

UMA ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE LULA E BOLSONARO NO DISCURSO DO JORNAL FOLHA UNIVERSAL DURANTE O ANO ELEITORAL DE 2022

AN ANALYSIS OF THE CONSTRUCTION OF THE IMAGE OF LULA AND BOLSONARO IN THE DISCOURSE OF THE FOLHA UNIVERSAL NEWSPAPER DURING THE 2022 ELECTION YEAR

UN ANÁLISIS DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN DE LULA Y BOLSONARO EN EL DISCURSO DEL DIARIO FOLHA UNIVERSAL DURANTE EL AÑO ELECTORAL DE 2022

Igor Farias Emerich¹

Resumo

Neste artigo foram analisadas, por meio do arcabouço teórico-metodológico oferecido pela Teoria Semiolinguística proposta por Patrick Charaudeau, as estratégias discursivas usadas no jornal Folha Universal na construção imagética de Lula e Bolsonaro enquanto candidatos à Presidência da República em 2022. Destacamos a importância do estudo da Igreja Universal do Reino de Deus como ator político, por meio de seu jornal, devido a relevância dessa igreja no meio evangélico, mas especificamente entre os neopentecostais, seguimento religioso que tem crescido vertiginosamente nas últimas décadas. Esta pesquisa evidenciou, com base nas obras de Charaudeau, três importantes estratégias discursivas usadas na Folha Universal, quais sejam, “repetição”, “comentário” e “dramatização”, que juntas visavam construir uma imagem negativa do candidato Lula que seria a antítese de Bolsonaro. Isso com o objetivo de influenciar os fiéis na escolha do seu candidato. Muito do discurso, que permeou o imaginário bolsonarista a época, foi largamente pautado no referido jornal, o que parece comprovar a sinergia entre a candidatura de Bolsonaro e a Folha Universal. Se Lula é um “comunista” e “corrupto” que luta contra a igreja e os “valores da família tradicional”, Bolsonaro aparece no discurso desse jornal como aquele capaz de salvar o “povo brasileiro” de todas as “mazelas” deixada pela esquerda e por Lula, isso em termos teológicos.

Palavras-chave: eleições 2022; Lula; Bolsonaro; Igreja Universal; Folha Universal.

Abstract

In this article, we analyzed, through the theoretical-methodological framework offered by the Semiolinguistic Theory proposed by Patrick Charaudeau, the discursive strategies used in the newspaper Folha Universal in the imagery construction of Lula and Bolsonaro as candidates for the Presidency of the Republic in 2022. We highlight the importance of the study of the Igreja Universal do Reino de Deus as a political actor, through its newspaper, due to the relevance of this church in the evangelical milieu, specifically among neo-Pentecostals, a religious segment that has grown dramatically in recent decades. Our research highlighted, based on Charaudeau's works, three important discursive strategies used in Folha Universal, namely, “repetition”, “comment” and “dramatization”, which together aimed to construct a negative image of the candidate Lula, which would be the antithesis of Bolsonaro. This is with the aim of influencing the faithful to choose their candidate. Much of the discourse that permeated Bolsonaro's imagination at the time was largely based on this newspaper, which seems to prove the synergy between Bolsonaro's candidacy and Folha Universal. If Lula is a “communist” and “corrupt” who fights against the church and “traditional family values”, Bolsonaro appears in the speech of this newspaper as the one capable of saving the “Brazilian people” from all the “ills” left by the left and by Lula. And this is in theological terms.

Keywords: 2022 elections; Lula; Bolsonaro; Universal Church; Universal Leaflet

¹ Graduado em licenciatura em História pelas Faculdades Integradas Simonsen (2014), especialista em História das Religiões (2017), em Ciências da Religião (2019) e em História do Brasil (2020) pela Universidade Candido Mendes e em Psicologia Social e Antropologia pela Faculdade Metropolitana do Estado de São Paulo (2021). Aluno concluinte do curso de Ciência Política do Centro Universitário Internacional (UNINTER). E-mail: igor.emerich@gmail.com.

Resumen

En este artículo analizamos, a través del marco teórico-metodológico que ofrece la Teoría Semiolingüística propuesta por Patrick Charaudeau, las estrategias discursivas utilizadas en el diario Folha Universal en la construcción imaginaria de Lula y Bolsonaro como candidatos a la Presidencia de la República en 2022. Resaltamos la importancia del estudio de la Iglesia Universal del Reino de Dios como actor político, a través de su periódico, debido a la relevancia de esta iglesia en el ambiente evangélico, pero específicamente entre los neopentecostales, un seguimiento religioso que tiene crecido dramáticamente en las últimas décadas. Nuestra investigación destacó, a partir de las obras de Charaudeau, tres importantes estrategias discursivas utilizadas en Folha Universal, a saber, “repetición”, “comentario” y “dramatización”, que en conjunto apuntaban a construir una imagen negativa del candidato Lula, que sería la antítesis de Bolsonaro. Esto tiene como objetivo influir en los fieles en la elección de su candidato. Gran parte del discurso que impregnó el imaginario Bolsonarista en ese momento se basó en gran medida en el citado periódico, lo que parece probar la sinergia entre la candidatura de Bolsonaro y Folha Universal. Si Lula es un “comunista” y “corrupto” que lucha contra la iglesia y los “valores familiares tradicionales”, Bolsonaro aparece en el discurso de este diario como el capaz de salvar al “pueblo brasileño” de todos los “males” que dejó la izquierda y por Lula. Y esto en términos teológicos.

Palabras clave: elecciones 2022; Lula; Bolsonaro; Iglesia Universal; Folha Universal

1 Introdução

Desde a redemocratização do Brasil, em 1985, após mais de vinte anos de ditadura, apoiada por uma “coalização civil-militar que reuniu liberais e autoritários” (Napolitano, 2018, p. 70), os evangélicos pentecostais e neopentecostais, mesmo enquanto minoria religiosa, começaram a marcar presença no cenário político brasileiro (cf. Mariano, 2014, p. 15). À medida que as igrejas pentecostais e neopentecostais se expandiam e o número de fiéis se multiplicava exponencialmente, crescia também a influência desses grupos na política (cf. Dip, 2018, pp. 26-27). Líderes dessas vertentes investiram pesado em mídias, o que lhes garantiu diversas vantagens, inclusive no campo político (cf. Mariano, 2014). Edir Bezerra de Macedo, o bispo Macedo, fundador e líder da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), foi um dos que investiram bastante em mídias. Além de várias rádios, Macedo comprou, em 1989, a TV Record, fundou o jornal Folha Universal, em 1992, e, em 2007 e 2009 criou, respectivamente, a Record News e o portal de notícias R7. Hoje, Macedo é dono de um dos maiores conglomerados de mídias no Brasil, o Grupo Record. Conforme Nascimento (2019, p. 217) diz: “Com uma TV nas mãos e força política no Congresso, a Universal passou a ter maior influência e poder de negociação.”

Macedo investiu pesado e de forma estratégica também no campo político (cf. Dip, 2018, p. 75). Desde a década de 1980 a IURD lança candidatos e em 2003 foi fundado o Partido Republicano Brasileiro (PRB), atualmente Republicanos, ligado a essa denominação religiosa. José Alencar, o vice de Lula em seus dois primeiros mandatos como presidente da República, pertenceu ao PRB e foi presidente de honra do partido até sua morte em 2011. O Republicanos é o segundo maior partido da Frente Parlamentar Evangélica, também chamada de Bancada Evangélica (cf. Buss; Julião, 2024).

A IURD é hoje o grupo neopentecostal de maior expressão em nosso país com mais de 10 mil templos espalhados pelo Brasil e cerca de 1,8 milhões de fiéis (Nascimento, 2019, p. 19). Ela se destaca como um importante ator político, sobretudo por meio de seu hebdomadário, o jornal Folha Universal, distribuído em todos os seus templos. Com tiragens que ultrapassam um milhão e setecentos mil exemplares semanalmente, o jornal Folha Universal apresentou, dentre outros, desde sua fundação em 1992, discursos que vão desde um antiesquerdismo, um antipetismo e um antilulismo até um posicionamento de defesa e apoio a Lula, a Dilma e a projetos do Partido dos Trabalhadores (PT), quando esse esteve no poder. Mas desde a discussão sobre o impeachment da presidente Dilma Rousseff, que se concretizou em 31 de agosto de 2016, percebemos uma retomada do discurso antiesquerdista, antipetista e antilulista nas páginas do referido jornal.

Tanto no segundo turno das eleições presidenciais de 2018, cujos candidatos eram Fernando Haddad, do Partido dos Trabalhadores (PT), e Jair Messias Bolsonaro, do Partido Social Liberal (PSL), quanto nas eleições de 2022, quando o segundo turno foi disputado por Bolsonaro, agora no Partido Liberal (PL), e Luiz Inácio Lula da Silva, do PT, a IURD decidiu apoiar Bolsonaro. Esse apoio pode ser constatado nos editoriais e em outras colunas do jornal Folha Universal ao longo do ano eleitoral de 2022.

Estudar os meios de comunicação de massa, no nosso caso o jornal, enquanto agentes políticos pode nos permitir compreender a dinâmica e as estratégias dos atores envolvidos, tanto políticos e formadores de opinião como os próprios eleitores que fazem uso desse tipo de mídia (Biroli; Miguel, 2017, p. 8). Essas mesmas mídias com suas ideologias e visões de mundo distintas entre si, lentes pelas quais leem, interpretam e constroem um dado ambiente social, são capazes de difundir e naturalizar estereótipos com o objetivo de confirmar reiteradamente uma dada visão de mundo (Biroli; Miguel, 2017, p. 120).

Considerando a importância da IURD como um forte ator político no meio neopentecostal, e para além dele, sobretudo por meio do jornal Folha Universal, e o poder simbólico exercido por essa igreja e seu veículo de comunicação com a cumplicidade de quem aceita esse poder, nos termos do que disse Pierre Bourdieu (2022, p. 4), é que buscaremos compreender como se deu a construção da imagem dos presidentiáveis Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Messias Bolsonaro no jornal Folha Universal em 2022 e quais estratégias foram mobilizadas nessa construção imagética, buscando aquilo que Patrick Charaudeau (2019, p. 28) chamou de “efeitos visados”. Para nossa análise do discurso da Folha Universal, faremos uso das obras do linguista e fundador da Teoria Semiolinguística Patrick Charaudeau, tais como: Discurso político (2018), Discurso das mídias (2019) e A conquista da opinião pública (2020).

Faremos nossa análise pautada na Teoria Semiolingüística de Charaudeau por estarmos convencidos de que ela é a mais adequada a nossa abordagem, uma vez que essa teoria, diferente de outras, analisa o discurso por um prisma interdisciplinar, considerando a influência de fenômenos sociais e psicológicos nos fatos de linguagem (Corrêa-Rosado, 2014, p. 3).

2 Teoria semiolingüística

Em meados dos anos 1980, o linguista francês Patrick Charaudeau, observando as limitações das teorias do campo da análise do discurso, deu sua contribuição para esse campo ao propor sua teoria, que foi nomeada Teoria Semiolingüística (TS). Essa teoria, ao contrário de outras no campo da análise do discurso, é multidisciplinar, pois “insere o discurso em uma problemática que estabelece uma ligação entre fatos da linguagem e certos fenômenos psicológicos e sociais, tais como a ação e a influência” (Corrêa-Rosado, 2014, p. 3). Por isso a TS tem grande potencial para a análise de uma gama de discursos sociais, dentre eles o político e o midiático (Corrêa-Rosado, 2014, p. 1), que serão aqueles analisados neste artigo.

O discurso para a TS seria fruto do resultado de uma interação entre o emissor e o receptor desse discurso. Pois embora haja a intenção do emissor em comunicar algo através de uma dada expressão lingüística, a interpretação do receptor pode ser distinta. Essa teoria, ao distinguir entre a dimensão implícita (contextual) e explícita (visível) do fenômeno lingüístico, mostra que o significado de um ato de linguagem depende tanto de sua apresentação quanto do conhecimento e dos contextos envolvidos (Corrêa-Rosado, 2014, p. 3). Sendo assim, o “pressuposto balizador [da TS] é o de que a linguagem mantém uma estreita relação com o contexto psicossocial na qual ela se realiza (Corrêa-Rosado, 2014, p. 3)”.

Como veremos ao longo deste artigo, a IURD, como emissora do discurso no jornal Folha Universal, mesmo sem saber como esse discurso seria recebido, considerou estrategicamente o contexto psicossocial dos leitores desse jornal, mobilizando para tanto, uma linguagem simples e carregada de uma conotação teológica e moral, típica do imaginário evangélico pentecostal e neopentecostal e que dialogava com o discurso da campanha do então candidato Jair Messias Bolsonaro.

3 Das estratégias

Tratando acerca da informação veiculada pelas mídias, Patrick Charaudeau (2019, p. 19) explica que “as mídias não transmitem o que ocorre na realidade social, elas impõem o que constroem do espaço público”. É assim porque “a informação é essencialmente uma

questão de linguagem, e a linguagem não é transparente ao mundo, ela apresenta sua própria opacidade através da qual se constrói uma visão, um sentido particular do mundo” (Charaudeau, 2019, p. 19).

Segundo Charaudeau (2019, p. 95), o acontecimento que se busca informar é sempre uma construção. Ele “[...] nunca é transmitido à instância de recepção em seu estado bruto” e para que tenha um significado, “[...] depende do olhar que se estende sobre ele, olhar de um sujeito que o integra num sistema de pensamento e, assim fazendo, o torna inteligível”.

Quanto ao sentido de um texto informativo, nos diz Charaudeau (2019, p. 27), “[ele] é o resultado de uma *cointencionalidade*”. Ou seja, para haver uma troca comunicativa efetiva é necessário não só a intenção de quem produz o texto, mas também das condições de interpretação do receptor desse texto. O autor ainda esclarece que a instância de produção de uma informação ao visar produzir determinados efeitos, o faz sem ter certeza de que tais efeitos serão percebidos por esse receptor. Fato esse que impõe ao produtor “[...] imaginar o receptor de maneira ideal, construindo-o como o destinatário alvo que acredita ser adequado a suas intenções” (Charaudeau, 2019, p. 27). Sendo assim, Charaudeau propõe três lugares onde aconteceriam a construção do sentido. São eles: os *efeitos visados*, que são aqueles que correspondem a intenção da instância produtora; os *efeitos possíveis*, “que surgem dos efeitos visados pela instância de enunciação e dos efeitos produzidos pela instância de recepção [...]”, e os *efeitos produzidos*, proveniente da interpretação do receptor (Charaudeau, 2019, p. 28).

Por termos como objetivo pesquisar as possíveis estratégias discursivas usadas no jornal Folha Universal para a construção da imagem dos presidentiáveis Luís Inácio Lula da Silva e Jair Messias Bolsonaro, nossa pesquisa se concentrará no que Charaudeau chamou de “efeitos de sentido visados”, que, como vimos acima, são aqueles que representam a intenção da instância produtora.

3.1 A repetição como estratégia discursiva

Conforme Charaudeau (2019, p. 134), “uma notícia é, por definição, efêmera”. Sendo assim, uma estratégia possível para que uma notícia seja lembrada seria repeti-la reiteradamente com alguns acréscimos, porém “sob a condição de que permaneça no quadro de uma atualidade imediata” (Charaudeau, 2019, p. 134). A análise identificou esse tipo de estratégia ao longo das edições da Folha Universal no ano eleitoral de 2022, na tentativa de criar uma imagem negativa de Lula, o jornal repetiu, desde janeiro daquele ano até o segundo turno da eleição presidencial, uma série de acusações contra Lula, o PT e a esquerda. Ou seja, repetiu o discurso antipetista,

antilulista e antiesquerdista como estratégia. Das 41 edições analisadas², Lula é mencionado de forma negativa pelo menos 103 vezes ao longo de 25 edições.³ Ou seja, 60% das edições analisadas atacam a imagem de Lula. Para o jornal, Lula seria mentiroso⁴, portanto, “filho do Diabo”⁵ e aquele que quer enganar os cristãos.⁶ De acordo com as edições analisadas, Lula seria, também, um corrupto⁷, contrário aos “valores da família tradicional”, a favor do aborto⁸ e um comunista⁹ que quer implantar o comunismo no Brasil.¹⁰ Ao contrário de Lula, Bolsonaro foi citado positivamente 24 vezes ao longo de 9 edições.¹¹ O então presidente à época seria uma verdadeira antítese de Lula. Ele seria alguém que mesmo com todos os percalços, teria tido um governo “vitorioso” e de combate a “corrupção” da esquerda, alguém que defenderia “os valores tradicionais da família brasileira”.¹²

A esquerda, esquerdismo ou esquerdista foram mencionados negativamente pelo menos 201 vezes ao longo de 33 das 41 edições analisadas.¹³ A esquerda seria maligna, mentirosa, maliciosa¹⁴, corrupta, despreparada, autoritária¹⁵ e semelhante ao fascismo.¹⁶ Segundo o jornal, a esquerda também persegue os cristãos¹⁷ e seria contra os “valores da família tradicional”¹⁸, impondo a “ideologia de gênero”¹⁹ e a “doutrinação nas escolas”²⁰ e universidades federais.²¹ Já o PT, é citado ao menos 46 vezes de forma negativa em 17 das 41 edições analisadas²². O Partido dos Trabalhadores é chamado de corrupto²³ e defensor do tráfico de drogas.²⁴ Contudo, esclarece Charaudeau (2020):

² De janeiro de 2022 a 30 de outubro desse ano, foram publicadas 42 edições do jornal Folha Universal, das quais tivemos acesso e analisamos 41 edições. No acervo online onde constam tais edições, falta a edição nº 1.573, de 05 a 11 de junho de 2022. Ver supracitado acervo em: <https://www.calameo.com/accounts/724797>.

³ Cf. edições 1.552, 1.553, 1.554, 1.555, 1.556, 1.559, 1.560, 1.561, 1.567, 1.569, 1.570, 1.571, 1.572, 1.574, 1.576, 1.577, 1.580, 1.581, 1.582, 1.584, 1.585, 1.586, 1.587, 1.588 e 1.589.

⁴ Cf. edições 1.552, 1.556, 1.567, 1.569, 1.587, 1.588, 1.589.

⁵ Cf. edição nº 1.587.

⁶ Cf. edição nº 1.589.

⁷ Cf. edições 1.552, 1.555, 1.556, 1.559, 1.567, 1.569, 1.580, 1.581, 1.582, 1.584, 1.585, 1.586, 1.587, 1.588.

⁸ Cf. edições 1.567 e 1.582.

⁹ Cf. edições 1.555, 1.556, 1.559, 1.567, 1.569, 1.580, 1.581, 1.584, 1.586, 1.588.

¹⁰ Cf. edições 1.556 e 1.586.

¹¹ Cf. edições 1.552, 1.557, 1.580, 1.581, 1.582, 1.583, 1.584, 1.589, 1.591.

¹² Cf. edição 1.591.

¹³ Cf. edições 1.552, 1.553, 1.554, 1.555, 1.556, 1.558, 1.559, 1.560, 1.561, 1.564, 1.567, 1.568, 1.569, 1.570, 1.571, 1.572, 1.574, 1.575, 1.576, 1.577, 1.578, 1.579, 1.580, 1.582, 1.583, 1.584, 1.585, 1.586, 1.587, 1.588, 1.589, 1.590, 1.591.

¹⁴ Cf. edições 1.571, 1.576, 1.582, 1.587, 1.590.

¹⁵ Cf. edições 1.586, 1.588 e 1.591.

¹⁶ Cf. edições 1.555 e 1.559.

¹⁷ Cf. edições 1.582 e 1.589.

¹⁸ Cf. edições 1.567 e 1.582.

¹⁹ Cf. edições 1.575, 1.582, 1.588, 1.589 e 1.580.

²⁰ Cf. edições 1.578, 1.579 e 1.589.

²¹ Cf. edição 1.584.

²² Cf. edições 1.552, 1.554, 1.555, 1.556, 1.558, 1.559, 1.564, 1.567, 1.571, 1.574, 1.576, 1.580, 1.581, 1.585, 1.586, 1.589 e 1.591.

²³ Cf. edições 1.552, 1.559, 1.580, 1.585 e 1.589.

²⁴ Cf. edições 1.574 e 1.586.

É claro que a quantidade do emprego das palavras é indício de alguma coisa, mas alguma coisa que não é dada, que deve ser interpretada. As palavras nada significam em si. Isoladas, só apontam para o que dizem, não para o que significam. Pois há as palavras e o que está implícito nas palavras, e o que está implícito nas palavras depende de outras palavras, das condições em que foram enunciadas, de sua enunciação. É na situação de enunciação que as palavras revelam os pensamentos, as opiniões e as estratégias daquele que as emite (Charaudeau, 2020, p. 21).

Sendo assim, precisamos inscrever o discurso da Folha Universal em algum contexto mais estrito. Lula seria, então, “comunista”, “corrupto”, um “anticristão” lutando contra os “valores da família tradicional”, ou seja, o oposto de Bolsonaro. Esse discurso faz parte do imaginário bolsonarista. Faz sentido nesse contexto e foi de forma estratégica construído e reproduzido visando estigmatizar a imagem de Lula.

3.2 Comunista e corrupto: comentários sobre Lula

Outra estratégia largamente utilizada na Folha Universal que visa construir uma imagem negativa de Lula foram os comentários ligando o referido candidato à época ao comunismo e a corrupção. Como nos lembra Charaudeau (2020, p. 93-94), “o discurso político relaciona-se com a paixão e com a razão, mas também com a imagem, pois, em última análise, não há adesão a ideias que não passe pelos homens.” Ou seja, a imagem do político precisa ser construída e preservada. É por isso que é comum no jogo político a busca pela estigmatização de um adversário através de estratégias de desqualificação, tais como: questionar a honestidade desse adversário, suas contradições, suas alianças políticas e sua dependência ideológica (Charaudeau, 2018, p. 92-93). E a mídia pode ajudar na construção desses estereótipos, por exemplo, por meio dos comentários, que nos jornais podem ser encontrados dentre outros lugares, nos editoriais e nas crônicas. Como nos alerta Charaudeau (2019, p. 180), a neutralidade da mídia é algo ilusório, portanto, consciente disso ou não, o comentador expõe o seu ponto de vista, o que para Charaudeau seria um paradoxo,

[...] pois o comentário midiático deveria ajudar na constituição da opinião pública: informar para auxiliar o cidadão a formar uma opinião equivale a não tomar partido; mas não tomar partido seria desenvolver de um ponto de vista externo, onipotente (acima da multidão), ao qual somente uma argumentação de tipo científico poderia pretender ora, o comentário jornalístico, por definição, não pode ser uma análise científica (Charaudeau, 2019, p. 183),

Dois efeitos importantes provenientes dos comentários jornalísticos nos ajudam a explicar a estratégia dos comentários usada no jornal Folha Universal na construção negativa da imagem de Lula. São eles: o efeito de *amalgama* e o efeito de *paranoia polêmica* (cf.

Charaudeau, 2019, pp. 186-187). O efeito de amálgama, “[...] é um efeito discursivo proveniente do duplo desejo de simplificação e de dramatização”, ou seja, “colocam-se sob a mesma etiqueta geral fatos particulares, ou fazem-se aproximações e estabelecem-se analogias” (Charaudeau, 2019, p. 186). Segundo Charaudeau (2019, p. 186), esse efeito está presente nos comentários sobre “os casos de corrupção”. Sendo assim, mesmo não havendo relação entre os casos, “todo fato que se julga pertencer de perto ou de longe a essa prática [corrupção] recebe a mesma etiqueta, ou uma de suas variantes, produzindo assim um efeito de acumulação (quantidade) e de causalidade (qualidade)” (Charaudeau, 2019, p. 186).

Buscando provavelmente produzir esse efeito através dos comentários, Denis Farias²⁵ e outros colunistas do jornal Folha Universal tentaram aproximar a imagem de Lula a corrupção e ao comunismo, como vimos acima. E em uma amálgama entre corrupção e comunismo, Lula teria financiado obras com dinheiro público em países comunistas, como é afirmado na edição 1.584, de 21 a 27 de agosto de 2022, e teria feito também “manobra com os cofres públicos” afim de enriquecer “seus apoiadores e regimes ditatoriais”, conforme registrado na edição 1.588, de 18 a 24 de setembro de 2022.

Quanto ao efeito de “paranoia polêmica”, esse efeito viria da “psicologização da explicação” (Charaudeau, 2019, p. 186). Explicando sobre o termo “paranoia” para nomear o supracitado efeito, Charaudeau escreveu:

Paranoia porque, ao apresentar os fatos desse modo, faz pensar que são o resultado de um cálculo, de uma decisão voluntária que emana de um indivíduo ou de um grupo (se possível abstrato ou anônimo) cujos membros estariam combinados, agindo como um terceiro todo poderoso, com a vontade mais ou menos confessada de criar vítimas (Charaudeau, 2019, p. 186).

Conseguimos detectar na estratégia de comentários da Folha Universal a tentativa de produzir esse efeito nos leitores. A paranoia de uma “ameaça comunista” largamente difundida entre os apoiadores de Bolsonaro, foi estrategicamente ecoado nos comentários da Folha Universal.

A “ameaça comunista”, tão alardeada pelos apoiadores de Bolsonaro e na Folha Universal, tem lastro na propaganda anticomunista levada a cabo nos Estados Unidos durante

²⁵ Em março de 2022, o jornal Folha de São Paulo denunciou os ataques da IURD a Lula e ao PT nos editoriais da Folha Universal assinados pelo advogado Denis Farias, onde Lula e o PT são associados ao Inferno e ao totalitarismo. Por meio de nota, a assessoria de comunicação da IURD respondeu a Folha de São Paulo dizendo que: “todo texto de opinião assinado pelo autor que é publicado na Folha Universal, ou em qualquer jornal, sempre reflete o ponto de vista de quem o redigiu, e pode, ou não, coincidir com as convicções do veículo” (Seto, 2022.). Após a denúncia, a Folha Universal mudou o nome da coluna de “Editorial” para “Ponto de vista”. Nossa análise constatou que os ataques a Lula, ao PT e a esquerda como um todo foram uma constante não só na referida coluna como em outras colunas do jornal e mesmo os textos dos editoriais sem assinatura também promoveram esses ataques, ou seja, o ponto de vista do advogado Denis Farias coincide com o ponto de vista do próprio jornal.

a Guerra Fria no que ficou conhecido como *macartismo*. Esse macartismo chegou ao Brasil no final da década de 40 do século passado e mobilizou uma perseguição aos comunistas brasileiros, sobretudo durante o período de ditadura militar instaurada através do golpe de 1964 (Ferreira, 1989, p. 227-234). Mas ainda hoje essa fantasiosa ameaça comunista continua sendo mobilizada entre grupos conservadores e reacionários que enxergam a ditadura militar brasileira como um período bom e necessário na história do nosso país. Grupos esses que apoiaram Bolsonaro. Por isso Bolsonaro e bolsonaristas usavam slogans como “nossa bandeira jamais será vermelha”, slogan também usado, não por acaso, por Denis Farias na Folha Universal.²⁶ E por isso também ligar a imagem de Lula ao comunismo era tão importante. Seria colar em Lula a pecha de verdadeira personificação do mal, líder de um complô para implantar o comunismo no Brasil²⁷, que precisa ser combatido por Bolsonaro, a personificação do bem e defensor dos valores da “família tradicional”.

3.3 Pânico moral como estratégia de dramatização

A "onda conservadora", e em boa parte reacionária também, que se insurgiu nas últimas décadas contra a democracia liberal pelo mundo tem a ver com vários fatores, dentre eles a globalização tanto da economia quanto da comunicação, mas também é uma reação às políticas identitárias adotadas em vários países ao longo de décadas (Castells, 2018, p. 17-18; Lilla, 2018; Eatwell, Goodwin, 2020). Segundo Almeida (2019, p. 187), no Brasil, além da crise política, gerada em parte pela crise econômica, também parecem fazer parte dos ingredientes dessa crise da democracia em nosso país:

[...] implicações jurídicas (na medida em que está em jogo o pacto democrático consagrado na Constituição de 1988), sociais (uma vez que têm sido frequentes as fissuras nas relações interpessoais em parcelas da população) e culturais (posto que o jogo de forças tem levado a choques identitários, de valores e comportamentos) (Almeida, 2019, p. 187)

No mundo, diversos atores surgem como porta-vozes daqueles que sentem excluídos, rejeitados, dentre outras, pelas políticas identitárias. No Brasil, Bolsonaro surgiu no imaginário conservador e reacionário como uma espécie de salvador, como aquele que veio resgatar os valores da “família tradicional”. Valores que estariam sob ameaça e se decompondo. Já os inimigos dessa “família tradicional” bem como da “pátria” e dos “cristãos” seriam Lula e a “esquerda”. A “esquerda” estaria destruindo os “valores da família

²⁶ Cf. edição 1.588.

²⁷ Cf. edição 1.586.

tradicional” ao impor nas escolas a “ideologia de gênero” e “doutrinação ideológica”, além de defender a descriminalização das drogas. E isso porque:

Desestruturando a família é mais fácil manipular um indivíduo e levá-lo à degradação. Apesar de não deixar clara essa intenção, essa é a consequência lógica também dos ideais da esquerda que buscam se infiltrar na sociedade brasileira por todos os lados, principalmente por meio da política, terreno em que muitas bandeiras são levantadas, mas a da família parece que é rasgada (Cardoso, 2022, p. 19).

Estariamos, portanto, enfrentando uma “guerra cultural” promovida pela esquerda (Cardoso, 2022, p. 19). O termo “guerra cultural”, embora tenha sido criado nos Estados Unidos pelo sociólogo James Hunter (Melo; Vaz, 2021, p. 6), se popularizou no governo Bolsonaro como referência a uma luta contra um fantasioso “domínio cultural comunista”, também chamado de “marxismo cultural” (Cunha, 2023). Não à toa, o marxismo foi citado como uma ameaça ao “povo” brasileiro em 5 das 41 edições da Folha Universal analisadas.²⁸ Já sobre o termo “guerra cultural”, ressignificado pelo bolsonarismo, escreveu João Cezar de Castro Rocha que A guerra cultural é uma matriz de produção em série de narrativas polarizadoras cuja radicalização crescente engendra sem trégua inimigos imaginários, mantendo a militância em estado permanente de excitação (Rocha, 2023, p. 13)

Esse pânico moral como estratégia de dramatização visa mobilizar o máximo de pessoas através do que Charaudeau (2020, p. 92) chamou de “efeito de angústia”, que surge “devido à evocação de uma ameaça que nasce de uma situação de perigo potencial, pondo aquele que a escuta numa posição de vítima possível dessa ameaça.” Essa estratégia é levada a cabo “recorrendo a narrativas dramatizantes para provocar temor e medo” (Charaudeau, 2020, p. 92). E depois de nomear as supostas ameaças, deve-se apontar um culpado e estigmatizá-lo como um inimigo, um perseguidor, a própria personificação do *mal* que deve ser combatido (Charaudeau, 2020, p. 92-93; 2018, p. 91). *Pari passu*, deve-se apresentar aquele “destinado a reparar o mal existente” (Charaudeau, 2020, p. 94). Como vimos, no discurso da IURD na Folha Universal, o mal seria a esquerda, cujo representante máximo seria Lula, e aquele capaz de deter esse mal seria Bolsonaro, na figura do ungido de Deus. E isso em termos teológicos de uma guerra do bem contra o mal. Ou seja, numa linguagem simples e fazendo referência a elementos e figuras do imaginário cristão com o objetivo de se fazer entender por esses cristãos, sobretudo os pentecostais e neopentecostais, que representam boa parte da população brasileira.

Araújo (2022, p. 26), analisando as eleições de 2018, reconhece o protagonismo dos evangélicos na política brasileira e chama a atenção para o fato de que o comportamento

²⁸ Cf. edições 1.554, 1.561, 1.564, 1.572 e 1.578.

eleitoral de parte desses evangélico é movido por outra racionalidade que não a econômica. Nas palavras de Araújo:

Os evangélicos pentecostais não são irracionais, eles apenas são guiados por uma visão de mundo e cálculo eleitoral distintos. As lideranças pentecostais mobilizam fiéis contra os partidos que ameaçam seus valores morais e visão de mundo, criando incentivos para que os eleitores de baixa renda — maioria nesse grupo evangélico — votem contra os partidos de esquerda (Araújo, 2022, p. 26).

O crescimento dos evangélicos no Brasil tem sido visto, infelizmente, com certo preconceito, inclusive por alguns políticos e cientistas sociais, que enxergam a religião como algo alienante e manipulador. Portanto, a importância desses evangélicos, inclusive para a política, é bastante negligenciada no Brasil. Sobre isso escreveu Spyer (2020, p. 21): “[...] os evangélicos se tornaram o nosso elefante na sala: o fenômeno de massas mais importante das últimas décadas que é tratado como se ele não estivesse ali.” Ainda segundo Spyer:

O cristianismo evangélico está deixando de ser apenas uma categoria religiosa. Ele se tornou um meio para construir uma nova classe média brasileira – no sentido sociológico do termo, que resulta de investimentos na educação, e não apenas em termos de aumento de renda. Por esses motivos, 2020 será a década dos evangélicos, e quem não entender o cristianismo evangélicos não terá condições de pensar o Brasil atual (Spyer, 2020, p. 22).

Assim, é imprescindível para uma boa campanha política considerar a importância dos evangélicos e sua nova racionalidade caso se queira angariar votos entre os eleitores desse ramo do cristianismo.

4 Considerações finais

Concluimos, portanto, que a IURD por meio da Folha Universal, usou uma série de estratégias discursivas, das quais apontamos três neste trabalho (“repetição”, “comentário” e “dramatização”), com a finalidade de compor uma imagem negativa do então candidato Luís Inácio Lula da Silva que o pusesse como antítese do também candidato Jair Messias Bolsonaro, que teve seu discurso, ideias e projetos estratégica e positivamente pautados de forma implícita ou explícita ao longo do ano eleitoral de 2022. E isso com o objetivo de influenciar as eleições daquele ano.

A IURD, no jornal Folha Universal, mobilizou discursos que visavam compor uma imagem de Lula como corrupto, comunista, perseguidor de igrejas e contra os “valores da família tradicional”. Mobilizou também, através de estratégia de dramatização, um discurso

pautado pelo pânico moral, visando alimentar o imaginário dos seus leitores contra Lula, e fez isso em termos teológicos e de forma maniqueísta associando Lula ao Diabo, ao mal, que precisava ser combatido por Deus e pelos seus escolhidos. Em oposição a Lula estaria Bolsonaro, o defensor dos “valores da família tradicional” e do cristianismo, aquele que acabaria com toda a “degradação” promovida pela esquerda.

Referências

- ALMEIDA, R. **Bolsonaro presidente**: conservadorismo, evangelismo e a crise brasileira. Novos Estudos. CEBRAP, São Paulo, v. 38, n. 1, p. 185-213, 2019. DOI: <https://doi.org/10.25091/S01013300201900010010>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/nec/a/rTCrZ3gHfM5FjHmzd48MLYN/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 31 jul. 2024.
- ARAÚJO, V. **A religião distrai os pobres?** o voto econômico de joelhos para a moral e os bons costumes. São Paulo: Edições 70, 2022.
- BIROLI, F.; MIGUEL, L. F. **Notícias em disputa**: mídia, democracia e formação de preferências no Brasil. São Paulo: Contexto, 2017.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Portugal: Edições 70, 2022.
- BUSS, G.; JULIÃO, F. **Saiba quem comanda e quem integra a bancada evangélica no Congresso**. Poder 360, 28 jan. 2024. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/poder-congresso/congresso/saiba-quem-comanda-e-quem-integra-a-bancada-evangelica-no-congresso/>. Acesso em: 26 jul. 2024.
- CARDOSO, C. **Por que tantos ataques a algo que só faz bem?** Folha Universal, n. 1.587, p. 16-19, 11 set. 2022. Disponível em: <https://www.calameo.com/read/00072479703aff3fbc90d>. Acesso em: 28 jul. 2024.
- CASTELLS, M. **Ruptura**: a crise na democracia liberal. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.
- CHARAUDEAU, P. **A conquista da opinião pública**: como o discurso manipula as escolhas políticas. São Paulo: Contexto, 2020.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2019.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2018.
- CORRÊA-ROSADO, L. C. **Teoria Semiolinguística**: alguns pressupostos. Revista Memento, [s. l.], v. 05, n. 2, 2014. Disponível em: <http://periodicos.unincor.br/index.php/memento/article/view/1826>. Acesso em: 07 ago. 2024.
- CUNHA, G. L. **Guerra cultural**: a dominação pela cultura. Brasil de Fato, São Paulo, 07 ago. 2023. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2023/08/07/guerra-cultural-a-dominacao-pela-cultura>. Acesso em: 07 ago. 2024.

DIP, A. **Em nome de quem?** A bancada evangélica e seu projeto de poder. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

EATWELL, R.; MATTHEW, G. **Nacional-populismo:** a revolta contra a democracia liberal. Rio de Janeiro: Record, 2020.

FARIAS, D. **Um grito por respeito.** Ponto de vista, Folha Universal, n. 1.588, p. 3, 18 set. 2022. Disponível em: <https://www.calameo.com/books/00072479737a5818ca1c8>. Acesso em: 28 jul. 2024.

FERREIRA, A. **Caça às bruxas.** Macartismo: uma tragédia americana. Porto Alegre: L&PM, 1989.

LILLA, M. **A mente naufragada:** sobre o espírito reacionário. Rio de Janeiro: Record, 2018.

MARIANO, R. **Neopentecostais:** sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

MELO, C. T.; VAZ, P. Guerras Culturais: conceito e trajetória. Revista Eco-Pós, [s. l.], v. 24, n. 2, p. 6-40, 2021. DOI: <https://doi.org/10.29146/ecopos.v24i2.27791>. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27791. Acesso em: 28 jul. 2024.

NAPOLITANO, M. **1964:** história do regime militar brasileiro. São Paulo: Contexto, 2018.

NASCIMENTO, G. **O reino:** a história de Edir Macedo e uma radiografia da Igreja Universal. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

ROCHA, J. C. C. **Bolsonarismo:** da guerra cultural ao terrorismo doméstico: retórica do ódio e dissonância cognitiva coletiva. Belo Horizonte, Autêntica, 2023.

SETO, G. **Universal usa jornal para fazer campanha contra Lula e PT.** Folha da São Paulo, São Paulo, 19 mar. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/painel/2022/03/igreja-universal-usa-jornal-para-fazer-campanha-contralula-e-o-pt.shtml#:~:text=%22temos%20a%20chance%20de%20deter,casas%20legislativas%20e%20governos%20estaduais.%22>. Acesso em: 26 jul. 2024.

SPYER, J. **Povo de Deus:** quem são os evangélicos e por que eles importam. São Paulo: Geração editorial, 2020.

Data de submissão: 07 de setembro de 2024

Data de aceite: 18 de julho de 2025