

• LÍNGUA E
LINGUÍSTICA

ACONTECIMENTO DISCURSIVO NA CAMPANHA ELEITORAL BRASILEIRA DE 2010

Alexandre Ribeiro Lessa*

Edvania Gomes da Silva**

Maria da Conceição Fonseca-Silva***

Resumo: Neste artigo, apresentamos análise de um *corpus* constituído por materialidades verbais e imagéticas, situadas no entremeio do discurso religioso e do discurso político e que circularam na campanha eleitoral brasileira das eleições presidenciais de 2010. Para tanto, mobilizamos pressupostos teóricos da Escola Francesa de Análise de Discurso, em especial o conceito de acontecimento discursivo de Michel Pêcheux. Os resultados mostram que na referida campanha houve a irrupção de forma bastante acentuada da questão do aborto por um efeito da memória sobre a atualidade, que é a própria campanha eleitoral. Tal relação se constitui no acontecimento discursivo das eleições 2010 por meio do efeito-fariseu.

Palavras-chave: Acontecimento discursivo. Discurso religioso. Discurso político.

INTRODUÇÃO

■ **N**este trabalho, objetivamos analisar o segundo turno das eleições de 2010 e, nessa perspectiva, verificar de que forma questões ligadas ao discurso religioso passaram a fazer parte da campanha política. Trata-se de responder a seguinte questão: “De que forma o discurso religioso encontra-se materializado no segundo turno das eleições de 2010?”. Para tanto, analisamos um *corpus* constituído por materialidades verbais e imagéticas,

* Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (Uesb) – Vitória da Conquista – BA – Brasil. E-mail: alexandrelessa@gmail.com

** Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (Uesb) – Vitória da Conquista – BA – Brasil. E-mail: edvaniagsilva@gmail.com, edvaniagsilva@gmail.com

*** Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (Uesb) – Vitória da Conquista – BA – Brasil. E-mail: con.fonseca@gmail.com

situadas no entremeio do discurso religioso e do discurso político e encontradas em circulação na campanha eleitoral brasileira daquele ano.

Em agosto de 2010, período referente ao início do primeiro turno das eleições, a candidata Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), liderava as pesquisas de intenção de voto. Uma pesquisa realizada em 26 de agosto de 2010 pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), pouco mais de um mês antes das eleições, que ocorreram em 3 de outubro de 2010, mostra que Dilma Rousseff tinha cerca de 51% das intenções de voto e, portanto, havia uma possibilidade real de a referida candidata ser eleita no primeiro turno. Entretanto, ao longo da segunda quinzena de setembro de 2010, houve um *acontecimento discursivo* – a questão do aborto –, ou seja, o encontro de uma memória com uma atualidade, que fez com que a candidata petista caísse nas pesquisas de intenção de votos e que seus concorrentes, sobretudo a candidata Marina Silva do Partido Verde (PV), erigissem e despontassem nas pesquisas de intenções de voto, o que culminou na necessidade do segundo turno das eleições.

A supracitada migração de votos ocorreu principalmente entre os eleitores evangélicos e católicos quando da irrupção de questões situadas no entremeio do discurso religioso e do discurso político, principalmente questões referentes ao tema aborto, e de como o Partido dos Trabalhadores e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), bem como seus respectivos candidatos, se posicionavam em relação a essas temáticas.

A hipótese deste artigo é de que a questão do aborto, vinculada ao discurso religioso, funcionou, na atualidade das campanhas, como memória que irrompeu sobre a atualidade, constituindo assim um *acontecimento discursivo*, no sentido de Pêcheux (2008, 2010), conforme expresso na obra *O discurso: estrutura e acontecimento* e no texto “Papel da memória”. Para responder à questão que fundamentou este artigo, recorremos aos conceitos de *memória e acontecimento discursivos*, conforme apresentados por Pêcheux (2008, 2010). Nesse sentido, apresentamos a seguir algumas considerações teóricas acerca dos conceitos que serão mobilizados na análise e, em seguida, procedemos à análise dos dados, a fim de responder a referida questão.

ACONTECIMENTO DISCURSIVO NA CAMPANHA ELEITORAL

A Escola Francesa de Análise de Discurso surgiu em 1960 e tem seu construto teórico baseado na relação articulada entre Linguística, Marxismo e Psicanálise, articulação essa que possibilitou o surgimento dessa disciplina de entremeio (ORLANDI, 2010). Em linhas gerais e de forma resumida, podemos dizer que o aporte teórico-metodológico da Análise de Discurso (AD) associa língua e história.

O discurso é concebido pela AD como o lugar em que se entrelaçam a língua, a história e o sujeito. Assim, nessa disciplina, para se analisar as materialidades significantes, é necessário considerar a relação entre base linguística e processos discursivos que se desenvolvem sobre essa base (FONSECA-SILVA, 2007b, p. 95). Dessa forma, a referida disciplina “concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social” (ORLANDI, 2011, p. 15).

Michel Pêcheux (2008), considerado o fundador da AD, no livro *O discurso: estrutura ou acontecimento*, analisa o funcionamento do discurso considerando a relação entre *estrutura e acontecimento*. Na obra, o estudioso francês faz um

percurso analítico pelas ditas ciências positivistas, abordando a relação entre os *universos logicamente estabilizados*, onde não são possíveis as derivações de sentido, e as formulações *irremediavelmente equívocas*, onde a opacidade da língua se mostra, o que possibilita trabalhar os aspectos necessários à análise de qualquer discurso, a saber, a descrição e a interpretação.

Para demonstrar a constituição do discurso como estrutura e acontecimento, Pêcheux (2008) relata várias possibilidades teóricas distintas, mas propõe o caminho de tomar como tema um enunciado e trabalhar a partir dele, a saber, o enunciado “*On a gagné*” [“Ganhamos”], tal como ele atravessou a França no dia 10 de maio de 1981, às 20 horas e alguns minutos, “o acontecimento, no ponto de encontro com uma atualidade e uma memória” (PÊCHEUX, 2008, p. 15-16).

A análise de tal enunciado no momento em que ele atravessa a França ocorre, mais especificamente, no período pós-eleição presidencial, que culminou com o acontecimento histórico da vitória de François Mitterrand e, a partir deste, a gênese de um acontecimento discursivo. Assim, por meio do enunciado “*On a gagné*” [“Ganhamos”], Pêcheux (2008) aborda a questão do acontecimento como sendo a relação entre uma atualidade e uma memória, que, por sua vez, é evocada para se (re)estruturar/(re)significar a partir de tal acontecimento.

Ademais, Pêcheux demonstra que o enunciado “Ganhamos” funciona tanto de forma, aparentemente, transparente (como se seu sentido fosse óbvio, inequívoco, lógico) e, portanto, ligado a um espaço logicamente estabilizado, quanto de modo opaco e, portanto, ligado aos universos irremediavelmente equívocos. Em outras palavras, o autor demonstra que um determinado enunciado pode parecer transparente, mas ser opaco, uma vez que o sentido é sempre, necessariamente, opaco e nunca transparente. Dessa forma, um acontecimento faz com que a memória entre em jogo, por meio de uma gama de possibilidades de dizeres que se atualizam no momento da enunciação, possibilitando um processo de deslocamento da memória.

No terceiro capítulo do livro, cujo título é “Ler, descrever e interpretar”, Pêcheux (2008) aborda a relação entre descrição e interpretação, mostrando que tal relação deve estar na base de toda interpretação. Nesse sentido, o autor propõe três exigências que devem ser seguidas para que a análise feita por qualquer disciplina de interpretação considere esse real que, segundo ele, é “constitutivamente estranho à univocidade lógica”, um real “que não se transmite, não se aprende, não se ensina, e que, no entanto, existe produzindo efeitos” (PÊCHEUX, 2008, p. 43).

A primeira exigência consiste na análise das materialidades discursivas, o que ocorre quando se prioriza a descrição (PÊCHEUX, 2008, p. 50-53). Dessa forma, um enunciado pode ser descrito como ligado a uma série de pontos de deriva possíveis, e estes, por sua vez, trazem a lume a tarefa interpretativa.

A segunda exigência, segundo Pêcheux, é considerar que toda descrição está exposta ao equívoco, visto que todo enunciado é intrinsecamente possível de se tornar outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para outro. Assim:

Esse discurso-outro, enquanto presença virtual na materialidade descritível da sequência, marca, do interior desta materialidade, a insistência do outro como lei do espaço social e da memória histórica, logo como o próprio princípio do real sócio-histórico (PÊCHEUX, 2008, p. 53).

A terceira e última exigência é considerar que todo discurso é identificação com uma memória, sendo constituído, portanto, por filiações, redes etc. Mas, ele (o discurso) é também desestruturação, agitação, acontecimento. Nesse sentido:

Não se trata de pretender aqui que todo discurso seria como um aerólito miraculoso, independente das redes de memória e dos trajetos sociais nos quais ele irrompe, mas de sublinhar que, só por sua existência, todo discurso marca a possibilidade de desestruturação-reestruturação dessas redes e trajetos (PÊCHEUX, 2008, p. 54).

Dessa forma, partindo do pressuposto pêcheuxtiano de que não se pode analisar o discurso sem considerar a relação estrutura-acontecimento e considerando a relação descrição-interpretação no que tange aos discursos não logicamente estabilizados, propomos, no presente trabalho, analisar a constituição discursiva da campanha eleitoral das eleições presidenciais brasileiras de 2010.

Para tanto, partimos da hipótese de que nas referidas eleições, as materialidades significantes analisadas remontam à tentativa de aproximação dos candidatos, por meio do discurso religioso, aos eleitores evangélicos e católicos na busca de votos. Entendemos que essa relação é ativada pela memória, por meio da relação discursiva entre estrutura e acontecimento.

Mostramos, ainda, como algumas formulações das campanhas analisadas neste trabalho evocam cenas anteriores à situação de enunciação para se legitimarem no momento atual. Consideramos, para esta análise, a tese de Pêcheux de que o discurso político se insere naquilo que o referido autor chama de universos irremediavelmente equívocos, e que, portanto, pode produzir efeitos não esperados, graças aos deslizamentos de sentido. É nesse sentido que trabalhamos com a noção de efeito-fariseu.

Na análise, utilizamos o conceito de memória, em sua relação com o discurso, por meio da noção de acontecimento discursivo postulada por Pêcheux (2008).

A QUESTÃO DO ABORTO COMO ACONTECIMENTO DISCURSIVO

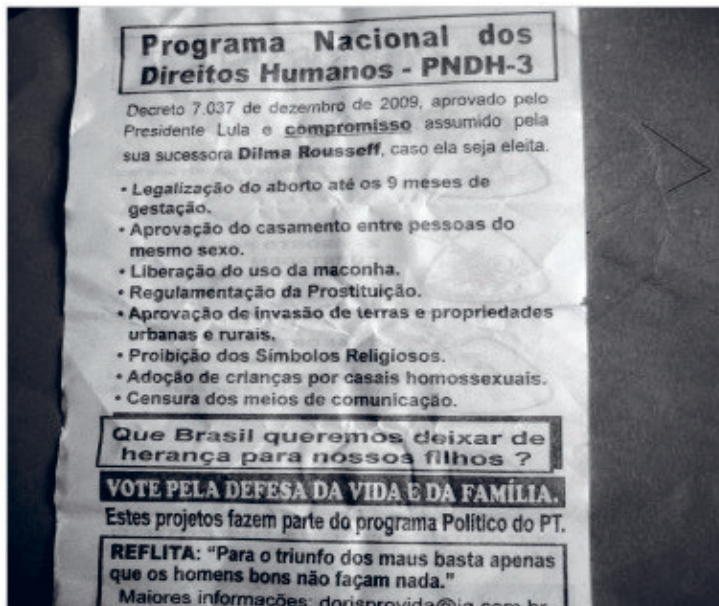
Procederemos à descrição e às análises das materialidades significantes buscando aporte teórico no conceito de memória, em sua relação com o discurso (estrutura-acontecimento), e para isso recorreremos aos pressupostos de Pêcheux (2008) que define acontecimento como fruto da relação entre uma memória e uma atualidade. Dessa forma, como dito anteriormente, buscamos responder de que forma o discurso religioso encontra-se materializado no segundo turno das eleições de 2010.

Não fizemos um recorte específico de determinados sítios da internet ou periódicos reconhecidos nacionalmente, pois, durante a coleta de dados, verificamos que as materialidades significantes surgiram em vários lugares e de várias formas: nas propagandas eleitorais, nos *jingles*, nas falas dos apresentadores, nas manifestações partidárias, na fala dos supostos eleitores, nos *sites*, nos *blogs*, nos vídeos, nas revistas, dentre outros. Portanto, uma busca de fôlego foi realizada em lugares plurais, principalmente na internet.

A Figura 1 é um panfleto que circulou no período final do primeiro turno das eleições 2010 em vários locais do Brasil e também foi veiculado em diversos *sites* da internet, portanto não se sabe ao certo a sua tiragem ou a sua cidade de ori-

gem. Aliadas à distribuição desses folhetos, outras medidas similares foram tomadas, como a reunião de cúpula da campanha de José Serra (PSDB), no dia 6 de outubro de 2010, em Brasília, na qual os participantes receberam instruções sobre como propagar uma campanha anti-Dilma na internet¹. Tanto o panfleto quanto a reunião para instruir os membros da campanha de Serra são tomados aqui como acontecimentos discursivos que na campanha se vinculam à questão do aborto e que materializam a relação entre política e discurso religioso na campanha eleitoral de 2010. Por isso, começemos descrevendo e analisando o panfleto apresentado na Figura 1:

Figura 1 – Folheto vinculando o PT ao PNDH-3



O panfleto é do tamanho da metade de uma folha de papel A4, em fundo branco, com letras de cor preta (em algumas ocasiões, azul, a depender da impressão) e traz, inicialmente, a seguinte formulação: “Programa Nacional dos Direitos Humanos – PNDH-3”, a qual aparece negritada e destacada em uma caixa de texto. Em seguida, lemos: “Decreto 7.037 de dezembro de 2009, aprovado pelo Presidente Lula e *compromisso* assumido pela sua sucessora *Dilma Rousseff*, caso ela seja eleita”. Nesse caso, a palavra “compromisso” aparece negritada e sublinhada, o que mostra que há um destaque em relação a esse termo. Também aparece destacado em negrito o nome da candidata Dilma Rousseff. O panfleto simula a transcrição de um decreto-lei e, para tanto, recorre a uma memória acerca dos decretos, por isso o número 7.037, já que os decretos são numerados, bem como o uso da sigla PNDH-3, pois siglas também são comuns para referir decretos. O grifo sobre o termo “compromisso” reforça a esta-

¹ Acerca da referida reunião, conferir o endereço disponível em: <<http://www.advivo.com.br/luisnassif%20?page=3354>>. Acesso em: 20 jul. 2013.

bilidade do decreto, pois um decreto não pode ser facilmente revogado, bem como um compromisso não é facilmente desfeito. Já o destaque no nome da então candidata Dilma Rousseff também produz efeitos, pois mostra que o foco do panfleto é justamente a referida candidata. Até aqui, vimos que o panfleto recorre à memória do decreto-lei para constituir uma cenografia² em que o suposto programa de governo do PT é denunciado. Contudo, o tom de denúncia só é assumido no final do panfleto. Nessa primeira parte, o enunciador (E1) assume a voz de outro enunciador (E2)³, o qual é assimilado às imagens do presidente Lula e da candidata Dilma Rousseff. A expressão “Direitos Humanos”, que aparece no início do panfleto, faz funcionar uma memória que vincula o suposto programa a certos discursos que se relacionam com o campo filosófico, segundo o qual os direitos humanos teriam relação com os direitos naturais e com outras noções, como “liberdade de pensamento” e “liberdade de expressão”. Nesse sentido, a expressão referencial “direitos humanos” funciona como uma espécie de fórmula, no sentido de Krieg-Planque (2010)⁴. Portanto, ao usar a expressão Direitos Humanos, o enunciador cria uma expectativa positiva, que é frustrada na continuidade do texto, pois os “compromissos” da candidata Dilma Rousseff funcionam como contradiscurso em relação àquilo que é discursivamente circunscrito no âmbito dos direitos humanos. Vejamos, então, quais são, segundo o panfleto, esses “compromissos”:

- (1) Legalização do aborto com até 9 meses de gestação.
- (2) Aprovação do casamento entre pessoas do mesmo sexo.
- (3) Regulamentação da prostituição.
- (4) Aprovação de invasão de terras e propriedades urbanas e rurais.
- (5) Proibição dos símbolos religiosos.
- (6) Adoção de crianças por casais homossexuais.
- (7) Que Brasil queremos deixar de herança para os nossos filhos?
- (8) VOTE PELA DEFESA DA VIDA E DA FAMÍLIA.
- (9) Esses projetos fazem parte do programa político do PT.
- (10) Para triunfo dos maus basta que os homens bons não façam nada.

As formulações (1), (2), (3), (4), (5), (6), (7), (8), (9) e (10), por meio da relação de uma memória com uma atualidade, remetem o coenunciador a diferentes discursos. Entretanto, para o presente artigo, interessa-nos apenas a formulação (1).

2 Para Maingueneau (2004a, p. 87), a cenografia pode ser definida como “um correlato da própria enunciação, pois é esta última que, ao se desenvolver, esforça-se por constituir progressivamente o seu próprio dispositivo de fala”. Ela leva o quadro cênico (cena englobante e cena genérica) a se deslocar para um segundo plano, pois quando um texto apresenta uma cenografia, é por meio dela que esse texto se mostra ou se dá a conhecer a seu coenunciador. Isso ocorre porque “qualquer discurso, por seu próprio desdobramento, pretende instituir a situação que o torna pertinente” (MAINGUENEAU, 2005, p. 75). Ainda segundo Maingueneau (2005), o termo cenografia não corresponde apenas à ideia de “teatro” ou de “encenação”. A noção teatral de “cena”, o autor acrescenta a de -grafia, de inscrição.

3 Para tratar dessa relação entre enunciadores, recorremos à Teoria Polifônica da Enunciação, de Oswald Ducrot. Dessa forma, remetemos o leitor ao texto “Esboço de uma teoria polifônica da enunciação”, em que o referido autor questiona a unicidade do sujeito falante e, por meio do que ele chama de “pragmática linguística”, define enunciação como sendo “o acontecimento constituído pelo aparecimento de um enunciado” (DUCROT, 1987, p. 168).

4 Krieg-Planque (2010, p. 9) designa por fórmula “um conjunto de formulações que, pelo fato de serem empregadas em um momento e em um espaço público dados, cristalizam questões políticas e sociais que essas expressões contribuem, ao mesmo tempo, para construir”.

Em relação à formulação (1), os eleitores evangélicos e católicos, em tese, público principal para o qual é destinado o panfleto, adotam os pressupostos cristãos encontrados na Bíblia. Como vimos, o acontecimento discursivo, caracterizado pela entrada da temática religiosa nas eleições 2010, teve por carro-chefe a questão do aborto. Portanto, precisemos melhor a referida questão.

Os abortos podem ser divididos entre aqueles que são espontâneos e aqueles que são induzidos. Os abortos espontâneos são aqueles em que não existe intervenção externa para sua realização.

Por outro lado, o discurso religioso cristão, que é tomado por Maingueneau (2008b) como *discurso constituinte*⁵, adota como fonte legitimadora a Bíblia, isso explica que tanto católicos quanto protestantes recorram, em alguma medida, a esse texto para reafirmar certa memória. E, especificamente, em relação ao aborto, as divergências entre católicos e protestantes são praticamente nulas, ou seja, há um consenso em relação ao aborto. Isso explica nossa constante remissão ao texto bíblico, pois estamos concebendo tal texto como fundador, em relação ao discurso religioso, o qual pode desempenhar um papel constituinte em relação a outros discursos.

A tradição cristã, baseada em textos como o do Salmo 139.13-16a (a seguir transcrito), postula que, ainda no estágio embrionário, o homem é “imagem e semelhança de Deus”, de sorte que abortar, por meios mecânicos e/ou químicos, é considerado assassinato.

Pois tu formaste o meu interior, tu me teceste no seio de minha mãe. Graças te dou, visto que por modo assombrosamente maravilhoso me formaste; as tuas obras são admiráveis, e a minha alma o sabe muito bem; os meus ossos não te foram encobertos, quando no oculto fui formado, e entretecido como nas profundezas da terra. Os teus olhos me viram a substância ainda informe (Salmo 139.13-16a).

Nesse sentido, o aborto é considerado pela tradição cristã como quebra do sexto mandamento bíblico: “não matarás” (Êxodo 20.13), que, em seu aspecto positivo, exige dos cristãos empenho cuidadoso e todos os esforços legítimos para preservação da vida, evitando práticas que tendem a tirar a vida de outrem. Portanto, o enunciado (1) remete o coenunciador a uma memória ligada ao discurso religioso cristão, que caracteriza como assassinos aqueles que praticam aborto, potencializando isso quando afirma que o aborto seria legalizado até os “9 meses de gestação”.

A formulação (11) é retirada de uma publicação datada de 14 de setembro de 2010, na edição *online* do jornal *O Estado de S. Paulo*, em um texto da jornalista Gabriela Moreira, responsável daquela agência pela cobertura da campanha eleitoral de José Serra:

(11) Legalização do aborto com até 9 meses de gestação.

Na referida ocasião, a matéria foi publicada nestes termos:

5 Para Maingueneau (2008b, p. 38), os discursos constituintes têm a pretensão de não reconhecer outra autoridade além da sua própria. Discursos como o religioso, o científico e o filosófico são discursos constituintes. Esses discursos têm uma função de *archeion*, termo grego ligado a “fonte”, “princípio”, “comando”, ou seja, a sede da autoridade, “que por sua vez associa assim o trabalho de fundação no e pelo discurso à determinação de um lugar associado a um corpo de enunciadores consagrados, uma gestão da memória”. Os discursos constituintes não se legitimam a si mesmos, eles são ligados a uma fonte legitimadora.

Anunciando a quem passasse: “Sou a mulher do Serra e vim pedir seu voto”, Mônica Serra, passou a tarde de hoje em Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense, acompanhada do candidato a vice na chapa encabeçada por José Serra (PSDB), Índio da Costa (DEM). Na cidade que foi governada pelo candidato ao senado Lindbergh Farias, do PT, nos últimos cinco anos, a mulher de Serra partiu para o ataque à adversária do marido, a petista Dilma Rousseff. A um eleitor evangélico, que citava Jesus Cristo como o “único homem que prestou no mundo” e que declarou voto em Dilma, a professora afirmou que a petista é a favor do aborto. “Ela é a favor de matar as criancinhas”, disse a mulher de Serra ao vendedor ambulante Edgar da Silva, de 73 anos (MOREIRA, 2010).

A matéria foi publicada na edição *online* do jornal, à noite, e pouco depois já circulava nos *blogs* que apoiavam a candidatura de Dilma Rousseff, como o Blog do Nassif, o Viomundo, o Conversa Afiada, o Dilma na rede, entre outros. A matéria foi replicada também, horas depois, no portal R7, no portal IG e na revista *Veja*. Vejamos os títulos que a matéria recebe em alguns veículos da mídia:

- (12) Mulher de Serra faz campanha no Rio e ataca Dilma (*O Estado de S. Paulo*).
- (13) Sou mulher do Serra e vim pedir seu voto (Portal IG).
- (14) Mulher de Serra diz que Dilma “é a favor de matar as criancinhas” (Portal R7).
- (15) Mulher de José Serra faz campanha no Rio e ataca Dilma (Blog do Nassif).
- (16) Mônica Serra: Dilma é a favor de matar criancinhas (Blog Viomundo).
- (17) Mônica Serra embarca na baixaria e dá razão a Rodrigo Vianna (Blog Conversa Afiada).
- (18) Mulher de Serra diz que Dilma apoia matar criancinha (Blog Dilma na rede).

Essas várias formas de remeter ao acontecimento que foi a fala de Mônica Serra, esposa de José Serra, fazem lembrar a análise que Pêcheux faz da repercussão na mídia escrita francesa da vitória eleitoral de François Mitterrand, quando o mesmo acontecimento foi descrito de várias formas distintas, graças à opacidade da língua e aos deslizamentos de sentido possíveis em um universo irremediavelmente equívoco, como é o caso do universo político. Assim como na análise feita por Pêcheux, vemos, no caso sob análise, diferentes efeitos de sentido materializados nas manchetes (12) a (18). As marcas linguísticas que materializam esses diferentes efeitos de sentido vão desde o uso de um determinado verbo *discendi*, como ocorre no caso do verbo “atacar” em (12), que situa a fala de Mônica no campo semântico da guerra e, portanto, apresenta a campanha política de 2010 como sendo não apenas uma disputa eleitoral, mas uma verdadeira luta armada, até o recurso ao discurso direto, o qual cria um efeito de objetividade e de conseqüente isenção por parte do veículo de comunicação, como ocorre no caso (13), publicado no Portal IG. No exemplo (17), temos um caso bastante emblemático, pois o uso da expressão “embarca na baixaria” mostra que o coenunciador materializado no título da notícia do Blog Conversa Afiada assume uma posição marcadamente contrária à atitude de Mônica Serra. Para tanto, esse enunciador materializa, por meio da manchete do texto, um

ethos de indignação, o qual pode ser verificado no tom indignado e exaltado da expressão “embarca na baixaria”⁶.

Na manhã do dia 11 de setembro de 2010, uma usuária da rede social Facebook, identificada em seu perfil como SCR, postou uma nota aberta a todos os usuários da rede, intitulada “Respeitemos a dor de Mônica Serra”. A seguir, transcrevemos o texto na íntegra:

(19) *Meu nome é SR e trabalho como artista no Brasil. Sou bailarina e ex-estudante da Unicamp, onde fui aluna de Mônica Serra. Aqui venho deixar a minha indignação no posicionamento escorregadio de José Serra, que, no debate de ontem, fazia perguntas com o intuito de fazer sua campanha na réplica, não dialogando em nenhum momento com a candidata Dilma Rousseff. Achei impressionante que o candidato Serra EVITA tocar no assunto da DESCRIMINALIZAÇÃO do aborto, evitando assim falar de saúde pública e de respeitar tantas mulheres, começando pela SUA PRÓPRIA MULHER. Sim, Mônica Serra já fez um aborto e sou solidária a sua dor. Com todo respeito que devo a essa minha professora gostaria de revelar publicamente que muitas de nossas aulas foram regadas a discussões sobre o aborto, sobre o seu aborto traumático. Mônica Serra fez um aborto. Na época da ditadura, grávida de 4 meses, Mônica Serra decidiu abortar, pois seu marido estava exilado e todos vivíamos uma situação instável. Aqui está a prova de que o aborto é uma situação terrível, triste, para a mulher e para o casal, e por isso não deve ser crime, pois tantas são as situações complexas que levam uma mulher a passar por essa situação difícil. Ninguém gosta de fazer um aborto, assim como o casal Serra imagino não deve ter gostado. A educação sobre a contracepção deve ser máxima para que evitemos essa dor para a mulher e para o estado. Assim, repito a pergunta corajosa de minha presidente, Dilma Rousseff, que enfrenta a saúde pública cara a cara com ela: se uma mulher chega em um hospital doente, por ter feito um aborto clandestino, o estado vai cuidar de sua saúde ou vai mandar prendê-la? Nesse sentido, devemos prender Mônica Serra caso seu marido fosse eleito presidente? Pelo Brasil solidário e transparente que quero, sem ameaças, sem desmerecimento da fala do outro, com diálogo e pelo respeito a dor calada de Mônica Serra (grifo nosso)*⁷.

Na carta, várias memórias são trazidas e passam a se relacionar com a atualidade da campanha eleitoral: 1. o suposto aborto de Mônica Serra, materializado no enunciado “Mônica Serra fez um aborto”, o qual serve como base argumentativa para defender uma suposta incoerência do candidato José Serra; 2. o pré-construído de que o aborto não é uma escolha, mas uma necessidade, materializado em formulações como: “Ninguém gosta de fazer um aborto” e “Pelo

6 Entendemos o *ethos* como a construção de uma imagem por meio do discurso, pois, mesmo que essa noção pertença, em princípio, à tradição retórica, ela pode, segundo Maingueneau (2004b, p. 97), ser reconfigurada para funcionar no quadro teórico da Análise de Discurso. Conforme Amossy (2005), na antiguidade, o *ethos* era tomado como traços de caráter do enunciador. Tratava-se da maneira de o orador se mostrar ao público, tendo como objetivo causar boa impressão, não importando se a imagem criada era verdadeira. Embora seja possível analisarmos o material apresentado sob essa perspectiva (a da Retórica Clássica), entendemos o *ethos* com base nos estudos feitos por Maingueneau (2005, 2008a, 2008b), segundo o qual o *ethos*, por se constituir por meio do discurso: 1. não é uma “imagem” do locutor exterior à fala, mas uma noção discursiva; 2. é um processo interativo de influência sobre o outro; 3. não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, pois o contexto sócio-histórico constitui e configura a existência de determinados *ethé* em detrimento de outros. Para Maingueneau, a instância subjetiva (manifestada por meio do discurso) é concebida como uma voz e associa-se a um corpo enunciante.

7 Uma reprodução da nota original pode ser encontrada em: <<http://migre.me/teW0z>>. Acesso em: 15 out. 2012.

Brasil solidário e transparente que quero, sem ameaças, sem desmerecimento da fala do outro, com diálogo e pelo respeito a dor calada de Mônica Serra”.

Tudo isso faz com que possamos considerar o enunciado de Mônica Serra e toda a rede que ele permitiu como um acontecimento, no sentido de Pêcheux, pois, no referido enunciado, há o encontro entre memória e atualidade e, a partir dele, novos acontecimentos são possíveis, já que houve, após a série iniciada pela declaração da esposa de José Serra, uma reviravolta na campanha eleitoral.

O EFEITO FARISEU

Ainda que nosso referencial teórico, por estar fundamentado na Escola Francesa de Análise de Discurso, não nos permita tratar, neste artigo, do *sujeito pragmático*, isto é, do sujeito definido por Pêcheux (2008) como causa e efeito de si, são pertinentes as conclusões de Antônio Flávio Pierucci (2011), sociólogo da religião, que, visando discutir o que chamou de “jogo político partidário”, quando trata da irrupção da questão religiosa nas eleições de 2010, afirma que os efeitos esperados foram frustrados. Segundo o referido autor: “Os desígnios utilitários de quantos pensavam poder fazer dela um uso estratégico de previsíveis resultados favoráveis, a religiosidade conservadora das massas pregou uma peça no desabrimento dos que a convocaram a desempenhar papel decisivo na sucessão de Lula” (PIERUCCI, 2011, p. 8).

Pierucci (2011), seguindo os paradigmas sociológicos weberianos, em seu artigo “Eleição 2010: desmoralização eleitoral do moralismo religioso”, chama a atenção de seus leitores para as consequências imprevistas ou indesejadas do uso da religião em campanhas políticas e disserta acerca do segundo turno da campanha de 2010. Segundo o autor, a sociologia designa essas consequências indesejadas e inesperadas como *efeito perverso* ou *efeito reverso*. Ainda segundo Pierucci (2011), no que diz respeito especificamente à relação estabelecida entre política e religião em um processo eleitoral, a pesquisa social norte-americana isolou uma classe ainda mais específica de efeito perverso: *o efeito fariseu*⁸. Trata-se de momentos em que, na disputa eleitoral, os apelos à religião excedem o esperado.

Para o eleitor religioso cristão, seja ele católico ou protestante, fingimento com relação à fé é algo malvisto, pois trata-se de “atitude própria do fariseu da parábola com a qual Jesus tipificou dois estilos de ser religioso, o fariseu e o publicano” (PIERUCCI, 2011, p. 11). Vejamos, então, a parábola lembrada no texto de Pierucci (2011):

Dois homens subiram ao templo para orar; um era fariseu e o outro publicano. O fariseu, de pé, orava de si para si mesmo desta forma: “Ó Deus, eu te dou graças porque não sou como os demais homens, ladrões, injustos, adúlteros, e nem ainda como esse publicano; jejua duas vezes por semana, dou o dízimo de tudo quanto ganho.” O publicano, mantendo-se à distância, não ousava sequer

8 O termo passou a existir na sociologia política norte-americana quando usado em 2006 por uma dupla de psicólogos sociais da Universidade do Alabama. Nesse estudo, Larry Powell e Eduardo Neiva (2006), estudiosos de pleitos eleitorais, escreveram um artigo chamado “The pharisee effect: when religious appeals go too far”. No referido artigo, os pesquisadores analisavam o insucesso do republicano Roy Moore em sua candidatura ao governo do Alabama, depois de uma campanha toda feita à base de argumentos e apelos religiosos. Segundo Powell e Neiva (2006), o que ocorreu foi que ele se deixou atropelar por um efeito fariseu, que é quando a ventilação eleitoral de temas, critérios e apelos religiosos obtém, do eleitor conservador, resposta contrária à esperada.

levantar os olhos ao céu, mas batia no peito dizendo: “Meu Deus, tem piedade de mim, pecador!” Eu vos digo que este desceu justificado para sua casa, e não aquele: porque todo o que se exalta será humilhado, e quem se humilha será exaltado (Lucas 18.10-14).

Na parábola, o fariseu é retratado como um homem orgulhoso de sua religiosidade, em contraste com o humilde publicano que, de forma contrita, se reconhece como pecador.

A parábola era endereçada aos fariseus (Lucas 18.9), que se achavam superiores aos demais, devido a sua postura religiosa, mas, na verdade, os fariseus são criticados por Jesus que os recrimina por sua postura hipócrita, pois aparentam ser religiosos, mas não o são e, por isso, em outro lugar dos Evangelhos, Jesus Cristo afirma: “Ai de vós, escribas e fariseus, hipócritas, porque sois semelhantes aos sepulcros caiados, que, por fora, se mostram belos, mas interiormente estão cheios de ossos de mortos e de toda imundícia!” (Mateus 23.27).

Pelo exposto, verificamos que, como previu Pêcheux ao tratar da opacidade da língua, mesmo que os candidatos a cargos eletivos na esfera de poder político atuem em conformidade com o que percebem que o povo anseia e, a partir disso, construam suas plataformas de campanha, os efeitos de sentido decorrentes disso não são controlados pelo enunciador, pois na definição do *acontecimento* como sendo a relação de uma *atualidade* com uma *memória*, há sempre a possibilidade de uma (re)estruturação a partir exatamente da noção de acontecimento. Nesse processo de (re)estruturação, as coisas podem “sair do controle”, como aconteceu com o enunciado “Ela é a favor de matar criancinhas”, que, inicialmente, parecia funcionar de forma transparente (como se seu sentido fosse óbvio, inequívoco, lógico) e, portanto, ligado a um espaço logicamente estabilizado, quando, de fato, funcionou de modo opaco e, portanto, ligado aos universos irremediavelmente equívocos. Em outras palavras, as análises demonstram que, nas eleições presidenciais de 2010, a memória funcionou na relação com o acontecimento, o que permitiu diferentes efeitos de sentido que se atualizaram no momento da enunciação, ou seja, em um processo de deslocamento da memória. Dessa forma, algumas vezes, quando se esperava um determinado efeito, apareceu outro: a aproximação de José Serra dos religiosos produziu, por parte desses religiosos, uma atitude de repúdio em relação ao referido candidato, que foi discursivizado por alguns grupos religiosos como sendo um fariseu hipócrita.

Cabe ressaltar que a candidata Dilma também buscou construir uma imagem de si, aproximando-se dos religiosos na campanha eleitoral.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises mostraram que os textos postos em circulação logo no início do segundo turno das eleições 2010 (panfletos e “fala” de Mônica Serra, com suas respectivas repercussões na mídia) indicam a irrupção de forma bastante acentuada da questão do aborto e de outras temáticas vinculadas ao discurso religioso na campanha eleitoral.

Tal irrupção ocorre por um efeito da *memória*, pois os textos analisados fazem referência à Bíblia, considerada, entre católicos e evangélicos, texto fundador; ou ao suposto passado dos políticos, como ocorre no “Caso Mônica Serra”, sobre a *atualidade*, que é a própria campanha eleitoral.

Essa relação entre memória e atualidade se constrói no acontecimento discursivo das eleições 2010 por meio do que Pierucci (2011) chama de *efeito fariseu*, uma vez que a imagem de si (o *ethos*) construída por cada um dos candidatos (entendidos aqui não como indivíduos, mas como lugares na estrutura social) se baseia em uma encenação de religiosidade, a qual serviria para ressaltar a imagem pública dos referidos candidatos. É importante mencionar que na tentativa da construção da imagem pública dos candidatos, o *efeito fariseu* pode ser observado *tanto* em Serra *quanto* em Dilma, pois a campanha eleitoral é para um país inteiro e, quando a fé é encenada, certamente, alguns considerarão essa encenação uma forma de “trair” ou de “falsear” as verdades bíblicas.

DISCURSIVE EVENT IN 2010'S BRAZILIAN ELECTORAL CAMPAIGN

Abstract: This work presents an analysis of a *corpus* composed by verbal and image materiality situated between the religious and political discourses founded in circulation on the internet, related to Brazilian election campaign in the 2010 presidential elections. Therefore, we mobilize theoretical assumptions of Discourse Analysis. The results show the outbreak rather of the question of abortion by a memory effect on the present, which is the election campaign and that this relationship is built on discursive event of the 2010 elections through of Pharisee effect.

Keywords: Discursive event. Religious discourse. Political discourse.

REFERÊNCIAS

- AMOSSY, R. Introdução: da noção retórica de *ethos* à análise do discurso. In: AMOSSY, R. (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. Tradução Dilson F. da Cruz, Fabiana Komesu e Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2005. p. 9-28.
- DUCROT, O. Esboço de uma teoria polifônica da enunciação. In: DUCROT, O. *O dizer e o dito*. Revisão técnica e tradução Eduardo Guimarães. Campinas: Pontes, 1987. P. 161-218.
- FONSECA-SILVA, M. da C. Mídia e lugares de memória discursiva. In: FONSECA-SILVA, M. da C.; POSSENTI, S. (Org.). *Mídia e rede de memória*. Vitória da Conquista: Edições Uesb, 2007a. p. 11-37.
- FONSECA-SILVA, M. da C. *Poder-saber-ética nos discursos do cuidado de si e da sexualidade*. Vitória da Conquista: Edições Uesb, 2007b.
- KRIEG-PLANQUE, A. *A noção de “fórmula” em Análise do Discurso: quadro teórico e metodológico*. São Paulo: Parábola, 2010.
- MAINGUENEAU, D. A cena de enunciação. In: MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. Tradução Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2004a. p. 85-91
- MAINGUENEAU, D. O *ethos*. In: MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. Tradução Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2004b. p. 95-103.

- MAINGUENEAU, D. *Ethos*, cenografia e incorporação. In: AMOSSY, R. (Org.). *Imagens de si no discurso*. Tradução Dilson F. da Cruz, Fabiana Komesu e Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2005. p. 69-90
- MAINGUENEAU, D. Problemas de *ethos*. In: POSSENTI, S.; SOUZA-E-SILVA, M. C. P. de. (Org.). *Cenas da enunciação*. São Paulo: Parábola, 2008a. p. 55-73.
- MAINGUENEAU, D. Cenografia epistolar e debate público. In: POSSENTI, S.; SOUZA-E-SILVA, M. C. P. de. (Org.). *Cenas da enunciação*. São Paulo: Parábola, 2008b. p. 115-135.
- MOREIRA, G. Mulher de Serra faz campanha no Rio e ataca Dilma. *O Estado de S. Paulo*, 14 set. 2010. Disponível em: <<http://migre.me/plRTe>>. Acesso em: 15 out. 2012.
- ORLANDI, E. P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. 9. ed. Campinas: Pontes, 2010.
- PÊCHEUX, M. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. 5. ed. Campinas: Pontes, 2008.
- PÊCHEUX, M. Papel da memória. In: ACHARD, P. et al. *Papel da memória*. 3. ed. Campinas: Pontes, 2010. p. 49-57.
- PIERUCCI, A. F. Eleição 2010: desmoralização eleitoral do moralismo religioso. *Novos Estudos*, São Paulo, n. 89, p. 5-15, mar. 2011.
- POWELL, L.; NEIVA, E. The pharisee effect: when religous appeals go too far. *Journal of Communication and Religion*, v. 29, p. 70-102, 2006.

Recebido em junho de 2015.

Aprovado em outubro de 2015.