

MEMÓRIA, RELIGIÃO E POLÍTICA NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS 2010: A VOZ DO (E)LEITOR

Luana Aparecida Matos Leal
(UESB)

Edvania Gomes da Silva*
(UESB)

RESUMO:

Este trabalho apresenta uma análise de cartas publicadas no painel “Caixa Postal” da revista *Época*, de 16/10/2010. Por meio das análises, verificou-se a recepção dos (e)leitores diante de reportagem publicada em edição anterior da mesma revista, que tratou da inserção dos temas religiosos no contexto político das eleições presidenciais 2010. Nos trechos escolhidos, verificamos que o leitor de *Época* mostra-se incomodado com o rumo tomado pelos candidatos, no que diz respeito à forma como estes tratam a política atual e destacam que o uso da fé como artimanha para angariar votos deve ser visto de forma crítica pelo eleitor.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso; Política; Mídia.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho insere-se no âmbito da Análise do Discurso e faz parte do projeto de pesquisa “Relações interdiscursivas entre memória, política e religião”, desenvolvido no Programa de Pós-Graduação em Memória: Linguagem e Sociedade. Este projeto insere-se no âmbito de um projeto mais amplo cujo título é “Memória e discurso religioso em diferentes narrativas”, o qual é coordenado pela Profa. Dra. Edvania Gomes da Silva. Neste artigo pretendemos analisar cartas da

· Mestranda do Programa em Pós-Graduação em Memória: Linguagem e Sociedade, da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - Uesb.

*Professora Doutora - Mestrado em Memória: Linguagem e Sociedade, da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - Uesb. Orientadora do projeto de pesquisa que deu origem a este trabalho.

seção "Caixa Postal", da edição n.º. 648 da revista *Época*, publicada em 16 de outubro de 2010.

Convém destacar que na edição de 16 de outubro foram publicadas as cartas de leitor que fazem referência à reportagem "A fé entrou na campanha", publicada na edição n.º. 647, de 09 de outubro de 2011. Nesta reportagem, a revista *Época* trata da inserção de assuntos de cunho religioso na agenda dos candidatos e na programação do primeiro programa eleitoral do segundo turno das eleições. Em linhas gerais, a revista procura abordar a polêmica relação entre religião e política nas eleições 2010. A proposta deste trabalho é, portanto, analisar a repercussão, entre os (e)leitores da referida reportagem.

MATERIAL E MÉTODOS

A seção "Caixa Postal", da revista *Época* é destinada a receber cartas do leitor, nas quais estes discutem assuntos que foram veiculados na revista anterior. A análise proposta neste trabalho será feita a partir dos textos dos eleitores publicados na seção destinada a esse fim, verificando, por meio dessa materialidade, o(s) discurso(s) materializados nas referidas formulações linguísticas. Nesse sentido, ao analisar as cartas de leitores, pretendemos verificar os diferentes lugares de subjetivação presentes nesses textos, bem como analisar de que forma os discursos ali materializados permitem entrever as identidades e os padrões de conduta dos sujeitos (e não indivíduos) discursivizados nesses textos. Antes da análise propriamente dita, procedemos à coleta e à catalogação do material de análise. Salientamos que os resultados obtidos funcionam como uma análise inicial para podermos definir mais claramente o *corpus* da pesquisa. Portanto, tais resultados são parciais e não devem ser lidos como definitivos, uma vez que estão relacionados a um material específico (carta de leitores), de uma edição específica (edição n.º. 648), da revista semanal *Época*. De

forma geral, verificamos como o eleitor recebeu a reportagem e quais os discursos materializados nas referidas cartas. Analisamos ainda como o (e)leitor se posicionou diante das considerações apontadas pela revista, no que diz respeito à inserção do discurso religioso no contexto político das eleições presidenciais 2010.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste tópico, apresentamos uma síntese dos resultados encontrados na análise das cartas publicadas, sempre cotejando essas cartas com a matéria “A fé entrou na campanha”, publicada na mesma revista, na semana anterior.

Na carta 03, vemos que a mudança de posição dos candidatos, ora dizendo-se contrários, ora a favor de temas polêmicos, como descriminalização do aborto e legalização ou não do uso de maconha, por exemplo, é destacado pelo sujeito *Época*. Nessa carta, o locutor do texto afirma que “chega a ser constrangedora a postura dos candidatos ao afirmar valores que anteriormente não lhes chamavam a atenção”. Verifica-se aqui que, para o sujeito materializado nesta formulação, mudar de opinião é uma estratégia política, pautada em interesses, o que mascara a verdadeira opinião do candidato.

Apresentamos também a carta 02, que questiona a condição de estado laico do Brasil. A criação do Estado laico não conseguiu acabar com a influência da fé na vida das pessoas, mas que essa decisão precisa ser consciente e partir do próprio eleitor: Deus está de olho no povo e nos políticos, mas seu dedo não vai confirmar o voto em candidato nenhum. Essa responsabilidade é nossa (*Época*, 2010). Pode-se verificar, na formulação acima, que o leitor, ao se deparar com as declarações discursivizadas na revista, comunga da mesma opinião e destaca a necessidade de reflexão por parte do eleitor diante do quadro político atual. Trata-se, portanto, do bom sujeito *Época*. De acordo com Pêcheux (1975), o bom sujeito diz respeito à,

superposição (um recobrimento) **entre o sujeito da enunciação e o sujeito universal**, de modo que a “tomada de posição” do sujeito realiza seu assujeitamento sob a forma do “**livremente consentido**”: essa superposição caracteriza o discurso do “bom sujeito” que reflete espontaneamente o Sujeito (em outros termos: o interdiscurso determina a formação discursiva com a qual o sujeito, em seu discurso, se identifica, sendo que o sujeito sofre cegamente essa determinação, isto é, ele realiza seus efeitos “em plena liberdade”) (p. 215)

Em outras palavras, o “bom” sujeito caracteriza-se pela determinação “cega” do sujeito, o qual pensa agir em total liberdade, mas age segundo às determinações da Formação Discursiva. Nesse caso, o sujeito *Época* representa o sujeito universal e o enunciador da carta, ao se identificar plenamente com este sujeito universal, passa a representar o sujeito da enunciação que, nesse caso, é contrário ao uso da religião nas campanhas eleitorais.

CONCLUSÕES

As análises das formulações apresentadas neste trabalho, que compõem o painel “Caixa Postal” da revista *Época*, de 16/10/2010, mostraram que a repercussão da reportagem publicada na edição anterior fez o(s) (e)leitores se posicionarem e manifestarem suas opiniões sobre a matéria. Essas opiniões, por sua vez, mostram os diferentes lugares de discursivização de onde esses eleitores “falam” e mostram-se sujeitos de diferentes discursos.

REFERÊNCIAS

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 7^a ed. Trad. Luiz Felipe B. Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária: 2004 [1969].

FONSECA-SILVA, Maria da Conceição. **Poder-saber-ética nos discursos do cuidado de si e da sexualidade**. Vitória da Conquista: Uesb, 2007.

PÊCHEUX, Michel. A forma-sujeito do discurso na apropriação subjetiva dos conhecimentos científicos e da política do proletariado. In: PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Trad. Eni P. Orlandi. 3^a ed. Campinas: Unicamp, 1975/1988. p. 213-231.

SILVA, Edvania Gomes da. **Estereótipos, religião e política**. (inédito).