

POLÍTICO PASTOR OU PASTOR POLÍTICO? ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS A FAVOR DO POPULISMO NAS REDES SOCIAIS

Mônica Santos de Souza Meloⁱ
Said Slaibi Araújo**

RESUMO: *Este artigo tem como objetivo analisar um tweet publicado pelo pastor e Deputado Federal Marcos Feliciano (PL-SP) nos primeiros meses da pandemia do Covid-19. Procuraremos, a partir do referencial fornecido pela Teoria Semi linguística do Discurso, de Patrick Charaudeau, identificar as propostas e estratégias discursivas presentes numa postagem relevante, sobretudo num momento de intenso debate nas redes sociais a respeito da condução da crise sanitária que se abatia sobre o Brasil e o mundo. Nossa análise permitiu evidenciar uma série de estratégias, dentre as quais a construção de um ethos positivo do locutor, pelas quais o Deputado procura atuar de modo a convencer os internautas a respeito das teses negacionistas defendidas pelo governo Federal, assim como mobilizar os que já são apoiadores dessa tese, munindo-os de argumentos que possam ser compartilhados.*

PALAVRAS-CHAVE: *Populismo; redes sociais; covid-19.*

ABSTRACT: *This article aims to analyze a tweet published by pastor and Federal Deputy Marcos Feliciano (PL-SP) in the first months of the Covid-19 pandemic. We will seek, using the framework provided by Patrick Charaudeau's Semi linguistic Theory of Discourse, to identify the proposals and discursive strategies present in a relevant post, especially at a time of intense debate in social circles regarding the management of the health crisis that has hit Brazil. It's the world. Our analysis made it possible to highlight a series of strategies, including the construction of a positive ethos of the speaker, through which the Deputy seeks to act in order to convince internet users about the denialist theses defended by the Federal government, as well as mobilize those who are already supporters of this thesis, providing them with arguments that can be shared.*

KEYWORDS: *Populism; social media; Covid-19.*

INTRODUÇÃO

O presente artigo se relaciona a pesquisas que têm sido por nós desenvolvidas e orientadas em torno da interseção religião – política – mídia, por meio da análise de práticas discursivas midiáticas que se inserem no contexto de incentivo ou resistência ao populismo no Brasil.¹ Nesse trabalho, especificamente, abordamos a atuação nas redes sociais do Deputado e pastor Marco Feliciano, em maio de 2020, ao se manifestar a respeito da crise provocada pela pandemia da COVID-19 nos meses iniciais dessa crise sanitária mundial.

¹ Trata-se de projetos que vêm sendo desenvolvidos desde 2018, com Bolsa de Produtividade em Pesquisa e Bolsa de Iniciação Científica (PIBIC/CNPq/UFV-2020) do CNPQ, agência à qual rendemos nossos agradecimentos.

Diante de um cenário mundial totalmente incerto, vivíamos no Brasil um momento ainda mais crítico, não só pelo número crescente de óbitos e contaminações (14.817 mortes e 218.223 casos confirmados da doença até aquele momento)², mas também pela instabilidade no Ministério da Saúde, agravada pela saída de dois Ministros: os médicos Luiz Henrique Mandetta³ e Nelson Teich. Mandetta deixou o cargo no dia 16 de abril de 2020 e Teich saiu em 15 de maio de 2020, ambos alegando falta de autonomia para tomada de decisões. As demissões foram explicadas por divergências de posicionamentos entre os ex-Ministros e o então Presidente da República no tocante a dois pontos principais: o isolamento social, defendido pelos Ministros e condenado pelo chefe do Executivo e o uso da hidroxicloroquina, defendido pelo Governo Federal, mesmo sem haver resultados conclusivos sobre a sua eficácia, e ao qual os dois Ministros se opunham.

Nesse cenário dramático, que já resultou em mais de 700 mil mortos no país⁴, uma discussão que teoricamente deveria se pautar em argumentos de natureza científica acabou se inserindo no clima de polarização política e ideológica implantada desde as eleições presidenciais de 2018. De um lado, cientistas e alguns setores políticos e da sociedade civil que defendiam medidas de prevenção ao vírus baseadas em orientações científicas. De outro lado, apoiadores do ex-Presidente da República, Jair Bolsonaro, mobilizaram-se, como uma espécie de tropa de choque, no sentido de defender suas teses negacionistas. Dentre esses apoiadores, contavam-se muitos parlamentares da chamada “Bancada da Bíblia”, importante base de apoio de Bolsonaro no Congresso Nacional.

Num contexto em que grande parte das informações chegam à população por meio dos meios de comunicação tradicionais e das mídias sociais, o país vivenciou, à época, uma avalanche de informações desconstruídas a respeito das medidas que deveriam ser adotadas para se evitar a disseminação do vírus: além de *fake news* de todo tipo, produzidas por anônimos, que sugeriam práticas preventivas e tratamentos mais diversos, sem qualquer fundamento científico, a população ainda recebia, por parte das autoridades, orientações divergentes que seguiam, basicamente, duas linhas: *i.* a primeira, proveniente das autoridades sanitárias, inclusive da Organização Mundial da Saúde (OMS), de alguns gestores e de grande parte da imprensa, que recomendava o distanciamento social como forma de prevenção e viam na vacina a única possibilidade de combate à pandemia; e *ii.* a segunda, pautada no negacionismo, que minimizava a gravidade da crise, se opunha às medidas de isolamento social e preconizava medicamentos para prevenção da contaminação, assim como uma espécie de “tratamento precoce”, que protegeria as pessoas do vírus. Tendo como expoente a figura do então presidente Bolsonaro, esse grupo, composto por representantes de alguns setores políticos e midiáticos, salientavam

² Dados disponíveis em: < <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-05-16/governo-prepara-novo-protocolo-para-tratar-a-COVID-19-estopim-para-a-saida-de-teich-do-governo.html> > Acesso em 22 nov. 22.

³ Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52316728>> Acesso em 22 nov. 22.

⁴ De acordo com os dados mais recentes do Ministério da Saúde, o Brasil registra 700.556 óbitos em razão da COVID-19. Os dados estão disponíveis em < <https://COVID.saude.gov.br> >. Acesso em 04 abr. 2023.

a necessidade de que a economia não fosse afetada, opondo-se radicalmente a medidas de *lockdown* e, em alguns casos, até mesmo ao uso de máscaras. Associadas às duas visões da pandemia, passaram a ser divulgadas orientações contraditórias em relação a medidas de prevenção ao vírus, tais como o uso de máscaras, distanciamento social, necessidade de fechamento de estabelecimentos e serviços não essenciais. Meses depois, essa controvérsia foi direcionada para a necessidade e a eficácia da vacina.

Essas informações provenientes das mais variadas fontes, oficiais ou não, circularam nos meios de comunicação tradicionais mas, sobretudo, nas redes sociais digitais, em plataformas como *twitter*, *instagram*, *facebook* e em grupos de *whatsapp*, todos responsáveis por uma rápida circulação de conteúdo.

Nosso trabalho se insere nesse contexto, buscando analisar as estratégias discursivas adotadas por um dos nomes mais representativos nesse momento de intenso debate nas redes sociais: o pastor e Deputado Federal Marcos Feliciano (PL-SP). Procuraremos, a partir do referencial fornecido pela Teoria Semi linguística do Discurso, de Patrick Charaudeau, identificar os mecanismos pelos quais o Deputado procura atuar de modo a convencer os internautas a respeito das teses negacionistas defendidas pelo governo Federal, assim como mobilizar os que já são apoiadores dessa tese, munindo-os de argumentos que possam ser compartilhados.

Nosso *corpus*, neste recorte, é composto de um *tweet* de Feliciano (PL-SP). Trata-se de uma postagem de maio de 2020 na qual o Deputado se posiciona em relação ao uso da cloroquina e, conseqüentemente, à atuação do governo Federal nos primeiros meses da pandemia causada pelo Coronavírus. A publicação selecionada se deu no dia 15 de maio de 2020, data em que o sucessor do Ministro Mandetta, Nelson Teich, anunciou a sua demissão⁵.

1. A RELIGIÃO NA POLÍTICA

Devemos destacar, a princípio, que o fato de o sujeito comunicante acumular os papéis sociais de pastor e Deputado nos leva a refletir sobre o papel da religião no contexto político atual. Partimos do posicionamento de Bauman (1998, p. 209) de acordo com o qual a religião é um fenômeno antropológico, responsável por atribuir um sentido existencial e social ao homem, por intermédio do conjunto de rituais e símbolos de que se constitui. Entretanto, para o autor, não é desejável que seja considerada um fenômeno individual somente, uma vez que afeta as relações sociais, o que inclui, também, questões de natureza ideológica.

⁵O cenário encontra-se resumidamente descrito em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/05/15/para-senadores-demissao-de-nelson-teich-indica-que-governo-esta-perdido>>. Acesso em 23 nov. 21.

Também Burity menciona o papel da religião sobre a vida do cidadão comum, uma vez que poderia promover pautas regressivas ou emancipatórias. Para o autor “as religiões e as diferenças religiosas são um elemento ativo e inseparável das dinâmicas culturais e políticas que estão transformando o sentido do vínculo social e do político em nosso tempo, quer quando se expressam de forma regressiva, quer emancipatória” (BURITY, 2008, p. 94).

No Brasil, a influência de religiosos, especialmente de igrejas evangélicas, no espaço político vem aumentando ao longo dos anos, se considerarmos a sua representatividade nos espaços de governança.

Ao abordar os novos atores religiosos da política latino-americana, Leon e Guadalupe (2020) apontam que, “(...) no Brasil, a partir de 1986, o entendimento tradicional de que *crente não mexe em política* transformou-se no entendimento de que *irmão vota em irmão* (cunhado por Josué Sylvestre e popularizado por Paul Freston).” (LEON e GUADALUPE, 2020, p. 18-19)

Pesquisas recentes evidenciam como essa participação de evangélicos na política se tornou expressiva. Cunha (2023) descreve o levantamento do Instituto de Estudos da Religião (ISER), no qual se analisa a identidade religiosa de Deputados federais eleitos no último pleito e se aponta que, em 2023, foram empossados 96 parlamentares de identidade evangélica. Segundo Cunha: “O traço conservador que tem marcado a Bancada Evangélica no Congresso Nacional se mantém no perfil dos partidos aos quais estão vinculados os Deputados federais: 74 pertencem àqueles identificados com a direita, 17 com os de centro e quatro com os de esquerda.” (CUNHA, 2023, s/p) Nesse contexto se insere Marco Feliciano, que é Deputado Federal desde 2010. Foi filiado a vários partidos de direita e atualmente integra o Partido Liberal (PL), partido de Extrema Direita, do qual faz parte o ex-Presidente Bolsonaro. Pela sua intensa atuação política, não se pode identificar Feliciano como um político pastor, mas como um pastor político. Essa interpretação está pautada em Leon e Guadalupe (2020), segundo os quais:

(...) esses candidatos eleitos são representantes fiéis das igrejas que tornaram possível sua eleição e constituem verdadeiros defensores dos interesses de seu grupo religioso, isto é, eles não são realmente representantes de seus estados ou regiões, nem de seus partidos, mas de suas igrejas. Eles não são ‘políticos evangélicos’ que agem como cidadãos e pensam no bem comum, mas ‘evangélicos políticos’ que agem como devotos e buscam apenas os interesses de sua ‘igreja’. (LEON e GUADALUPE, 2020, p.64)

Tendo em vista o quadro descrito, podemos dizer que nossos dados envolvem uma constituição complexa da instância de produção, uma vez que ela se compõe de um pastor que ocupa também o cargo de Deputado e, que ao utilizar as redes sociais, assume um

papel de ativista político e, em certo sentido, partidário, defendendo pautas não de interesse não só do segmento evangélico mas do grupo político por ele apoiado, a despeito, inclusive, do interesse público, que deveria nortear os posicionamentos e atitudes tanto de representantes religiosos quanto políticos.

Segundo Charaudeau (2006), o discurso político circula por dois espaços: o público e o privado. Para o autor,

(...) dadas a complexidade da estruturação do campo político, decorrente dos múltiplos entrecruzamentos que se produzem entre os diferentes setores de atividade da prática social, e as diferentes situações de comunicação, convém distinguir três lugares de fabricação do discurso político: um lugar de governança, um lugar de opinião e um lugar de mediação. No primeiro desses lugares se encontra a instância política e seu duplo antagonista, a instância adversária; no segundo, encontra-se a instância cidadã e, no terceiro, a instância midiática. (CHARAUDEAU, 2006, p. 55).

Nossos dados são provenientes de um pastor-Deputado que se direciona tanto à instância adversária quanto à instância cidadã por meio de uma rede social. Além disso, o contrato político também se compõe da instância midiática (CHARAUDEAU, 2006). É notório que a influência de personalidades públicas, tanto da esfera política quanto da religiosa, se potencializou por meio da utilização dos meios de comunicação e, nos últimos anos, pelas redes sociais. No nosso caso a rede social utilizada é o *Twitter*. Vejamos, de forma resumida, as principais características dessa plataforma digital de relacionamento.

2. INTERAÇÕES VIA *TWITTER*: CARACTERÍSTICAS GERAIS

Ao tratar do papel do *Twitter* na comunicação entre políticos e cidadãos, Lima (2019) descreve essa rede como um “microblog” que:

(...) tem como base seguidores e pessoas a seguir, de forma que cada usuário escolhe quem deseja seguir e, inclusive, por quem deseja ser seguido, já que a ferramenta oferece a opção de fazer com que suas mensagens sejam privadas e haja um pedido de conexão para que uma pessoa tenha acesso aos *tweets* da outra. No *Twitter*, há amplas possibilidades de relacionamento entre usuários e de monitoramento de fluxos, através das funcionalidades do *retweet* (RT), busca de um perfil (@usuário) e das *hashtags*. (LIMA, 2019, p. 82)

As funcionalidades do *Twitter* permitem a “viralização” rápida de conteúdos por usuários do mundo todo, ao mesmo tempo em que possibilitam agregar postagens a respeito de um mesmo assunto (especialmente por meio das *hashtags*), o que proporciona maior visibilidade a determinados temas (o *Trend Topics*). Todos esses recursos fazem com que o *Twitter* seja empregado cada vez mais por diversos setores da sociedade não apenas

para compartilhamento de informações, mas também para promoção de pessoas, causas, instituições etc. Não é de se surpreender, portanto, que personalidades políticas estejam recorrendo cada vez mais a essa plataforma para se comunicar com seus eleitores e ampliar sua rede de influência e para exercer uma espécie de ativismo midiático, cujo alcance é bem maior do que o exercido pessoalmente ou pelos veículos de comunicação tradicionais. Para Lima (2019):

O Twitter vem sendo largamente utilizado na política principalmente em função de algumas das suas características principais, a exemplo da sua capacidade de se conectar com outras redes digitais, como o Youtube, o Instagram, blogs e sites. Ao realizar uma publicação em alguma dessas redes, o usuário pode replicá-la através do recurso *retweet* do Twitter, disseminando-a entre os seus seguidores. (LIMA, 2019, p. 91)

A possibilidade de se escolher a quem seguir favorece a formação dos chamados filtros bolha⁶ das redes sociais, por meio dos quais as informações chegam de forma selecionada ao usuário, o que pode acarretar a criação de uma espécie de “realidade paralela” em seus perfis virtuais, realidade essa em que suas crenças, valores, comportamentos e posicionamentos são reafirmados e reverberados. Considerando essa situação, provavelmente não se pretende mudar a opinião da instância adversária, mas atacá-la e, ao mesmo tempo incitar os apoiadores, munidos dos argumentos expostos e inflamados pelas declarações publicadas, a fazerem o mesmo.

A partir dessa descrição geral do contexto que circunda a publicação focalizada, vamos apresentar os pontos principais obtidos por meio da nossa descrição e análise dos dados. Para isso, adotamos como base teórico-metodológica os pressupostos definidos pela Teoria Semiolinguística do Discurso, de Patrick Charaudeau. Trata-se de uma teorização que considera que o ato de linguagem deve ser interpretado à luz das suas condições de produção, que delimitam uma série de restrições sociais, discursivas e formais, as quais o sujeito falante deve obedecer. Além disso, considera que o sujeito dispõe de um conjunto de estratégias que podem ser usadas para obtenção de determinados fins. Partimos da descrição das restrições ligadas à situação de comunicação que circunda os dados analisados para, em seguida, empreendermos a descrição das estratégias discursivas adotadas.

3. DESCRIÇÃO E ANÁLISE

⁶ Forma por meio da qual os algoritmos podem filtrar os conteúdos que chegam até um usuário, com base em suas buscas de pesquisas e interesses demonstrados ao acessar determinadas páginas ou sites. Com isso, tem-se a criação de um mundo virtual que seja o reflexo daquilo que a pessoa deseja ter acesso, dificultando o acesso aos conteúdos que fujam dessa bolha de pesquisas.

Abaixo transcrevemos o conteúdo do *tweet* e da manchete anexada à postagem⁷:

LEGENDA: Parabéns PR @jairbolsonaro pela firmeza! Em meio à pandemia precisamos do Líder que tem pulso firme para liderar a Nação. Se Teich era contra o uso da cloroquina já vai tarde! Precisamos com urgência liberar o uso p/salvar milhares de vidas! Países mais avançados já liberaram!			
MANCHETE DE NOTÍCIA: Farmácias italianas distribuem gratuitamente a hidroxicloroquina para pacientes com covid-19 tratados em casa (Conexão Política) ⁸			
Data: 15/05/20	curtidas: 9.679	compartilhamentos: 2.800	comentários: 1.200

Quadro 1- Transcrição da postagem⁹

Em termos da possibilidade de troca entre os parceiros, a situação se caracteriza como monolocutiva¹⁰, já que na plataforma digital em questão os parceiros não compartilham o mesmo espaço e tempo. Utiliza-se o canal de transmissão on-line, com predomínio do texto escrito, apesar de haver a inserção de imagem e link que proporciona acesso dos leitores a outro site, cujo conteúdo mantém relação com a postagem principal.

3.1. DESCRIÇÃO DAS RESTRICÇÕES SITUACIONAIS

Como mencionamos acima, nosso estudo focalizou uma publicação no *Twitter* do pastor e Deputado Marco Feliciano. Esse recorte, embora represente apenas um estudo de caso, é relevante, pela representatividade do sujeito envolvido e pela repercussão de postagem, o que podemos constatar pelo número de visualizações, curtidas, comentários e compartilhamentos produzidos a partir da sua publicação.

A publicação se apresenta em modo público, o que implica que qualquer pessoa com acesso à Internet poderia acessá-la. Resulta de esquema enunciativo complexo, posto que há a presença de múltiplas instâncias e direcionamentos das enunciações. Nela, o contrato de comunicação, compreendido como “condição para os parceiros de um ato de linguagem se compreenderem e poderem agir, coconstruindo o sentido, que é a meta essencial de qualquer ato de comunicação” (CHARAUDEAU, MAINGUENEAU, 2014, p. 130), é o contrato político, uma vez que o comunicante, embora também exerça a função social de pastor, não reforça a identidade de religioso no *tweet*.

Na publicação analisada, identificamos que se encontram na instância política dois extremos antagônicos: de um lado, Marco Feliciano e a corrente política que ele apoia, ou seja, a extrema direita brasileira, que tem como representante o então Presidente

⁷ Feliciano associa sua mensagem a uma manchete do jornal *Conexão Política*, que informa sobre a distribuição gratuita do medicamento hidroxicloroquina por farmácias italianas.

⁸ Disponível em: <<https://www.conexaopolitica.com.br/quem-somos/>>. Acesso em 30 out 2022.

⁹ Disponível em: <<https://twitter.com/marcofeliciano/status/1261316741281525762?s=19>>. Acesso em: 18 Out. 2022.

¹⁰Entendido no sentido estrito, nos termos de Charaudeau (2016). Isto é, o sujeito comunicante pode desenvolver as etapas de seu projeto de fala sem a interrupção do interlocutor.

Bolsonaro, e que agrega os parlamentares da Bancada da Bíblia, à qual o pastor pertence. Comprometido com o setor econômico, esse grupo também defendia pautas liberais. De outro lado, os representantes da oposição, grupo que inclui políticos de esquerda, assim como alguns desafetos políticos do ex-Presidente, dentre os quais o ex-governador de São Paulo, João Dória, e o ex-Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta. Na instância cidadã encontram-se todos os internautas que tiveram acesso ao *tweet* do Deputado, mas, preferencialmente, o público-alvo das publicações: seus seguidores, cuja probabilidade de acompanharem e compartilharem suas teses é muito grande. Ou seja, a instância cidadã compreende os internautas com acesso à publicação, que podem ou não defender os mesmos valores que o sujeito comunicante. Todavia, por se tratar de *tweet* realizado na rede social oficial do pastor-Deputado, o mais provável é que os seguidores, que mais facilmente teriam acesso ao material e que aderem ao pronunciamento do Deputado, estejam em maior número.

3.2. DESCRIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS

Ao analisar a postagem, devemos, antes de tudo, considerar que se trata de um gênero específico: o *tweet*, uma postagem na plataforma *Twitter* que, como mencionamos, tem um alto potencial de alcance de pessoas e de disseminação de informações, podendo atuar sobre conhecimentos e crenças de usuários dessa rede e, conseqüentemente, incitá-los a ações. Sendo assim, essas publicações têm sido muito usadas por pessoas e instituições que buscam não apenas informar, mas exercer influência sobre o outro, recorrendo, frequentemente, à organização argumentativa do discurso.

Na postagem em questão, observa-se o uso de estratégias argumentativas para atingir dois fins: o primeiro seria fabricar uma imagem positiva do Presidente Jair Bolsonaro no combate ao Coronavírus no Brasil, e o segundo, requerer a liberação do medicamento hidroxicloroquina no tratamento contra a COVID-19. Trata-se de uma publicação que se insere no contexto de severas críticas à atuação do Governo Federal no enfrentamento à pandemia e de intensa polarização entre aqueles que negavam a ciência e a gravidade da pandemia em oposição aos que alertavam para a necessidade de se adotarem protocolos científicos para se evitar um iminente colapso na saúde pública no país.

A argumentação se constrói a partir de um sujeito engajado em relação a uma proposta sobre o mundo, que, por meio dos seus enunciados, procura provocar um questionamento em alguém (CHARAUDEAU, 2008). Esse “sujeito argumentante” desenvolve um raciocínio por meio do qual pretende estabelecer uma verdade própria ou universal ou pelo menos a aceitabilidade ou legitimidade quanto à sua proposta. Esse processo visa, em última instância, provocar o engajamento do público-alvo ao questionamento proposto, de forma a fazê-lo compartilhar da mesma verdade, por meio de um processo de persuasão. Nessa perspectiva, a argumentação é uma atividade discursiva que envolve uma busca de racionalidade, que visa a um ideal de verdade quanto à explicação de fatos

e fenômenos do mundo. Também consiste numa busca de influência, que visa a um ideal de persuasão, que leve o outro a compartilhar suas convicções por meios diferentes do raciocínio, como por intermédio de procedimentos ligados à organização descritiva e narrativa do discurso.

O chamado “modo de organização argumentativo” (CHARAUDEAU, 2008, p. 207) permite que o falante construa explicações sobre o mundo baseado numa dupla perspectiva: uma razão demonstrativa e uma razão persuasiva. A razão demonstrativa se baseia na organização de uma “lógica argumentativa”, que incorpora procedimentos diversos, tais como a conjunção, a disjunção, a causa, a consequência, dentre outros. Já a razão persuasiva se baseia na busca de argumentos que justifiquem a proposta por meio de componentes da “encenação argumentativa” (CHARAUDEAU, 2008, p. 220), através de procedimentos semânticos, discursivos e de composição.

Analizamos a publicação, primeiramente, na perspectiva da razão demonstrativa. A postagem defende a proposta de que o Governo Federal estava conduzindo de modo satisfatório a crise sanitária provocada pela COVID-19. O engajamento a essa tese se dá tanto por meio de um alinhamento à posição do Governo Federal, na defesa, por exemplo, de tratamentos comprovadamente ineficazes, como o uso da hidroxicloroquina (“Precisamos com urgência liberar o uso p/ salvar milhares de vidas!”), quanto pela exaltação ou construção uma imagem positiva da ação da figura política do Presidente Jair Bolsonaro (“Em meio à pandemia precisamos do Líder que tem pulso firme para liderar a Nação”).

Sobre as condições de realização, o discurso se enquadra no eixo do possível, uma vez que não há necessariamente uma única conclusão possível a partir das proposições dadas. Em termos dos modos de encadeamento usados, predominam a finalidade e a causalidade. São colocadas duas proposições que vinculam asserções ligadas por “para” e que, no contexto da publicação, sugerem uma relação de causalidade explicativa entre elas. A primeira “Em meio à pandemia precisamos do Líder que tem pulso firme para liderar a Nação.” deixa claro que a liderança do então Presidente Bolsonaro era essencial para a condução da pandemia no Brasil. A segunda “Precisamos com urgência liberar o uso p/salvar milhares de vida!”, referindo-se à cloroquina, assume a convicção na eficácia desse medicamento para o tratamento da COVID-19. As duas proposições representam aprovação ao governo e a seus posicionamentos frente à pandemia. No contexto, há uma referência ao Ministro Teich, com o uso de um procedimento da lógica argumentativa que identificamos como associação de contrários. Aqui há a oposição entre Bolsonaro, que defendia a eficácia do tratamento da Covid à base de cloroquina, e Teich, que se opunha à adoção desse protocolo. Essa associação leva ao encadeamento por consequência (Se Teich era contra o uso da cloroquina já vai tarde!). Nesse momento há um vínculo modal da ordem do necessário, uma vez que só se tem a conclusão de que a saída do Ministro é positiva e necessária porque ele é contrário ao medicamento.

Fundamentando essa associação entre Teich e Bolsonaro, identificam-se dois casos de deduções por silogismo, pelas quais pode-se chegar a uma conclusão, por meio de inferências a partir do que foi dito. Há, de um lado, um raciocínio do tipo: *i.* o uso da cloroquina vai beneficiar a população; *ii.* Bolsonaro defende a cloroquina; conclusão: *iii.* Bolsonaro quer o bem da população. De outro, o raciocínio: *i.* O uso da cloroquina vai beneficiar a população; *ii.* Teich é contra a cloroquina; conclusão: *iii.* Teich não quer o bem da população. Em ambos os casos, o pressuposto dado como verdadeiro é a eficiência desse medicamento no combate à COVID-19. Aqui podemos ver que “os outros argumentos são direta e explicitamente colocados em causa (e até colocados em acusação) por julgamentos de valor mais ou menos passionais, por denúncias, por tomadas de posições irônicas”. (CHARAUDEAU, p. 229 e 230). Essa definição se aplica claramente à mensagem, pois há, por um lado, a qualificação de “Líder” e um elogio ao pulso firme, por parte de Feliciano à Bolsonaro, e, por outro lado, uma comemoração à saída do Ministro (“*já vai tarde!*”) que, contrário ao uso do medicamento, não fazia jus a sua posição e, diferentemente de Bolsonaro, não teria o mesmo “pulso firme” e credibilidade para ser considerado um “Líder”.

Por fim, reforçando a tese de que a cloroquina é um medicamento eficiente, segue-se a generalização: “Países mais avançados já liberaram!”, que remete à manchete da notícia que se segue, segundo a qual farmácias italianas estariam distribuindo gratuitamente a hidroxicloroquina. Pelo procedimento da generalização, parte-se do princípio de que aquilo que se aplica a uma situação deve-se aplicar às demais. Sendo assim, se na Itália esse medicamento estava sendo distribuído, aqui deveria ser também. Há, porém, uma omissão de dados que poderiam ser relevantes para validar – ou refutar – essa generalização. A princípio, seria essencial que se levasse em conta a informação de que a distribuição da hidroxicloroquina na Itália, segundo a manchete, estava sendo feita por farmácias, o que não significa que tal distribuição tivesse sido orientada pelas autoridades sanitárias locais. Além disso, não são fornecidas evidências de que essa distribuição estivesse sendo eficiente no combate ao vírus. Pelo contrário: os veículos de comunicação¹¹ à época registravam que a população italiana estava sendo fortemente afetada pela pandemia e que o número de mortes e de casos de contaminação só foram minimizados a partir da adoção de duras medidas de *lockdown*, que obrigaram a população italiana a ficar em casa.

Quanto à encenação argumentativa, há, como vimos, uma situação de troca monologal, e o contrato de comunicação é implícito, pois, embora haja os três componentes do dispositivo argumentativo (proposta, proposição e persuasão), é necessário interpretá-lo, não estando demarcada de forma explícita uma tomada de posição do sujeito argumentante em relação à proposta, que, nesse caso, é a defesa da conduta do então

¹¹ Informações sobre esse período são encontradas em publicações da época. Citamos aqui a matéria disponível em <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/ansa/2020/05/12/italia-tem-maior-numero-de-novos-casos-em-quase-1-semana.htm>>. Acesso em 21 out. 22.

Presidente a favor do uso da cloroquina, sob o pressuposto de que ela salvaria “milhares de vidas” e que países mais avançados já haviam aprovado seu uso. Também, podemos ver essa postura com a comemoração da saída de Nelson Teich do Ministério da Saúde, expressa em “já vai tarde!”, caracterizando uma tomada de posição polêmica.

Nesse sentido, o locutor assume uma posição de engajamento frente à sua própria argumentação, se implicando pessoalmente por meio de marcações como: *i.* suas congratulações à postura do Presidente; *ii.* sua comemoração ao pedido de demissão do ex-Ministro Nelson Teich; *iii.* sua inserção na coletividade brasileira por meio de verbo na primeira pessoa do plural, como “precisamos”, para se referir à necessidade de liberação do uso da cloroquina e para fabricar uma imagem positiva da atuação do Presidente do Brasil.

É relevante ainda identificar os procedimentos semânticos adotados, que, de acordo com Charaudeau (2008), consistem no uso de argumentos fundamentados no consenso social, pautados em valores associados a domínios de avaliação, como os do estético, do hedônico, da verdade, do pragmático e do ético. No *tweet* do Deputado, recorre-se aos domínios da verdade, do ético e do pragmático.

O domínio da verdade, segundo Charaudeau, “define de maneira absoluta, e em termos de *verdadeiro* e *falso*, tanto o que concerne à *existência de seres em sua originalidade*, sua *autenticidade* e sua *unicidade*, quanto o que pertence ao âmbito do *saber* como *princípio único de explicação* dos fenômenos do mundo.” (CHARAUDEAU, 2008, p. 232). Nesse sentido, o autor da postagem em questão defende o uso do medicamento hidroxicloriguina pautado no fato de que “*Países mais avançados já liberaram!*”, assumindo que esse comportamento deve ser copiado pelo Brasil. Nesse sentido, a qualificação subjetiva “mais avançadas”, que impõe uma comparação implícita com o Brasil (país menos desenvolvido), contribui para a construção dessa espécie de analogia.

Também o domínio do ético se mostra presente. Esse domínio refere-se à avaliação de comportamentos a partir de uma moral externa (regras impostas ao indivíduo por leis que regulam as ações dos indivíduos em sociedade) e de uma moral interna (regras que o próprio indivíduo estabelece para si mesmo). Esses parâmetros de avaliação definem, entre outros, o que é certo e o que é errado, ou o que pertence ao âmbito do bem e do mal. Nesse sentido ao publicar elogios à conduta do então Presidente e criticar o Ministro afastado Nelson Teich, o Deputado contrasta dois polos do certo e do errado, opondo aqueles que defendiam as evidências científicas, representados por Teich (que estariam errados), e aqueles que defendiam o protocolo do chamado tratamento precoce (que estariam certos).

Implícito a essa discussão - mas não menos importante- encontra-se o debate em torno de medidas de isolamento social, defendidas pela ciência e abertamente condenadas pelo Governo Federal, por implicar o fechamento de estabelecimentos prestadores de serviços

não essenciais. Deve-se destacar que entre os estabelecimentos afetados pelas medidas de *lockdown* incluíam-se os templos religiosos, em relação aos quais o próprio Deputado mantinha um interesse especial, uma vez que ele próprio pertencia à base parlamentar evangélica, composta, em grande parte, por membros de igrejas evangélicas que desejavam manter os templos abertos e que também representavam uma base de apoio ao ex-Presidente.

Há, ainda, o apelo ao domínio do Pragmático, que define as ações em termos dos resultados que serão obtidos a partir delas. Assim, ao defender “Precisamos com urgência liberar o uso p/ salvar milhares de vidas!” o Deputado estaria se apoiando na premissa, dada como válida, de que o uso da cloroquina seria eficiente para o combate ao vírus.

Entre os procedimentos discursivos que favorecem a argumentação, identificamos procedimentos ligados à organização descritiva. A mensagem se caracteriza como uma construção subjetiva do mundo, uma vez que é possível determinarmos quais são os posicionamentos e afeições do sujeito enunciador em relação ao dito, cuja finalidade seria a de incitar a população a algum tipo de ação.

No componente nomear, destacamos o uso de duas nomeações que remetem ao discurso populista: “Líder” e “Nação”. Compreendemos o populismo a partir dos trabalhos de Laclau (2013) e Charaudeau (2022). Ambos os autores se referem ao populismo não como uma ideologia exclusiva da direita ou da esquerda, mas como uma forma de construir o político (LACLAU, 2013) ou como uma “estratégia” (CHARAUDEAU, 2022, p. 357). Nessa perspectiva,

(...) o populismo não é um regime político. Ele é uma estratégia de conquista ou de exercício do poder através de um discurso que retoma a cenografia do discurso político ao radicalizar seus imaginários: a denúncia da desordem social é exacerbada para uma *crise* da qual o povo é *vítima*; a crítica dos responsáveis se torna *demonização dos culpados*; a defesa dos valores é feita por um discurso de *exaltação paroxística*; e o líder constrói para si uma imagem de *salvador providencial*. (CHARAUDEAU, 2022, p.357)

Embora possamos reconhecer estratégias comuns, há diferenças nas pautas e na compreensão de conceitos fundamentais, que diferenciam os populismos de direita e esquerda. Embora não seja nosso objetivo abordar em profundidade essa distinção, consideramos esclarecedora a explicação de Silva e Rodrigues (2021):

(...) o populismo pode ser de esquerda ou de direita, de acordo com o modo como as demandas foram organizadas e a fronteira agonística foi delimitada. O populismo de esquerda é aquele em que, em geral, o “povo” identifica-se com aquilo que Laclau e Mouffe (2015) chamam de “democracia radical”, em que há uma articulação da luta dos trabalhadores com as lutas contra o racismo, o sexismo e a discriminação sexual. O populismo de direita segue por caminho

diverso. A definição dada por Stuart Hall para o “populismo autoritário” de Thatcher encaixa bem em uma definição do populismo de direita. Segundo Hall (1988, p. 48, tradução nossa), o populismo autoritário “combina os temas ressonantes do conservadorismo orgânico – nação, família, dever, autoridade, padrões, tradicionalismo – com os temas agressivos de um neoliberalismo renovado – interesse próprio, individualismo competitivo, antiestatismo”. (...) Para Wendy Brown (2019, p. 29), o neoliberalismo está “associado a um conjunto de políticas que privatizam a propriedade e os serviços públicos, reduzem radicalmente o Estado social, amordaçam o trabalho, desregulam o capital e produzem um clima de impostos e tarifas amigáveis para investidores estrangeiros. (SILVA e RODRIGUES, 2021, p. 89-90)

Nesse sentido, compreendemos que a publicação de Feliciano se identifica com o chamado “populismo de direita”, como detalharemos a seguir. No *tweet* de Feliciano, temos, primeiramente, a nomeação do então Presidente (“PR @jairbolsonaro”), também qualificado subjetivamente por meio da palavra “Líder”, com L maiúsculo. Como figura antagônica, há a identificação do Ministro Teich. A qualificação atribuída a Bolsonaro vai ao encontro de uma estratégia populista de identificar um governante como alguém que possui o carisma e a capacidade de liderar a população. Tal construção é explicada em Cesarino (2020): “Tipicamente, o mecanismo populista é colocado em operação por uma liderança carismática que emerge em contextos de insatisfação generalizada, alegando vir de fora do sistema e se colocando como paladino da ruptura e da mudança.” (CESARINO, 2020, p. 98). Ainda relacionado à nomeação, encontramos o uso do termo “Nação”, também grafado com a inicial maiúscula, remetendo a outra característica populista: o apelo ao nacionalismo. Trata-se também de um conceito que remete ao populismo, especificamente de direita, conforme aponta Charaudeau (2022), quando se refere ao: “*valor nação*, fundador do corpo social-povo composto pelos filhos da Nação, constituindo um *patrimônio identitário* e justificando que qualquer *inimigo* pode ser repellido, inimigo interno se ele procurar desintegrar o corpo social, inimigo externo se ele procurar invadi-lo.” (CHARAUDEAU, 2022, p. 356)

No componente qualificar, temos, além da qualificação explícita ao ex-Presidente-“Líder”- a exaltação de suas qualidades por meio de congratulações e elogios à sua conduta em um momento crítico de discussão, que culminou no pedido de demissão do ex-Ministro da Saúde, Nelson Teich (“Parabéns PR @jairbolsonaro pela firmeza! Em meio à pandemia precisamos do Líder que tem pulso firme para liderar a Nação.”). Temos, também, a qualificação do ex-Ministro Teich, devido ao seu posicionamento em relação ao uso do medicamento cloroquina, posicionamento que, segundo o sujeito descritor, é reprovável, (“Se Teich era contra o uso da cloroquina já vai tarde!”). Por último, temos a qualificação do Brasil, por meio de uma comparação com outros países (“Países mais avançados já liberaram!”).

A comparação Teich- Bolsonaro remete a outra característica do discurso populista: o antagonismo. De acordo com Laclau (2013), o populismo trabalha com o antagonismo,

isso é, com uma construção no formato “nós x eles”, com a ideia de oposição, de um lado, o povo, do lado do qual o líder se coloca, e, de outro, um inimigo ou, nos termos de Cesarino (2020), uma alteridade ameaçadora (na postagem em questão representado por Teich e por todos que se colocavam a favor dos protocolos aceitos pela OMS e demais autoridades científicas, que coincidiam também com a oposição política ao Presidente).

Com o advento das redes sociais, a responsabilidade de construção tanto da imagem do líder quanto a de seu antagonista acaba sendo compartilhada entre vários indivíduos e grupos, que vão incentivar uma mobilização favorável a essa imagem por meio do aparato midiático. Como consequência, acompanhamos a ascensão de políticos que, pessoalmente, podem ser incapazes de articular uma mensagem coerente, mas que obtiveram grande popularidade por meio das mídias digitais.

No componente localizar-situar, temos a determinação temporal pelos dados do *Twitter* (“15 de maio de 2020”), que é passível de ser recuperada de forma aproximada, caso saibamos quem é Teich, e que o *tweet* de Feliciano foi produzido na data do pedido de demissão de Nelson Teich. Já a localização espacial, embora não expressa de forma explícita, pode ser recuperada pelos dados como o nome do Presidente do país em questão (“Jair Bolsonaro”). Para localizar-situar, temos, portanto, um enquadre temporal-espacial não explícito, mas que pode ser facilmente recuperado pelo contexto.

Quanto à encenação descritiva, identificam-se, ainda, os efeitos de saber, por meio da descrição dos resultados gerados pelo uso do medicamento, posição validada pela suposta liberação dele por “países mais avançados” (“Precisamos com urgência liberar o uso p/ salvar milhares de vidas!”) e o efeito de confiança, por meio de uma inserção do sujeito enunciador a uma coletividade nacional (“Precisamos com urgência liberar o uso p/ salvar milhares de vidas!”).

É necessário, também, chamar a atenção para o recurso à citação. Para Charaudeau, “a citação consiste em referir-se, o mais fielmente possível, (ou pelo menos dando uma impressão de exatidão) às emissões escritas ou orais de um outro locutor, diferente daquele que cita, para produzir na argumentação um efeito de autenticidade” (CHARAUDEAU, 2008, p. 240).

Como citação, o deputado insere um print do portal “Conexão Política”. Esse portal foi criado em 2017, completando, assim, 7 anos de existência em 2023. Tem um expressivo alcance público, acumulando mais de 2 milhões de seguidores em suas redes sociais. O portal se apresenta como “veículo de comunicação com viés liberal-conservador comprometido com a cobertura e a análise sobre as principais pautas do Brasil e do mundo.”¹² e deixa claro que senso moral, capitalismo, mérito e trabalho “são pautas inegociáveis”. Conforme o portal, a sua redação é composta de profissionais que

¹² Disponível em: <<https://www.conexaopolitica.com.br/>>. Acesso em 30 out. 2023.

compartilham uma “visão política conservadora-liberal”. O portal realiza um contraponto entre a sua conduta editorial e a conduta editorial dos veículos de mídia tradicionais, ao publicar, na área “Valores”, que: “na contracorrente de mídias convencionais, nossa conduta editorial é pautada na busca pela verdade”. Nota-se uma divisão estabelecida entre os veículos de comunicação tradicionais e o editorial do Conexão Política, com este se qualificando positivamente, ao passo que qualifica negativamente os veículos que se enquadram em “mídias convencionais”. Essa qualificação ocorre em razão de o Conexão Política se colocar na contracorrente por conta da “busca pela verdade”, atributo que, dentro dessa lógica, faltaria às mídias convencionais, que, portanto, não buscariam pela verdade. Entretanto, por conta do exposto acima, ele não pode ser considerado como um veículo absolutamente imparcial.¹³

3.3. IDENTIDADE SOCIAL E DISCURSIVA: O ETHOS DO PASTOR-POLÍTICO

Depreende-se, conforme Charaudeau (2009), que o sujeito falante assume duas identidades: a social e a discursiva. Para esse autor, a identidade social é composta pelo conjunto de traços biopsicossociais, tais como gênero, posição na estrutura social e sexualidade. A identidade discursiva, por sua vez, encontra o seu limite no discurso, uma vez que a sua materialidade se encontra nele. Após a análise da organização discursiva do *tweet*, verificamos que, além dos procedimentos identificados, o pastor-Deputado recorre à construção de um *ethos* positivo para defender a tese de que o governo que ele apoia está conduzindo de modo correto uma das maiores crises sanitárias da história do país e do mundo. A concepção de *ethos* é tradicionalmente associada à Retórica de Aristóteles. O *ethos*, nesta perspectiva, seria, ao lado do *pathos* e do *logos*, uma das três provas argumentativas do discurso.

Maingueneau (2005) aponta que a construção do *ethos* resulta de um processo interativo e, como tal, exerce influência sobre o interlocutor. O autor ainda aponta que a proposição do *ethos* se trata de um comportamento que deve ser avaliado e apreendido numa dada situação de comunicação que se integra numa conjuntura sócio-histórica. Essa imagem proposta pelo enunciador nem sempre é dita explicitamente, mas quase sempre é mostrada.

Para Charaudeau, todo ato de linguagem pressupõe a criação de uma imagem de si. De acordo com o autor:

Não existe um ato de linguagem que não passe pela construção de uma imagem de si. Quer queiramos ou não, calculemos ou neguemos, a partir do momento

¹³ Observamos que o portal passou por uma ampla reformulação. Na época da postagem, em 2020, havia manifestações explícitas que sinalizavam um alinhamento ao espectro ideológico da extrema direita e ao governo Bolsonaro, deixando claro que patriotismo, família, capitalismo e senso moral “são pautas inegociáveis”.

em que falamos, aparece (transparece) uma imagem daquilo que somos por meio daquilo que dissermos. (CHARAUDEAU, 2006, p. 86).

Portanto, se o sujeito se inscreve de forma mais ou menos explícita em qualquer produção linguageira, esta inscrição é responsável pela construção da sua imagem.

Descrevendo as identidades dos parceiros envolvidos na publicação temos, na instância de produção, Marco Feliciano, branco, pastor e Deputado Federal pelo estado de São Paulo, associado à chamada “Bancada Evangélica”. É uma figura pública de bastante influência no mundo evangélico e entre políticos de direita, defendendo pautas conservadoras, especialmente aquelas ligadas a temas como o aborto e o direito das comunidades LGBTQIA+.

Quanto à identidade discursiva, constam da postagem dois *ethé* típicos do discurso político, conforme descritos por Charaudeau (2006): o *ethos* de credibilidade e o *ethos* de identificação, assim como algumas das subcategorias a eles associadas.

O *ethos* de credibilidade resulta de estratégias que levem o interlocutor a supor que o falante é digno de crédito. Essa imagem de credibilidade pode ser construída por meio de uma imagem de seriedade. No *tweet* analisado, vemos que o enunciador assume um engajamento em relação ao uso da cloroquina, inserindo um *print* de uma manchete que informava que esse medicamento vinha sendo utilizado para o tratamento da Covid-19 na Itália. Um leitor desavisado, que desconhece o caráter predominantemente político do *site* que publicou a matéria, poderá se convencer da seriedade do pastor e, conseqüentemente, da veracidade de suas declarações.

Destaca-se, ainda, na publicação, a construção do *ethos* de identificação. Nesse caso, o político procura provocar no outro uma identificação nem sempre racional com a sua pessoa. Na publicação em foco, ela se pauta na proposição de dois *ethé*: de humanidade e de solidariedade. O *ethos* de humanidade se apresenta quando o Deputado, usando a primeira pessoa do plural, “nós”, expressa o desejo e a necessidade de um “Líder” que tenha “pulso firme”. Assim, se coloca ao lado da população, demonstrando ser alguém que vivencia as mesmas aflições e que compartilha a necessidade de um guia que possa comandá-los no momento de crise. Ao mesmo tempo, demonstra uma imagem de solidariedade, mostrando-se consciente da situação e se colocando como um dos responsáveis por salvar “milhares de vidas”, ao defender o uso da cloroquina para tratamento do Coronavírus. A construção dessa imagem positiva do falante é um fator decisivo para que o interlocutor tenha um comportamento de adesão às teses defendidas.

Compreendemos, como Charaudeau (2006, p. 117), que o *ethos* depende da percepção das representações sociais. Sendo assim, ele pode dizer respeito tanto a indivíduos quanto a grupos. Nesse sentido, a construção de uma imagem positiva de Feliciano, assim como

os efeitos de sentido positivos obtidos por meio dos demais procedimentos semântico e discursivos utilizados, se estendem ao grupo político que ele representa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nosso trabalho procurou colocar em pauta alguns dos mecanismos usados por um pastor-político para apoiar as atitudes do Governo Federal na condução da crise sanitária provocada pelo Coronavírus nos primeiros meses da pandemia. Constatamos que procedimentos semânticos e discursivos, ancorados na construção de um *ethos* positivo do locutor, proporcionaram a defesa de protocolos que se afastavam das evidências e orientações científicas, mas que serviam aos interesses do Governo Federal e a parte do setor econômico, contrário a medidas de lockdown. Ao se posicionar favoravelmente às atitudes promovidas pelo governo, o Deputado exerce um ativismo político por meio da mídia, colaborando para a promoção da estratégia populista adotada pelo então Presidente da República.

A defesa de um medicamento sem eficácia comprovada para o combate da COVID-19 poderia gerar na população uma expectativa de que havia um tratamento acessível capaz de combater o vírus, criando uma falsa sensação de segurança que esvaziaria a necessidade de fechamento de estabelecimentos prestadores de serviços não essenciais. É impossível não pensar que há, nesse contexto, também um interesse corporativo, por parte do Deputado, já que, como representante da Bancada Evangélica, esse também se empenhava pela abertura dos templos nesse período.

Essa investigação nos permitiu compreender um pouco mais a interseção entre religião e política e a influência desses campos sobre a vida da população, influência essa que vem sendo potencializada pelo uso crescente, por parte desses setores, das mídias sociais.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- BURITY, J. A. Religião, política e cultura. **Tempo social**. São Paulo, v. 20, n. 2, p. 83-113, 2008.
- CESARINO, L. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. **Internet & Sociedade**. n.1, v.1. 2020. p. 91-120.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem em discurso**. Modos de organização. São Paulo: Contexto, 2008.

CHARAUDEAU, P. Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional. In: PIETROLUONGO, M. (Org). **O trabalho da tradução**. Rio de Janeiro: Contra Capa, p. 309-326, 2009.

CHARAUDEAU, P. e MAINGUENEAU, D. **Dicionário de Análise do Discurso**. 3. ed. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2014.

CHARAUDEAU, P. Do discurso político ao discurso populista. O populismo é de direita ou de esquerda? **Calidoscópio**. v.20, n. 1, janeiro-abril-2022. p.351- 363

CUNHA, M. **Um primeiro olhar sobre os Deputados evangélicos na Câmara Federal**. Disponível em: <https://religioepoder.org.br/artigo/um-primeiro-olhar-sobre-os-Deputados-evangelicos-na-atual-camara-Federal/>. Acesso em 29 mar 2023

FIGUEIREDO FILHO, V. **Entre o palanque e o púlpito**.. Dissertação de Mestrado: Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2002.

LACLAU, E. **A razão populista**. Tradução de Carlos Eugênio Marcondes de Moura. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

LEON, O. A. e GUADALUPE, J. L. P. Os novos ‘grupos de pressão política’ dos evangélicos na América Latina. In: GUADALUPE, J. L.P. e CARRANZA, B. **Novo ativismo político no Brasil: os evangélicos do século XXI** /[organização José Luis Pérez Guadalupe e Brenda Carranza]. — Rio de Janeiro: Konrad Adenauer Stiftung, 2020. 392 p.

LIMA, N. Twitter e comunicação pública. Como o microblog tem alterado a comunicação entre governo e cidadãos. Aracaju: **IFS**, 2016. 159 p.

MAINGUENEAU, D. *Ethos*, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (org.). **Imagens de si no discurso**. A construção do *ethos*. SP: Contexto, 2005. P. 69-92.

MARCO FELICIANO. Disponível em: <<https://twitter.com/marcofeliciano/status/1261316741281525762?s=19>> Acesso em: 18 out. 2022.

SILVA, M.G. e RODRIGUES, T.C.M. O populismo de direita no Brasil: neoliberalismo e autoritarismo. Londrina: **Mediações**: Revista de Ciências Sociais. v. 26, n.1, p. 86-107, jan.-abr. 2021. Disponível em: <<https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/42098>> Acesso em 19 out. 21.



* Doutora em Estudos Linguísticos. Professora Titular do Departamento de Letras e Programa de Pós-Graduação em Letras da UFV.

** Graduado em Letras pela UFV. Pós-graduando em Metodologias Ativas em Aprendizagem pela Faculdade UNYLEYA.