

NO PRINCÍPIO ERA O VERBO, FEZ-SE A LINGUAGEM E CRIOU-SE O DISCURSO

EN EL PRINCIPIO ERA EL VERBO, SE HIZO EL LENGUAJE Y CRIÓ EL DISCURSO

SOUZA, Marta Silva¹

RESUMO

Este texto tem por objetivo socializar algumas reflexões linguística e discursiva de enunciados produzidos em um programa transmitido na TV aberta, a saber, o *F. Q. E*, a partir da Análise de discurso de linha francesa (ADF). Propomos verificar os mecanismos linguístico-discursivos utilizados na construção dos discursos a partir das cenas enunciativas, o que permitirá a construção do *ethos* discursivo do enunciador e a apresentação de possíveis efeitos de sentidos desses discursos. Para isso, nos pautaremos, com maior especificidade, nas reflexões de MAINGUENEAU (1997, 2004, 2008a, 2008b, 2010, 2015) sobre discurso, *ethos* discursivo e cenas da enunciação, além dos estudos de Orlandi (1987, 1999). Esta reflexão possibilita pensar a estratégia argumentativa de um discurso dominante que se vale de um discurso constituinte, como é o caso do religioso, ao ser utilizada em um meio de comunicação de massa, a televisão, e observar como essa relação mútua evoca maior poder ao discurso.

Palavras-chave: Discurso religioso. Ideologia. *Ethos* discursivo.

RESUMEN

Este texto tiene como objetivo socializar algunas reflexiones lingüística y discursiva de enunciados producidos en un programa transmitido en la TV abierta, a saber, el *F. Q. E*, a la luz de Análisis de discurso francesa (ADF). Verificaremos los mecanismos lingüísticos-discursivos utilizados en la construcción de los discursos a partir de las escenas enunciativas, lo que permitirá la constitución *ethos* discursivo del enunciador y presentar los posibles efectos de sentidos de los discursos. Para eso, pautaremos ese artículo en los estudios de MAINGUENEAU (1997, 2004, 2008a, 2008b, 2010, 2015) sobre discurso, *ethos* discursivo y escenas enunciativas y en las teorías de discurso de Orlandi (1987, 1999). Esta reflexión posibilita pensar la estrategia argumentativa de un discurso dominante y constituyente, como el religioso, en la comunicación televisiva, y observar cómo esa relación evoca más poder al discurso.

Palabras-clave: Discurso religioso. Ideología. *Ethos* discursivo.

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Para compreender a noção de discurso, é preciso ter em mente que ele consiste em uma prática social, é realizado por sujeitos que assumem determinadas posições sociais e está situado em certo tempo e espaço. Dessa forma, os efeitos de sentidos são constituídos historicamente, os quais refletem a percepção do homem sobre o mundo e sua forma de pensar e agir de acordo com determinada época. Assim, para a construção de sentidos do discurso, devemos considerar o momento de produção, circulação e recepção, o qual envolve a interação, a enunciação e a prática social, respectivamente.

¹ Graduada em Letras pela Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP), Guarulhos, São Paulo. Mestranda em Letras pela Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP), Guarulhos, SP. Endereço eletrônico: smarta_s@hotmail.com.

Uma das práticas sociais humanas mais emergente é a comunicação, com maior particularidade, a midiática, que possibilita uma promoção massiva de discursos. Quando a mídia, mais especificamente a televisão, começou a ocupar espaço na vida dos indivíduos, a Igreja pregava contra esses veículos e os recebia como manifestações demoníacas. Com o passar do tempo, a adesão às mídias popularizou-se e elas passaram a ocupar espaço relevante nas relações sociais e tornaram-se a maior forma de produção e circulação de discursos, o que implica dizer que assumem o papel de produtora de cultura de massa.

Não podemos negar que as mídias ocupam um espaço significativo na vida do sujeito, principalmente quando se trata do ambiente televisivo, pois, por ser tão híbrido em sua composição, visa a produzir diversas formas para atrair a atenção do telespectador e criar uma corrida por audiência de suas emissoras. Nesse sentido, os programas televisivos de maior audiência tendem a propagar em maior campo suas ideologias; e, claro, aqueles que detêm maior poder não querem perder essa corrida. Um exemplo disso é a Igreja, instituição que outrora abominava esse espaço comunicativo, mas que passou a utilizar o ambiente televisivo e a dominar maior número de horas dele.

A Igreja se vale, dentre outras maneiras, da esfera televisiva para produção e propagação de seus discursos, ou seja, passa a se apropriar de recursos midiáticos televisivos para promoção e disseminação de sua ideologia. Para a Igreja, a mídia televisiva torna-se, portanto, um mecanismo de atração e conquista de novos fiéis, a partir de uma (re)formulação do discurso religioso que se apropria de estratégias discursivas mobilizadas na esfera midiática, para influenciar no comportamento do outro, a fim torná-lo coenunciador de seus discursos e levá-lo a compactuar com suas ideologias.

Para isso, o discurso religioso se constrói com base na existência de um ser superior, Deus, e de pessoas na terra que, de acordo com certas condições, assumem o papel de representantes da voz Absoluta. Nessa perspectiva, o discurso religioso é constituído a partir da voz de Deus, o que permite que os discursos de tais representantes sejam concebidos como verdade, pois se valem de um discurso constituinte, o discurso bíblico, para sua produção. Isso se deve ao fato de que “é de não reconhecer outra autoridade além da sua própria, de não admitir outros discursos acima deles” (MAINGUENEAU 2008b, p. 37) que o discurso primeiro é o discurso das Sagradas Escrituras.

A partir dessas observações, propomos, neste artigo, apresentar uma análise dos mecanismos de linguagem utilizados pelos enunciadores bispo M. C. e o bispo E. M., representantes de determinada doutrina cristã, e evidenciar a constituição do *ethos/ethé* discursivo mostrado pelo enunciador por meio de suas escolhas linguístico-discursivas em um trecho do programa televisivo *F.Q.E²*, transmitido pela Record TV e exibido na madrugada de 31 de dezembro de 2016 para 01 de janeiro de 2017. Para atingir o objetivo, este estudo tem como base as reflexões de MAINGUENEAU (1997, 2004, 2008a, 2008b, 2010, 2015) sobre discurso, *ethos* discursivo e cenas da enunciação, além dos estudos de Orlandi (1987, 1999) O artigo está dividido em seções: no primeiro momento, apresentamos reflexões sobre a teoria que alicerça nossa discussão; posteriormente, realizamos a análise, recuperando, brevemente, outros discursos que complementam a *corpora* desse texto, seguida das considerações finais.

² O nome do programa e de seus apresentadores não serão evidenciados. Dessa forma, optamos por apresentá-los por meio de abreviações.

2 DISCURSO E A CONSTITUIÇÃO DO *ETHOS* DISCURSIVO

Para compreensão de enunciados, não basta apenas decodificá-los, é necessário “desvendar” os discursos presentes e as ideologias que os permeiam. Para isso, é preciso mobilizar, não necessariamente de forma consciente, a memória discursiva; levar em consideração os sujeitos envolvidos no processo de enunciação; o exato momento de produção, circulação e recepção do enunciado, o qual, respectivamente, implica a interação, enunciação e prática social; assim como sua relação com outros discursos, visto que “o universo do discurso é atravessado por uma fissura irreduzível: a cada momento, ele se apresenta como a interação multiforme do dizer e do já dito” (MAINGUENEAU, 2015, p. 149).

O discurso é uma prática social, produzido por sujeitos que ocupam papéis sociais; está situado em um dado tempo e espaço e seus efeitos de sentidos são constituídos em um contexto sócio-histórico-cultural. Isso quer dizer que esse contexto tem uma função primordial no que tange a construção de sentido, já que atribui, de algum modo, condições e características a certos papéis sociais e a relação de poder entre eles. Logo, ele é construído por meio de acontecimentos que também implicam o processo de mobilização e movimentação de efeitos de sentido de determinado discurso e sua relação com o enunciado, como apresenta Orlandi (1999, p. 21),

No funcionamento da linguagem que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente transmissão de informação. São processos de identificação, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade etc. [...] A linguagem serve para comunicar e para não comunicar.

Esse vínculo entre a linguagem e o momento sócio-histórico-cultural exprime, segundo a autora, uma ilusão de que o dito e o sentido são originários do próprio sujeito. Contudo, o que temos é uma relação recíproca: no exato momento em que o sujeito produz o discurso, esse discurso produz o sujeito. Com efeito, o dito e seus efeitos de sentido não pertencem ao sujeito, haja vista que, para produzir efeitos de sentido, o discurso se vale de sentidos anteriores. Sendo assim, o discurso está situado em uma formação discursiva que “não define somente um universo de sentido próprio, *ela define igualmente seu modo de coexistência com outros discursos*” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 106, grifo do autor).

O interdiscurso, segundo o autor, pressupõe a ideia de uma cadeia discursiva, ou seja, consiste em um conjunto de discursos que estabelecem relação entre si, isto é “o discurso só adquire sentido no interior de um imenso interdiscurso. Para interpretar o menor enunciado, é necessário relacioná-lo, conscientemente ou não, a todos os tipos de outros enunciados sobre os quais ele se apoia de múltiplas maneiras” (MAINGUENEAU, 2015, p. 28).

Nesse sentido, um mesmo enunciado permite construções de sentido variadas de acordo com o universo e o campo discursivo em que está situado, assim como seu momento de produção, circulação e recepção. Então, para compreender um discurso, é preciso considerar que, segundo Maingueneau (2004): i) o discurso é uma organização situada para além da frase; ii) o discurso é orientado; iii) o discurso é uma forma de ação; iv) o discurso é interativo; v) o discurso é contextualizado; vi) o discurso é assumido por um sujeito; vii) o discurso é regido por normas; viii) o discurso é considerado no bojo de um interdiscurso.

Em vista de apresentar os possíveis efeitos de sentido do discurso, é necessário, segundo Maingueneau (2004), que ele seja contextualizado, ou seja, precisa ficar claro quem são os sujeitos participantes do processo de enunciação, o exato momento enunciativo, assim como as condições

de produção e o gênero discursivo.

Os gêneros discursivos correspondem às atividades sociais que, para serem bem-sucedidos, precisam seguir regras fundamentais, como possuir uma finalidade reconhecida, cumprir com o estatuto de parceiros legítimos e estar inserido em um lugar e momento legítimos para sua produção. Existe, pois, uma troca de interesse entre o enunciador e o coenunciário vinculada ao enunciado, pois o enunciador, sabendo do público sobre o qual deseja agir, leva em consideração as necessidades e os interesses desse público-alvo. O mesmo processo ocorre com o outro: ele busca enunciados que vão ao encontro daquilo que deseja ouvir, ler.

Desse modo, as condições estabelecem uma relação de dependência com o suporte material e a organização textual, a fim de ser satisfatório em sua produção, o que possibilitará a aproximação do enunciado com o público-alvo. Sendo assim, é necessário considerar a edificação da cena enunciativa, a qual é constituída pela cenografia, cena englobante e a cena genérica. De acordo com Maingueneau (2015, p. 118, grifo do autor),

Enunciar não é apenas ativar as normas de uma instituição de fala prévia: é construir sobre essa base uma encenação singular da enunciação: uma *cenografia* (...) A noção de cenografia se apoia na ideia de que o enunciador, por meio da enunciação, organiza a situação a partir da qual pretende enunciar. Todo o discurso, por seu próprio desenvolvimento, pretende, de fato, suscitar a adesão dos destinatários instaurando a cenografia que o legitima. Esta é imposta logo de início, mas deve ser legitimada por meio da própria enunciação. Não é simplesmente um cenário; ela legitima um enunciado que, em troca, deve legitimá-la, deve estabelecer que essa cenografia da qual a fala vem é precisamente a cenografia requerida para enunciar como convém num ou noutro gênero de discurso.

Ao refletir sobre o discurso, Maingueneau (2015) apresenta que se faz necessário levar em consideração a cenografia em que o produtor do enunciado está inserido para que os sentidos sejam compreendidos adequadamente, visto que a cenografia legitima o discurso e é por ele legitimada.

A noção de cenografia se apoia na ideia de que o enunciador, por meio da enunciação, organiza a situação a partir da qual pretende enunciar. Todo discurso, por seu próprio desenvolvimento, pretende, de fato, suscitar a adesão dos destinatários instaurando a cenografia que o legitima (MAINGUENEAU, 2015, p.123)

Segundo o autor, a cenografia é organizada por duas cenas enunciativas, a saber, a englobante e a genérica. A primeira está relacionada ao tipo de discurso e apresenta vínculo com as relações temporais e espaciais a partir da condição entre os sujeitos *eu* e *tu* em um *aqui* e *agora*. A segunda concerne ao gênero em que o discurso está incorporado e “funcionam como normas que suscitam expectativas” (op. cit., p. 120), as quais estão associadas à finalidade do gênero de discurso.

De acordo com Maingueneau (2011), todo discurso é configurado em um corpo textual e o enunciador desenha uma “imagem de si” na enunciação que pode ser ou não a imagem que o coenunciador construirá. O autor, ao revisitar os estudos da Retórica de Aristóteles, define essa imagem como *ethos* discursivo (expresso por uma “voz”) e lhe atribui uma espécie de “caráter” (traços psicológicos) e corporalidade (forma física, vestimenta).

A vocalidade na enunciação coloca à disposição do coenunciador componentes que cooperam no processo de construção da “imagem” do enunciador, visto que essa “voz” manifesta conhecimentos ao coenunciador por meio do modo de dizer e do modo de ser a partir de uma transversalidade com as diversas formas de enunciar, revelando o posicionamento discursivo, portanto ideológico, do enunciador. Ou seja, “o enunciador deve legitimar seu dizer: em seu

discurso, ele se atribui uma posição institucional e marca uma relação a um saber. No entanto, ele não se manifesta como um papel e um estatuto, ele se deixa apreender também como *uma voz e um corpo*” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008. p. 220, grifo do autor).

Maingueneau (2004, p.99) evidencia que o *ethos* implica uma incorporação sobre o outro em vista de torná-lo coenunciador de certa enunciação. Nas palavras do autor:

(i) a enunciação leva o coenunciador a conferir um *ethos* ao seu fiador, ela lhe dá corpo; (ii) o coenunciador *incorpora*, assimila, desse modo, um conjunto de esquemas que definem para um dado sujeito, pela maneira de controlar seu corpo, de habitá-lo, uma forma específica de se inscrever no mundo; (iii) essas duas primeiras incorporações permitem a constituição de um *corpo*, o da comunidade imaginária dos que comungam na adesão a um mesmo discurso.

O *corpo* ao qual se refere Maingueneau não corresponde ao corpo físico do sujeito, mas trata-se de conferir ao enunciador uma forma subjetiva, ou seja, no exato momento enunciativo, o coenunciador constrói uma “personalidade”, uma “imagem”, um “caráter” do enunciador, seja positivo ou negativo. Nessa perspectiva, os valores sociais, culturais, éticos também são responsáveis para a constituição *ethos* discursiva que, de algum modo, determina uma ação sobre o outro com a finalidade de conduzi-lo a tomar por verdade aquilo que é dito; ao fazer isso, o enunciador torna seu coenunciador fiador de seu discurso.

Vale salientar que o *corpus* desse estudo consiste em um programa televisivo transmitido ao vivo pela Record TV. Nas categorias de gêneros televisivos (talk-show, entrevista, entretenimento, novelas), o *F. Q. E* é enquadrado na categoria “outros”. É certo que consiste em um programa televisivo que se vale do discurso religioso em sua produção, mas é preciso maior estudo para afirmar ou não se é possível enquadrá-lo como um programa televisivo religioso. Esse trato não será feito neste estudo. O foco aqui é analisar um trecho de um programa televisivo que conduz, a partir da autoridade fornecida ao enunciador pela voz de Deus, o tema *suicídio*.

3 ANÁLISES DE RECORTES DISCURSIVOS E A CONSTITUIÇÃO DO *ETHOS* DISCURSIVO

As igrejas estão, cada vez mais, ocupando espaço na programação televisiva brasileira. Esse crescimento pode ser visualizado na pesquisa da ANCINE (Agência Nacional do Cinema), a qual apresenta que mais de 21% do tempo da TV aberta é destinado aos programas de teor religioso. Os templos religiosos são proprietários de canais ou alugam horários para exibição de seus programas, a fim de participar da competição de atingir maior audiência. *A priori*, conseguir maior número de telespectadores pode levar ao aumento do número de fiéis e contribuintes da Igreja. Esses programas são apresentados por sujeitos que ocupam o papel social de representante de determinada Igreja, ou seja, um representante da fé.

Para construir persuasão em seus discursos, esse representante se vale da voz de Deus para legitimar seus enunciados e sua autoridade perante o outro. Isso quer dizer que ele se coloca como o sujeito que transmite a palavra divina, mas, ao apresentar a voz de Deus, o sujeito faz interpretações de um enunciado que não lhe pertence e o apresenta segundo suas convicções e ideologias.

Nas palavras de Orlandi (1987, p. 228),

Aí está uma diferença fundamental entre o discurso religioso e os outros: nos outros discursos a que nos referimos, esses lugares são disputados e a retórica é uma retórica de apropriação. O sujeito se transforma naquele do qual ele ocupa o lugar (...). No entanto, isso não se dá no caso do discurso religioso. O

representante, ou seja, aquele que fala do lugar de Deus transmite suas palavras. O representa legitimamente, mas não se confunde com ele, não é Deus. E daí deriva a “ilusão” como condição necessária desse tipo de discurso: o como se fosse sem nunca ser.

Isso quer dizer que a participação entre Deus e fiel não é real, tendo em vista que um está no plano espiritual, e o outro, no plano real, o que compromete a interação entre eles e, por isso, necessita de um representante legitimado a partir do processo ritualístico que transforma certo ser, que ocupa diversos papéis sociais e se constitui como sujeito discursivo de acordo com dada conjuntura, no sujeito discursivo que enuncia em nome do divino, o representante de Deus. Isso nos conduz a entender a “ilusão” como o efeito da percepção do sujeito fiel sobre a relação estabelecida com Deus, por meio da mediação do sujeito que representa a voz do Senhor. Dessa forma,

O paradoxo constitutivo do funcionamento de tais discursos é que esse Absoluto a partir do qual se autoriza é supostamente exterior ao discurso, para que possa lhe conferir sua autoridade, mas deve ser construído por esse mesmo discurso para poder fundá-lo (MAINGUENEAU, 2008b, p. 39).

Essa impossibilidade de contato acaba por fortalecer a autoridade do discurso religioso e transmitir credibilidade, pois traz como promessa uma vida pós-morte ao lado do Senhor, desde que o sujeito siga as orientações de Deus proferidas por seu representante. Essas orientações são apresentadas ao fiel como uma espécie de regras de como viver bem, viver para Deus e evitar cometer pecados. Logo, para incorporar a voz de Deus no discurso, o enunciador precisa recuperar os dizeres bíblicos.

É importante salientar que a Record TV, locutora de nosso *corpus*, pertence, atualmente, a E. M., fundador de um templo cristão. A maioria dos programas transmitidos nessa rede são voltados à temática religiosa, inclusive novelas e filmes.

O programa selecionado para análise é transmitido na madrugada, no período de 1h15 às 2h00, de segunda a sexta. Os apresentadores são revezados, mas todos são pastores ou bispos da igreja. A exibição em análise foi apresentada pelo bispo M. C. (enunciador 1) com participação ao vivo por *Skype* do bispo E. M. (enunciador 2), exibido na madrugada de 31 de dezembro de 2016 e 01 de janeiro de 2017.

O programa é nomeado *F.Q.E: especial*³, o que contribui para a argumentação do discurso, visto que não se trata de qualquer programa, mas de um programa “especial” já que ocorre em um momento comemorativo, a passagem de ano.

No programa em análise, o enunciador propõe trabalhar com um tema que remete ao pecado, a saber, o suicídio. Embora haja divergência em relação à condenação ou não do sujeito que cometeu tal ato, o suicídio ainda é considerado pecado pela religião cristã. Para se basear nessa ideia, precisamos recorrer à memória discursiva e recuperar os interdiscursos mobilizados para a produção de determinado discurso. Nesse caso, o enunciador recorre aos dez mandamentos de Deus, mais especificamente ao quinto: *não matarás*, o que inclui o aborto, a eutanásia, o homicídio e o suicídio, pois, segundo as Sagradas Escrituras, que consistem em discursos constituintes, em *Samuel 2*, versículo 6: “O SENHOR é quem tira a vida e a dá; faz descer ao Sheol, à sepultura, e da morte resgata”. Ou seja, o homem, segundo essa citação, tem o direito de matar alguém e nem de tirar a própria vida, pois ela pertence a Deus.

³ F.Q.E: Especial. Exibido na madrugada de 31 de dezembro de 2016 e 01 de janeiro de 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=dBZaThjzX60>>.

Vale lembrar que, segundo Maingueneau (2008b, p. 43), entrelaçado ao discurso religioso, há presença de diversos posicionamentos (tendência, doutrinas, escolas, teorias, partidos), os quais conjecturam conflitos permanentes.

Esses posicionamentos são eles próprios inseparáveis de grupos que os elaboram e os fazem circular, gerindo-os. A partir do momento em que se trata de discursos-limite, que são além disso. Discursos maximamente “autorizados”, não é ao conjunto dos membros da sociedade que cabe avaliar, produzir ou gerir os textos constituintes, mas a comunidades restritas. É nesses grupos que se mantém uma memória e que os enunciados podem ser avaliados em relação às normas, partilhadas pelos membros da comunidade associada a esse ou àquele posicionamento. (MAINGUENEAU, 2008b, p. 45).

Assim, vale ressaltar que a temática abordada suscita várias vozes, tendo em vista que, ao falar de suicídio, outras formações discursivas são mobilizadas, a saber: i) *Políticas Públicas*, que visam tratar as prevenções ao suicídio; ii) *Discurso Médico*, que apresenta o suicídio como consequência de algumas doenças, como a depressão, assim como evidencia outras vertentes para se pensar a questão da deliberação do sujeito para o ato de suicídio, como ocorre com a eutanásia; iii) *Questão midiática*, em que o assunto é, de alguma forma, apresentado. Com as novas tecnologias, encontramos diversos casos de cartas de pessoas que relatam motivos que conduziram ao suicídio; iv) *Doutrina sociológica*: o suicídio está ligado a acontecimentos externos ao sujeito, o qual é determinado socialmente; v) *Discurso Cristão*, em que se apresenta o desejo de suicídio como algo presente na alma do sujeito e não tem relações com questões como doenças do corpo, relações entre os sujeitos etc., como veremos no decorrer do texto; entre outras formações discursivas.

As dicotomias entre os posicionamentos concebem-se a partir de certa complexidade ao considerar os diversos olhares sobre o concepção de suicídio e suas modificações no decorrer da história de acordo com a pluralidade de formações discursivas. Essa diversidade discursiva é manipulada para a formação de outros discursos, a fim de atender a certo propósito enunciativo, como ocorre com o discurso religioso.

O paradoxo, que é apenas aparente, é que falar em nome de Deus ou em nome da Ciência e se dirigir ao conjunto dos humanos, é preciso na realidade se dirigir a uma comunidade reduzida. Os enunciados cujo alcance é *global* emergem de maneira essencialmente *local*: os produtores desses textos se põem de acordo com as normas internas de um grupo, não diretamente com uma doxa universalmente partilhada. Os lugares institucionais de onde emergem os textos não se ocultam por trás de sua produção, eles a moldam através da maneira de viver. (MAINGUENEAU, 2008b, p. 45).

Nesse sentido, o *corpus* em análise cria uma ruptura no discurso cristão do pentecostalismo clássico, no qual o foco é a alma e os valores espirituais, e enquadra-se no neopentecostalismo, propondo-se a falar sobre espíritos malignos, batalhas espirituais, exorcismo, ou seja, questões voltadas ao sofrimento do corpo e ao profano. Porém, essa cólera não está relacionada aos acontecimentos externos ao sujeito, mas é justificado pelo sofrimento da alma, pela não aproximação com Deus, como veremos nos enunciados dos representantes da igreja, em análise, ao tratar do desejo de suicídio.

3.1 AS ESTRATÉGIAS DE SEDUÇÃO

Para iniciar o programa *F.Q.E.: especial*, o bispo M. C., enquanto cumprimenta seu público, caminha em direção à câmera, como se estivesse estabelecendo maior aproximação com o telespectador. E inicia:

(1) Uma boa noite. O tema hoje do *F. Q. E* é *VOCÊ*. (2) A partir de agora, queremos atender *aqueles que estão desesperados e pensando no suicídio*. (3) Por que você pensa assim: se o ano inteiro de 2016 o meu problema não foi resolvido, não será agora em 2017. (4) *Você que tem um desejo de suicídio, você que já tentou suicídio*, ligue agora. (5) O número está na tua tela. (6) *Nós estamos aqui em um plantão para ajudar você*. (7) E mais no final do programa *nós vamos fazer uma oração que vai mudar a sua vida*, MUDAR, mas mudar de uma vez por todas. (8) Nós vamos agora direto com o bispo Macedo ao vivo, por Skype. (9) Bispo, boa noite, Deus abençoe.

A fala de M. C. é elaborada em primeira pessoa do plural, como é perceptível nos recursos linguísticos “nós”, “queremos”, “estamos”, “vamos”. Contudo, esse “nós” não inclui o outro para quem o discurso é proferido. Na verdade, essa marca linguística faz uma separação entre o *eu* e o *tu*. Esse “eu” coletivo se refere à igreja e sua representação (Deus, representantes, religião) e evocar o bispo consiste em um argumento de autoridade para produção de seus discursos. O *tu* é marcado na enunciação com o pronome “você” que, acompanhado do gestual em que o enunciador aponta para a câmera, simboliza um apontar para o sujeito que está assistindo. Posteriormente, o enunciador especifica que aquele discurso não é para qualquer sujeito, mas para “aqueles que estão desesperados e pensando no suicídio”.

Ao pronunciar “a partir de agora, queremos atender aqueles que estão desesperados e pensando no suicídio”, relacionando com o nome do programa *F. Q. E*, o uso do verbo “atender” apresenta polissemia: de um lado, “atender” na ideia de receber uma ligação, como é comprovado em “ligue agora. O número está na tua tela”; por outro, como forma de prestar auxílio: “nós estamos aqui em um plantão para ajudar você”. Esses enunciados consistem em estratégias argumentativas para atrair a atenção de seu público e, ainda, chamar a atenção daquele que não se encontra nessa situação, mas tem curiosidade em relação ao tema e aos “desabafos” dos sujeitos que se enquadram no cenário criado: quem pensa em cometer suicídio e os que já tentaram.

Vale ressaltar que o enunciado (2) apresenta uma ambiguidade, a saber, de restrição e inclusão. Mesmo especificando seu público, como se o programa não fosse para qualquer pessoa, mas para os que “têm desejo de suicídio”, ao mesmo tempo inclui qualquer pessoa, não necessariamente seguidores dessa doutrina. Nesse mesmo enunciado, temos certo rompimento da formação discursiva de temas considerados *tabu* pela sociedade, já que se propõe a falar sobre o assunto. Essa tentativa de romper com o *tabu* social cria uma imagem de um sujeito representante de uma Igreja que se propõe a discutir questões sociais que ainda não são tratadas como naturalizadas, o que se relaciona à finalidade de se revelar como um sujeito à frente de seu tempo. Ao dizer que “nós estamos aqui para ajudar você” e “nós vamos fazer uma oração que vai mudar a sua vida”, mostra-se um *ethos* de um enunciador que possui poder, uma imagem discursiva de portador da verdade e, ao mesmo tempo, implica mostrar que essa doutrina cristã é a Igreja da verdade, visto que o “nós” remete tanto ao local de culto dos representantes, enquanto instituição, quanto aos enunciadores que representam a Igreja.

Para legitimar essa imagem e construir persuasão no discurso, o representante vale-se da voz de Deus que, segundo a doutrina cristã, não deve ser questionada. Valendo-se dessa

autoridade, o enunciador descreve o sujeito alvo no enunciado (2) e faz uso do imperativo e da modalidade gestual para ordenar que o outro entre em contato com o apresentador, como ocorre nos enunciados (4) e (5).

No enunciado (3), o enunciador cria uma breve narrativa que supõe ser o pensamento do sujeito alvo, no qual apresenta uma justificativa para se submeter ao suicídio: “porque você pensa assim: se o ano inteiro de 2016 o meu problema não foi resolvido, não será agora em 2017”. A argumentação é marcada na escolha lexical da conjunção explicativa “porque”, pressupondo a pergunta “por que você pensa no suicídio ou por que tentou o suicídio?”. O uso da marcação da pessoa para quem o enunciado é dirigido – “você” – e a conjugação do verbo “pensar” no presente do indicativo sugerem que esse sujeito alvo, no instante em que está assistindo à programação, esteja pensando nos problemas enfrentados no ano de 2016. Essas escolhas propõem mostrar um *ethos* de um enunciador que está certo dos pensamentos de seu público alvo, uma imagem de um sujeito que reconhece as dificuldades do outro. Tais estratégias linguístico-discursivas têm por finalidade conduzir o outro a permanecer diante do programa televisivo em busca de uma promessa de cura.

No enunciado (7), o apresentador acrescenta que, além de estarem de plantão para ajudar o telespectador, no final do programa, será feita uma oração que mudará a vida daquele que está assistindo. Para induzir o outro a dar credibilidade a seu discurso, o enunciador faz uso da repetição do termo “mudar” acrescido do aumento do tom de voz.

Essa mudança na vida do outro, que será conduzida pela oração, não é um qualquer mudar, “mas mudar de uma vez por todas”. O uso da conjunção “mas” apresenta valor aditivo, e pressupõe que existem promessas (de outras religiões, programas) de mudanças na vida do sujeito que não foram efetivas, porém a proposta pelo programa será verdadeira.

A primeira parte da fala do bispo M. C. dura cerca de 43 segundos, o turno enunciativo é transferido para outro enunciador, também representante da igreja, o bispo E. M. Para realização da transferência, M. C. comunica ao telespectador que outro sujeito irá enunciar: “Nós vamos agora direto com o bispo Macedo ao vivo, por *Skype*”.

A expressão (9), “Deus abençoe”, pode estabelecer um reconhecimento dos enunciadores de que estão em instâncias diferentes em relação a Deus: enquanto este está no sublime, o outro está no mundo mortal. Esse reconhecimento também consiste em uma estratégia persuasiva, pois os enunciadores mostram que concebem Deus como Absoluto, conduzindo o outro a confiar e a não questionar seus discursos.

3.2 A “VOZ” DO ENUNCIADOR E A CONSTITUIÇÃO DO *ETHOS* DISCURSIVO

Entra em cena o enunciador bispo E. M.:

(1) Boa noite, M. Boa noite pessoal que está nos assistindo. (2) Deus abençoe a todos vocês que estão participando dessa programação. (3) Eu gostaria de tentar ajudar aqueles que estão, nesse momento, buscando alguma coisa pra ouvir. (4) Para atenuar pelo menos as suas dores. (5) As *dores* é:: *interiores*... que *são as piores*. (6) As pessoas... que:: estão... vivendo...a *depressão vinte e quatro horas por dia*... (7) E para você ter uma ideia...o:: m. (8) é::: a *depressão é algo*... tão *cruel*... *tão nocivo*... *tão letal*... que... ela... as pessoas, as vezes... elas... vivem... numa situação em que aparentemente está tudo bem para ela... (9) o problema não é... do lado de fora que elas tem o mal...(10) não é um problema físico... se não elas poderiam buscar um... profissional para ajudá-las...(11) o problema é dentro delas... (12) trata-se daquele vazio... daquela ausência... de algo... (13) é

necessário dentro dela...então a depressão... (14) eu gostaria de falar com as pessoas... que as depressão não é uma fatalidade, nem mesmo uma condenação... (15) muita gente... muita gente eu diria... muita mas muita gente é depressiva (*falha na comunicação*).

É importante confrontar o enunciado (9) “Bispo, boa noite, Deus abençoe”, do enunciador M. C., e o enunciado (1) “Boa noite, M.”, do enunciador E. M. Mesmo que os dois sujeitos ocupem o papel social de bispo, existe uma diferença em relação à autoridade entre eles: enquanto o primeiro se dirige ao outro marcando o seu papel social “bispo”, o segundo trata o representante M. C. pelo primeiro nome. Isso evidencia uma relação de hierarquização entre eles, já que E. M. é fundador e líder da igreja que ambos representam.

No enunciado (3), o enunciador se coloca como um sujeito que pretende, de algum modo, confortar o outro por meio de palavras. Aqui, a ideia de o telespectador falar e o representante religioso ouvir é invertida, pois, nesse caso, é pressuposto que quem está assistindo ao programa busca ouvir. Nesse trecho, ao utilizar o verbo “tentar”, o enunciador mostra uma imagem de um sujeito que não tem firmeza que seu discurso confortará o outro. Ao mesmo tempo, pode conduzir a constituição de uma “imagem” de um enunciador que busca, de alguma forma, ajudar o próximo e amenizar suas dores, como apresenta no enunciado (4), ao utilizar o verbo “atenuar”.

Porém, essas não são dores físicas, são “dores interiores”, no espírito, que, para o enunciador, “são a piores”. Para criar o cenário que conduz o sujeito ao suicídio, o enunciador se vale de termos que carregam carga semântica negativa: “dores”, “depressão”, “cruel”, “nocivo”, “letal”, “mal”, “problema”, “vazio”, “ausência”. Nos enunciados (9) e (10), o enunciador reforça que a depressão não é um problema que está “do lado de fora”, mas é algo interior.

Ao trazer o termo “depressão”, o enunciador traz a formação discursiva do campo da Psicologia e Psiquiatria ao mencionar que “não é um problema físico... se não elas poderiam buscar um... profissional para ajudá-las...”, mas, para relacionar com o Absoluto, o representante diz que a depressão não se trata de algo que pode ser resolvido com a ajuda do homem, pois envolve o espírito. Ao fazer tal afirmação, o enunciador deslegitima a medicina e suas vertentes e, a partir da autoridade que lhe é fornecida pela cenografia que o insere como sagrado, ratifica a imagem dos representantes da Igreja, isto é, a de portador da verdade.

No enunciado (14), o enunciador recupera o telespectador como seu coenunciador ao enunciar “eu gostaria de falar com as pessoas”, e posteriormente diz que a depressão “não é uma fatalidade, nem mesmo uma condenação”. Ao usar o termo “fatalidade”, apresenta que não se trata de algo que vem do acaso e não pode ser resolvido; e ao dizer que não é “condenação”, recupera as palavras das Sagradas Escrituras, pelas quais somente é condenado aquele que não se arrepende de seus pecados e não acredita no perdão Divino. Nesse sentido, é gerado um contraste entre a ideia de culpa, pecado, remorso em relação à Salvação.

Posteriormente, no enunciado (15), o representante afirma e intensifica, com o uso do termo “muito”, que a depressão não é um problema particular, que envolve poucos sujeitos. Mas, que várias pessoas estão com problemas espirituais e precisam da ajuda de Deus, a qual é mediada por seus representantes, neste caso, pelos bispos presentes na programação. Após esse enunciado, a comunicação de E. M. sofre interferências, pois, como mencionado anteriormente, a presença dele é ao vivo via *Skype*. É interessante destacar que, mesmo com a falha no sistema, tanto no áudio quanto na imagem, que impossibilita o telespectador de entender o que está sendo dito, o programa permanece com foco em E. M. até a conexão voltar a funcionar. A falha ocorre por

cerca de aproximadamente três minutos. Essa espera pode estar relacionada ao fato de o enunciador ser E. M., um bispo reconhecido como representante da voz Divina, o que pode prender a atenção do outro. Desse modo, o representante pode assegurar a audiência, possibilitando maior prestígio ao programa, à igreja e, conseqüentemente, atrair mais fiéis.

No momento em que a fala é retomada, sem falhas, o representante E. M. prossegue:

(16) A sua ministração de libertação... (17) você coloca essas pessoas no ar para dizer o que aconteceu do outro lado...(18) faça esse teste...(19) *se Deus existe tem que acontecer uma resposta...*(20) porque *nós não estamos brincando de religião...* (21) *nós não estamos aqui filosofando...* (22) *nós estamos falando aqui de um DEUS VIVO...* (23) *então a palavra dele...* (24) *conforme disse Jesus...* (25) *se a palavra Dele resolve, se a palavra que sai da boca dele resolve...*(26) *então alimenta a alma*, então tem que acontecer um *retorno imediato* o M... (27) logo após a sua ministração de libertação... (28) e colocar essas pessoas no ar.

Nesse momento, o enunciador E. M., ao fazer uso do pronome possessivo “sua”, entrega certa responsabilidade para ao enunciador M. C. de, a partir de seu discurso, curar o telespectador da depressão; e, ainda, colocar o caso no ar para provar que a ministração feita realmente foi bem-sucedida. Ou seja, para evidenciar se, a partir da estratégia discursiva do enunciador, o *pathos*⁴ pretendido de despertar confiança, esperança, foi o *pathos* constituído, o que implica na construção de credibilidade ao que é dito.

Para despertar a afetividade de confiança do outro, o enunciador faz uso de uma conjunção subordinativa “se”, o que evidencia a condição da existência de Deus, a prova de que ele existe está na recuperação do outro. Essa é uma estratégia do enunciador para impulsionar o despertar da afetividade do outro a partir da crença. Desse modo, o enunciador mostra uma imagem de um sujeito que se apropria da verdade, tendo em vista que a autoridade de questionar a existência de Deus é legitimada pelo papel social que o enunciador ocupa: representante consagrado. Para reforçar essa imagem, o enunciador afirmar que eles, representantes de certo templo cristão, não estão “brincando de religião”, o que pressupõe que outros programas, outras Igrejas não são recebidas por eles como sérias em seus atos.

Esse processo faz recuperar e estabelecer um elo na cadeia discursiva e recuperar na memória os conflitos religiosos travados ao longo da história, o que implicou no crescimento de igrejas diversificadas na sociedade contemporânea (Católica, Igreja Universal do Reino de Deus, Testemunho de Jeová, Igreja das Graças, Igreja Mundial do Poder de Deus, Congregação Cristã etc.). Desse modo, o enunciador “ataca” outras religiões e apresenta a doutrina que segue como instituição única para representar Deus.

No enunciado (21), o enunciador apresenta que também não estão “filosofando”, ou seja, não se valem de argumentos racionais para questionar a vida, a morte, por exemplo, mas que estão falando de um “Deus vivo”. Isso retoma a ideia de interdiscursos do campo da filosofia em que se questionam as crenças religiosas e, por sua vez, a existência de um ser supremo, como fez o filósofo alemão Friedrich Nietzsche (2008, p. 100, grifos do autor)

A mentira sagrada assim inventou Deus que *pune e recompensa*, que aprova, e todos os detalhes, o livro de leis do sacerdote e que os envia, exatamente, como seus porta-vozes e procuradores no mundo [...] o conceito de “Deus” constitui uma renúncia à vida, uma crítica, um desprezo mesmo em relação à vida... – A verdade

⁴ Consiste na afetividade que o enunciador deseja despertar, mas que pode ou não corresponder com o efeito produzido. Ver CHARAUDEAU, P. A Patemização na Televisão como Estratégia de Autenticidade. In: MENDES, Emília & MACHADO, Ida Lúcia. (Org.) *As Emoções no Discurso*. Campinas: Mercado das Letras, 2007.

é transformada pelo pensamento em mentira *sacerdotal*, o impulso para a verdade, em *estudo do que está escrito*, tendo em vista *tornar-se teólogo*.

Vale ressaltar que essa expressão também recupera na memória o sentido depreciativo atribuído ao termo “filosofando” em contexto informal, o qual consiste em não dizer algo importante.

Sendo assim, o enunciador, para estabelecer credibilidade em seu discurso, posteriormente, vale-se da voz de Deus - “então *a palavra dele*” - e traz Jesus como citação para reforçar que aquele enunciado não pertence ao próprio sujeito, mas foi proferido pelo ser divino - “*conforme disse Jesus*”. E afirma que a ministração que será feita no final do programa é mediada pelo Absoluto, ela deve acalmar o telespectador e ausentar o seu desejo de suicídio, já que a palavra de Deus é o que “alimenta a alma”. E o desejo de suicídio e a depressão devem ser eliminados durante a oração, pois é isso que provará a existência de Deus. Para provar a tal “libertação”, o telespectador deverá entrar em contato com o programa e dar seu testemunho, o que reafirmará a autoridade do discurso proferido e evidenciará as emoções despertadas no coenunciador.

O *ethos* discursivo de um enunciador que assume o papel de mediador da voz de Deus se constitui a partir das escolhas lexicais que, por sua vez, apontam sua formação discursiva religiosa: “palavra”, “Deus”, “alma”, “libertação” “Jesus”, “religião” etc. Essa imagem é reforçada, também, pela construção da depressão como doença da alma e pela afirmação de que somente a palavra de Deus é capaz de libertar.

Vale observar que, no enunciado (2), há sempre a inclusão do “nós” para se referir aos representantes de Deus pertencentes à religião do enunciador. Essa inclusão propõe a constituição de um *ethos* coletivo, em que se apresenta a imagem de um enunciador que não acredita na filosofia, na medicina e em outras religiões, mas que a sua ministração possibilita a libertação do outro, ou seja, permite maior proximidade com Deus. Dessa forma, o *ethos* constituído é de um enunciador que tem o poder em suas mãos, que é invulnerável e detentor da verdade. Isso é confirmado no enunciado que encerra a transmissão do programa, em que M. C. enuncia: “*Deus vai mudar a sua história... tá bom?! aqui no templo C. G.... como também Você pode procurar uma U. mais próxima da sua casa Deus abençoe a todos*”. Esse enunciado ratifica a imagem da Igreja e de seus representantes como detentores da verdade, os quais não devem ser questionados, pois possuem autoridade suprema, legitimada pela voz do Absoluto.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer do artigo, realizamos algumas reflexões sobre a constituição do *ethos/ethé* discursivo a partir das estratégias discursivas utilizadas pelos enunciadores, a fim de fazerem valer seus discursos. Para isso, selecionamos um programa televisivo em que os apresentadores são representantes da Igreja U.; esse papel já permite autoridade ao enunciar a partir da voz de Deus.

Constatamos que os discursos dos enunciadores M. C. e E. M. conduzem o outro a acreditar que o seu desejo e a sua tentativa de suicídio são guiados por espíritos malignos que o rodeiam, em vista de convencer que a depressão, um dos fatores que leva ao suicídio, consiste em um problema que não está no mundo mortal, pois corresponde a algo espiritual, que envolve a alma, portanto, só será resolvido por Deus.

O próprio nome do programa sugere criar um espaço em que o outro pode encontrar certo refúgio, um ambiente construído para o desabafo, para ser ouvido, e não ser julgado. Esse efeito

de sentido é reforçado nos enunciados iniciais do enunciador ao se colocar disposto a ouvir e ao afirmar que existe uma equipe plantonista para ajudar os que são vítimas do desejo de suicídio.

Para atrair a atenção de seu público, conquistar maior audiência e mais fiéis, os enunciadores, representantes da Igreja, do programa *F. Q. E.*, abordam temáticas cotidianas e assuntos considerados polêmicos. Em vista do momento de produção do programa, ano novo, optar por tratar do tema suicídio recupera a ideia culturalmente construída de um momento para refletir sobre o ano anterior e realizar projeções para o futuro. Nessa perspectiva, o programa, ao se apropriar dessa temática, visa à conquista de adesão de mais fiéis e ao fortalecimento da crença nos moldes da igreja em questão. Os enunciadores valem-se de estratégias discursivas que pretendem conquistar a confiança do outro, concebendo, portanto, os discursos produzidos como verdade.

Não podemos esquecer que existe uma voz Absoluta que sustenta a autoridade dos representantes; sendo assim, os enunciadores precisam recorrer a essa voz a fim de promover credibilidade em seus discursos.

As ideologias dominantes modelam o modo de pensar e agir do outro. Para isso, o enunciador apropria-se de estratégias discursivas que, de algum modo, criam uma aproximação entre o que é dito e as necessidades do outro. Como vimos, os enunciadores M. C. e E. M. criam um cenário que envolve o outro a acreditar que sua depressão e seu desejo de suicídio não estão relacionados a fatores de violência física, psicológica, mas estão diretamente conectados ao estado da alma, do espírito; e conduzem o outro a acreditar que sua cura não está no mundo mortal, que não serão tratamentos com remédios, terapias, acompanhamentos psicológicos que resolverão a situação depressiva em que o sujeito se encontra. Os enunciadores buscam apoio na voz Suprema para reforçar que a cura está nas palavras de Deus, e que por isso o sujeito será curado após a oração realizada no final do programa.

Para atrair a atenção do coenunciador, os enunciadores fazem a promessa de contribuir para mudar a vida desse sujeito; e para prendê-lo até o final do programa, é proposta a oração que conduzirá tal transformação. Além disso, o enunciador M. C. propõe um desafio de rasgar a bíblia se o desejo do outro de suicídio não for anulado. Essa é uma estratégia argumentativa de coerção sobre o outro, pois o ato de rasgar a bíblia consiste na anulação da voz Divina, portanto, na negação da existência de Deus. Isso leva o fiel a construir uma imagem de um pastor/bispo que acredita nas palavras de Deus, que crê na transformação do sujeito a partir das palavras proferidas em seu programa, de um representante de Deus que guiará o outro à calma da alma e à busca pela plenitude da vida.

O discurso religioso utiliza estratégias linguístico-discursivas utilizadas na produção de seus discursos para capturar e emergir autoridade e atrair a atenção do telespectador, a fim de torná-lo coenunciador de seus enunciados. Para que isso seja possível, o enunciador visa a mostrar um *ethos* discursivo convincente, de quem possui a verdade e o poder da cura, valendo-se da voz de Deus para despertar o *pathos* de confiabilidade em seu coenunciador.

Entre as inúmeras formas de mediação, os programas televisivos acabam por assumir espaço relevante no que se refere à influência no comportamento, no modo de pensar e agir, de seu público, e, de algum modo, interfere no processo de construção da identidade social e individual do sujeito. Para tanto, os programas televisivos, via de regra, são construídos com base em temáticas sociais -como os programas jornalísticos-, assuntos que (re)criam um imaginário idealizado que propõe uma fuga da própria realidade -as novelas, por exemplo-, e aqueles que apresentam uma promessa de cura espiritual, resolução de problemas, melhoria das condições de vida em que o sujeito se encontra -é o caso de programas com teor religioso-.

Os programas voltados à salvação e à cura espiritual enquadram-se no mundo midiático e valem-se de seus recursos e discursos para criar maior possibilidade de fazer parte do cotidiano do sujeito.

No que concerne ao *espaço*, a mídia televisual pode criar a ilusão do contato entre a instância de enunciação e instância de recepção – na apresentação pela imagem de uma situação face a face entre essas duas instâncias (a posição do apresentador do telejornal, diante da câmera, logo, diante do telespectador, simula o face a face da situação de interlocução). Tal como o rádio, a televisão pode recorrer a estratégia de interatividade (telefone, e-mail, sondagens imediatas etc.), mas sabe-se que essas, na realidade, produzem apenas simulacro de contato, pois o receptor interveniente é imediatamente “fagocitado” pela encenação midiática (CHARAUDEAU, 2015, p. 111).

Nesse movimento, é realizado um recorte do real, uma construção de “acontecimento” imagético que o sujeito pode confundir com a realidade propriamente dita no jogo simbólico de significações no enlaçamento entre o verbal e não-verbal. É nesse viés que assumimos os programas televisivos de cunho religioso como ambiente de construção de efeitos de sentido e de verdade que mobiliza a memória discursiva e social no que tange o comportamento do outro em relação aos mandamentos da igreja.

Com efeito, os programas embasados na palavra de Deus criam um imaginário de que o ser humano precisa se libertar das amarras sociais que o inserem em determinado grupo, para construir uma identidade singular guiada por Deus. Esse processo de subjetivação impõe um efeito de verdade paradoxal, pois, ao deixar a vida mundana e construir uma identidade individual que segue um caminho em Cristo, esse sujeito discursivo passa a querer-fazer parte de um grupo social que consiste em um fragmento do real recortado a partir da visão do representante da igreja.

REFERÊNCIAS

- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. Trad. (Coord.) KOMESU, Fabiana. 2. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2008. p. 220.
- MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2004.
- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **A noção de ethos**. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana. *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2011.
- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Cenas da enunciação**. POSSENTI, S. e SOUZA-E-SILVA, M. C. P. (orgs.). São Paulo: Parábola, 2008[a].
- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Gêneses dos discursos**. POSSENTI, S. e SOUZA-E-SILVA, M. C. P. (orgs.). São Paulo: Parábola, 2008[b].
- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.
- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Discurso e análise do discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.
- NIETZSCHE, F. W. **A vontade de poder**. Trad. FERNANDES, M. S. P.; MORAES, F. J. D. Rio de Janeiro: Contraponto, 2008.
- ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso: princípios e procedimento**. Campinas: Pontes, 1999.
- ORLANDI, E. P. **A Linguagem e seu Funcionamento: as formas do discurso**. Campinas: Pontes, 1987.