiona determinadas atitudes e condutas sociais. Assim, teríamos o seguinte quadro estabelecido na situação de comunicação.

QUADRO COMUNICACIONAL I – ENUNCIÇÃO POLÍTICA



DESDOBRAMENTO DO QUADRO COMUNICACIONAL I –

CO-ENUNCIÇÃO POLÍTICA



O quadro acima mostra que a situação de comunicação se desdobra em vários novos contratos de comunicação. Primeiramente, o quadro é formado por um comunicante político que, agindo em consonância com o seu papel religioso, estabelece, como seu parceiro na troca (TUd), a instância religiosa de seu interlocutor. Ao desempenhar um papel enunciativo de religioso, o locutor prevê uma resposta da instância cidadã de seu interlocutor. Caso haja a adesão do (TUi), sujeito interpretante, temos uma ação/reação do interlocutor em duas instâncias: o voto, como ação pragmática; e o desdobramento do contrato comunicacional pela co-enunciação, que resultará em novas situações de comunicação, com novos parceiros e novos desdobramentos contratuais.

Desta forma, o religioso e o político vão interagindo-se na produção discursiva, modificando e/ou flexibilizando as restrições discursivas e situacionais de uma maneira que não seria possível fazê-lo tratando cada discurso isoladamente. Essa característica transgressão do gênero situacional, observada nas produções

político-religiosas, tem confirmado nossas hipóteses de que o jogo de papéis exercidos pelo comunicante/enunciador – ora agindo como sujeito religioso ora como político – permite-lhe endossar seu caráter nas duas instâncias. Trata-se, portanto, de uma estratégia de captação a partir dos valores e crenças partilhadas na comunidade discursiva religiosa.

Dado o caráter constituinte e o lugar de importância que o discurso religioso possui na sociedade, o alcance dessas co-enunciações é bem amplo e, certamente, atinge não só a comunidade evangélica em que são [re] produzidas, mas também as outras comunidades, com as quais seus membros interagem. Revelando-nos, assim, uma passagem do fazer-crer religioso ao fazer-fazer político, como também, de que maneira representantes de seguimentos, como o religioso, podem e agem na esfera social através de sua discursividade.

As co-enunciações mostram-nos o lugar de relevância de fundamentos como os religiosos, que circulam por toda uma sociedade, formando um sistema de crenças e valores partilhados por vários seguimentos. Daí a imagem de um caráter cristão ganhar maior elaboração, pois é necessário fazer-se confiável, ser tão bom quanto o seu discurso o mostra.

REFERÊNCIAS

- AMOSSY, Ruth. **Imagens de Si no Discurso**. São Paulo, Contexto, 2005.
- ARISTÓTELES. **Retórica**. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 1996.
- AUCHILIN, Antoine. *Ethos* e experiência do discurso: algumas observações. In: MARI, H. et alii. **Análise do Discurso: Fundamentos e Práticas**. Belo Horizonte: Núcleo de análise do discurso, FALE/UFMG, 2001 p. 201-225.
- BAKHTIN, Mickhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. 12a. ed. São Paulo: Hucitec, 2006.
- BENVENISTE, Emile. O aparelho formal da enunciação. In: _____. **Problemas de Lingüística Geral II**. Campinas: Pontes, 1989.
- Bíblia Sagrada**: Nova Versão Internacional (NVI). São Paulo: Vida, 2000.
- BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1992.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Langage et discours. Éléments de semiolinguistique** (Théorie e pratique). Paris : Hachette, 1983.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Grammaire du Sens et de L'Expression**. Paris: Hachette, 1992.
- _____ Para uma Nova Análise do Discurso. In: CARNEIRO, Agostinho Dias (org.) **O discurso da mídia**. Rio, oficina do Autor, 1996.
- _____ L'argumentation n'est peut-etre pas ce que l'ont croit. In: **Le français aujourd'hui**. Paris, nº 123, p.6-15, 1998
- _____ Uma Teoria dos sujeitos da Linguagem, In: MARI, H. et alii. **Análise do discurso: Fundamentos e Práticas**. Belo Horizonte: Núcleo de análise do discurso, FALE/UFMG, 2001. p. 23-37.

_____ Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, Ida Lúcia & MELLO, Renato. (org.) **Gêneros: reflexões em Análise do Discurso**. Belo Horizonte: Poslin/FALE/ NAD UFMG, 2004. p.13.

_____ Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, Maria Aparecida Lino "GAVAZZI, Sigrid (org.) **Da Língua ao Discurso: reflexões para o ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

_____ **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2006a.

_____ O discurso político. In: EMEDIATO, Wander; MACHADO, Ida Lúcia & MENEZES, William (org.) **Análise do Discurso: gêneros, comunicação e sociedade**. Belo Horizonte: Poslin/FALE/ NAD UFMG, 2006b. p. 251-268.

_____ Pathos e discurso político. In: MACHADO, Ida Lúcia; MENEZES, William & MENDES, Emilia. (org.) **As Emoções no Discurso**. Volume 1. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007. p. 240-251.

_____ **Linguagem e Discurso**. São Paulo: Contexto, 2008a.

_____ Uma Teoria dos sujeitos da Linguagem, In: In: LARA, Gláucia Muniz Proença; MACHADO, Ida Lúcia & EMEDIATO, Wander. **Análises do Discurso Hoje**. Volume 1. Rio de Janeiro: Lucerna, 2008b. p. 11-30.

_____ & MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

EMEDIATO, Wander. Os Gêneros Discursivos Como Tipos Situacionais. In.: Mari, H. et alii. **Análise Do Discurso em Perspectivas**. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2003. p.71.

FRANÇA, Junia Lessa. **Manual para normalizações técnico-científicas**. 8ª ed. Ver. E ampl. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2007.

Folha Online – Brasil – **Bancada evangélica no Congresso encolhe**, aponta Diap – disponível em: <http1.folha.uol.com.br/folha/brasil>, Consulta feita em 15 de outubro de 2006.

Folha Online – **Garotinho anuncia greve de fome em protesto a "boicote"** disponível em www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u78059.shtml, consulta feita em 05 de maio de 2006.

MACHADO, Maria das Dores Campos. **Política e Religião**: A participação dos evangélicos nas eleições. Rio de Janeiro : FGV, 2006.

MAFRA, Clara. **Os evangélicos**, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

MAINGUENEAU, Dominique; COSSUTA, Frédéric. L'analyse des discours constituants. **Langages**. Paris, Larousse, n. 117, p. 112-125, mars 1995

MAINGUENEAU, Dominique. L'analyse des discours constituants. In: MARI, Hugo; PIRES, Sueli; CRUZ, Amadeu Roselli & MACHADO, Ida Lúcia. (org.) **Fundamentos e Dimensões da Análise do Discurso**. Belo Horizonte: Carol Borges/ NAD-FALE/ UFMG, 1999.

_____ A propôs de la notion de discours constituant. In: **II Simpósio Sobre Análise do Discurso**: Discurso, Ação & sociedade. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, CD-ROM, 2002.

_____ Diversidade dos gêneros do discurso. In: MACHADO, Ida Lúcia & MELLO, Renato. (org.) **Gêneros**: reflexões em Análise do Discurso. Belo Horizonte: Poslin/FALE/ NAD UFMG, 2004. p.43.

_____ **Discurso Literário**. São Paulo: Contexto, 2006.

_____ Polifonia e cena da enunciação na pregação religiosa. In: LARA, Gláucia Muniz Proença; MACHADO, Ida Lúcia & EMEDIATO, Wander. **Análises do Discurso** hoje. Volume 1. Rio de Janeiro: Lucerna, 2008.

MANFRINI, Sandra. In.: **"Assembléia de Deus divulga manifesto de apoio a Serra"**. disponível em Folha Online 10/10/2002.. Consulta feita em 10 de abril de 2006.

SANTOS, Marcelo. **"Quem somos?"** In: Revista Graça/ Show da Fé, ano 5, nº71, junho de 2005. p. 26-29.

MENEZES, William. Faces e usos da Argumentação. In: MARI, H. *et al.* (orgs.) **Análise do Discurso**: Fundamentos e Práticas. Belo Horizonte: NAD-FALE/ UFMG, 2001.p. 179-199.

_____ Ethos, Ética e Lugares de Degenerescência do Discurso Político In: EMEDIATO, Wander; MACHADO, Ida Lúcia & MENEZES, William (org.) **Análise do**

discurso: gêneros, comunicação e sociedade. Belo Horizonte: Poslin/ FALE/ NAD UFMG, 2006. p. 311-330.

PAVEAU, Marie-Anne & SARFATI, Georges-Élia. **As grandes teorias da Lingüística** – da gramática comparada à pragmática. São Carlos: Clara Luz, 2006.

RODRIGUES, Giordani. In.: "**Spam é um dos vencedores das eleições 2002**", disponível em <http://www.terra.com.br/informatica/2002/10/07/012.htm>. Consulta feita em 10 de janeiro de 2006.

ROLDÃO, Arruda In.: "**Bancada evangélica cai para metade no Congresso**" , disponível em: <http://www.estado.com.br/editorias/2006/10/12/pol-1.93.11.20061012.7.1.xml>. Consulta feita em 12 de outubro de 2006.

SADER, Eder. **Quando novos personagens entram em cena: falas e lutas dos trabalhadores da Grande São Paulo**. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 1978.

SEARLE, John. **Actos de fala**. Coimbra: Almedina, 1981.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)